

Univerza  
v Ljubljani

Fakulteta  
*za gradbeništvo  
in geodezijo*



Jamova cesta 2  
1000 Ljubljana, Slovenija  
<http://www3.fgg.uni-lj.si/>

**DRUGG** – Digitalni repozitorij UL FGG  
<http://drugg.fgg.uni-lj.si/>

To je izvirna različica zaključnega dela.

Prosimo, da se pri navajanju sklicujete na bibliografske podatke, kot je navedeno:

Osvald, J., 2014. Faktor prilagoditve oglaševanih na prodajne cene nepremičnin kot podlaga za oceno tržne vrednosti v času recesije. Diplomaska naloga. Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za gradbeništvo in geodezijo. (mentorica Šubic-Kovač, M.): 55 str.

Datum arhiviranja: 06-06-2014

University  
of Ljubljana

Faculty of  
*Civil and Geodetic  
Engineering*



Jamova cesta 2  
SI – 1000 Ljubljana, Slovenia  
<http://www3.fgg.uni-lj.si/en/>

**DRUGG** – The Digital Repository  
<http://drugg.fgg.uni-lj.si/>

This is original version of final thesis.

When citing, please refer to the publisher's bibliographic information as follows:

Osvald, J., 2014. Faktor prilagoditve oglaševanih na prodajne cene nepremičnin kot podlaga za oceno tržne vrednosti v času recesije. B.Sc. Thesis. Ljubljana, University of Ljubljani, Faculty of civil and geodetic engineering. (supervisor Šubic-Kovač, M.): 55 pp.

Archiving Date: 06-06-2014

Univerza  
v Ljubljani

Fakulteta za  
*gradbeništvo in  
geodezijo*



Jamova 2  
1000 Ljubljana, Slovenija  
telefon (01) 47 68 500  
faks (01) 42 50 681  
fgg@fgg.uni-lj.si

VISOKOŠOLSKI STROKOVNI  
ŠTUDIJSKI PROGRAM PRVE  
STOPNJE TEHNIČNO  
UPRAVLJANJE  
NEPREMIČNIN

Kandidat:

**JURE OSVALD**

**FAKTOR PRILAGODITVE OGLAŠEVANIH NA  
PRODAJNE CENE NEPREMIČNIN KOT PODLAGA ZA  
OCENO TRŽNE VREDNOSTI V ČASU RECESIJE**

Diplomska naloga št.: 29/TUN

**THE ADVERTISED REAL ESTATE PRICE TO THE  
REAL ESTATE SALES PRICE ADJUSTMENT FACTOR  
AS BASIS OF REAL ESTATE MARKET VALUE  
ASSESSMENT IN RECESSION**

Graduation thesis No.: 29/TUN

**Mentorica:**

izr. prof. dr. Maruška Šubic-Kovač

**Predsednica komisije:**

doc. dr. Alma Zavodnik Lamovšek

Ljubljana, 04. 06. 2014

## STRAN ZA POPRAVKE

Stran z napako

Vrstica z napako

Namesto

Naj bo

## IZJAVE

Podpisani Jure Osvald izjavljam, da sem avtor diplomskega dela z naslovom »**Faktor prilagoditve oglaševanih na prodajne cene nepremičnin kot podlaga za oceno tržne vrednosti v času recesije**«.

Izjavljam, da je elektronska različica v vsem enaka tiskani različici.

Izjavljam, da dovoljujem objavo elektronske različice v digitalnem repozitoriju.

Ljubljana, 12. 5. 2014

Jure Osvald

Ta stran je namenoma prazna

**BIBLIOGRAFSKO – DOKUMENTACIJSKA STRAN IN IZVLEČEK**

<b>UDK:</b>	<b>332.64(497.4)(043.2)</b>
<b>Avtor:</b>	<b>Jure Osvald</b>
<b>Mentorica:</b>	<b>izr. prof. dr. Maruška Šubic-Kovač</b>
<b>Naslov:</b>	<b>Faktor prilagoditve oglaševanih na prodajne cene nepremičnin kot podlaga za oceno tržne vrednosti v času recesije</b>
<b>Tip dokumenta:</b>	<b>diplomska naloga – visokošolski strokovni študij</b>
<b>Obseg in oprema:</b>	<b>55 str., 29 pregl., 1 sl., 26 graf., 4 pril.</b>
<b>Ključne besede:</b>	<b>oglaševana cena, prodajna cena, enostanovanjska hiša, posredovanje v prometu z nepremičninami</b>

**Izveček:** Namen diplomske naloge je analizirati razliko med oglaševano in prodajno ceno stanovanjskih hiš na območju občine Domžale med letoma 2012 ter 2013 kot podlaga za oceno tržne vrednosti v času recesije, ko ni na razpolago dovolj podatkov o prodajnih cenah nepremičnin. V prvem delu naloge so prikazani rezultati nekaterih dosedanjih raziskav na tem področju ter v Republiki Sloveniji. V osrednjem delu naloge so analizirane razlike na tri različne načine. Najprej je narejena analiza razlik med oglaševano in prodajno ceno na podlagi podatkov, pridobljenih iz oglasov ter evidence trga nepremičnin. Sledi analiza razlik za isto nepremičnino na podlagi analize začetne oglaševane in končne prodajne cene na podlagi podatkov treh nepremičninskih družb. Končno sledi analiza obravnavanih razlik na podlagi podatkov iz anketnega vprašalnika, ki ga je izpolnilo dvajset nepremičninskih družb na območju občine Domžale. Rezultate, dobljene na podlagi ankete, smo primerjali z rezultati anket iz leta 2006 in leta 2011. V prvem delu smo ugotovili, da je razlika med oglaševano in prodajno ceno stanovanjski hiš razmeroma majhna (za leto 2012 znaša 10 %, za leto 2013 pa 12%). Takšen rezultat ni bil pričakovan ter je uporaben zgolj in samo kot ocena razlike, ker vzorca nista v celoti primerljiva. V drugem delu smo analizirali razliko med obravnavanima cenama, katera prikazuje razmere na trgu bolj realno. V obravnavanem primeru je razlika znašala 17,86 %. Takšen rezultat smo tudi pričakovali, saj v razmerah relativno velike ponudbe in relativno majhnega povpraševanja, ko cene stanovanjskih hiš padajo, prodajalci skušajo zadržati raven prodajnih cen iz preteklosti. V tretjem delu pa smo ugotovili, da je razlika glede na prejšnje ankete višja in znaša med 15 % in 20 %.

## **BIBLIOGRAPHIC – DOCUMENTALISTIC INFORMATION AND ABSTRACT**

**UDC:** 332.64(497.4)(043.2)  
**Author:** Jure Osvald  
**Supervisor:** Assoc. Prof. Maruška Šubic-Kovač, Ph. D.  
**Title:** The advertised real estate price to the real estate sales price adjustment factor as basis of real estate market value assessment in recession  
**Document type:** Graduation Thesis – Higher professional studies  
**Notes:** 55 p., 29 tab., 1 fig., 26 graph., 4 ann.  
**Key words:** advertised price, sales price, detached house, mediation in transactions of real estate

**Abstract:** The purpose of the thesis is to analyze the difference between the advertised price and selling price of the detached houses in the municipality(community) of Domzale between 2012 and 2013, as a basis for assessing the market value at the time of recession when there is not enough data on sales prices of real estate. The first part of the thesis presents the results of some previous studies in this field in Slovenia. The central part of the paper analyzes the differences in three different ways. First, it analyzes the differences between the advertised price and selling price on the basis of data obtained from advertisements, and the records of the real estate market. It's followed by an analysis of the differences for the same property on the basis of analysis of the initial advertised and the final selling price, based on information from three real estate agencies. Finally the analysis examined the differences based on data from a questionnaire that was completed by twenty real estate companies in the Municipality of Domzale . The results obtained on the basis of the survey were compared with the results of surveys from 2006 and 2011. In the first part we found out that the difference between advertised and selling price of the apartments is relatively small (for year 2012 it is 10% and for year 2013 is 12%). Result like that was not expected and is useful just as an estimation of the difference because samples are not fully comparable. In the second part we analyzed the difference between discussed prices which shows more real circumstances on the market. The difference in discussed case was 17,86%. Result like that was expected because in given circumstances of relatively big offer on the market and relatively small demand, when prices of apartments are falling, sellers are trying to withhold the level of selling prices from the past. In the third part we found out that the difference according to the past inquiry is higher and is between 15 and 20%.

## ZAHVALA

Za pomoč pri nastajanju diplomske naloge se zahvaljujem:

- mentorici izr. prof. dr. Maruški Šubic-Kovač za vso pomoč, strokovno usmerjanje in nasvete pri nastajanju diplomske naloge.
- staršema za vso potrebno podporo in potrpljenje skozi celoten študij.
- Podjetjem ALFA-INT nepremičnine, HIŠA NEPREMIČNIN RE ter MA-NEPREMIČNINSKA DRUŽBA za pomoč pri pridobivanju podatkov.

Hvala tudi tebi, Sandra, ki me sprejemaš takšnega, kot sem. Verjela si vame med vzponi in padci, me spodbujala ter mi nesebično pomagala.

Hvala tudi vsem ostalim, ki so mi kakorkoli pomagali pri študiju oziroma pri diplomski nalogi.



## KAZALO VSEBINE

<b>1</b>	<b>UVOD.....</b>	<b>1</b>
1.1	Namen diplomske naloge .....	1
1.2	Uporabljene raziskovalne metode.....	1
1.3	Definicija osnovnih pojmov .....	4
<b>2</b>	<b>OBRAVNAVANO OBMOČJE – OBČINA DOMŽALE.....</b>	<b>6</b>
2.1	Gibanje povprečnih prodajnih cen stanovanjskih hiš v občini Domžale in Republiki Sloveniji .....	9
<b>3</b>	<b>PREGLED NEKATERIH DOSEDANJIH RAZISKAV S TEGA PODROČJA V REPUBLIKI SLOVENIJI.....</b>	<b>12</b>
<b>4</b>	<b>REZULTATI ANALIZE RAZLIKE MED OGLAŠEVANO IN PRODAJNO CENO STANOVANJSKIH HIŠ NA PODLAGI PODATKOV, PRIDOBLENIH IZ OGLASOV TER IZ EVIDENCE TRGA NEPREMIČNIN .....</b>	<b>15</b>
4.1	Oglaševane cene stanovanjskih hiš v občini Domžale.....	15
4.1.1	Oglaševane cene stanovanjskih hiš v obdobju 1. 12. 2012 – 31. 12. 2012 .....	16
4.1.2	Oglaševana cena stanovanjskih hiš v obdobju 1. 12. 2013 – 31. 12. 2013 .....	16
4.2	Prodajne cene stanovanjskih hiš v občini Domžale.....	17
4.2.1	Prodajne cene stanovanjskih hiš v letu 2012 .....	18
4.2.2	Prodajne cene stanovanjskih hiš v letu 2013 .....	18
4.3	Ocena razlike oglaševane od prodajne cene stanovanjskih hiš v obravnavanih letih na območju občine Domžale .....	19
4.4	Ocena razlike med oglaševano in prodajno ceno stanovanjske hiše po posameznih območjih znotraj občine Domžale .....	20
<b>5</b>	<b>REZULTATI ANALIZE RAZLIKE MED OGLAŠEVANO IN PRODAJNO CENO STANOVANJSKIH HIŠ IZ PODATKOV PRIDOBLENIH PRI NEPREMIČNINSKIH DRUŽBAH .....</b>	<b>24</b>
5.1	Analiza razlik oglaševane od prodajne cene stanovanjskih hiš v občini Domžale v letu 2013.....	26
5.2	Aritmetične sredine (povprečje) razlik oglaševane cene od prodajne cene stanovanjske hiše .....	27
5.3	Povezanost razlik med oglaševano in prodajno ceno stanovanjskih hiš s površino stanovanjske hiše in časom oglaševanja .....	28
<b>6</b>	<b>PREGLED REZULTATOV ANKETE MED NEPREMIČNINSKIMI DRUŽBAMI O RAZLIKI MED OGLAŠEVANO IN PRODAJNO CENO NEPREMIČNIN .....</b>	<b>30</b>

6.1	Ali naročniku (prodajalcu) svetujete izhodiščno (oglaševano) ceno nepremičnine ? .....	30
6.2	V primeru, da izhodiščno (oglaševano) ceno postavi naročnik (prodajalec) in menite, da ne ustreza dejanski tržni vrednosti (previsoka), ali jo poskušate že takoj znižati?.....	32
6.3	V primeru, da naročnik (prodajalec) po vašem mnenju postavi prenizko izhodiščno (oglaševano) ceno, ali mu svetujete višjo? .....	33
6.4	Pri kateri vrsti nepremičnin opazate, da prihaja do največjih razlik (procentualno) med oglaševano in prodajno ceno nepremičnine? .....	34
6.5	Pri kateri vrsti nepremičnin opazate, da prihaja do najmanjših razlik (procentualno) med oglaševano in prodajno ceno nepremičnine? .....	35
6.6	Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) se odloči, da v času oglaševanja nepremičnine zniža ceno? .....	36
6.7	Kateri so najpogostejši vzroki, da naročnik (prodajalec) v času, ko se nepremičnina oglašuje, zniža ceno (možnih je več odgovorov)?.....	38
6.8	Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) že na začetku prodaje namenoma določi previsoko oglaševano ceno in jo je v času, ko se nepremičnina oglašuje, pripravljenih znižati? .....	39
6.9	Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) že na začetku prodaje namenoma določi previsoko oglaševano ceno in je v času, ko se nepremičnina oglašuje, ni pripravljen znižati (vztrajajo pri določeni ceni ne glede na čas prodaje)? .....	41
6.10	Kako pomanjkljivosti, ki na trgu predstavljajo manjvrednost, vplivajo na zniževanje cene v času, ko se nepremičnina oglašuje? .....	42
<b>7</b>	<b>SKLEP</b> .....	<b>51</b>
	<b>VIRI</b> .....	<b>53</b>

## KAZALO PREGLEDNIC

Preglednica 1:	Gibanje povprečnih prodajnih cen stanovanjskih hiš (v €/m <sup>2</sup> ) v Sloveniji ter okolici Ljubljane v obdobju 2003-2013 (Geodetska uprava RS, 2003 - 2013).....	10
Preglednica 2:	Razlika v povprečnih prodajnih cenah med območjema: Okolica Ljubljane in Slovenija obdobju 2003-2013.....	11
Preglednica 3:	Razmerje med oglaševanimi in prodajnimi cenami stanovanjskih hiš za prvo in drugo polletje 2008 ter prvo polletje 2009 (Grum, 2011) .....	14
Preglednica 4:	Osnovne statistike o površini, oglaševani ceni stanovanj in oglaševani ceni stanovanjskih hiš na enoto na območju občine Domžale v obdobju 1. 12. 2012 – 31. 12. 2012 .....	16
Preglednica 5:	Osnovne statistike o površini, oglaševani ceni stanovanj in oglaševani ceni stanovanjskih hiš na enoto na območju občine Domžale na v obdobju 1. 12. 2013 – 31. 12. 2013 .....	17
Preglednica 6:	Osnovne statistike o površini, prodajni ceni stanovanj in prodajni ceni stanovanjskih hiš na enoto na območju občine Domžale v letu 2012.....	18
Preglednica 7:	Osnovne statistike o površini, prodajni ceni stanovanj in prodajni ceni stanovanjskih hiš na enoto na območju občine Domžale v letu 2013.....	19
Preglednica 8:	Razlika med povprečno oglaševano in povprečno prodajno ceno stanovanjskih hiš na enoto površine v občini Domžale v letih 2012 in 2013.....	19
Preglednica 9:	Število podatkov, pridobljenih po posameznih območjih znotraj občine Domžale .....	21
Preglednica 10:	Razlika med oglaševanimi in prodajnimi cenami stanovanjskih hiš po območjih v letu 2013 (1.2.2014) .....	22
Preglednica 11:	Podatki o prodaji stanovanjskih hiš na območju občine Domžale v obdobju 2012 - 2013 .....	25
Preglednica 12:	Razlika med oglaševano in prodajno ceno stanovanjskih hiš v občini Domžale v letu 2013 .....	26
Preglednica 13:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Ali naročniku (prodajalcu) svetujete izhodiščno (oglaševano) ceno nepremičnine?« .....	30
Preglednica 14:	Število in delež odgovorov na vprašanje »V primeru, da izhodiščno (oglaševano) ceno postavi naročnik (prodajalec) in menite, da ne ustreza dejanski tržni vrednosti (previsoka), ali jo poskušate že takoj znižati?« .....	32
Preglednica 15:	Število in delež odgovorov na vprašanje »V primeru, da naročnik (prodajalec) po vašem mnenju postavi prenizko izhodiščno (oglaševano) ceno, ali mu svetujete višjo?« .....	33

Preglednica 16:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Pri kateri vrsti nepremičnin opazate, da prihaja do največjih razlik (procentualno) med oglaševano in prodajno ceno nepremičnine?« ..... 34
Preglednica 17:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Pri kateri vrsti nepremičnin opazate, da prihaja do najmanjših razlik (procentualno) med oglaševano in prodajno ceno nepremičnine?« ..... 35
Preglednica 18:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) se odloči, da v času oglaševanja nepremičnine zniža ceno? « ..... 36
Preglednica 19:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kateri so najpogostejši vzroki, da naročnik (prodajalec) v času, ko se nepremičnina oglašuje, zniža ceno (možnih je več odgovorov)? « ..... 38
Preglednica 20:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) že na začetku prodaje namenoma določi previsoko oglaševano ceno in jo je v času, ko se nepremičnina oglašuje, pripravljen znižati? « ..... 39
Preglednica 21:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) že na začetku prodaje namenoma določi previsoko oglaševano ceno in je v času, ko se nepremičnina oglašuje, ni pripravljen znižati (vztrajajo pri določeni ceni ne glede na čas prodaje)? « ..... 41
Preglednica 22:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako pomanjkljivosti, ki na trgu predstavljajo manjvrednost, vplivajo na zniževanje cene v času, ko se nepremičnina oglašuje? « ..... 42
Preglednica 23:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno nefunkcionalnost vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? « ..... 44
Preglednica 24:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno nevdrževanost vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje?« ..... 45
Preglednica 25:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno prevelika površina vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje?« ..... 46
Preglednica 26:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno neugledna lokacija vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? « ..... 47
Preglednica 27:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno nezaželeno nadstropje vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? « ..... 48
Preglednica 28:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno starost vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? « ..... 49
Preglednica 29:	Primerjava povprečne razlike med oglaševano in pogodbeno ceno stanovanjskih hiš po podatkih nepremičninskih družb v mestni občini Ljubljana ter v občini Domžale ..... 51

## **KAZALO SLIK**

Slika 1: Shematični prikaz občine Domžale, razdeljene na posamezna območja .....	21
--	----

**KAZALO GRAFIKONOV**

Grafikon 1:	Stavbe po letu zgraditve v občini Domžale (31. 12. 2010) (SURs, 2010) .....	7
Grafikon 2:	Stavbe s stanovanji in drugimi bivalnimi prostori glede na vrsto stavbe v občini Domžale (31. 12. 2010) (SURs, 2010) .....	7
Grafikon 3:	Stanovanja po številu sob v občini Domžale (31. 12. 2010) (SURs, 2010) .....	8
Grafikon 4:	Stanovanja po površini v občini Domžale (31. 12. 2010) (SURs, 2010) .....	8
Grafikon 5:	Gibanje povprečnih prodajnih cen stanovanjskih hiš (v €/m <sup>2</sup> ) v Sloveniji ter okolici Ljubljane v obdobju 2003-2013 (Geodetska uprava RS, 2003 - 2013).....	9
Grafikon 6:	Razlika povprečne oglaševane cene od povprečne prodajne cene stanovanjskih hiš na enoto površine v občini Domžale v letu 2012 in v letu 2013 .....	20
Grafikon 7:	Razlika med povprečno oglaševano in povprečno prodajno ceno (v %) glede na območja .....	22
Grafikon 8:	Razlika povprečne oglaševane cene od povprečne prodajne cene glede na Domžale in njeno okolico.....	27
Grafikon 9:	Povezanost med razliko, oglaševano in prodajno ceno ter površino stanovanjske hiše v občini Domžale v letu 2013 (1.2.2013) .....	28
Grafikon 10:	Povezanost med razliko, oglaševano in prodajno ceno ter površino hiše.....	29
Grafikon 11:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Ali naročniku (prodajalcu) svetujete izhodiščno (oglaševano) ceno nepremičnine?« .....	31
Grafikon 12:	Število in delež odgovorov na vprašanje »V primeru, da izhodiščno (oglaševano) ceno postavi naročnik (prodajalec) in menite, da ne ustreza dejanski tržni vrednosti (previsoka), ali jo poskušate že takoj znižati?« .....	32
Grafikon 13:	Število in delež odgovorov na vprašanje »V primeru, da naročnik (prodajalec) po vašem mnenju postavi prenizko izhodiščno (oglaševano) ceno, ali mu svetujete višjo?« .....	33
Grafikon 14:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Pri kateri vrsti nepremičnin opažate, da prihaja do največjih razlik (procentualno) med oglaševano in prodajno ceno nepremičnine?« .....	35
Grafikon 15:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Pri kateri vrsti nepremičnin opažate, da prihaja do najmanjših razlik (procentualno) med oglaševano in prodajno ceno nepremičnine?« .....	36
Grafikon 16:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) se odloči, da v času oglaševanja nepremičnine zniža ceno? «.....	37

---

Grafikon 17:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kateri so najpogostejši vzroki, da naročnik (prodajalec) v času, ko se nepremičnina oglašuje, zniža ceno (možnih je več odgovorov)?« .....	38
Grafikon 18:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) že na začetku prodaje namenoma določi previsoko oglaševano ceno in jo je v času, ko se nepremičnina oglašuje, pripravljenih znižati? « .....	40
Grafikon 19:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) že na začetku prodaje namenoma določi previsoko oglaševano ceno in je v času, ko se nepremičnina oglašuje, ni pripravljen znižati (vztrajajo pri določeni ceni ne glede na čas prodaje)? « .....	41
Grafikon 20:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako pomanjkljivosti, ki na trgu predstavljajo manjvrednost, vplivajo na zniževanje cene v času, ko se nepremičnina oglašuje? «.....	43
Grafikon 21:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno nefunkcionalnost vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? « .....	44
Grafikon 22:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno nevzdrževanost vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? « .....	45
Grafikon 23:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno prevelika površina vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? « .....	46
Grafikon 24:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno neugledna lokacija vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? « .....	47
Grafikon 25:	Pregled odgovorov na vprašanje »Kako močno nezaželeno nadstropje vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? « .....	48
Grafikon 26:	Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako starost vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? « .....	49

Ta stran je namenoma prazna



## **1 UVOD**

### **1.1 Namen diplomske naloge**

Namen diplomske naloge je podrobno analizirati razliko med oglaševano in prodajno ceno nepremičnin na območju občine Domžale. Takšne analize so zelo pomembne za pravilno razumevanje delovanja nepremičninskega trga. Še posebej pri ocenjevanju tržne vrednosti nepremičnin v razmerah šibko delujočega trga nepremičnin, ko je prodaj nepremičnin relativno malo in si cenilci nepremičnin lahko pomagajo z oglaševanimi cenami nepremičnin. Rezultati tovrstne analize bi morali zanimati tudi kupce nepremičnin, ki se odločajo za nakup nepremičnin preko oglasov. Omejili smo se na enostanovanjske hiše (v nadaljevanju: stanovanjske hiše).

### **1.2 Uporabljene raziskovalne metode**

V prvem delu smo povzeli rezultate analize Geodetske uprave Republike Slovenije o gibanju povprečne prodajne cene stanovanjskih hiš na enoto v Republiki Sloveniji in okolici Ljubljane, kamor spada tudi občina Domžale. Za namen diplomskega dela smo razliko med oglaševano in prodajno ceno najprej ocenili za celotno občino Domžale. Analizirali smo dve časovni obdobji ter primerjali razlike med njima. Prve podatke smo pridobili v obdobju 1. 12. 2012 – 31. 12. 2012, druge pa v obdobju 1. 12. 2013 – 31. 12. 2013.

Podatke o oglaševanih cenah za stanovanjske hiše smo pridobili na oglaševalni strani spletnega portala Nepremičnine.net (<http://www.nepremicnine.net>, 2014), podatke o prodajnih cenah za stanovanjske hiše pa smo pridobili na spletnem portalu PROSTOR (<http://prostor3.gov.si/ETN-JV>, 2014). V vzorec so bile vključene stanovanjske hiše, ki so se oglaševale v obdobju 1. 12. 2012 – 31. 12. 2012, druge pa v obdobju 1. 12. 2013 – 31. 12. 2013, in stanovanjske hiše, ki so se prodale v letu 2012 ter letu 2013. Predpostavljamo, da večjih razlik med oglaševanimi cenami v posameznem letu ni bilo, zato naj bi bila vzorca primerna za analizo.

Izračunali smo osnovne statistike, rezultate komentirali ter prikazali v grafikonih. V nadaljevanju smo območje obravnavane občine razdelili na več manjših območij znotraj katerih naj bi bila variabilnost cen relativno majhna. Po posameznih območjih smo izračunali osnovne statistike.

V drugem delu smo razliko med oglaševano in prodajno ceno ocenili na podlagi podatkov, pridobljenih pri treh nepremičninskih družbah. Pridobili smo podatke o oglaševani ter prodajni ceni iste stanovanjske hiše, čas oglaševanja, lokacijo ter površino parcele in stanovanjske hiše. V vzorec so bile vključene stanovanjske hiše, ki so bile prodane v obdobju 2012 – 2013.

V tretjem delu smo opravili anketo, ki jo je leta 2007 sestavil Gregor Šašel. Leta 2011 je isto anketo izvedla Katarina Dolenc. Tako kot Šašel ter Dolenc smo tudi mi razdelili anketo med 20 nepremičninskih družb. Razlika med že izvedenima anketama in obravnavano je samo v analiziranih območjih. Šašel in Dolenc sta izvedla anketo na območju Mestne občine Ljubljana, obravnavana anketa pa zajema območje občine Domžale. Anketo smo med nepremičninske posrednike v nepremičninskih družbah razdelili v začetku leta 2013 (januar) in rezultate primerjali z rezultati analiz, ki so bile opravljene septembra 2006 (Šašel, 2007) in januarja 2011 (Dolenc, 2011). V vprašalnik je bilo vključenih deset vprašanj.

Anketa je bila anonimna in je vsebovala naslednja vprašanja:

**Vprašanje 1: Ali naročniku (prodajalcu) svetujete izhodiščno (oglaševano) ceno nepremičnine ?**

- a. Da, vedno
- b. Da, skoraj vedno
- c. Da, včasih
- d. Ne

**Vprašanje 2: V primeru, da izhodiščno (oglaševano) ceno postavi naročnik (prodajalec) in menite, da ne ustreza dejanski tržni vrednosti (previsoka), ali jo poskušate že takoj znižati?**

- a. Da, vedno
- b. Da, včasih
- c. Ne

**Vprašanje 3: V primeru, da naročnik (prodajalec) po vašem mnenju postavi prenizko izhodiščno (oglaševano) ceno, ali mu svetujete višjo?**

- a. Da, vedno
- b. Da, včasih
- c. Ne

**Vprašanje 4: Pri kateri vrsti nepremičnin opazate, da prihaja do največjih razlik (procentualno) med oglaševano in prodajno ceno nepremičnine?**

- a. Stanovanja
- b. Hiše
- c. Zemljišča

**Vprašanje 5: Pri kateri vrsti nepremičnin opazate, da prihaja do najmanjših razlik (procentualno) med oglaševano in prodajno ceno nepremičnine?**

- a. Stanovanja
- b. Hiše
- c. Zemljišča

**Vprašanje 6: Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) se odloči, da v času oglaševanja nepremičnine zniža ceno?**

- a. 0 – 20 %
- b. 21 – 40 %
- c. 41 – 60 %
- d. 61 – 80 %
- e. 81 – 100 %

**Vprašanje 7: Kateri so najpogostejši vzroki, da naročnik (prodajalec) v času, ko se nepremičnina oglašuje, zniža ceno (možnih je več odgovorov)?**

- a. Časovna stiska
- b. Ni povpraševanja
- c. Slaba lokacija
- d. Družinski problemi
- e. Previsoka cena
- f. Finančna stiska

**Vprašanje 8: Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) že na začetku prodaje namenoma določi previsoko oglaševano ceno in jo je v času, ko se nepremičnina oglašuje, pripravljen znižati?**

- a. 0 – 20 %
- b. 21 – 40 %
- c. 41 – 60 %
- d. 61 – 80 %
- e. 81 – 100 %

**Vprašanje 9: Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) že na začetku prodaje namenoma določi previsoko oglaševano ceno in je v času, ko se nepremičnina oglašuje, ni pripravljen znižati (vztrajajo pri določeni ceni ne glede na čas prodaje)?**

- a. 0 – 10 %
- b. 11 – 20 %
- c. 21 – 30 %
- d. 31 – 40 %

**Vprašanje 10: Kako pomanjkljivosti, ki na trgu predstavljajo manjvrednost, vplivajo na zniževanje cene v času, ko se nepremičnina oglašuje?****Nefunkcionalnost**

- a. Ne vpliva
- b. Malo vpliva
- c. Srednje vpliva
- d. Močno vpliva
- e. Zelo močno vpliva

**Nevzdrževanost**

- a. Ne vpliva
- b. Malo vpliva
- c. Srednje vpliva
- d. Močno vpliva
- e. Zelo močno vpliva

**Prevelika površina**

- a. Ne vpliva
- b. Malo vpliva
- c. Srednje vpliva
- d. Močno vpliva
- e. Zelo močno vpliva

**Neugledna lokacija**

- a. Ne vpliva
- b. Malo vpliva
- c. Srednje vpliva
- d. Močno vpliva
- e. Zelo močno vpliv

**Nezaželeno nadstropje**

- a. Ne vpliva
- b. Malo vpliva
- c. Srednje vpliva
- d. Močno vpliva
- e. Zelo močno vpliva

**Starost**

- a. Ne vpliva
- b. Malo vpliva
- c. Srednje vpliva
- d. Močno vpliva
- e. Zelo močno vpliva

**1.3 Definicija osnovnih pojmov**

Koeficient variacije je statistični kazalec, ki prikazuje razpršitev statističnih enot okoli aritmetične sredine. Definiran je kot razmerje med standardnim odklonom in aritmetično sredino.

Naročitelj oziroma naročiteljica je fizična ali pravna oseba, ki z nepremičninsko družbo sklene pogodbo o posredovanju (Zakon o nepremičninskem posredovanju, 2006).

Nepremičnina je prostorsko odmerjen del zemeljske površine, skupaj z vsemi sestavinami. Sestavine nepremičnine so vsi objekti in zgradbe na, nad ali pod zemljiščem (Stvarnopravni zakonik, 2002).

Nepremičninska družba je gospodarska družba oziroma samostojni podjetnik posameznik, ki kot gospodarsko dejavnost opravlja storitve posredovanja v prometu z nepremičninami (Zakon o nepremičninskem posredovanju, 2006).

Oglaševana cena nepremičnine predstavlja ceno, ki jo lastnik nepremičnine (fizična ali pravna oseba) določi kot pričakovan znesek v denarju, ki ga želi prejeti od kupca za oglaševano nepremičnino in je v času prodaje nepremičnine objavljena v oglasih različnih publikacij (Šašel, 2007).

Prodajna cena nepremičnine predstavlja ceno, ki jo kupec in prodajalec dogovorita kot primerno za nakup predmetne nepremičnine in je zavedena v kupoprodajni pogodbi (Šašel, 2007).

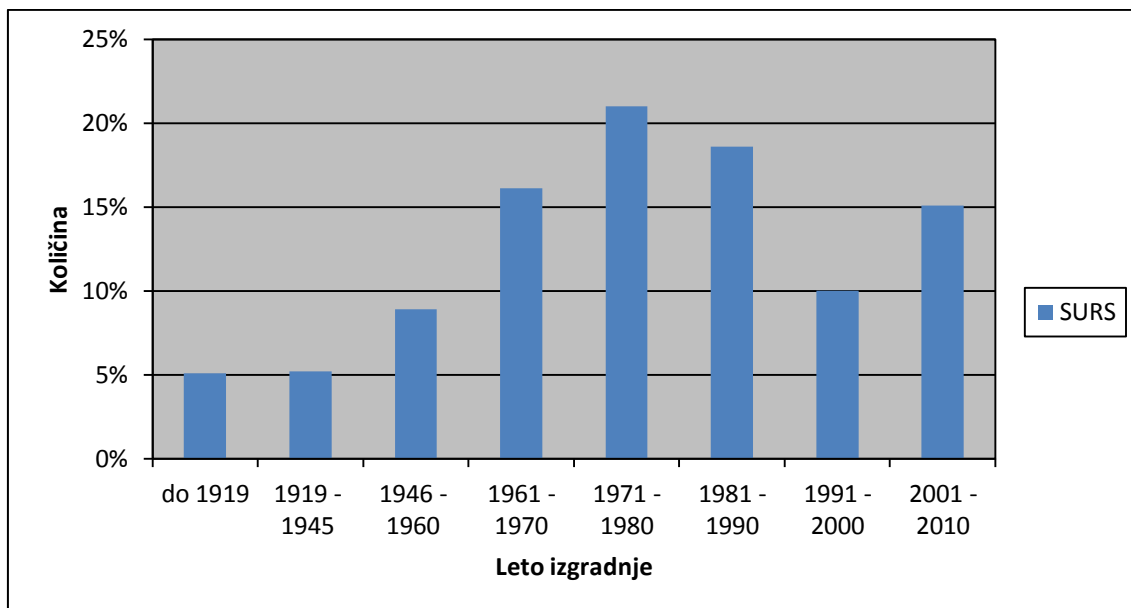
## 2 OBRAVNAVANO OBMOČJE – OBČINA DOMŽALE

V diplomskem delu predstavlja obravnavano območje občina Domžale. Občina Domžale leži v osrednjeslovenski statistični regiji in meri 72.3 km<sup>2</sup>, kar jo uvršča na 97. mesto po površini lokalnih skupnosti v Republiki Sloveniji. Na začetku leta (januar) 2014 je občina Domžale imela 34.634 prebivalcev. Na kvadratnem kilometru površine občine je živel 478 prebivalcev, kar jo uvršča med nadpovprečno naseljeno občino (102 prebivalca na km<sup>2</sup>). V občini je 50 naselij (SURS, 2014).

Od 34.634 prebivalcev je 17.082 moških ter 17.552 žensk. Povprečna starost občanov je 39.5 let in je nižja od povprečne starosti prebivalcev Slovenije (41.6 let). Povprečna mesečna bruto plača znaša 1425.34 € (SURS, 2014).

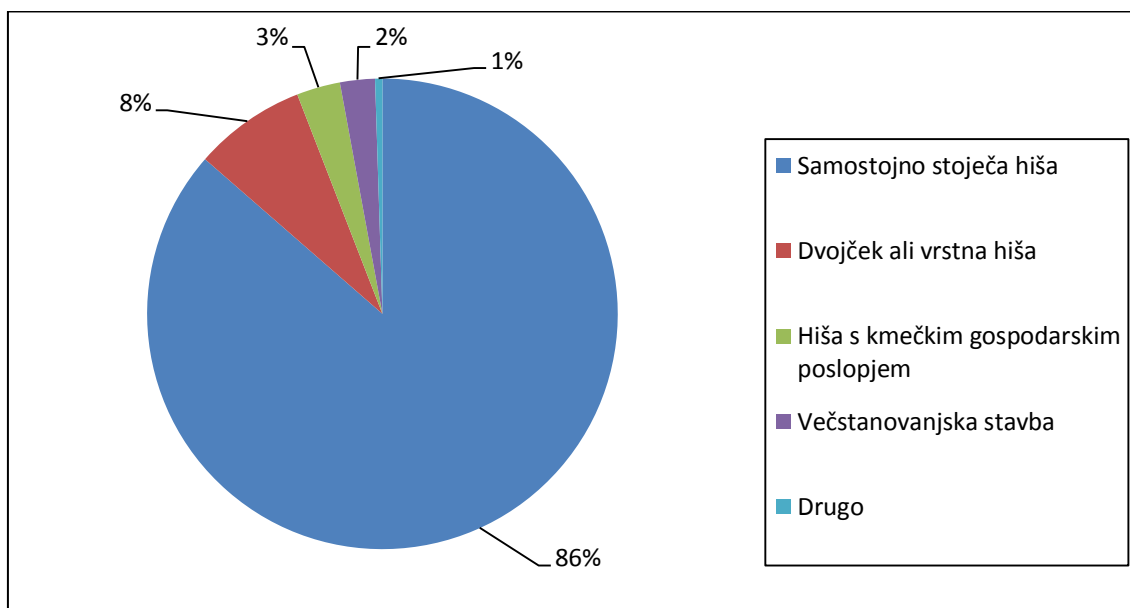
Število tistih, ki so se iz občine odselili, je bilo nižje od števila tistih, ki so se vanjo priselili. Selitveni prirast na 1000 prebivalcev v občini je bil torej pozitiven, znašal je 3.5. Seštevek naravnega in selitvenega prirasta na 1000 prebivalcev v občini je bil prav tako pozitiven, znašal je 6,9 (v Sloveniji 1,7) (SURS, 2014).

Podatki kažejo, da je bilo leta 2011 v občini Domžale 412 stanovanj na 1000 prebivalcev. Približno 66 % stanovanj je imelo najmanj tri sobe (ali več). Povprečna velikost stanovanja je bila 86 m<sup>2</sup>. Podatki Statističnega urada Republike Slovenije (v nadaljevanju: SURS) kažejo, da je bilo leta 2011 v Sloveniji registriranih 844.656 stanovanj. V občini Domžale je bilo 12.237 stanovanj, od tega 5.392 stanovanjskih hiš.



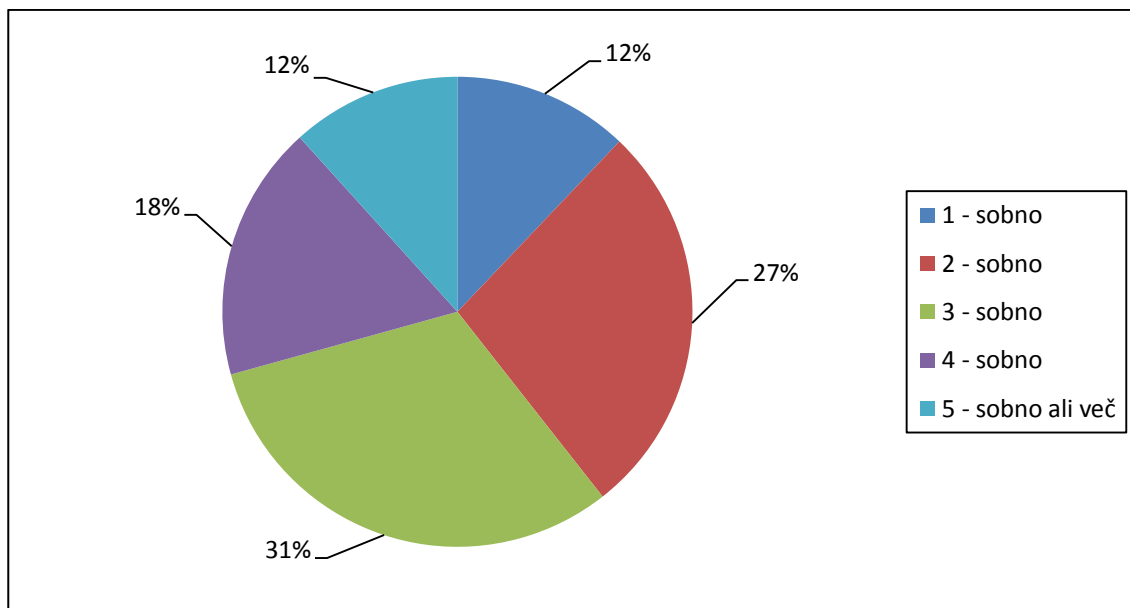
Grafikon 1: Stavbe po letu zgraditve v občini Domžale (31. 12. 2010) (SURS, 2010)

Po podatkih SURS-a je bilo največ stanovanj zgrajenih med letoma 1971 ter 1980, in sicer 21 %, kar predstavlja 2.571 stanovanj.



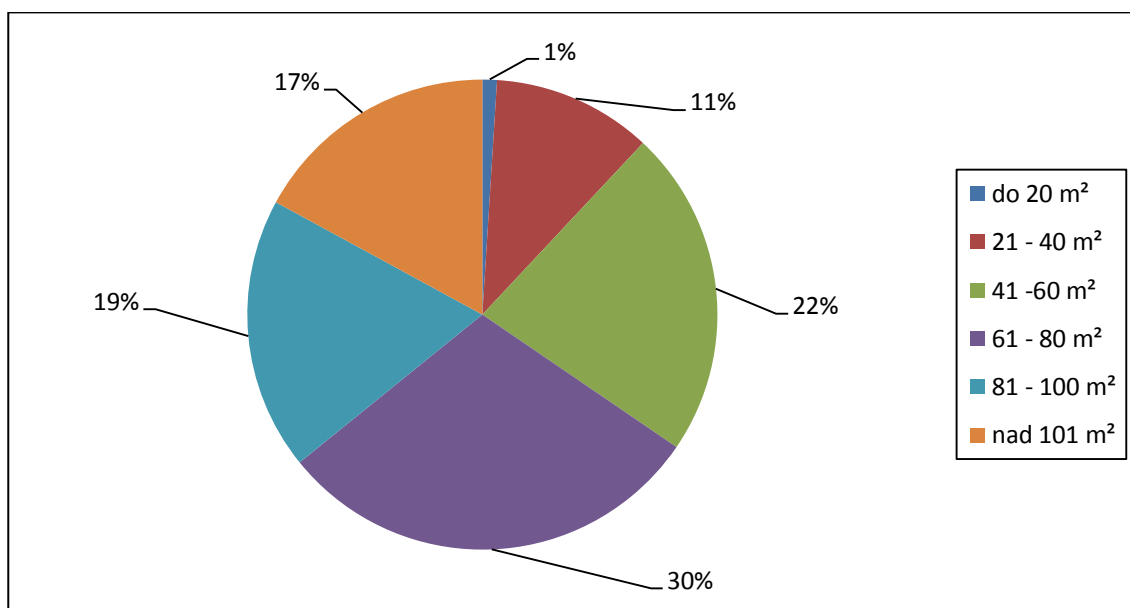
Grafikon 2: Stavbe s stanovanji in drugimi bivalnimi prostori glede na vrsto stavbe v občini Domžale (31. 12. 2010) (SURS, 2010)

V občini Domžale je 86 % samostojno stoječih hiš, 8 % dvojčkov ali vrstnih hiš ter 2 % večstanovanjskih hiš.



Grafikon 3: Stanovanja po številu sob v občini Domžale (31. 12. 2010) (SURSTAT, 2010)

Na območju občine Domžale je bilo leta 2012 največ dvosobnih (27 %) ter trosobnih (31 %) stanovanj.



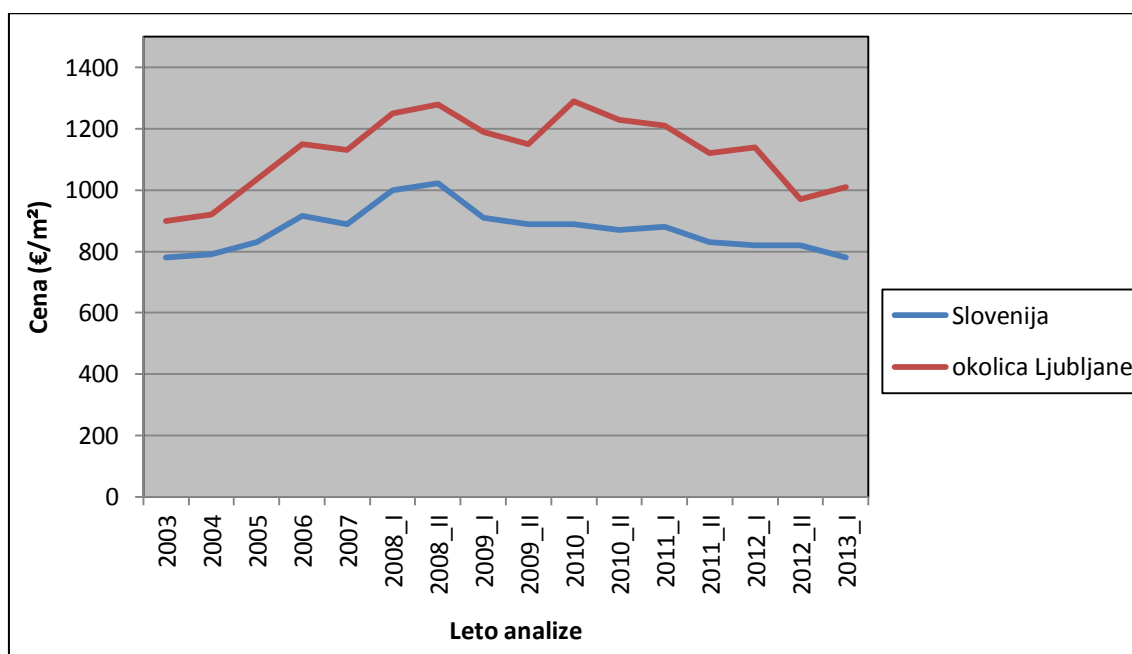
Grafikon 4: Stanovanja po površini v občini Domžale (31. 12. 2010) (SURSTAT, 2010)

Največ stanovanj je po površini med 61 in 80 m<sup>2</sup> (30 %) in med 41 in 60 m<sup>2</sup> (22 %).



## 2.1 Gibanje povprečnih prodajnih cen stanovanjskih hiš v občini Domžale in Republiki Sloveniji

Gibanje povprečnih prodajnih cen stanovanjskih hiš v občini Domžale in Republiki Sloveniji za zadnje desetletje lahko razberemo iz periodičnih poročil o slovenskem trgu, ki jih objavlja Geodetska uprava Republike Slovenije (v nadaljevanju: GURS). Ta spremlja gibanje cen od leta 2005 dalje. V poročilih so prikazani rezultati analiz povprečnih prodajnih cen nepremičnin. S primerljivimi podatki o oglaševanih cenah ne razpolagamo, zato ne moremo prikazati razlik med oglaševano in prodajno ceno primerljivih nepremičnin. V nadaljevanju prikazujemo samo gibanje povprečnih cen stanovanjskih hiš za Republiko Slovenijo in okolico Ljubljane, kamor spada tudi občina Domžale.



Grafikon 5: Gibanje povprečnih prodajnih cen stanovanjskih hiš (v €/m<sup>2</sup>) v Sloveniji ter okolici Ljubljane v obdobju 2003-2013 (Geodetska uprava RS, 2003 - 2013)

Iz grafikona lahko razberemo, da povprečna prodajna cena kvadratnega metra stanovanjske hiše v okolici Ljubljane zelo variira. V prvi polovici desetletja (od leta 2003 do leta 2009) je bil trend naraščanja povprečne prodajne cene pozitiven. Sledi rahel padec prodajnih cen v letu 2009 in potem porast v letu 2010. Temu sledi padec povprečnih prodajnih cen. Dokaj podoben trend imajo tudi povprečne prodajne cene stanovanjskih hiš v celotni Sloveniji.

	<b>Povprečne prodajne cene v Sloveniji (v €/m<sup>2</sup>)</b>	<b>Povprečne prodajne cene v okolici Ljubljane (v €/m<sup>2</sup>)</b>
<b>2003</b>	780,00	900,00
<b>2004</b>	790,00	920,00
<b>2005</b>	830,00	1.035,00
<b>2006</b>	917,00	1.150,00
<b>2007</b>	890,00	1.130,00
<b>2008_I</b>	1.000,00	1.250,00
<b>2008_II</b>	1.022,00	1.280,00
<b>2009_I</b>	910,00	1.190,00
<b>2009_II</b>	890,00	1.150,00
<b>2010_I</b>	890,00	1.290,00
<b>2010_II</b>	870,00	1.230,00
<b>2011_I</b>	880,00	1.210,00
<b>2011_II</b>	830,00	1.120,00
<b>2012_I</b>	820,00	1.140,00
<b>2012_II</b>	820,00	970,00
<b>2013_I</b>	780,00	1.010,00

Preglednica 1: Gibanje povprečnih prodajnih cen stanovanjskih hiš (v €/m<sup>2</sup>) v Sloveniji ter okolici Ljubljane v obdobju 2003-2013 (Geodetska uprava RS, 2003 - 2013)

Iz preglednice lahko razberemo, da so prodajne cene stanovanjskih hiš v okolici Ljubljane višje od povprečnih prodajnih cen stanovanjskih hiš v Sloveniji.

	<b>Razlika v povprečnih prodajnih cenah med območjema (%)</b>
<b>2003</b>	15,38
<b>2004</b>	16,46
<b>2005</b>	24,69
<b>2006</b>	25,41
<b>2007</b>	26,96
<b>2008_I</b>	25,00
<b>2008_II</b>	25,24
<b>2009_I</b>	30,76
<b>2009_II</b>	29,21
<b>2010_I</b>	44,94
<b>2010_II</b>	41,38
<b>2011_I</b>	37,50
<b>2011_II</b>	34,94
<b>2012_I</b>	39,02
<b>2012_II</b>	18,29
<b>2013_I</b>	29,49

Preglednica 2: Razlika v povprečnih prodajnih cenah med območjema: Okolica Ljubljane in Slovenija v obdobju 2003-2013

Prodajne cene stanovanjskih hiš v okolici Ljubljane so od povprečnih prodajnih cen v Sloveniji višje za 29,1 %. Največja razlika med njima je v prvem polletju leta 2010 (44,9 %). Na podlagi tega lahko sklepamo, da bodo tudi povprečne prodajne cene stanovanjskih hiš v občini Domžale višje od povprečnih prodajnih cen stanovanjskih hiš v Sloveniji.

### **3 PREGLED NEKATERIH DOSEDANJIH RAZISKAV S TEGA PODROČJA V REPUBLIKI SLOVENIJI**

Do leta 2013 je bilo narejenih nekaj raziskav, ki so skušale raziskati razmerje med oglaševano in prodajno ceno nepremičnine. Izvedba takšnih analiz pa je težavna, saj so zanje potrebni podatki o oglaševanih in prodajnih cenah za isto nepremičnino. Različni avtorji so poskušali razliko ugotoviti na različne načine, vendar so zaradi pomanjkanja ustreznih podatkov prišli le do okvirne ocene.

Eno izmed prvih raziskav je izvedel Jože Murko, direktor mariborske nepremičninske družbe Dodoma (Murko, 2002). V raziskavi je primerjal razliko med oglaševano in prodajno ceno nepremičnin za Republiko Slovenijo. Rezultat analize je bila ugotovitev, da je v povprečju za vse tipe stanovanj prodajna cena za 21,2 % nižja od oglaševane cene. Ugotovil je tudi, da prihaja do velikih razlik med regijami (tudi do 40 % med cenama). To je bilo za takratne razmere veliko.

Murko (2002) opozarja tudi na dejavnike, ki povzročajo takšen razpon med cenama. Zanesljivost ugotovitve je večja tam, kjer je več kupoprodaj ter več uradnih in neuradnih informacij o njih. Ugotovil je, da v Osrednjeslovenski regiji odstopanja znašajo med 9 % in 17 %, drugod po Sloveniji pa so razlike tudi do 40 %.

Drugo analizo je za diplomsko delo z naslovom »Nekateri vidiki obravnave trga stanovanjskih hiš v Mestni občini Ljubljana« opravil David (2003). S pomočjo anket, ki jih je naslovil na nepremičninske družbe, je ugotavljal znižanje cen nepremičnine na podlagi pogajanj.

Anketiral je 30 nepremičninskih posrednikov in ugotovil, da se cena na podlagi pogajanj zniža med 6 % in 10 %. Nihče od anketirancev ni bil mnenja, da se cena spremeni za več kot 10 %. V primerjavi z raziskavo, ki jo je opravil Murko, je ta razlika majhna. Res pa je, da je Murko raziskavo naredil za celotno Slovenijo, David pa le za Ljubljano.

Poleg tega je David izvedel še anketo pri lastnikih ter kupcih nepremičnin. Ugotovil je, da je 19 od 30 anketiranih mnenja, da lahko ceno na podlagi pogajanj zniža od 6 % do 10 %, 9 anketirancev je mnenja, da se lahko ceno na podlagi pogajanj zniža med 0 % in 5 %, 2 anketiranca menita, da se lahko ceno zniža med 11 % in 20%. Nihče pa ne meni, da bi se ceno lahko znižala za več kot 20 %.

Septembra 2006 je raziskavo razlik med oglaševano in prodajno ceno za namene diplomskega dela izvedel Gregor Šašel (Šašel, 2007). Anketiral je predstavnike nepremičninskih družb. Pridobil je podatke o 139 nepremičninah ter ugotavljal, kolikšne so razlike med cenama za stanovanja, stanovanjske hiše in zemljišča v Ljubljani in njeni okolici. Razlike je ugotavljal na istih nepremičninah tako, da je hkrati lahko analiziral tudi čas med začetkom oglaševanja ter prodajo nepremičnine. Rezultati kažejo, da so bile prodajne cene v povprečju od 4 % do 10 % nižje od oglaševanih. Dobil je podobne rezultate kot David. Oba sta raziskavo opravljala na istem področju ter pridobila podobne rezultate. Šašel je raziskavo opravil ravno v času, ko je bil trg z nepremičninami v razcvetu, zato so bile razlike relativno majhne.

Leta 2009 je Grum (2011) v Gradbenem vestniku predstavil članek z naslovom »Razmerje med oglaševanimi in pogodbenimi cenami nepremičnin«. V njem je na podlagi anketiranja nepremičninskih posrednikov prikazal razmerje med oglaševano in prodajno ceno iste nepremičnine, pri čemer je oglaševano ceno označil kot umirjeno oglaševano ceno, za katero velja, da privabi kupce ter se z manjšimi pogajanjmi dogovori za prodajno ceno.

Sodelovalo je 100 nepremičninskih družb (na območju celotne Slovenije), med katere je bil razdeljen vprašalnik (vrsta, čas oglaševanja, površina, oglaševana/prodajna cena in podobno). Ugotovil je, da se je med prvim in drugim polletjem leta 2008 podaljšal čas oglaševanja. Povečanje razlik je bilo vidno le pri parcelah (+3,6 %). V prvi polovici leta 2009 so se razlike med oglaševano in prodajno ceno povečale. Pri poslovnih objektih za 7,3 %, pri zemljiščih za 4,2 %. Skrajšala se je oglaševana doba pri parcelah za 2,2 %, pri stanovanjskih hišah pa se je podaljšala za 7 mesecev.

Kot je razvidno v spodnji preglednici, se razlike iz polletja v polletje povečujejo. Grum je raziskavo opravil ravno v začetku recesije in je lahko nazorno prikazal, kako recesija vpliva na trg nepremičnin. V prvem polletju leta 2008 so razlike dokaj nizke. Eno leto kasneje pa so se razlike močno povečale, kar ponazarja začetek obdobja recesije.

Območje	2008				2009	
	I polletje		II polletje		I polletje	
	mesto (%)	okolica (%)	mesto (%)	okolica (%)	mesto (%)	okolica (%)
<b>Ljubljana</b>	5,3	8,1	5,8	13,0	11,1	13,3
<b>Savinjska, Štajerska, Koroška</b>	8,4	7,2	8,1	5,0		14,7
<b>Gorenjska</b>	10,6		7,6			5,2
<b>Primorska, Notranjska</b>	2,7	6,7	7,7	7,1	7,4	18,5
<b>Dolenjska, Posavska</b>	4,4	11,1	31,5	23,0		

Preglednica 3: Razmerje med oglaševanimi in prodajnimi cenami stanovanjskih hiš za prvo in drugo polletje 2008 ter prvo polletje 2009 (Grum, 2011)

Raziskava je pokazala, da so rezultati po posameznih regijah precej različni. Rezultati kažejo, da ni mogoče posplošiti ustreznega razmerja za določeno vrsto nepremičnin na celotno državo, ampak je potrebno upoštevati tudi lego nepremičnine v posamezni regiji.

Leta 2011 je Dolenčeva v diplomskem delu z naslovom »Analiza razlike med oglaševano in pogodbeno ceno nepremičnine v Mestni občini Ljubljana« opravila enako analizo kot Gregor Šašel. Ugotovila je, da se je razlika med oglaševano in prodajno ceno v letih med 2006 ter 2010 v povprečju povečala. Razlike med povprečnimi cenami stanovanj so se iz 4,7 % povzpele na 11,2 %, stanovanjskih hiš iz 8,1 % na 15,2 % ter zemljišč iz 6,8 % na 26,3 %. Ugotovila je tudi, da se je podaljšal čas oglaševanja.

Vse navedene raziskave kažejo, da se razlike med oglaševanimi in prodajnimi cenami spreminjajo v prostoru in času.

#### **4 REZULTATI ANALIZE RAZLIKE MED OGLAŠEVANO IN PRODAJNO CENO STANOVANJSKIH HIŠ NA PODLAGI PODATKOV, PRIDOBLENJIH IZ OGLASOV TER IZ EVIDENCE TRGA NEPREMIČNIN**

Izvedli smo analizo razmerja med povprečno oglaševano in prodajno ceno stanovanjskih hiš na podlagi podatkov, pridobljenih iz nepremičninskih oglasov in iz evidence trga nepremičnin (v nadaljevanju: ETN). Analizirali smo dve časovni obdobji ter primerjali razlike med njima. Prve podatke o oglaševanih cenah stanovanjskih hiš smo pridobili v obdobju 1. 12. 2012 – 31. 12. 2012, druge pa v obdobju 1. 12. 2013 – 31. 12. 2013. Podatke o prodajnih cenah stanovanjskih hiš smo zbrali za leto 2012 in leto 2013. Ker nismo zbrali podatkov o oglaševani in prodajni ceni za isto stanovanjsko hišo ter istega števila oglaševanih in prodajnih cen, lahko rezultate te analize obravnavamo zgolj kot oceno.

##### **4.1 Oglaševane cene stanovanjskih hiš v občini Domžale**

Oglaševane cene stanovanjskih hiš smo pridobili na spletni strani Nepremičnine.net (<http://www.nepremicnine.net>, 2014). To je spletna stran, kjer je objavljenih 93 % vseh oglaševanih nepremičnin v Republiki Sloveniji. Njen mesečni obseg je 750.000 obiskov, 20.000.000 prikazov in preko 50.000 oglasov. V njihovo bazo lahko podatke vpisujejo tako nepremičninske družbe kot zasebni ponudniki.

Pri zajemu podatkov smo si postavili naslednje pogoje:

- nepremičnina mora biti stanovanjska hiša,
- nepremičnina mora biti vseljiva,
- nepremičnina mora biti v občini Domžale,
- nepremičnina ne sme biti oglaševana več kot eno leto.

#### 4.1.1 Oglaševane cene stanovanjskih hiš v obdobju 1. 12. 2012 – 31. 12. 2012

Pridobili smo 62 podatkov o oglaševanih stanovanjskih hišah. Na podlagi zbranih podatkov smo izračunali osnovne statistike za površino (m<sup>2</sup>), ceno stanovanjskih hiš (€) in ceno stanovanjskih hiš na enoto (€/m<sup>2</sup>).

	<b>Površina</b>	<b>Cena stanovanjskih hiš</b>	<b>Cena stanovanjskih hiš na enoto</b>
<b>Število primerov</b>	62	62	62
<b>Povprečna vrednost</b>	237,78 m <sup>2</sup>	331.659,68 €	1.393,19 €/m <sup>2</sup>
<b>Mediana</b>	215,00 m <sup>2</sup>	259.000 €	1.225,45 €/m <sup>2</sup>
<b>Standardna deviacija</b>	103,83 m <sup>2</sup>	255.589,21 €	712,57 €/m <sup>2</sup>
<b>Najmanjša vrednost</b>	50,00 m <sup>2</sup>	50.000,00 €	458,72 €/m <sup>2</sup>
<b>Največja vrednost</b>	500,00 m <sup>2</sup>	1.700.000,00 €	4.800,00 €/m <sup>2</sup>
<b>Koeficient variacije</b>	0,44	0,77	0,55

Preglednica 4: Osnovne statistike o površini, oglaševani ceni stanovanj in oglaševani ceni stanovanjskih hiš na enoto na območju občine Domžale v obdobju 1. 12. 2012 – 31. 12. 2012

Povprečna površina stanovanjske hiše znaša 237,78 m<sup>2</sup>, zanjo bi oglaševana cena znašala 331.659,68 € oziroma 1.393,19 €/m<sup>2</sup>. Najmanjša površina znaša 50,00 m<sup>2</sup>, najnižja oglaševana cena je 50.000,00 €. Najnižja cena stanovanjskih hiš na enoto znaša 458,72 €/m<sup>2</sup>, najvišja 4.800,00 €/m<sup>2</sup>. Največja površina stanovanjske hiše, ki se oglašuje, znaša 500,00 m<sup>2</sup>, največja oglaševana cena pa znaša 1.700.000,00 €. Variabilnost je največja pri cenah stanovanjskih hiš. Koeficient variacije v tem primeru znaša 0,77.

#### 4.1.2 Oglaševana cena stanovanjskih hiš v obdobju 1. 12. 2013 – 31. 12. 2013

Pridobil smo podatke o 105 stanovanjskih hišah. Tudi v tem primeru smo na podlagi zbranih podatkov izračunali osnovne statistike za površino (m<sup>2</sup>), ceno stanovanjskih hiš (€) in ceno stanovanjskih hiš na enoto (€/m<sup>2</sup>).



	<b>Površina</b>	<b>Cena stanovanjskih hiš</b>	<b>Cena stanovanjskih hiš na enoto</b>
<b>Število primerov</b>	101	101	101
<b>Povprečna vrednost</b>	257,36 m <sup>2</sup>	320.391,51 €	1.339,19 €/m <sup>2</sup>
<b>Mediana</b>	231,00 m <sup>2</sup>	274.000,00 €	1.183,35 €/m <sup>2</sup>
<b>Standardna deviacija</b>	117,15 m <sup>2</sup>	202.424,78 €	865,86 €/m <sup>2</sup>
<b>Najmanjša vrednost</b>	79,00 m <sup>2</sup>	33.000,00 €	150,00 €/m <sup>2</sup>
<b>Največja vrednost</b>	638,00 m <sup>2</sup>	1.450.000,00 €	5.967,09 €/m <sup>2</sup>
<b>Koeficient variacije</b>	0,46	0,63	0,55

Preglednica 5: Osnovne statistike o površini, oglaševani ceni stanovanj in oglaševani ceni stanovanjskih hiš na enoto na območju občine Domžale na v obdobju 1. 12. 2013 – 31. 12. 2013

V obdobju 1. 12. 2013 – 31. 12. 2013 povprečna površina stanovanjske hiše znaša 257,36 m<sup>2</sup>, zanjo bi oglaševana cena znašala 320.391,51 € oziroma 1.339,19 €/m<sup>2</sup>. Najmanjša površina znaša 79,00 m<sup>2</sup>, najnižja oglaševana cena je 33.000,00 €. Najnižja cena stanovanjskih hiš na enoto znaša 150,00 €/m<sup>2</sup>, najvišja pa 5.967,09 €/m<sup>2</sup>. Največja površina stanovanjske hiše, ki se oglašuje, znaša 638,00 m<sup>2</sup>, največja oglaševana cena pa znaša 1.450.000,00 €. Variabilnost je največja pri cenah stanovanjskih hiš. Koeficient variacije v tem primeru znaša 0,63.

#### 4.2 Prodajne cene stanovanjskih hiš v občini Domžale

Podatke o prodajnih cenah nepremičnin smo pridobili v javni zbirki ETN (<http://prostor3.gov.si/ETN-JV>, 2014). ETN je večnamenska zbirka podatkov o sklenjenih kupoprodajnih poslih z nepremičninami, ki je bila ustanovljena leta 2007. Evidenco vodi GURS. ETN predstavlja velik korak v zagotavljanju transparentnosti nepremičninskega trga.

Pri zajemu podatkov smo si postavili naslednje pogoje:

- nepremičnina mora biti stanovanjska hiša,
- nepremičnina mora biti vseljiva,
- nepremičnina mora biti v občini Domžale,
- nepremičnina ne sme biti prodana pred več kot enim letom.

#### 4.2.1 Prodajne cene stanovanjskih hiš v letu 2012

V ETN-ju smo decembra 2012 pridobili podatke o 57 prodanih stanovanjskih hišah v letu 2012. Na podlagi zbranih podatkov smo izračunali osnovne statistike za površino (m<sup>2</sup>), ceno stanovanjskih hiš (€) in ceno stanovanjskih hiš na enoto (€/m<sup>2</sup>).

	<b>Površina</b>	<b>Cena stanovanjskih hiš</b>	<b>Cena stanovanjskih hiš na enoto</b>
<b>Število primerov</b>	57	57	57
<b>Povprečna vrednost</b>	172,34 m <sup>2</sup>	178.517,29 €	1.252,76 €/m <sup>2</sup>
<b>Mediana</b>	155,00 m <sup>2</sup>	171.000,00 €	1.136.36 €/m <sup>2</sup>
<b>Standardna deviacija</b>	105,36 m <sup>2</sup>	95.551,66 €	696,07 €/m <sup>2</sup>
<b>Najmanjša vrednost</b>	75,00 m <sup>2</sup>	48.000,00 €	220,26 €/m <sup>2</sup>
<b>Največja vrednost</b>	531,00 m <sup>2</sup>	470.000,00 €	3.219,18 €/m <sup>2</sup>
<b>Koeficient variacije</b>	0,61	0,54	0,56

Preglednica 6: Osnovne statistike o površini, prodajni ceni stanovanj in prodajni ceni stanovanjskih hiš na enoto na območju občine Domžale v letu 2012

Povprečna površina prodane stanovanjske hiše znaša 172,34 m<sup>2</sup>, zanjo je prodajna cena znašala 178.517,29 € oziroma 1.252,76 €/m<sup>2</sup>. Najmanjša površina znaša 75,00 m<sup>2</sup>, najnižja prodajna cena pa je 48.000,00 €. Najnižja cena stanovanjskih hiš na enoto znaša 220,26 €/m<sup>2</sup>, najvišja pa 3.219,18 €/m<sup>2</sup>. Največja površina stanovanjske hiše, ki se je prodala, znaša 531,00 m<sup>2</sup>, največja prodajna cena pa znaša 470.000,00 €. Variabilnost je največja pri površinah. Koeficient variacije v tem primeru znaša 0,61.

#### 4.2.2 Prodajne cene stanovanjskih hiš v letu 2013

V ETN-ju smo decembra 2013 pridobili podatke o 31 stanovanjskih hišah. Na podlagi zbranih podatkov smo izračunali osnovne statistike za površino (m<sup>2</sup>), ceno stanovanjskih hiš (€) in ceno stanovanjskih hiš na enoto (€/m<sup>2</sup>).

	<b>Površina</b>	<b>Cena stanovanjskih hiš</b>	<b>Cena stanovanjskih hiš na enoto</b>
<b>Število primerov</b>	31	31	31
<b>Povprečna vrednost</b>	195,77 m <sup>2</sup>	237.985,87 €	1.173,99 €/m <sup>2</sup>
<b>Mediana</b>	165,00 m <sup>2</sup>	170.000,00 €	1.116,07 €/m <sup>2</sup>
<b>Standardna deviacija</b>	109,14 m <sup>2</sup>	48.275,26 €	411,45 €/m <sup>2</sup>
<b>Najmanjša vrednost</b>	78,00 m <sup>2</sup>	85.000,00 €	666,66 €/m <sup>2</sup>
<b>Največja vrednost</b>	600,00 m <sup>2</sup>	1.500.000,00 €	2.500,00 €/m <sup>2</sup>
<b>Koeficient variacije</b>	0,66	0,20	0,35

Preglednica 7: Osnovne statistike o površini, prodajni ceni stanovanj in prodajni ceni stanovanjskih hiš na enoto na območju občine Domžale v letu 2013

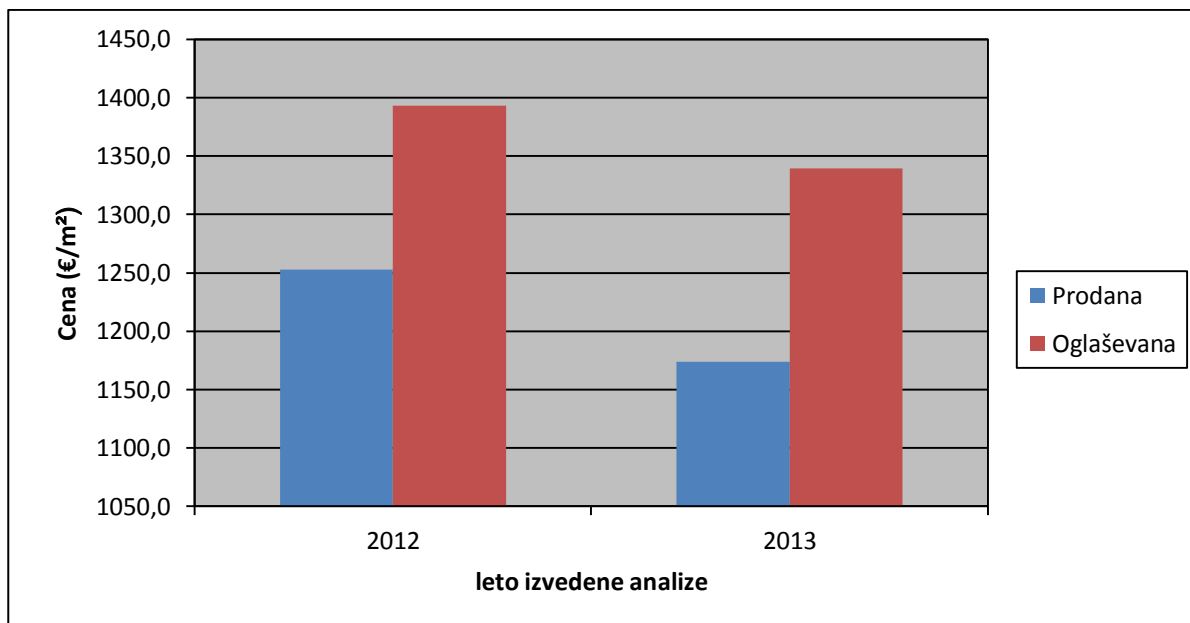
V letu 2013 je povprečna površina prodane stanovanjske hiše znašala 195,77 m<sup>2</sup>, zanjo je prodajna cena znašala 237.985,87 € oziroma 1.173,99 €/m<sup>2</sup>. Najmanjša površina znaša 78,00 m<sup>2</sup>, najnižja prodajna cena pa je 85.000,00 €. Najnižja cena stanovanjskih hiš na enoto znaša 666,66 €/m<sup>2</sup>, najvišja pa 2.500,00 €/m<sup>2</sup>. Največja površina stanovanjske hiše, ki se je prodala, znaša 600,00 m<sup>2</sup>, največja prodajna cena pa znaša 1.500.000,00 €. Variabilnost je največja pri površinah. Koeficient variacije v tem primeru znaša 0,66.

#### 4.3 Ocena razlike oglaševane od prodajne cene stanovanjskih hiš v obravnavanih letih na območju občine Domžale

Dobljene rezultate smo med seboj tudi primerjali. Na Grafikonu 6 je jasno razvidno, da so oglaševane ter prodajne cene v letu 2012 v povprečju višje kot v letu 2013, in sicer v povprečju za 5,5 %. Sklepamo, da je to posledica gospodarske in finančne krize, ki v Sloveniji vztraja že več let.

	<b>Razlika med povprečno oglaševano in povprečno prodajno ceno na enoto</b>
<b>2012</b>	10 %
<b>2013</b>	12 %

Preglednica 8: Razlika med povprečno oglaševano in povprečno prodajno ceno stanovanjskih hiš na enoto površine v občini Domžale v letih 2012 in 2013



Grafikon 6: Razlika povprečne oglaševane cene od povprečne prodajne cene stanovanjskih hiš na enoto površine v občini Domžale v letu 2012 in v letu 2013

Za računanje razlik med oglaševano in prodajno ceno smo uporabili aritmetično sredino (povprečje) cen stanovanjskih hiš na enoto. V letu 2012 ta vrednost znaša 10 %, v letu 2013 pa 12 %. Razvidno je tudi, da je v obdobju dveh let prodajna cena stanovanjskih hiš padla za 7 %, oglaševana pa za 4 %. To nam pove, da prodajalci v upanju po doseganju višjih prodajnih cen še vedno postavijo visoko oglaševano ceno, vendar iz leta v leto bolj popuščajo pri končni prodajni ceni.

#### 4.4 Ocena razlike med oglaševano in prodajno ceno stanovanjske hiše po posameznih območjih znotraj občine Domžale

Po pregledu podatkov smo ugotovili, da se oglaševane in prodajne cene stanovanjskih hiš glede na lokacijo razlikujejo. Zato smo v nadaljevanju izvedli analizo razlik med oglaševano in prodajno ceno stanovanjskih hiš po posameznih območjih znotraj občine Domžale. Občino Domžale smo razdelili na 5 območij, za katere smo predpostavljali relativno majhno variabilnost cen znotraj območij. Ker je bilo podatkov o prodaji malo, smo območje J združili z območjem Z. V analizo smo vključili podatke, pridobljene za leto 2013.



Slika 1: Shematični prikaz občine Domžale, razdeljene na posamezna območja

	Število oglaševanih stanovanjskih hiš v letu 2013	Število prodanih stanovanjskih hiš v letu 2013
<b>Vsa</b>	101	31
<b>Domžale</b>	32 (32 %)	11 (36 %)
<b>Obrobje</b>	30 (30 %)	10 (32 %)
<b>Sever</b>	26 (26 %)	4 (13 %)
<b>Zahod ter jug</b>	11 (10 %)	5 (16 %)
<b>Nerazvrščeno</b>	2 (2 %)	1 (3 %)

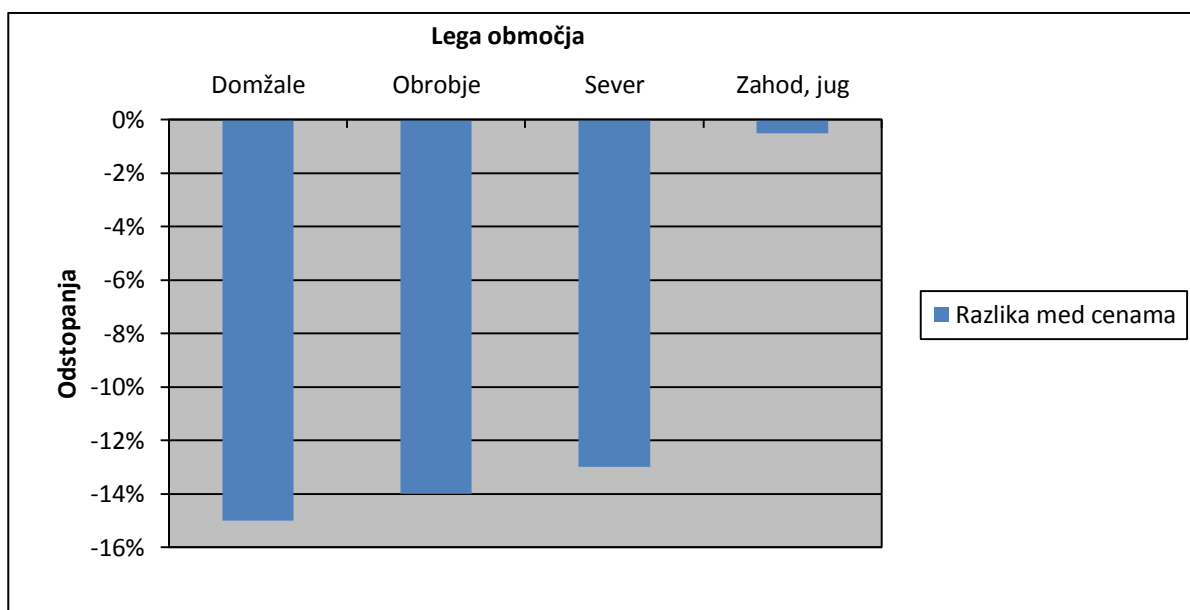
Preglednica 9: Število podatkov, pridobljenih po posameznih območjih znotraj občine Domžale

Kot je razvidno iz Preglednice 9, smo za območje mesta Domžale pridobili podatke o 32 oglaševanih ter 11 prodanih stanovanjskih hišah, za območje obrobja mesta Domžale o 30 oglaševanih ter 10 prodanih stanovanjskih hišah ter za sever o 26 oglaševanih ter 4 prodanih. Po združitvi območja Z ter J pa smo pridobili podatke o 11 oglaševanih ter 5 prodanih stanovanjskih hišah.. Izločiti smo morali vrednosti dveh oglaševanih stanovanjskih hiš ter vrednost ene prodane stanovanjske hiše zaradi izjemnih lokacij ter nadstandardnosti, ki se kaže tudi v nesorazmerno visoki oglaševani oziroma prodajni ceni.

Najbolj zaželene lokacije glede na pridobljene podatke so mesto Domžale ter območja v bližini mesta Domžale. Po podatkih SURS-a je na tem območju tudi največ stanovanjskih hiš.

	Oglaševana cena (€/m <sup>2</sup> )			Prodajna cena (€/m <sup>2</sup> )			Razlika
	Povprečje	Mediana	KV (SD)	Povprečje	Mediana	KV (SD)	
<b>Občina</b>	1.339,19	1.183,35	0,49 (650,84) <sup>1</sup>	1.173,99	1.116,07	0,33 (390,62)	-12,0 %
<b>Domžale</b>	1.326,05	1.295,33	0,37 (486,80)	1.127,63	1.148,15	0,25 (287,04)	-15,0 %
<b>Obrobje</b>	1.167,70	1.082,00	0,47 (551,82)	1.003,90	982,45	0,26 (261,34)	-14,0 %
<b>Sever</b>	1.203,37	1.194,44	0,35 (419,44)	1.054,92	1.016,43	0,24 (250,69)	-13,0 %
<b>Zahod ter jug</b>	1.286,07	1.260,50	0,33 (428,57)	1.282,22	1.269,84	0,17 (215,87)	-0,5 %

Preglednica 9: Razlika med oglaševanimi in prodajnimi cenami stanovanjskih hiš po območjih v letu 2013 (1.2.2014)



Grafikon 7: Razlika med povprečno oglaševano in povprečno prodajno ceno (v %) glede na območja

Iz Grafikona 7 je razvidno, da je največja razlika med oglaševano in prodajno ceno na območju mesta Domžale. Tu razlika znaša 15 %. Na obrobju mesta je razlika med oglaševano in prodajno ceno manjša le za 1 % in znaša 14 %. Na severu občine Domžale razlika med oglaševano in prodajno ceno znaša 13 %. Na zahodu ter jugu mesta pa je razlike majhna. Znaša le 0,5 %.

Kot smo ugotovili, je največja razlika med oglaševano in prodajno ceno na območju mesta Domžale. Tu je tudi najvišja oglaševana cena. Najvišja prodajna cena je na zahodu ter jugu občine. Rezultati so dokaj zanimivi. Najmanjša razlika med cenama je na območju Z ter J. Presenetljivo pa sta tu oglaševana in prodajna cena zelo visoki. Ostala območja pa so kar lepo razporejena.

## **5 REZULTATI ANALIZE RAZLIKE MED OGLAŠEVANO IN PRODAJNO CENO STANOVANJSKIH HIŠ IZ PODATKOV PRIDOBLENIH PRI NEPREMIČNINSKIH DRUŽBAH**

V nadaljevanju smo izvedli analizo razlik med oglaševano in prodajno ceno stanovanjskih hiš na podlagi podatkov, pridobljenih pri treh nepremičninskih družbah. Podatke smo pridobili januarja 2014, nanašajo se na leto 2013. Ta primerjava se lahko obravnava kot realna ocena, ker smo pridobili oglaševane in prodajne cene istih stanovanjskih hiš. Pridobili pa smo tudi podatke o dobi oglaševanja. Zaradi krize na nepremičninskem trgu je bilo pridobivanje podatkov zahtevno, saj je število transakcij pri posameznih družbah majhno. Če bi želeli več podatkov, bi morali za podatke o prodajah zaprositi še pri nepremičninskih družbah, ki niso na območju občine Domžale. Drugi problem pri pridobivanju pa je dejstvo, da so podatki o prodajah zaupni, zato teh podatkov ne želijo deliti z drugimi.

Tudi tu smo se osredotočili na stanovanjske hiše. Zaradi majhnega števila transakcij smo celotno območje lahko razdelili samo na dve območji. Pridobili smo podatke o 23 prodajah ter upoštevali enaka merila kot pri zajemu podatkov v prejšnjem poglavju.



	Lokacija	Površina zemljišča (m <sup>2</sup> )	Površina stavbe (m <sup>2</sup> )	Oglaševana cena (€)	Prodajna cena (€)	Število dni v prodaji	Razlika med cenama
1	Dob	1.980,00	160,00	199.000,00	180.000,00	389	9,50 %
2	Dob	500,00	130,00	99.000,00	80.000,00	421	19,20 %
3	Dob	666,00	220,00	20.000,00	158.000,00	371	21,00%
4	Domžale	1.240,00	400,00	320.000,00	245.000,00	118	23,40 %
5	Domžale	700,00	210,00	330.000,00	205.000,00	523	37,90 %
6	Domžale	480,00	190,00	320.000,00	230.000,00	560	28,10 %
7	Domžale	600,00	190,00	220.000,00	160.000,00	418	27,30 %
8	Domžale	1.800,00	300,00	550.000,00	480.000,00	89	12,70 %
9	Domžale	623,00	200,00	275.000,00	235.000,00	360	14,50 %
10	Domžale	1.200,00	280,00	360.000,00	312.000,00	297	13,30 %
11	Domžale	444,00	160,00	190.000,00	160.000,00	2	15,80 %
12	Domžale	645,00	165,00	195.000,00	180.000,00	232	7,70 %
13	Gorjuša	2.500,00	128,00	195.000,00	160.000,00	265	17,90 %
14	Hudo	500,00	230,00	295.000,00	235.000,00	165	20,30 %
15	Preserje	460,00	120,00	245.000,00	225.000,00	703	8,20 %
16	Preserje	391,00	164,00	149.000,00	115.000,00	456	22,80 %
17	Radomlje	890,00	245,00	250.000,00	250.000,00	4	0,00 %
18	Radomlje	2.300,00	215,00	850.000,00	740.000,00	136	12,90 %
19	Rodica	650,00	180,00	230.000,00	245.000,00	7	-6,50 %
20	Rova	700,00	235,00	235.000,00	200.000,00	178	14,90 %
21	Škrjančevo	750,00	225,00	300.000,00	245.000,00	214	18,30 %
22	Vir	750,00	260,00	350.000,00	275.000,00	352	21,40 %
23	Vir	780,00	187,00	215.000,00	160.000,00	470	25,60 %

Preglednica 101: Podatki o prodaji stanovanjskih hiš na območju občine Domžale v obdobju 2012 - 2013

## 5.1 Analiza razlik oglaševane od prodajne cene stanovanjskih hiš v občini Domžale v letu 2013

Cena	Leto 2013	
	Število hiš	%
Prodajna cena je višja od oglaševane	1	4
Prodajna cena je enaka oglaševani	1	4
Prodajna cena je nižja od oglaševane	21	92

Preglednica 112: Razlika med oglaševano in prodajno ceno stanovanjskih hiš v občini Domžale v letu 2013

### ➤ Prodajna cena stanovanjskih hiš je višja od oglaševane

Po pridobljenih podatkih je v enem primeru od 23 cena stanovanjskih hiš višja od oglaševane, in sicer za 6,25 %. Prodana je bila avgusta leta 2013, čas oglaševanja je bil 7 dni. Po podatkih družbe, ki nam je ta podatek posredovala, gre v tem primeru za dvoboj dveh sosedov, pri nakupu sosednje stanovanjske hiše.

V sedanjem času je takšnih primerov malo, tako kot v tem primeru mora biti nepremičnina zanimiva, sicer se to ne more zgoditi.

### ➤ Prodajna cena stanovanjske hiše je enaka oglaševani

Tudi tu je takšen primer samo eden. Nepremičnina je bila oglaševana 4 dni, prodana je bila leta 2013. Takšnih primerov v sedanjem času ni veliko. Po podatkih družbe je tu imel prodajalec veliko srečo, saj je nepremičnino postavil na trg ter še isti dan dobil klic kupca.

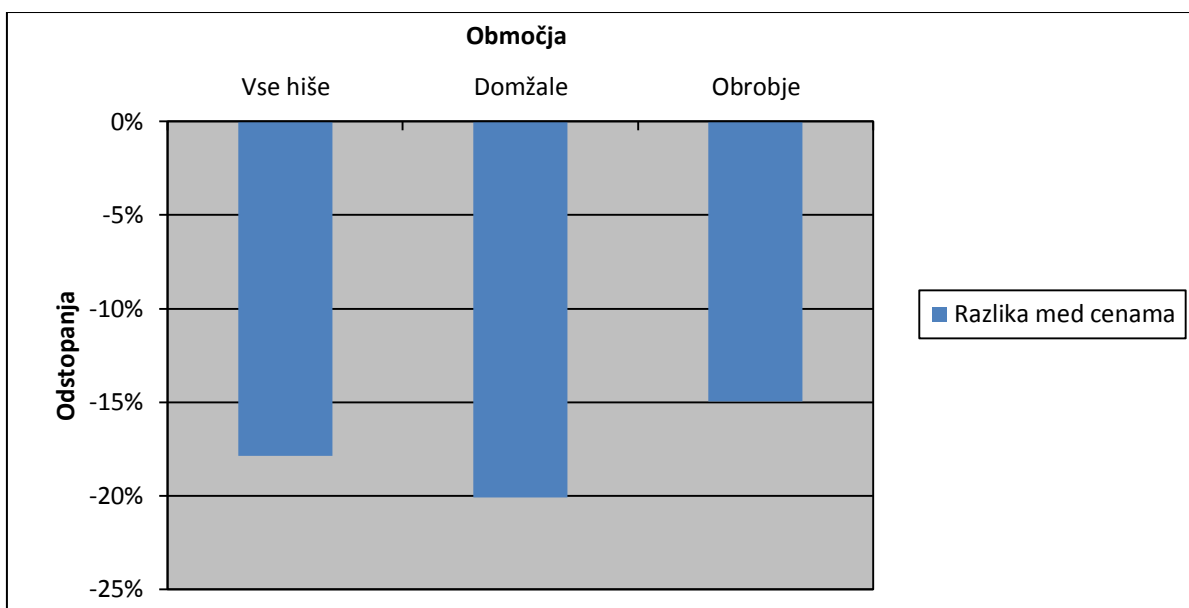
### ➤ Prodajna cena stanovanjskih hiš je nižja od oglaševane

V 21 primerih je prodajna cena nižja od oglaševane, kar pomeni 92 % vseh transakcij. Tak pojav je za sedanje razmere najbolj pogost, saj prodajalci na začetku oglaševanja namenoma določijo višjo oglaševano ceno ter jo kasneje znižajo.

## 5.2 Aritmetične sredine (povprečje) razlik oglaševane cene od prodajne cene stanovanjske hiše

Pri analizi smo za primerjavo analizirali razlike oglaševane cene od prodajne cene za vse stanovanjske hiše skupaj (23), ter ločeno za stanovanjske hiše, ki so bile prodane v mestu Domžale (9) ter v njeni okolici (14).

- **Povprečna razlika med oglaševano in prodajno ceno na podlagi vseh (23) pridobljenih podatkov:** aritmetična sredina (povprečje) razlik znaša 17,86 %, kar pomeni, da je prodajna cena stanovanjske hiše v povprečju za 17,86 % nižja od oglaševane cene stanovanjske hiše.
- **Povprečna razlika med oglaševano in prodajno ceno na podlagi (9) pridobljenih podatkov o prodaji stanovanjskih hiš, prodanih v mestu Domžale:** aritmetična sredina (povprečje) razlik znaša 20,08 %, kar pomeni, da je prodajna cena stanovanjske hiše v povprečju za 20,08 % nižja od oglaševane cene.
- **Povprečna razlika med oglaševano in prodajno ceno na podlagi (14) pridobljenih podatkov o prodaji enostanovanjskih hiš, prodanih v okolici mesta Domžale:** aritmetična sredina (povprečje) razlik znaša 14,96 %, kar pomeni, da je prodajna cena hiše v povprečju za 14,96% nižja od oglaševane cene stanovanjske hiše.



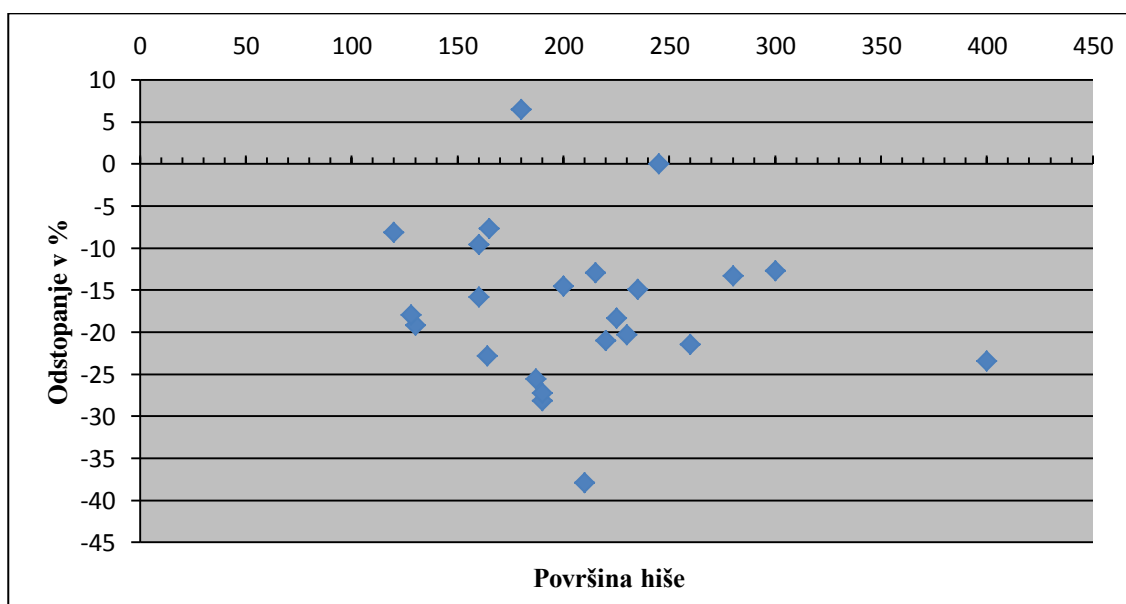
Grafikon 8: Razlika povprečne oglaševane cene od povprečne prodajne cene glede na Domžale in njeno okolico

Iz Grafikona 8 je razvidno, da je manjša razlika med oglaševano in prodajno ceno pri stanovanjskih hišah v okolici mesta Domžale kot v samem mestu Domžale. Vendar zaradi majhnega števila podatkov o prodajah tega ne moremo z gotovostjo trditi.

### 5.3 Povezanost razlik med oglaševano in prodajno ceno stanovanjskih hiš s površino stanovanjske hiše in časom oglaševanja

Zanima nas, ali površina stanovanjske hiše in doba oglaševanja vplivata na razliko med oglaševano in prodajno ceno stanovanjski hiš. Predpostavljamo, da bodo razlike večje pri stanovanjskih hišah z večjo površino in daljšo dobo oglaševanja. Prodajalci namreč po navadi postavijo prav za stanovanjske hiše večjih površin neobičajno visoko oglaševano ceno, misleč, da je cena na enoto manjše ali večje stanovanjske hiše enaka. Predvidevamo, da je razlika med oglaševano in prodajno ceno stanovanjske hiše večja, če se je stanovanjska hiša oglaševala relativno dolgo.

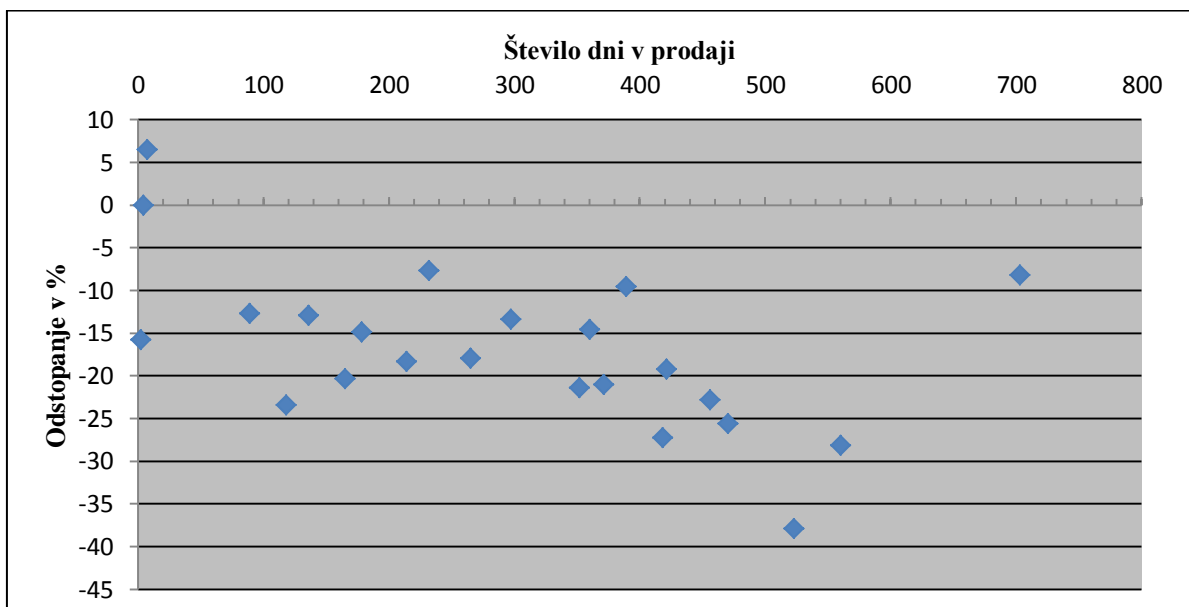
#### ➤ Vpliv površine stanovanjske hiše na razlike



Grafikon 9: Povezanost med razliko, oglaševano in prodajno ceno ter površino stanovanjske hiše v občini Domžale v letu 2013 (1.2.2013)

Determinacijski koeficient pri analizi površine stanovanjske hiše na razliko med oglaševano in prodajno ceno znaša 0,02, iz česar lahko sklepamo, da v našem primeru spremenljivki nista statistično značilno povezani med seboj.

### ➤ Vpliv časa oglaševanja na razliko



Grafikon 10: Povezanost med razliko, oglaševano in prodajno ceno ter površino hiše

Povprečna doba oglaševanja znaša 292 dni. Najhitrejša prodaja stanovanjske hiše se je zgodila v 2 dneh, najdaljša pa v 703 dneh. Determinacijski koeficient pri analizi vpliva časa oglaševanja na razliko med oglaševano in prodajno ceno znaša 0,32, iz česar lahko trdimo, da sta spremenljivki povezani med seboj. To pomeni, da se z daljšim časom oglaševanja razlika veča. Če se stanovanjska hiša hitro proda, je razlika med oglaševano in prodajno ceno stanovanjske hiše majhna.

## 6 PREGLED REZULTATOV ANKETE MED NEPREMIČNINSKIMI DRUŽBAMI O RAZLIKI MED OGLAŠEVANO IN PRODAJNO CENO NEPREMIČNIN

V diplomskem delu smo opravili tudi anketo na podlagi vprašalnika, v kateri je sodelovalo dvajset nepremičninskih družb. Vprašalnik je povzet po diplomskem delu iz leta 2006 (Šašel, 2007), isto anketo pa je leta 2011 opravila tudi Katarina Dolenc (Dolenc, 2011). Namen ankete je ugotoviti, na kakšen način nepremičninske družbe oz. njihovi naročniki določijo oglaševano ceno nepremičnine ter kateri faktorji in predvsem, v kolikšni meri vplivajo na prodajno ceno nepremičnine (Dolenc, 2011).

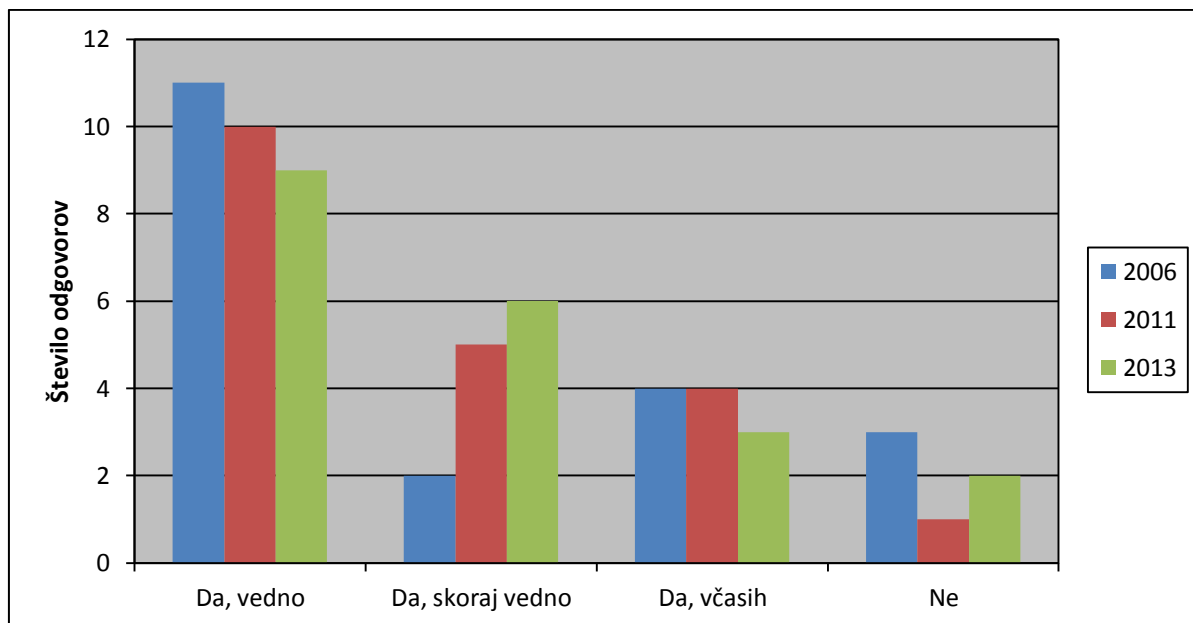
V raziskavah, ki sta bili opravljeni leta 2006 ter 2011, je sodelovalo dvajset nepremičninskih družb na območju mestne občine Ljubljana. Našo raziskavo smo opravili na območju občine Domžale. Ker v občini ni dovolj nepremičninskih družb, smo raziskavo razširili tudi na nepremičninske družbe s sedežem v sosednjih občinah (občina Trzin, Mengeš, Kamnik in Lukovica).

V nadaljevanju so navedena vprašanja in primerjava odgovorov.

### 6.1 Ali naročniku (prodajalcu) svetujete izhodiščno (oglaševano) ceno nepremičnine ?

	Število odgovorov in delež (v %) v letih:		
	2006	2011	2013
<b>Da, vedno</b>	11 (55)	10 (50)	9 (45)
<b>Da, skoraj vedno</b>	2 (10)	5 (25)	6 (30)
<b>Da, včasih</b>	4 (20)	4 (20)	3 (15)
<b>Ne</b>	3 (15)	1 (5)	2 (10)

Preglednica 123: Število in delež odgovorov na vprašanje »Ali naročniku (prodajalcu) svetujete izhodiščno (oglaševano) ceno nepremičnine?«



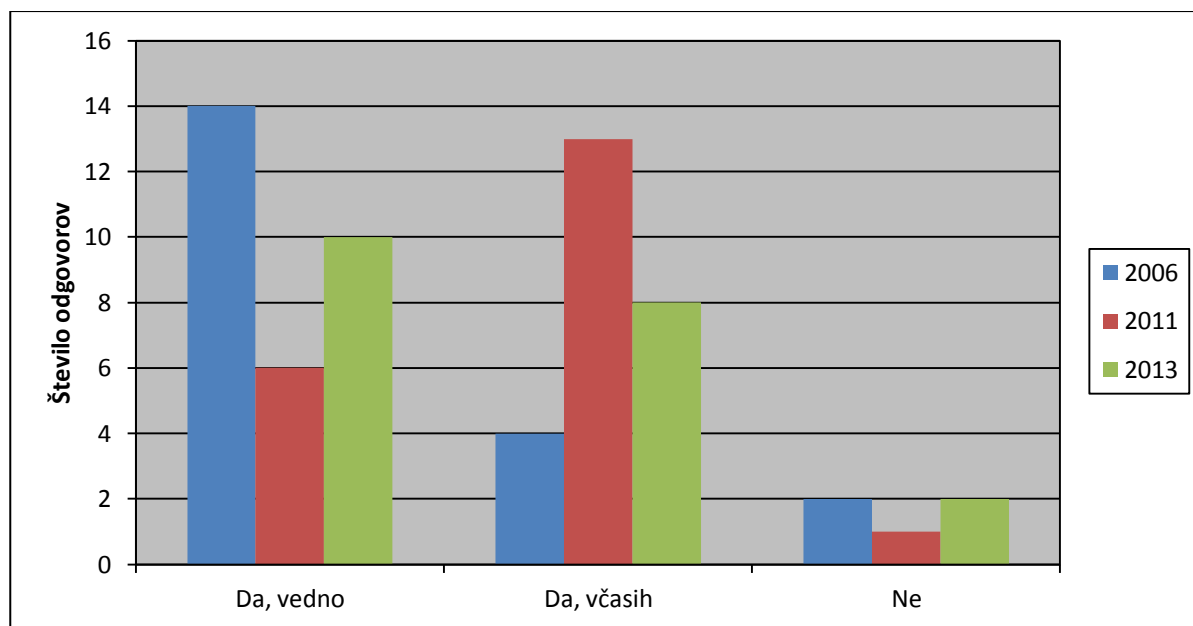
Grafikon 11: Število in delež odgovorov na vprašanje »Ali naročniku (prodajalcu) svetujete izhodiščno (oglaševano) ceno nepremičnine?«

Iz Preglednice 13 je razvidno, da večina (75 %) nepremičninskih družb še vedno svetuje naročniku (prodajalcu) oglaševano ceno nepremičnine. V primerjavi s prejšnjima raziskavama se je odstotek družb, ki vedno svetujejo izhodiščno ceno, nekoliko znižal (iz 55 % na 45 %), odstotek družb, ki skoraj vedno svetujejo izhodiščno ceno, pa se je nekoliko povešal (iz 10 % na 30 %). 10 % nepremičninskih družb naročniku ne svetuje izhodiščne cene. Po pogovoru s predstavniki nepremičninskih družb smo ugotovili, da imajo naročniki v času sprememb na nepremičninskem trgu na začetku nerealne predstave glede prodaje svoje nepremičnine. Nepremičninske družbe želijo naročnikovo nepremičnino kar se da hitro prodati, zato naročniku svetujejo glede izhodiščne oglaševane cene, odločitev o postavljeni izhodiščni oglaševani ceni pa je v rokah naročnika.

## 6.2 V primeru, da izhodiščno (oglaševano) ceno postavi naročnik (prodajalec) in menite, da ne ustreza dejanski tržni vrednosti (previsoka), ali jo poskušate že takoj znižati?

	Število odgovorov in delež (v %) v letih:		
	2006	2011	2013
<b>Da, vedno</b>	14 (70)	6 (30)	10 (50)
<b>Da, včasih</b>	4 (20)	13 (65)	8 (40)
<b>Ne</b>	2 (10)	1(5)	2 (10)

Preglednica 13: Število in delež odgovorov na vprašanje »V primeru, da izhodiščno (oglaševano) ceno postavi naročnik (prodajalec) in menite, da ne ustreza dejanski tržni vrednosti (previsoka), ali jo poskušate že takoj znižati?«



Grafikon 12: Število in delež odgovorov na vprašanje »V primeru, da izhodiščno (oglaševano) ceno postavi naročnik (prodajalec) in menite, da ne ustreza dejanski tržni vrednosti (previsoka), ali jo poskušate že takoj znižati?«

Pri drugem vprašanju so odgovori pri vsaki od obravnavanih anket drugačni. Dolenčeva je v diplomski nalogi zapisala, da so nepremičninske družbe ugotovile, da se je na trgu pojavilo veliko samooklicanih strokovnjakov, ki se sami želijo preizkusiti v prodaji. V našem primeru so povedali podobno zgodbo. Veliko prodajalcev ne želi prodajati nepremičnin preko nepremičninskih družb, zato nepremičnino prodajajo sami s previsoko izhodiščno oglaševano ceno. Ko ugotovijo, da po nepremičnini pri tej oglaševani ceni ni povpraševanja, se odločijo za prodajo preko nepremičninskih družb.

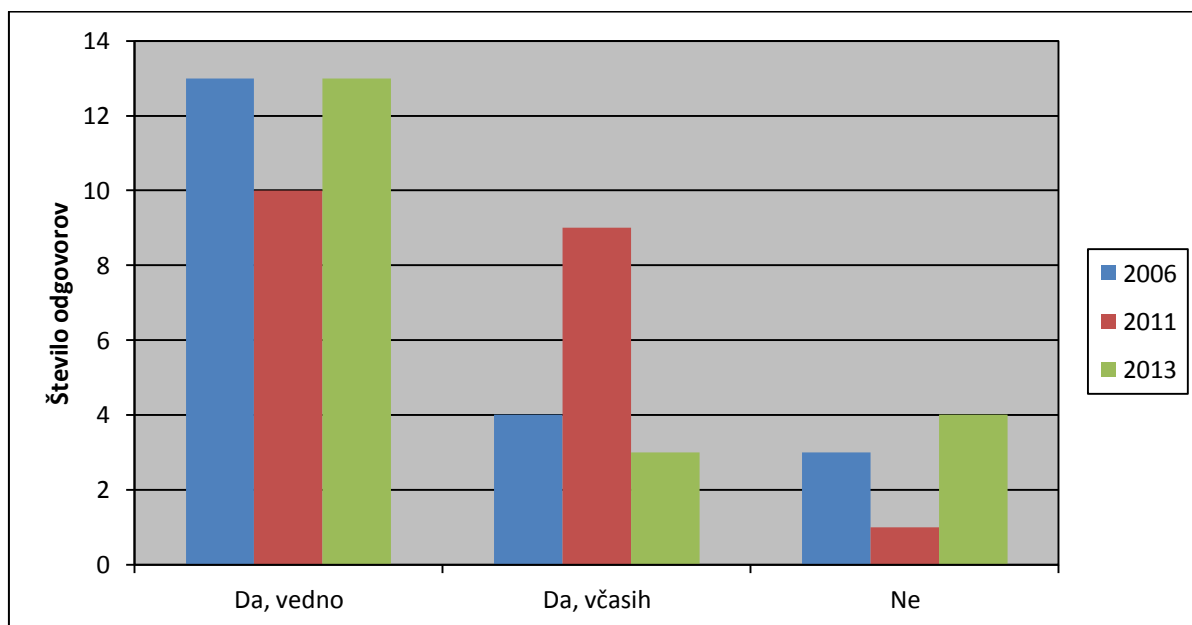


90 % nepremičninskih družb že na začetku poskuša znižati izhodiščno oglaševano ceno, vendar ima zadnjo besedo vedno prodajalec. Nekatere družbe so povedale tudi, da če je izhodiščna oglaševana cena, ki jo poda prodajalec, občutno previsoka in če je prodajalec ne želi znižati, ne želijo prodajati te nepremičnine.

### 6.3 V primeru, da naročnik (prodajalec) po vašem mnenju postavi prenizko izhodiščno (oglaševano) ceno, ali mu svetujete višjo?

	Število odgovorov in delež (v %) v letih:		
	2006	2011	2013
Da, vedno	13 (65)	10 (50)	13 (65)
Da, včasih	4 (20)	9 (45)	3 (15)
Ne	3 (15)	1 (5)	4 (20)

Preglednica 14: Število in delež odgovorov na vprašanje »V primeru, da naročnik (prodajalec) po vašem mnenju postavi prenizko izhodiščno (oglaševano) ceno, ali mu svetujete višjo?«



Grafikon 13: Število in delež odgovorov na vprašanje »V primeru, da naročnik (prodajalec) po vašem mnenju postavi prenizko izhodiščno (oglaševano) ceno, ali mu svetujete višjo?«

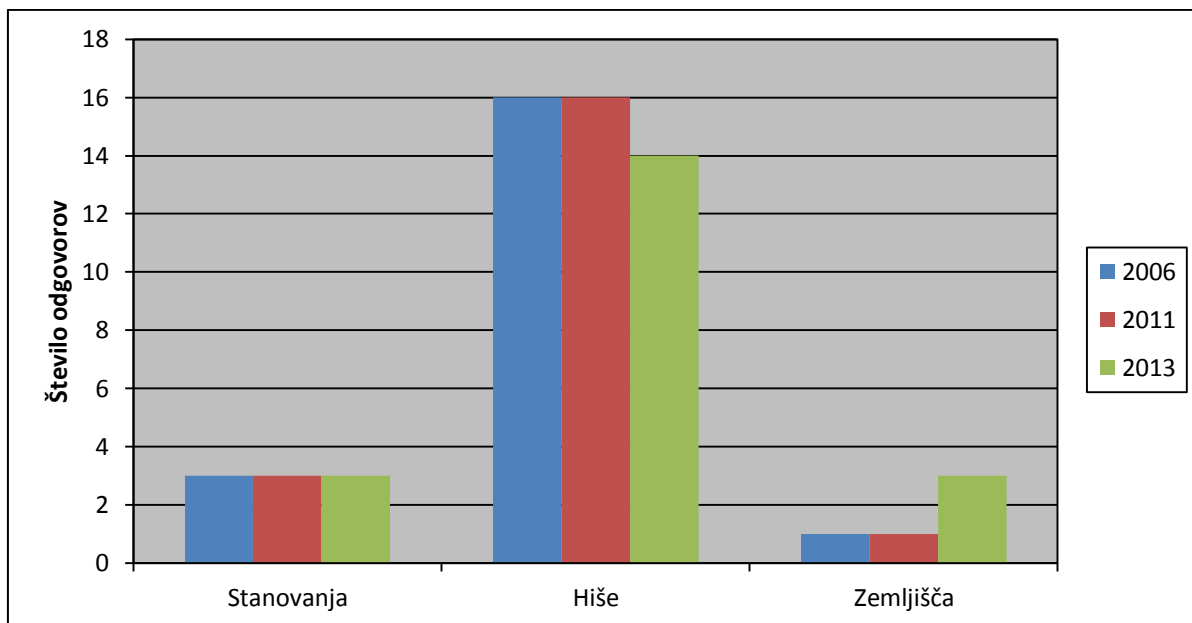
Odgovori pri tretjem vprašanju so nekoliko presenetljivi. Kar 20 % nepremičninskih družb je odgovorilo, da v primeru prenizke izhodiščne oglaševane cene ne svetujejo višje izhodiščne oglaševane cene, saj so mnenja, da se prodajalec sam odloči za izhodiščno ceno. Večina, 65 % nepremičninskih družb, vedno svetuje višjo ceno, 15 % družb pa le včasih. Vse nepremičninske družbe pa so kot komentar dodale, da v zadnjih letih niso zasledile primera, da bi prodajalec postavil prenizko izhodiščno oglaševano ceno. Nekateri so v šali dodali, da višja kot je prodajna cena, višjo provizijo dobijo.

#### 6.4 Pri kateri vrsti nepremičnin opažate, da prihaja do največjih razlik (procentualno) med oglaševano in prodajno ceno nepremičnine?

	Število odgovorov in delež (v %) v letih:		
	2006	2011	2013
<b>Stanovanja</b>	3 (15)	3 (15)	3 (15)
<b>Hiše</b>	16 (80)	16 (80)	14 (70)
<b>Zemljišča</b>	1 (5)	1 (5)	3 (15)

Preglednica 15: Število in delež odgovorov na vprašanje »Pri kateri vrsti nepremičnin opažate, da prihaja do največjih razlik (procentualno) med oglaševano in prodajno ceno nepremičnine?«

Po 7. letih so nepremičninske družbe še vedno istega mnenja, da je največja razlika med oglaševano in prodajno ceno pri stanovanjskih hišah. Anketiranci so bili takšnega mnenja predvsem zaradi različnih cenovnih razredov. Ker je stanovanjska hiša najdražja in si jo marsikdo ne more privoščiti, nekateri pa si jo lahko privoščijo pod določenimi pogoji, zato pri stanovanjskih hišah po njihovem mnenju prihaja do večjih razlik med cenama.

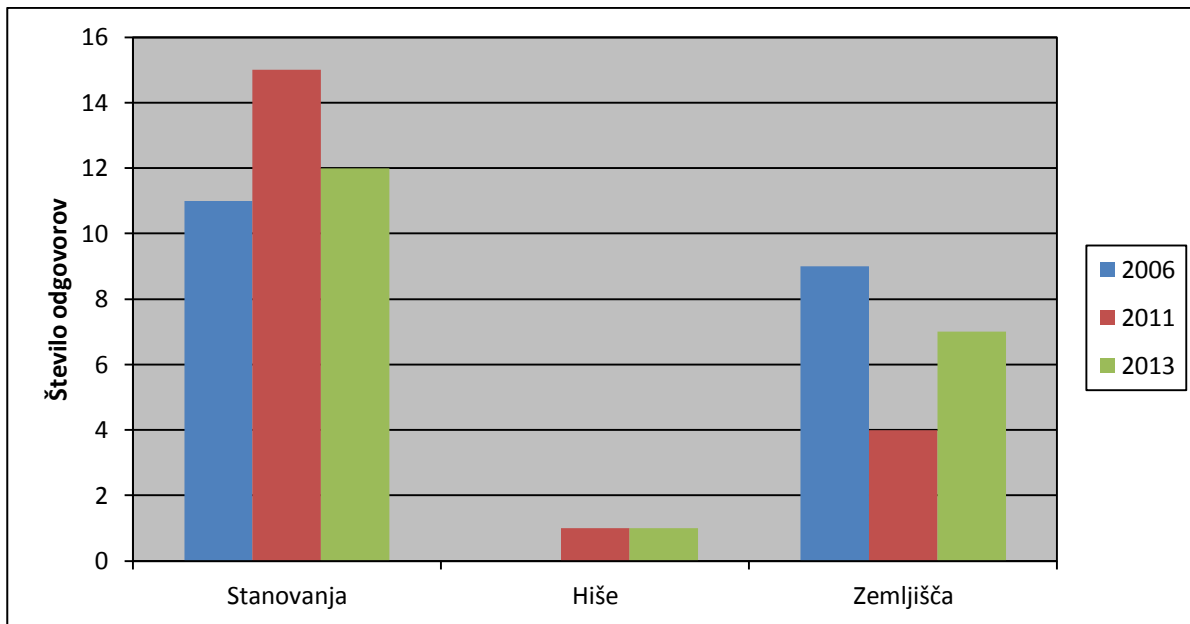


Grafikon 14: Število in delež odgovorov na vprašanje »Pri kateri vrsti nepremičnin opazate, da prihaja do največjih razlik (procentualno) med oglaševano in prodajno ceno nepremičnine?«

#### 6.5 Pri kateri vrsti nepremičnin opazate, da prihaja do najmanjših razlik (procentualno) med oglaševano in prodajno ceno nepremičnine?

	Število odgovorov in delež (v %) v letih:		
	2006	2011	2013
<b>Stanovanja</b>	11 (55)	15 (70)	12 (60)
<b>Hiše</b>	0 (0)	1 (5)	1 (5)
<b>Zemljišča</b>	9 (45)	4 (20)	7 (35)

Preglednica 16: Število in delež odgovorov na vprašanje »Pri kateri vrsti nepremičnin opazate, da prihaja do najmanjših razlik (procentualno) med oglaševano in prodajno ceno nepremičnine?«



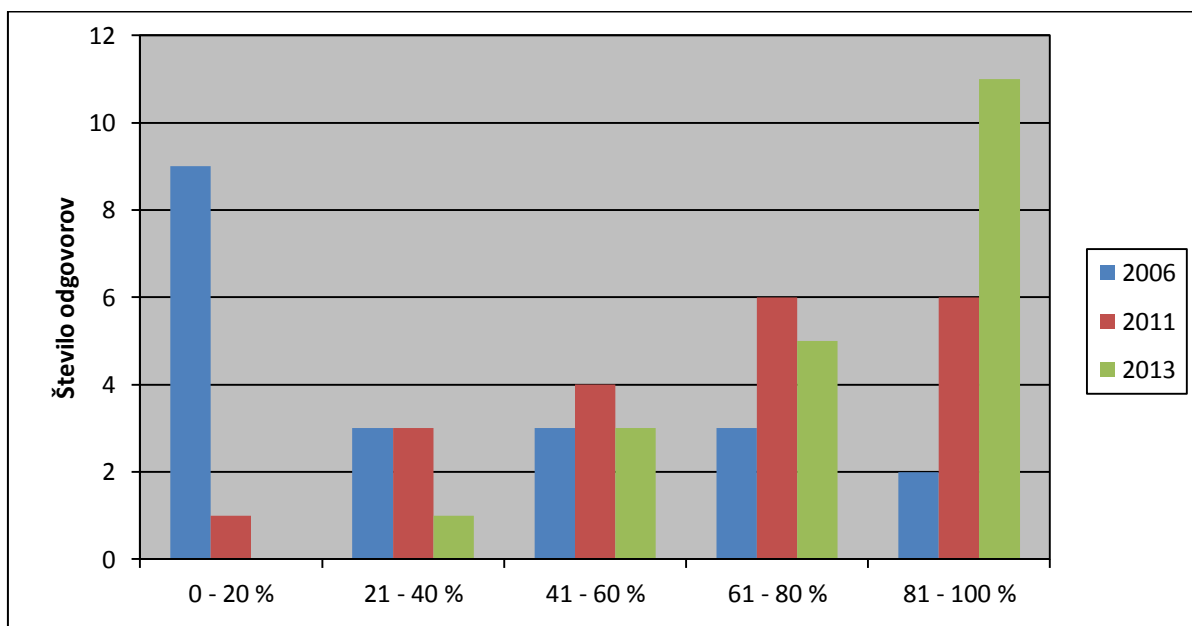
Grafikon 15: Število in delež odgovorov na vprašanje »Pri kateri vrsti nepremičnin opažate, da prihaja do najmanjših razlik (procentualno) med oglaševano in prodajno ceno nepremičnine?«

Na Grafikonu 15 je jasno razvidno, da se rezultati v obravnavanih letih niso kaj dosti spremenili. Nepremičninske družbe so še vedno mnenja, da so najmanjše razlike pri stanovanjih. Tako pri prejšnjem kot pri zdajšnjem vprašanju so bili rezultati pričakovani, saj imajo prodajalci stanovanj ter zemljišč večje možnosti za primerjavo in določitev okvirne izhodiščne oglaševane cene nepremičnin. Na spletnih portalih je največ oglasov stanovanj ter zemljišč. Tako lahko prodajalec na podlagi analiz primerljivih nepremičnin določi izhodiščno oglaševano ceno ter se približa realni oziroma končni prodajni ceni

## 6.6 Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) se odloči, da v času oglaševanja nepremičnine zniža ceno?

	Število odgovorov in delež (v %) v letih:		
	2006	2011	2013
0 – 20 %	9 (45)	1 (5)	0 (0)
21 – 40 %	3 (15)	3 (15)	1 (5)
41 – 60 %	3 (15)	4 (20)	3 (15)
61– 80 %	3 (15)	6 (30)	5 (25)
81 – 100 %	2 (10)	6 (30)	11 (55)

Preglednica 17: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) se odloči, da v času oglaševanja nepremičnine zniža ceno? «



Grafikon 16: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) se odloči, da v času oglaševanja nepremičnine zniža ceno? «

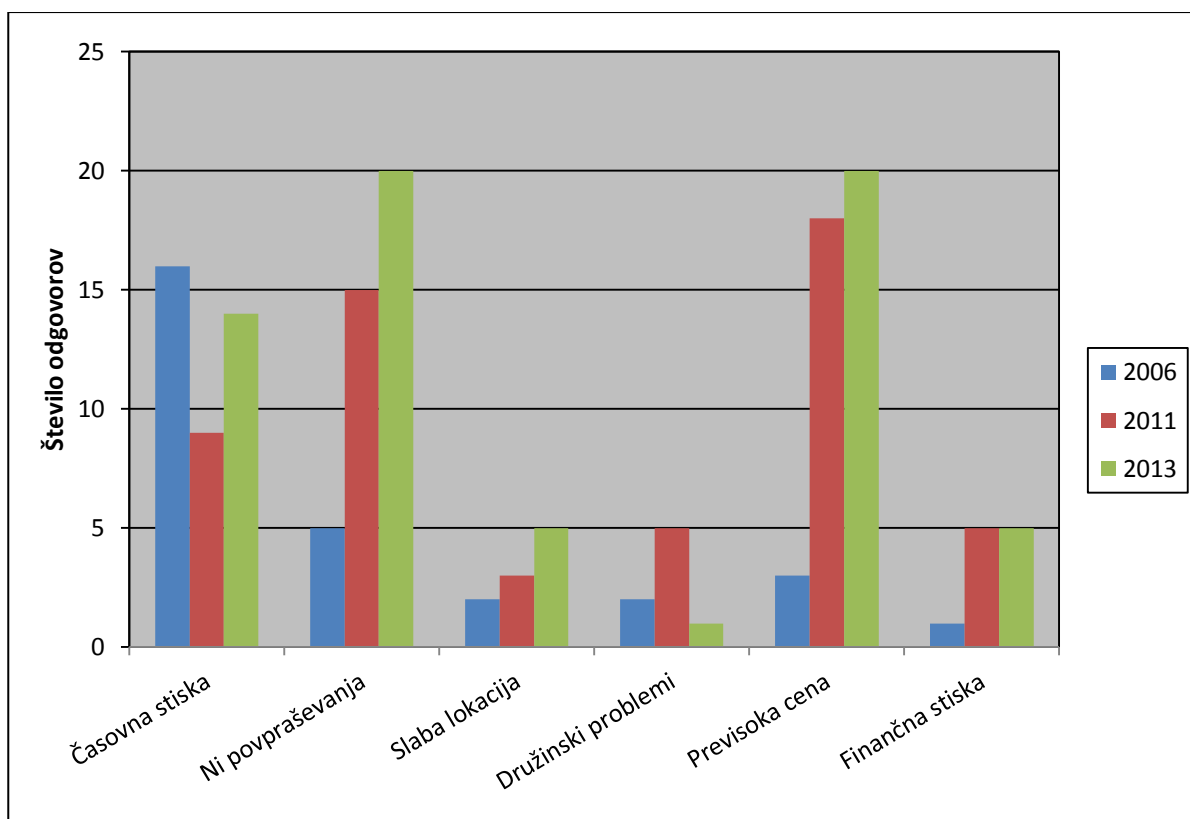
Naša anketa ter anketa iz leta 2011 sta po rezultatih skoraj obratno sorazmerni glede na odgovore iz leta 2006. Takrat je kar devet nepremičninskih družb odgovorilo, da je odstotek naročnikov, ki v času oglaševanja nepremičnine znižajo ceno, manjši kot 20 %. Sedaj takšnega mnenja nima nobena nepremičninska družba.

V našem primeru je kar 11 nepremičninskih družb odgovorilo, da je odstotek večji od 81 %. To kaže na dejstvo, da je bilo pred recesijo nepremičnine lažje prodati, samih oglaševanih cen nepremičnin pa ni bilo potrebno spuščati. Pregled vseh anket je pokazal, da je vse več prodajalcev prisiljenih v znižanje izhodiščnih oglaševanih cen nepremičnin. Kar nekaj nepremičninskih družb je omenilo dejstvo, da če prodajalec želi prodati nepremičnino, mora v sedanjih časih znižati ceno.

### 6.7 Kateri so najpogostejši vzroki, da naročnik (prodajalec) v času, ko se nepremičnina oglašuje, zniža ceno (možnih je več odgovorov)?

	Število odgovorov in delež (v %) v letih:		
	2006	2011	2013
Časovna stiska	16	9	14
Ni povpraševanja	5	15	20
Slaba lokacija	2	3	5
Družinski problemi	2	5	1
Previsoka cena	3	18	20
Finančna stiska	1	5	5

Preglednica 19: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kateri so najpogostejši vzroki, da naročnik (prodajalec) v času, ko se nepremičnina oglašuje, zniža ceno (možnih je več odgovorov)? «



Grafikon 17: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kateri so najpogostejši vzroki, da naročnik (prodajalec) v času, ko se nepremičnina oglašuje, zniža ceno (možnih je več odgovorov)?«

Pri sedmem vprašanju so odgovori presenetljivi. Vse nepremičninske družbe so mnenja, da je najpogostejši vzrok za znižanje cene v času, ko se nepremičnina prodaja, previsoka oglaševana cena ter pomanjkanje povpraševanja. Tu so nepremičninske družbe ponovno zatrdile, da so prodajalci »še vedno v času pred recesijo«. Oglaševane cene postavijo previsoko ter nato vztrajajo pri določeni oglaševani ceni, zato ni povpraševanja po taki nepremičnini.

Omenili so tudi dejstvo, da imajo mediji velik vpliv na trenutni trg nepremičnin. Na splet mesečno pride kar nekaj člankov, v katerih piše, naj kupci počakajo z nakupom nepremičnin, saj se bodo cene še znižale. S tem pa je povezan tretji najpogostejši odgovor (časovna stiska). Ta vzrok je velik problem pri prodajalcih. Če kupec ugotovi, da se prodajalcu mudi s prodajo, lahko doseže, da bo prodajalec oglaševano ceno še spustil.

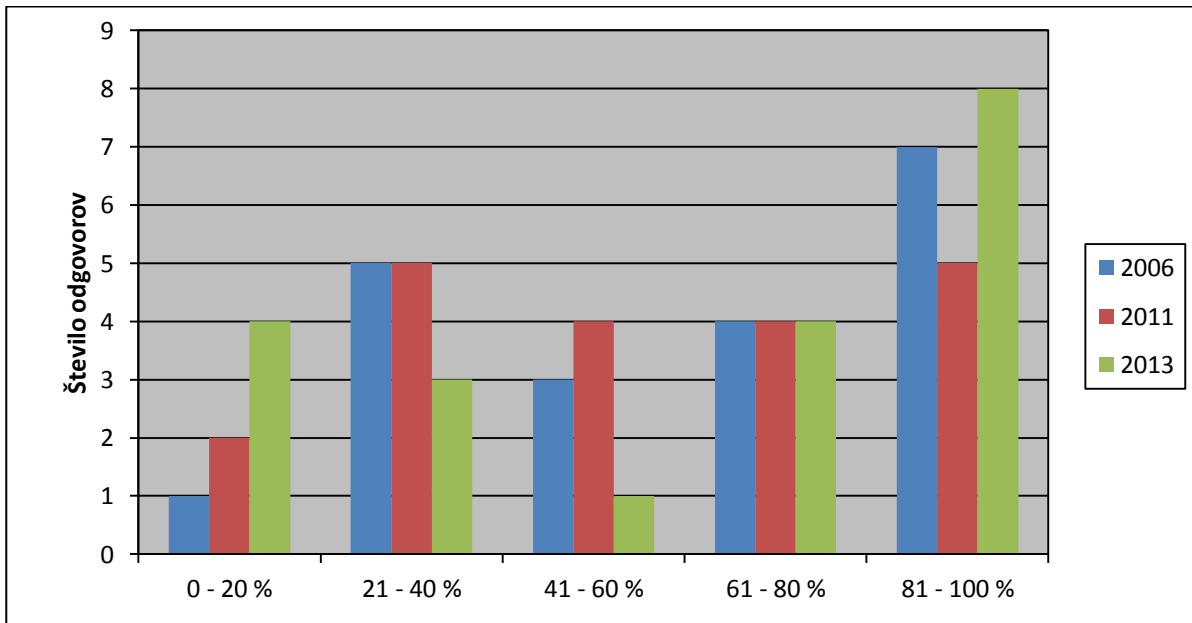
Nekatere nepremičninske družbe so na sedmo vprašanje odgovorile, da gre za tri skupine vzrokov:

- vzroki za znižanje cene pri vsakem prodajalcu (ni povpraševanja, previsoka cena)
- vzroki za znižanje cene zaradi časovne stiske
- vzroki za znižanje cene zaradi socialno-okoljskih problemov (slaba lokacija, družinski problemi, finančna stiska)

#### 6.8 Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) že na začetku prodaje namenoma določi previsoko oglaševano ceno in jo je v času, ko se nepremičnina oglašuje, pripravljenih znižati?

	Število odgovorov in delež (v %) v letih:		
	2006	2011	2013
0 – 20 %	1 (5)	2 (10)	4 (20)
21 – 40 %	5 (25)	5 (25)	3 (15)
41 – 60 %	3 (30)	4 (20)	1 (5)
61– 80 %	4 (35)	4 (20)	4 (20)
81 – 100 %	7 (35)	5 (25)	8 (40)

Preglednica 18: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) že na začetku prodaje namenoma določi previsoko oglaševano ceno in jo je v času, ko se nepremičnina oglašuje, pripravljenih znižati? «



Grafikon 18: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) že na začetku prodaje namenoma določi previsoko oglaševano ceno in jo je v času, ko se nepremičnina oglašuje, pripravljenih znižati? «

40 % nepremičninskih družb je kot odgovor navedlo, da večina prodajalcev že na začetku prodaje namenoma določi previsoko oglaševano ceno in jo v času oglaševanja postopoma znižuje. 20 % družb meni, da je takih naročiteljev med 61 % in 80 % ter med 0 % in 20 %.

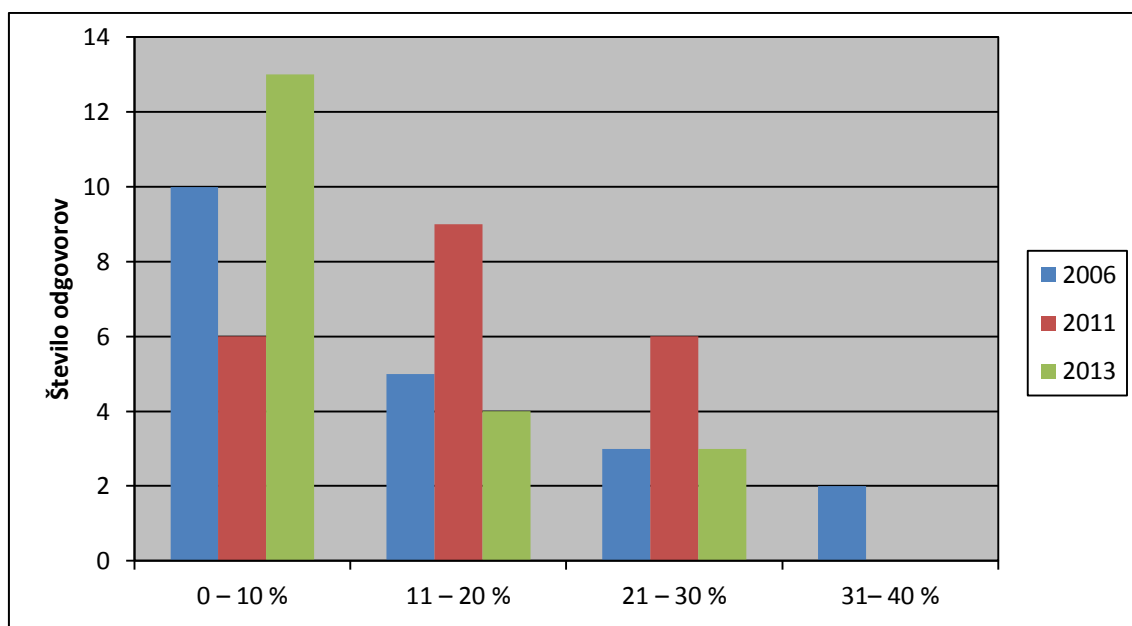
Nepremičninske družbe so kot komentar na vprašanja navedle, da višjo oglaševano ceno postavijo zaradi pogajanj pri določevanju končne prodajne cene. Se pa sedaj pojavlja vse več prodajalcev, ki postavijo višjo oglaševano ceno ter čakajo na pojav čudežne osebe, ki bi kupila nepremičnino za tako ceno. Vendar nepremičninske družbe ne želijo sodelovati s takimi prodajalci, saj za take prodajalce porabijo več sredstev, kot pa jih dobijo.



**6.9 Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) že na začetku prodaje namenoma določi previsoko oglaševano ceno in je v času, ko se nepremičnina oglašuje, ni pripravljen znižati (vztrajajo pri določeni ceni ne glede na čas prodaje)?**

	Število odgovorov in delež (v %) v letih:		
	2006	2011	2013
<b>0 – 10 %</b>	10 (50)	6 (30)	13 (65)
<b>11 – 20 %</b>	5 (25)	9 (45)	4 (20)
<b>21 – 30 %</b>	3 (15)	6 (30)	3 (15)
<b>31– 40 %</b>	2 (10)	0 (0)	0 (0)

Preglednica 19: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) že na začetku prodaje namenoma določi previsoko oglaševano ceno in je v času, ko se nepremičnina oglašuje, ni pripravljen znižati (vztrajajo pri določeni ceni ne glede na čas prodaje)? «



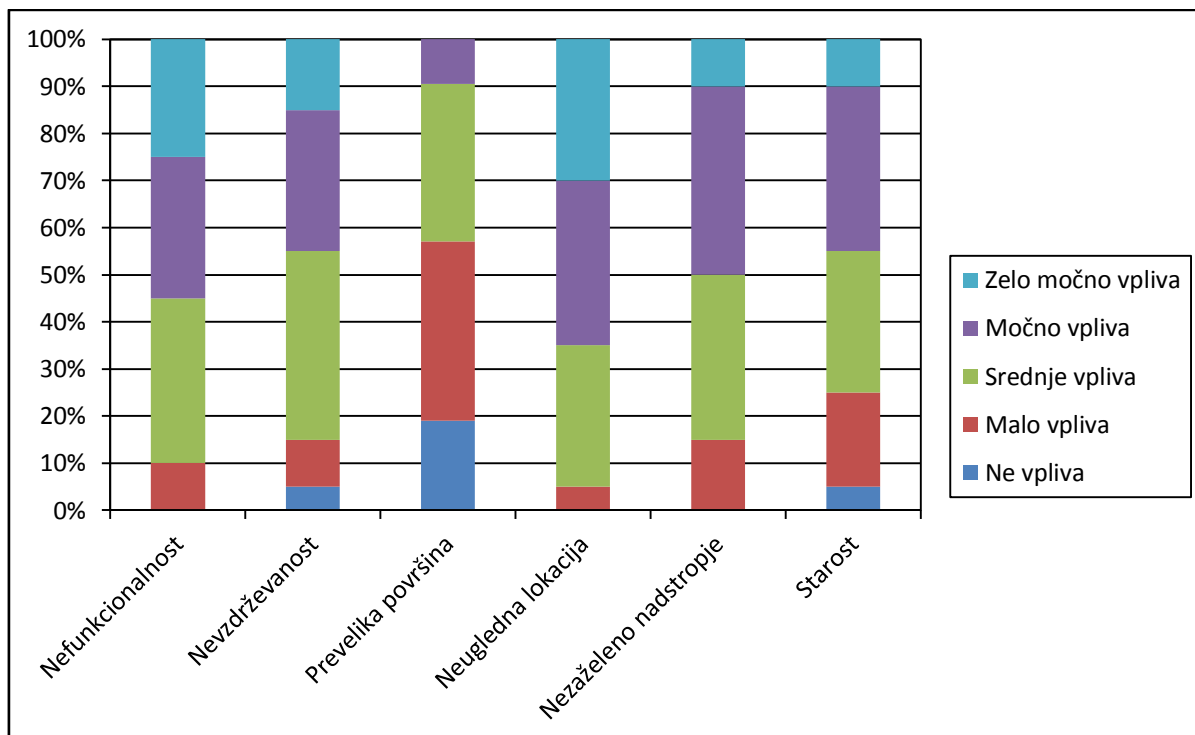
Grafikon 19: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kolikšen odstotek naročnikov (prodajalcev) že na začetku prodaje namenoma določi previsoko oglaševano ceno in je v času, ko se nepremičnina oglašuje, ni pripravljen znižati (vztrajajo pri določeni ceni ne glede na čas prodaje)? «

77 % nepremičninskih družb meni, da je takih naročnikov med 0 % in 10 % in menijo, da je ta odstotek glede na današnje razmere previsok. Cen niso pripravljene znižati tisti, ki še vedno »živijo v preteklih zlatih časih« prodaje nepremičnin, pred začetkom recesije, so na nepremičnino navezani, nepremičnino oglašujejo samo zaradi "firbca" ali pa se jim s prodajo ne mudi. Vendar nepremičninske družbe s takimi prodajalci ne želijo sodelovati.

#### 6.10 Kako pomanjkljivosti, ki na trgu predstavljajo manjvrednost, vplivajo na zniževanje cene v času, ko se nepremičnina oglašuje?

Pomanjkljivosti 2013	Število odgovorov in delež (v %) v letih:				
	Ne vpliva	Malo vpliva	Srednje vpliva	Močno vpliva	Zelo močno vpliva
Nefunkcionalnost	0 (0)	2 (10)	7 (35)	6 (30)	5 (25)
Nevzdrževanost	1 (5)	2 (10)	8 (40)	6 (30)	3 (15)
Prevelika površina	4 (20)	7 (35)	7 (35)	2 (10)	0 (0)
Neugledna lokacija	0 (0)	1 (5)	6 (30)	7 (35)	6 (30)
Nezaželeno nadstropje	0 (0)	3 (15)	7 (35)	8 (40)	2 (10)
Starost	1 (5)	4 (20)	6 (30)	7 (35)	2 (10)

Preglednica 20: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako pomanjkljivosti, ki na trgu predstavljajo manjvrednost, vplivajo na zniževanje cene v času, ko se nepremičnina oglašuje?«



Grafikon 20: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako pomanjkljivosti, ki na trgu predstavljajo manjvrednost, vplivajo na zniževanje cene v času, ko se nepremičnina oglašuje? «

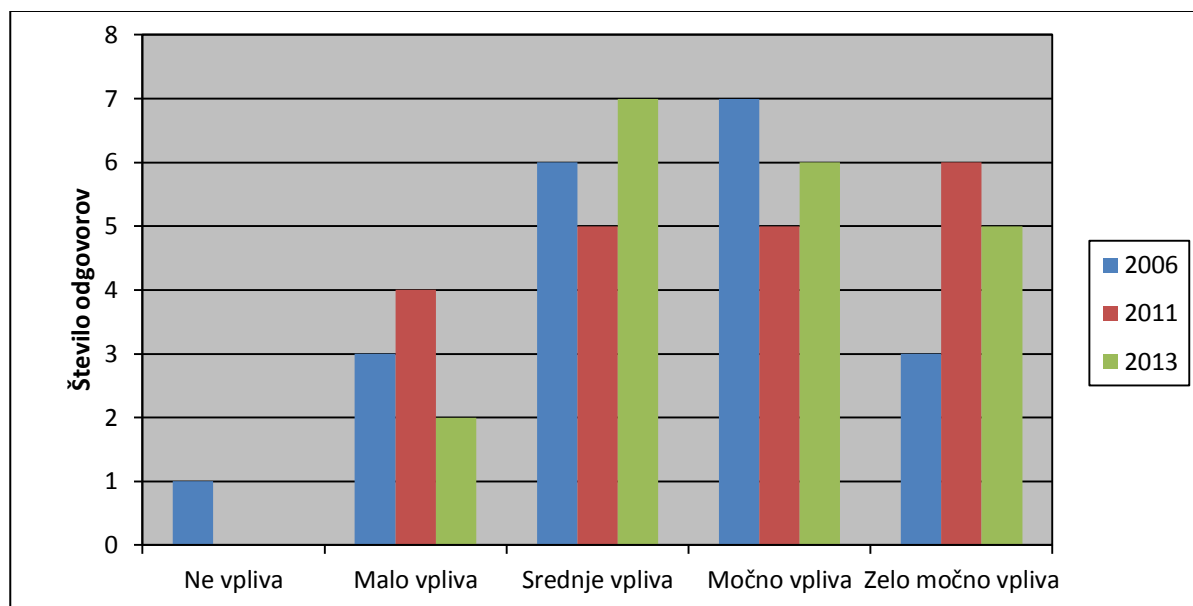
Na ceno nepremičnine vpliva veliko dejavnikov. Kot vidimo na Grafikonu 20, je tako kot tudi v prejšnjih anketah ena izmed najpogostejših pomanjkljivosti neugledna lokacija. Kar 75 % nepremičninskih družb je mnenja, da neugledna lokacija zelo močno (30 %) in močno (35 %) vpliva na znižanje oglaševane cene. Tudi tu so nepremičninske družbe dejale, da lahko našteje pomanjkljivosti razdelimo v tri skupine (po vrstnem redu pomembnosti faktorjev):

- Nefunkcionalnost ter neugledna lokacija nepremičnine
- Nevzdrževanost ter starost nepremičnine
- Prevelika površina ter nezaželeno nadstropje

### ➤ Nefunkcionalnost

	Število odgovorov in delež (v %) v letih:		
	2006	2011	2013
<b>Ne vpliva</b>	1 (5)	0 (0)	0 (0)
<b>Malo vpliva</b>	3 (15)	4 (20)	2 (10)
<b>Srednje vpliva</b>	6 (30)	5 (25)	7 (35)
<b>Močno vpliva</b>	7 (35)	5 (25)	6 (30)
<b>Zelo močno vpliva</b>	3 (15)	6 (30)	5 (25)

Preglednica 21: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno nefunkcionalnost vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? «



Grafikon 21: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno nefunkcionalnost vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? «

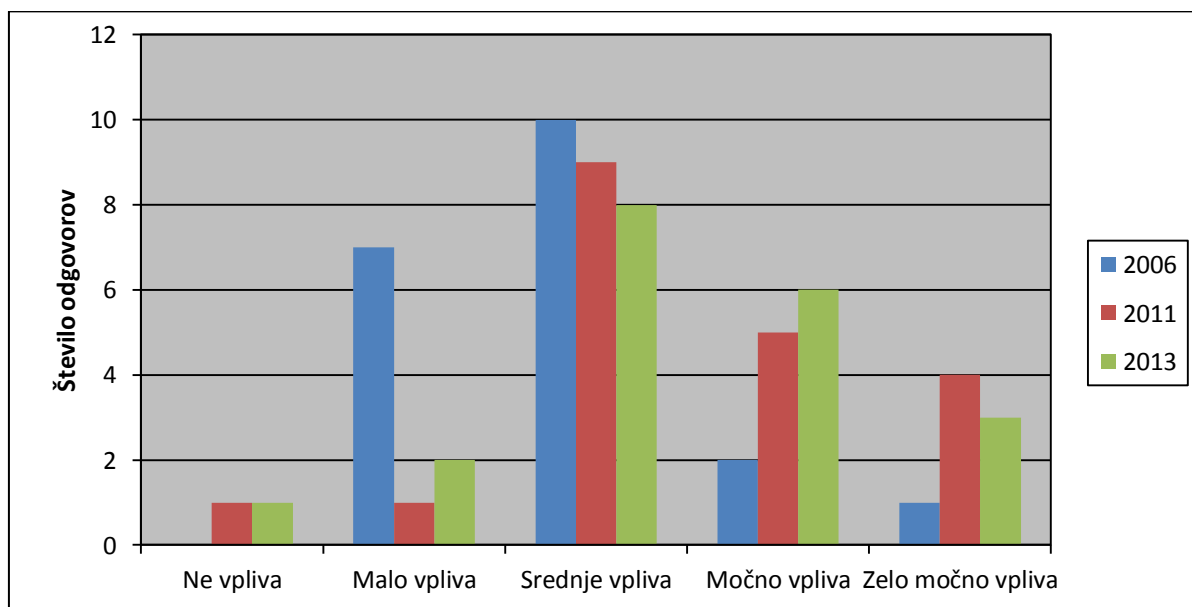
Kot razberemo iz Grafikona 21, ima nefunkcionalnost velik vpliv na ceno nepremičnine. Več kot polovica (55 %) nepremičninskih družb meni, da nefunkcionalnost močno (30 %) ali zelo močno (25 %) vpliva na znižanje cen nepremičnine. Nepremičninske družbe so kot komentar k odgovoru dejale, da so sedaj kupci bolj zahtevni glede udobja v sami nepremičnini. Poudarile so tudi dejstvo, da ugotavljajo, da so nefunkcionalne nepremičnine dalj časa na trgu. Nefunkcionalnost na ceno vpliva predvsem pri stanovanjskih hišah.

Nekatere stanovanjske hiše imajo garažo le za en avto, nekatere imajo majhno dvorišče ter vrt, v stanovanjski hiši ne moreta bivati dve družini, spet druge imajo neugodno razporeditev prostorov. Vse to sedaj močno vpliva na ceno nepremičnin.

➤ **Nevezdrževanost**

	Število odgovorov in delež (v %) v letih:		
	2006	2011	2013
<b>Ne vpliva</b>	0 (0)	1 (5)	1 (5)
<b>Malo vpliva</b>	7 (35)	1 (5)	2 (10)
<b>Srednje vpliva</b>	10 (50)	9 (45)	8 (40)
<b>Močno vpliva</b>	2 (10)	5 (25)	6 (30)
<b>Zelo močno vpliva</b>	1 (5)	4 (20)	3 (15)

Preglednica 22: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno nevezdrževanost vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje?«



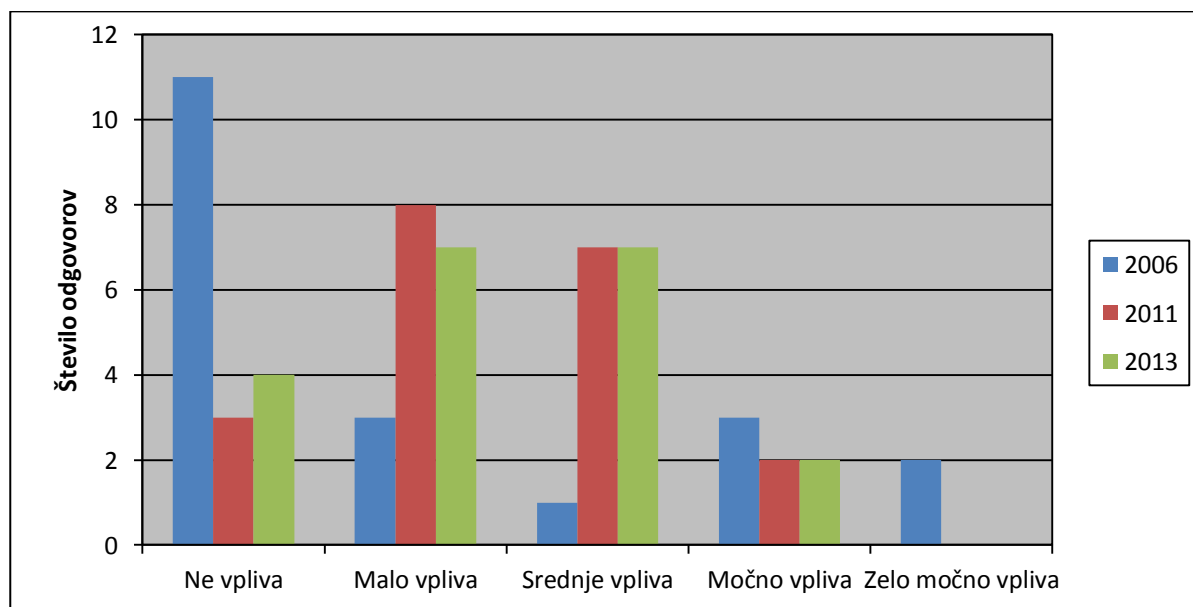
Grafikon 22: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno nevezdrževanost vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? «

Pri večina primerov nevezdrževanost stavbe ne vpliva toliko na ceno nepremičnine, ker večina kupcev ob nakupu nepremičnine načrtuje prenovo nepremičnine. Leta 2006 nevezdrževanost ni toliko vplivala na vrednost nepremičnine (85 % nepremičninskih družb je menilo, da malo ali srednje vpliva na ceno), sedaj pa 45 % nepremičninskih družb meni, da nevezdrževanost močno (30 %) ali zelo močno (15 %) vpliva na ceno nepremičnin. Kot komentar na vprašanje je veliko nepremičninskih družb povedalo, da je sedaj veliko kupcev, ki želijo kupiti zapuščeno nepremičnino, da jo obnovijo po lastnih željah. Nekateri kupci pa si želijo dobro ohranjeno nepremičnino, ker nimajo denarja za kasnejše obnavljanje.

### ➤ Prevelika površina

	Število odgovorov in delež (v %) v letih:		
	2006	2011	2013
<b>Ne vpliva</b>	11 (55)	3 (15)	4 (20)
<b>Malo vpliva</b>	3 (15)	8 (40)	7 (35)
<b>Srednje vpliva</b>	1 (5)	7 (35)	7 (35)
<b>Močno vpliva</b>	3 (15)	2 (10)	2 (10)
<b>Zelo močno vpliva</b>	2 (10)	0 (0)	0 (0)

Preglednica 23: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno prevelika površina vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje?«



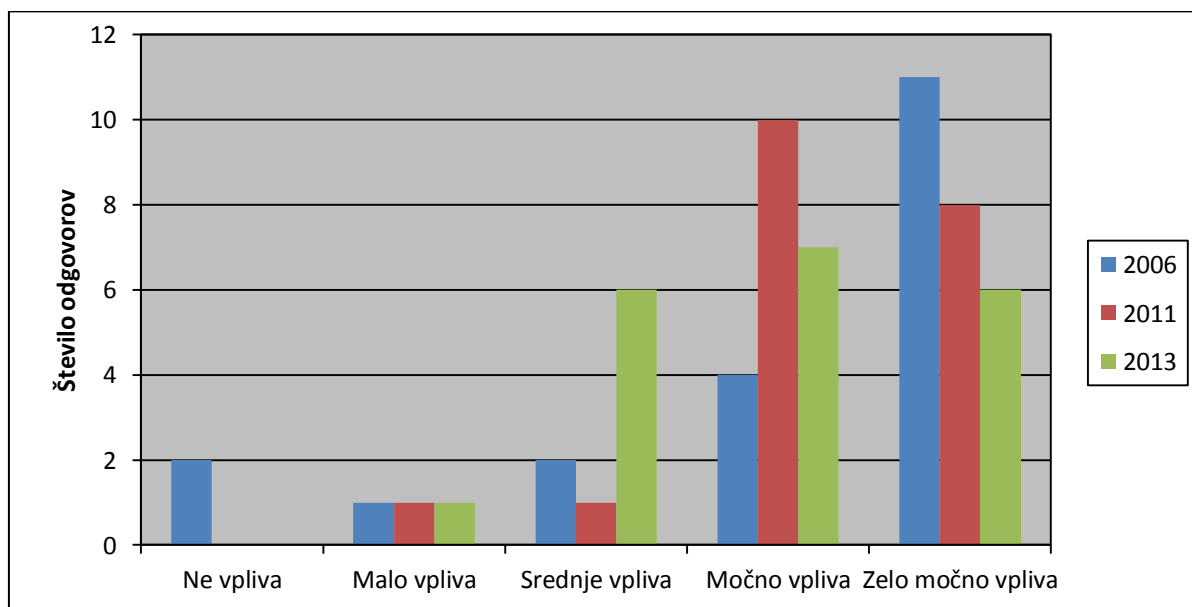
Grafikon 23: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno prevelika površina vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? «

Z leti se mnenje glede površine nepremičnin ni kaj dosti spremenilo. Podatki iz 2011 ter 2013 so skoraj identični. Leta 2006 je bilo 55 % nepremičninskih družb mnenja, da prevelika površina ne vpliva na ceno nepremičnin. V naši raziskavi pa 70 % nepremičninskih družb meni, da malo (35 %) ter srednje (35 %) vpliva na ceno nepremičnin. Znano je, da večja kot je površina, nižja je cena na enoto. Prevelika površina nepremičnin v večini primerov ne vpliva na ceno stanovanj oziroma na večje razlike med oglaševano in prodajno ceno stanovanjskih hiš.

➤ **Neugledna lokacija**

	Število odgovorov in delež (v %) v letih:		
	2006	2011	2013
<b>Ne vpliva</b>	2 (10)	0 (0)	0 (0)
<b>Malo vpliva</b>	1 (5)	1 (5)	1 (5)
<b>Srednje vpliva</b>	2 (10)	1 (5)	6 (30)
<b>Močno vpliva</b>	4 (20)	10 (50)	7 (35)
<b>Zelo močno vpliva</b>	11 (55)	8 (40)	6 (30)

Preglednica 24: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno neugledna lokacija vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? «



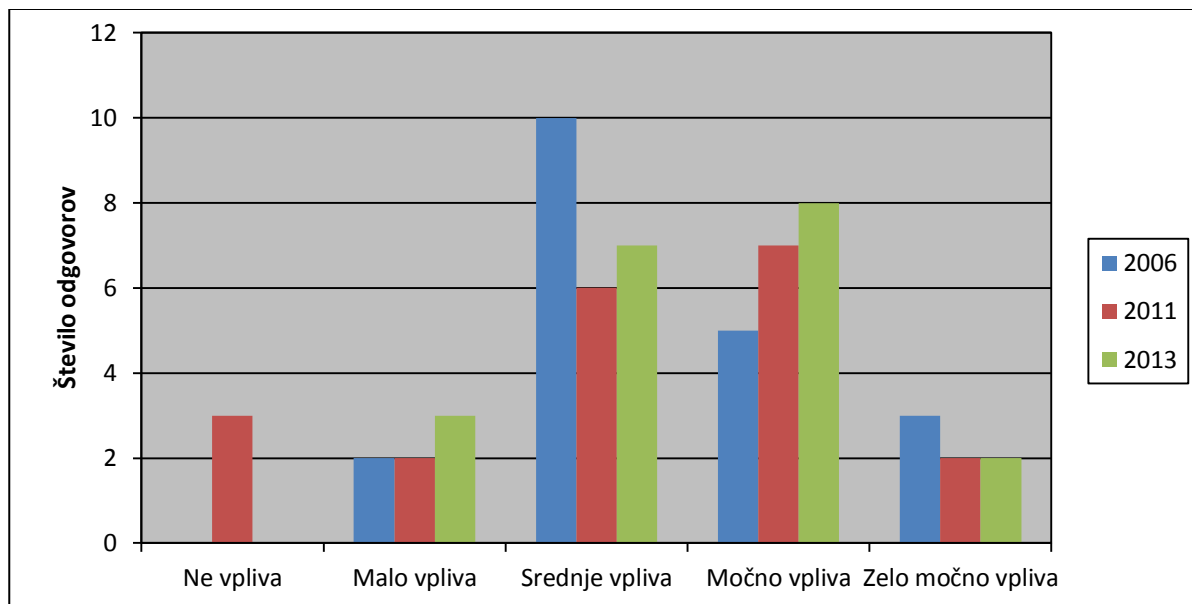
Grafikon 24: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno neugledna lokacija vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? «

Kot smo ugotovili že na začetku, neugledna lokacija močno vpliva na ceno nepremičnine. Takšnega mnenja je kar 65 % nepremičninskih družb. Rezultati se od leta 2006 niso kaj dosti spremenili. Pri odgovorih so izpostavili, da cena neke nepremičnine na podeželju ne more biti enaka nepremičnini v mestu. Na ceno nepremičnine v splošnem vpliva tudi oddaljenost do trgovine, avtoceste, šole, itd. Izpostavili pa so tudi dejstvo, da nekateri kupci iščejo nepremičnine, ki so na samem ter oddaljene od mestnega središča.

### ➤ Nezaželeno nadstropje

	Število odgovorov in delež (v %) v letih:		
	2006	2011	2013
<b>Ne vpliva</b>	0 (0)	3 (15)	0 (0)
<b>Malo vpliva</b>	2 (10)	2 (10)	3 (15)
<b>Srednje vpliva</b>	10 (50)	6 (30)	7 (35)
<b>Močno vpliva</b>	5 (25)	7 (35)	8 (40)
<b>Zelo močno vpliva</b>	3 (15)	2 (10)	2 (10)

Preglednica 25: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno nezaželeno nadstropje vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? «



Grafikon 25: Pregled odgovorov na vprašanje »Kako močno nezaželeno nadstropje vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? «

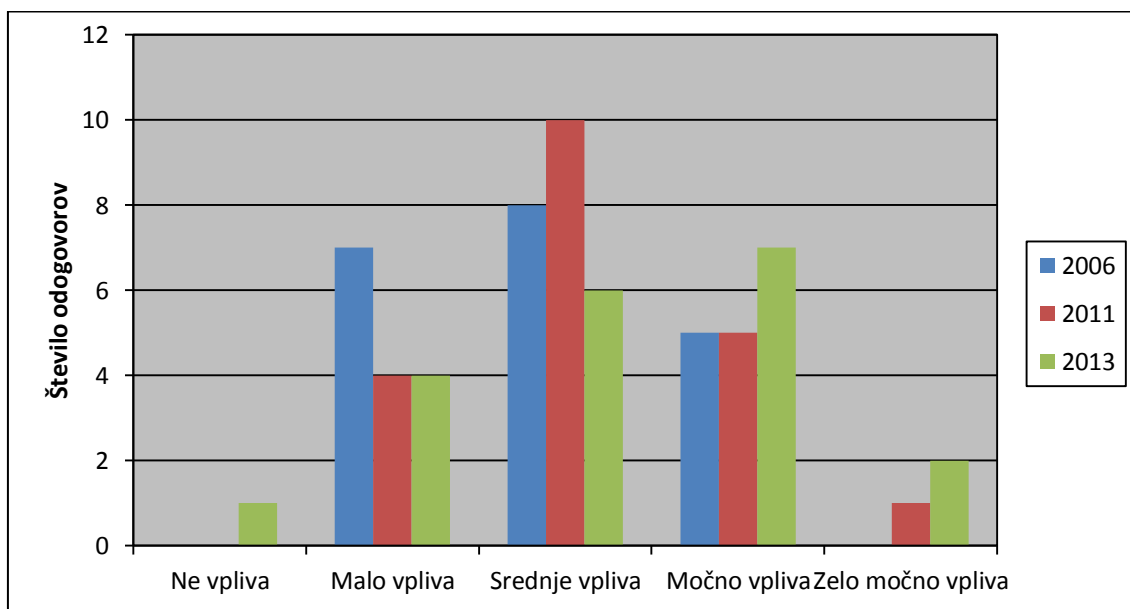
Po mnenju posameznih nepremičninskih družb, nezaželena nadstropja nimajo posebnega vpliva na ceno samih nepremičnin. Morda pri starejših kupcih. Marsikdo kupi stanovanje v višjem nadstropju, vendar so po mnenju nepremičninskih družb ta stanovanja namenjena za oddajo. Kdor ne želi kupiti stanovanja v določenem nadstropju, ne bo zbijal cene, ker ga to stanovanje ne zanima. V letu 2006 je bilo 90 % družb mnenja, da nezaželeno nadstropje srednje, močno ali zelo močno vpliva na ceno nepremičnine, leta 2011 je padlo na 75%, v letu 2013 pa se je delež dvignil na 85 %.



➤ **Starost**

	Število odgovorov in delež (v %) v letih:		
	2006	2011	2013
<b>Ne vpliva</b>	0 (0)	0 (0)	1 (5)
<b>Malo vpliva</b>	7 (35)	4 (20)	4 (20)
<b>Srednje vpliva</b>	8 (40)	10 (50)	6 (30)
<b>Močno vpliva</b>	5 (25)	5 (25)	7 (35)
<b>Zelo močno vpliva</b>	0 (0)	1 (5)	2 (10)

Preglednica 26: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako močno starost vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? «



Grafikon 26: Število in delež odgovorov na vprašanje »Kako starost vpliva na znižanje cen v času, ko se nepremičnina oglašuje? «

Tako kot pri dosedanjih anketah, zelo malo anketirancev meni, da starost stavbe ne vpliva na ceno nepremičnine. Kar 75% nepremičninskih družb meni, da starost srednje (30 %), močno (35 %) ali zelo močno (10 %) vpliva na ceno nepremičnine. Nepremičninske družbe so kot komentar na vprašanje podale odgovor, da starost pri nepremičninah, starih do 20 let, ne igra velike vloge, saj so stanovanjske hiše v tem času grajene kvalitetno. Večjo vlogo igra pri nepremičninah, ki so bile zgrajene v obdobju med drugo svetovno vojno ter pred letom 1980, ko je bila gradnja manj kvalitetna.

Na koncu ankete je večina nepremičninskih družb komentirala, da so kupci sedaj vse bolj zahtevni, želijo za majhno vsoto veliko, prodajalci pa želijo svoje nepremičnine prodati tako, kot so se prodajale pred začetkom recesije.

## 7 SKLEP

Namen diplomske naloge je bil analizirati razliko med oglaševano in prodajno ceno stanovanjskih hiš v občini Domžale na podlagi podatkov, ki smo jih pridobili na spletu ter pri nepremičninskih družbah.

Razlika med povprečno oglaševano in prodajno ceno stanovanjskih hiš v (%) v letih:		
V občini Domžale (ocena na podlagi podatkov iz spleta)		V občini Domžale (na podlagi podatkov nepremičninskih družb)
leto 2012	leto 2013	leto 2013
10,00	12,00	17,86

Preglednica 29: Primerjava povprečne razlike med oglaševano in pogodbeno ceno stanovanjskih hiš po podatkih nepremičninskih družb v občini Domžale

Analiza razlik med oglaševano in prodajno ceno stanovanjskih hiš kaže, da so se razlike v občini Domžale v letu 2013 povečale glede na leto 2012. Po podatkih nepremičninskih družb, ki smo jih anketirali, se je razlika med oglaševano in prodajno ceno v 7 letih povečala za 9,7 %. Če primerjamo razliko, ki smo jo izračunali na podlagi podatkov iz oglasov, z razliko, ki smo jo izračunali na podlagi podatkov, pridobljenih pri nepremičninskih družbah, vidimo, da je prišlo do kar precejšnje razlike.

Razlika, pridobljena na podlagi podatkov, pridobljenih pri nepremičninskih družbah, znaša 17,86 %, razlika, pridobljena na podlagi podatkov iz spleta, pa je manjša kar za tretjino in znaša 12,00 %. Predpostavljamo, da v analizo niso zajete dejanske oglaševane cene stanovanjskih stavb. V času zbiranja podatkov oglaševana cena mogoče ni bila prva oglaševana cena. Po pogovoru z nepremičninskimi posredniki smo izvedeli tudi dejstvo, da v ETN niso vpisane vse nepremičnine. Če je znesek prenizek ali previsok, naj prodajna cena tudi ne bi bila vpisana v evidenco.

Če oceni razlik v občini Domžale v letu 2012 ter 2013 med seboj primerjamo, opazimo, da se je razlika med obravnavanima cenama povečala, kar je skladno s primerjavo med letoma 2010 ter 2013. Čeprav govorimo, da analizo, ki smo jo opravili iz podatkov, pridobljenih na spletu, lahko obravnavamo zgolj in samo kot oceno razlike med obravnavanima cenama, lahko to oceno zasebni prodajalci uporabijo kot pomoč pri določitvi začetne oglaševane cene nepremičnine.

Zanimiva je tudi ugotovitev, da prihaja na tako majhnem območju do tako visokih razlik med obravnavanima cenama. Kot je razvidno iz Grafikona 7, je razlika v mestu Domžale 15 %, na zahodu ter jugu pa le 0,5 %.

Na podlagi odgovorov na vprašanja v vprašalniku, ki smo ga postavil 20 nepremičninskim družbam, smo ugotovili, da po njihovem mnenju lokacija ne vpliva na razliko v obravnavanih cenah. Rezultati so dokaj nepričakovani in odražajo razmere na trenutnem nepremičninskem trgu. Rezultati ankete so skoraj identični rezultatom, ki so predstavljeni v grafikonu 8. Večina nepremičninskih posrednikov meni, da je razlika med oglaševano in prodajno ceno stanovanjskih hiš med 15 % ter 20 %.

Trg nepremičnin je trenutno nepredvidljiv. Ponudnikov je vse več, povpraševalcev pa vse manj, zato trg postaja vse bolj nestabilen. Kot pa vidimo v raziskavi, prodajalci postavljajo previsoke izhodiščne oglaševane cene, zato povpraševanja po takih nepremičninah (s previsoko oglaševanimi cenami) ni. Ko bodo oglaševane cene nižje, bo predvidoma večje tudi povpraševanje in upamo, da se bo število prodanih nepremičnin na trgu povečalo.

Takšno analizo bi moral narediti vsak prodajalec preden bi začel prodajati nepremičnino. Vsaj približno. Smiselno bi bilo, da bi to spremljal GURS in rezultate javno objavljaj v svojih poročilih. Še predvsem bi moral opraviti študijo glede na tip stanovanjskih hiš, starost stanovanjskih hiš, lokacijo ter zajeti večje število podatkov. Rezultati tovrstne analize so zanimivi tudi za cenilce. Razlike med oglaševanimi in prodajnimi cenami se razlikujejo v času in prostoru. Zato je smiselno narediti v vsakem cenitvenem poročilu tako analizo, če se potrebuje prilagoditev oglaševanih na prodajne cene obravnavanih nepremičnin.

## VIRI

- Dolenc K. 2011. Analiza razlike med oglaševano in pogodbeno ceno nepremičnine v Mestni občini Ljubljana. Diplomski naloga. Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za gradbeništvo in geodezijo (samozaložba K. Dolenc): 68 str.
- Evidenca trga nepremičnin (ETN) – Število evidentiranih transakcij stanovanjskih nepremičnin na območju Domžale (ETN). 2012.  
<http://prostor3.gov.si/ETN-JV/> (Pridobljeno 14. 12. 2012.)
- Evidenca trga nepremičnin (ETN) – Število evidentiranih transakcij stanovanjskih nepremičnin na območju Domžale (ETN). 2013.  
<http://prostor3.gov.si/ETN-JV/> (Pridobljeno 22. 12. 2013.)
- Geodetska uprava RS – Polletno poročilo o slovenskem nepremičninskem trgu za leto 2013  
[http://www.e-prostor.gov.si/zbirke\\_prostorskih\\_podatkov/etn/#jfmulticontent\\_c137-4](http://www.e-prostor.gov.si/zbirke_prostorskih_podatkov/etn/#jfmulticontent_c137-4)  
(Pridobljeno 13. 01. 2014.)
- Geodetska uprava RS – Polletno poročilo o slovenskem nepremičninskem trgu za leto 2012  
[http://www.e-prostor.gov.si/zbirke\\_prostorskih\\_podatkov/etn/#jfmulticontent\\_c137-4](http://www.e-prostor.gov.si/zbirke_prostorskih_podatkov/etn/#jfmulticontent_c137-4)  
(Pridobljeno 13. 01. 2014.)
- Geodetska uprava RS – Letno poročilo o slovenskem nepremičninskem trgu za leto 2012  
[http://www.e-prostor.gov.si/zbirke\\_prostorskih\\_podatkov/etn/#jfmulticontent\\_c137-4](http://www.e-prostor.gov.si/zbirke_prostorskih_podatkov/etn/#jfmulticontent_c137-4)  
(Pridobljeno 13. 01. 2014.)
- Geodetska uprava RS – Polletno poročilo o slovenskem nepremičninskem trgu za leto 2011  
[http://www.e-prostor.gov.si/zbirke\\_prostorskih\\_podatkov/etn/#jfmulticontent\\_c137-4](http://www.e-prostor.gov.si/zbirke_prostorskih_podatkov/etn/#jfmulticontent_c137-4)  
(Pridobljeno 13. 01. 2014.)
- Geodetska uprava RS – Letno poročilo o slovenskem nepremičninskem trgu za leto 2011  
[http://www.e-prostor.gov.si/zbirke\\_prostorskih\\_podatkov/etn/#jfmulticontent\\_c137-4](http://www.e-prostor.gov.si/zbirke_prostorskih_podatkov/etn/#jfmulticontent_c137-4)  
(Pridobljeno 13. 01. 2014.)
- Geodetska uprava RS – Polletno poročilo o slovenskem nepremičninskem trgu za leto 2010  
[http://www.e-prostor.gov.si/zbirke\\_prostorskih\\_podatkov/etn/#jfmulticontent\\_c137-4](http://www.e-prostor.gov.si/zbirke_prostorskih_podatkov/etn/#jfmulticontent_c137-4)  
(Pridobljeno 13. 01. 2014.)

- Geodetska uprava RS –Letno poročilo o slovenskem nepremičninskem trgu za leto 2010  
[http://www.e-prostor.gov.si/zbirke\\_prostorskih\\_podatkov/etn/#jfmulticontent\\_c137-4](http://www.e-prostor.gov.si/zbirke_prostorskih_podatkov/etn/#jfmulticontent_c137-4)  
(Pridobljeno 13. 01. 2014.)
- Geodetska uprava RS – Polletno poročilo o slovenskem nepremičninskem trgu za leto 2009  
[http://www.e-prostor.gov.si/zbirke\\_prostorskih\\_podatkov/etn/#jfmulticontent\\_c137-4](http://www.e-prostor.gov.si/zbirke_prostorskih_podatkov/etn/#jfmulticontent_c137-4)  
(Pridobljeno 13. 01. 2014.)
- Geodetska uprava RS –Letno poročilo o slovenskem nepremičninskem trgu za leto 2009  
[http://www.e-prostor.gov.si/zbirke\\_prostorskih\\_podatkov/etn/#jfmulticontent\\_c137-4](http://www.e-prostor.gov.si/zbirke_prostorskih_podatkov/etn/#jfmulticontent_c137-4)  
(Pridobljeno 13. 01. 2014.)
- Geodetska uprava RS – Polletno poročilo o slovenskem nepremičninskem trgu za leto 2008  
[http://www.e-prostor.gov.si/zbirke\\_prostorskih\\_podatkov/etn/#jfmulticontent\\_c137-4](http://www.e-prostor.gov.si/zbirke_prostorskih_podatkov/etn/#jfmulticontent_c137-4)  
(Pridobljeno 13. 01. 2014.)
- Geodetska uprava RS –Letno poročilo o slovenskem nepremičninskem trgu za leto 2008  
[http://www.e-prostor.gov.si/zbirke\\_prostorskih\\_podatkov/etn/#jfmulticontent\\_c137-4](http://www.e-prostor.gov.si/zbirke_prostorskih_podatkov/etn/#jfmulticontent_c137-4)  
(Pridobljeno 13. 01. 2014.)
- Geodetska uprava RS –Letno poročilo o slovenskem nepremičninskem trgu za leto 2007  
[http://www.e-prostor.gov.si/zbirke\\_prostorskih\\_podatkov/etn/#jfmulticontent\\_c137-4](http://www.e-prostor.gov.si/zbirke_prostorskih_podatkov/etn/#jfmulticontent_c137-4)  
(Pridobljeno 13. 01. 2014.)
- Geodetska uprava RS –Letno poročilo o slovenskem nepremičninskem trgu za leto 2006  
[http://www.e-prostor.gov.si/zbirke\\_prostorskih\\_podatkov/etn/#jfmulticontent\\_c137-4](http://www.e-prostor.gov.si/zbirke_prostorskih_podatkov/etn/#jfmulticontent_c137-4)  
(Pridobljeno 13. 01. 2014.)
- Geodetska uprava RS –Letno poročilo o slovenskem nepremičninskem trgu za leto 2005  
[http://www.e-prostor.gov.si/zbirke\\_prostorskih\\_podatkov/etn/#jfmulticontent\\_c137-4](http://www.e-prostor.gov.si/zbirke_prostorskih_podatkov/etn/#jfmulticontent_c137-4)  
(Pridobljeno 13. 01. 2014.)
- Geodetska uprava RS –Letno poročilo o slovenskem nepremičninskem trgu za leto 2004.  
[http://www.e-prostor.gov.si/zbirke\\_prostorskih\\_podatkov/etn/#jfmulticontent\\_c137-4](http://www.e-prostor.gov.si/zbirke_prostorskih_podatkov/etn/#jfmulticontent_c137-4)  
(Pridobljeno 13. 01. 2014.)

- Geodetska uprava RS –Letno poročilo o slovenskem nepremičninskem trgu za leto 2003  
[http://www.e-prostor.gov.si/zbirke\\_prostorskih\\_podatkov/etn/#ifmulticontent\\_c137-4](http://www.e-prostor.gov.si/zbirke_prostorskih_podatkov/etn/#ifmulticontent_c137-4)  
(Pridobljeno 13. 01. 2014.)
- Grum, B. 2010. Razmerje med oglaševanimi in pogodbenimi cenami nepremičnin. Gradbeni vestnik 59, 2: 31–38.
- Mihael D. 2003. Nekateri vidiki obravnave trga stanovanj in stanovanjskih hiš v Mestni občini Ljubljana v septembru in oktobru 2002. Diplomski naloga. Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za gradbeništvo in geodezijo (samozaložba D. Mihael): 99 str.
- Murko, J. 2002. Razlika med oglaševano in dejansko ceno nepremičnine. Slonep.net.  
<http://www.slonep.net/storitve/agencije-in-posredniki/?view=vodic&direct=267>  
(Pridobljeno 16. 01. 2014.)
- Nepremičnine.net – Število oglaševanih nepremičnin na območju Domžale. 2012.  
<http://www.nepremicnine.net/> (Pridobljeno 14. 12. 2012.)
- Nepremičnine.net – Število oglaševanih nepremičnin na območju Domžale. 2013.  
<http://www.nepremicnine.net/> (Pridobljeno 12. 12. 2013.)
- Slonep – Trendi cen, hiše, 2011  
<http://www.slonep.net/subareas.html?lev0=1&lev1=4&lang=&lev2=45&lev3=2135>  
(13. 01. 2014.)
- Statistični urad RS (SURS) – Število stanovanj po letu zgraditve, številu sob in površini po občinah Slovenije po metodologiji popisa 2002. 2010.  
<http://www.stat.si/index.asp> (Pridobljeno 12. 01. 2014.)
- Statistični urad RS (SURS) – število prebivalcev po letih 2014.  
<http://www.stat.si/index.asp> (Pridobljeno 12. 01. 2014.)
- Stvarnopravni zakonik. UL RS št. 87/2002: str. 9559  
[http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r02/predpis\\_ZAKO3242.html](http://zakonodaja.gov.si/rpsi/r02/predpis_ZAKO3242.html) (Pridobljeno 12. 01. 2014.)
- Šašel, G. 2007. Razlika med pogodbeno in oglaševano ceno nepremičnine pred sklenitvijo pravnega posla. Diplomski naloga. Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za gradbeništvo in geodezijo (samozaložba G. Šašel): 81 str.
- Zakon o nepremičninskem posredovanju (uradno prečiščeno besedilo) (ZNPosr-UPB1).  
Ur.l. RS, št. 72/2006: str. 7684.  
<http://www.uradni-list.si/1/ulonline.jsp?urlid=200672&dhid=83669>  
(Pridobljeno 18. 11. 2006.)

## **SEZNAM PRILOG**

- PRILOGA A: PODATKI O OGLAŠEVANIH STANOVANJSKIH HIŠAH V OBČINI  
DOMŽALE ZA LETO 2013
- PRILOGA B: PODATKI O PRODANIH STANOVANJSKIH HIŠAH V OBČINI DOMŽALE  
ZA LETO 2013
- PRILOGA C: PODATKI O OGLAŠEVANIH STANOVANJSKIH HIŠAH V OBČINI  
DOMŽALE ZA LETO 2012
- PRILOGA D: PODATKI O PRODANIH STANOVANJSKIH HIŠAH V OBČINI DOMŽALE  
ZA LETO 2012



**PRILOGA A: PODATKI O OGLAŠEVANIH STANOVANJSKIH HIŠAH V OBČINI  
 DOMŽALE ZA LETO 2013**

	<b>Lokacija</b>	<b>Površina zemljišča (m<sup>2</sup>)</b>	<b>Površina stavbe (m<sup>2</sup>)</b>	<b>Oglaševana cena (€)</b>	<b>Cena na enoto (€/m<sup>2</sup>)</b>
1	Domžale	400,00	130,00	199.000,00	1.530,77
2	Domžale	143,00	155,00	169.000,00	1.092,01
3	Domžale	142,00	163,00	115.000,00	705,52
4	Domžale	219,00	164,00	139.000,00	847,56
5	Domžale	350,00	180,00	500.000,00	2.777,78
6	Domžale	670,00	187,00	250.000,00	1.336,89
7	Domžale	400,00	200,00	240.000,00	1.200,00
8	Domžale	300,00	230,00	320.000,00	1.391,30
9	Domžale	660,00	240,00	195.000,00	812,50
10	Domžale	390,00	264,00	399.000,00	1.511,36
11	Domžale	1330,00	290,00	290.000,00	1.000
12	Domžale	750,00	300,00	416.000,00	1.386,67
13	Domžale	416,00	318,00	309.000,00	971,69
14	Domžale	455,00	332,00	365.000,00	1.099,39
15	Domžale	300,00	380,00	349.000,00	918,42
16	Domžale	846,00	381,00	720.000,00	1.889,76
17	Domžale	615,00	539,00	340.000,00	630,79
18	Domžale	400,00	130,00	239.000,00	1.838,46
19	Domžale		110,00	155.000,00	1.409,09
20	Domžale	1.516,00	570,00	720.000,00	1.263,16
21	Domžale	424,00	140,00	195.000,00	1.392,86
22	Domžale	967,00	140,00	200.000,00	1.428,57
23	Domžale	422,00	165,00	980.000,00	5.939,39
24	Domžale	595,00	193,00	250.000,00	1.295,34
25	Domžale	300,00	230,00	299.000,00	1.300,00
26	Domžale		250,00	275.000,00	1.100,00
27	Domžale	460,00	300,00	660.000,00	2.200,00
28	Domžale	424,00	185,00	187.500,00	1.013,52
29	Domžale	450,00	330,00	290.000,00	878,79
30	Domžale		638,00	450.000,00	705,33
31	Domžale	964,00	185,00	389.000,00	2.102,70
32	Domžale	400,00	200,00	649.000,00	3.245,00
33	Domžale	676,00	168,00	349.000,00	2.077,38

34	Dob	282,00	120,00	110.000,00	916,67
35	Dob	400,00	160,00	180.000,00	1.125,00
36	Dob	885,00	160,00	208.000,00	1.300,00
37	Dob	790,00	180,00	120.000,00	666,67
38	Dob	467,00	196,00	180.000,00	918,37
39	Dob	858,00	200,00	245.000,00	1.225,00
40	Dob	586,00	230,00	170.000,00	739,13
41	Dob	203,00	245,00	490.000,00	2.000,00
42	Dob	671,00	259,00	165.000,00	637,06
43	Dob	400,00	250,00	298.000,00	1.192,00
44	Dob	870,00	192,00	680.000,00	3.541,67
45	Dob	670,00	240,00	250.000,00	1.041,67
46	Dob	656,00	305,00	297.000,00	973,77
47	Dob	626,00	205,00	250.000,00	1.219,51
48	Depala Vas	1.614,00	637,60	450.000,00	705,77
49	Depala Vas	400,00	300,00	390.000,00	1.300,00
50	Hudo	1.323,00	100,00	180.000,00	1.800,00
51	Ihan	565,00	250,00	200.000,00	800,00
52	Ihan	575,00	230,00	190.000,00	826,08
53	Ihan	662,00	130,00	150.000,00	1.153,85
54	Ihan	398,00	79,00	145.000,00	1.835,45
55	Jarše	363,00	232,00	180.000,00	775,86
56	Jarše	959,00	493,00	450.000,00	912,77
57	Količevo	820,00	390,00	420.000,00	1.076,92
58	Količevo	960,00	450,00	490.000,00	1.088,89
59	Kolovec	1.000,00	280,00	450.000,00	1.607,14
60	Krtina	352,00	193,00	300.000,00	1.554,40
61	Krtina	680,00	400,00	330.000,00	825,00
62	Krtina	603,00	151,00	220.000,00	1.456,95
63	Krtina	249,00	158,00	235.000,00	1.487,34
64	Krtina	992,00	119,00	150.000,00	1.260,50
65	Preserje	454,00	187,00	350.000,00	1.871,66
66	Preserje	600,00	250,00	890.000,00	3.560,00
67	Preserje	786,00	220,00	250.000,00	1.136,36
68	Preserje	639,00	285,00	256.000,00	898,25
69	Pšata	334,00	155,00	330.000,00	2.129,03
70	Radomlje	653,00	186,00	290.000,00	1.559,14
71	Radomlje	3.644,00	243,00	1.450.000,00	5.967,08
72	Radomlje	817,00	250,00	370.000,00	1.480,00

73	Radomlje	922,00	290,00	590.000,00	2.034,48
74	Radomlje	2.400,00	400,00	650.000,00	1.625,00
75	Radomlje	817,00	468,00	389.000,00	831,19
76	Radomlje	2.138,00	480,00	650.000,00	1.354,12
77	Radomlje	817,00	490,00	390.000,00	795,92
78	Radomlje	530,00	220,00	215.000,00	977,27
79	Radomlje	450,00	180,00	250.000,00	1.388,89
80	Radomlje	420,00	420,00	199.000,00	473,81
81	Radomlje	530,00	213,00	215.000,00	1.009,39
82	Radomlje	650,00	180,00	215.000,00	1.194,44
83	Radomlje	968,00	276,00	350.000,00	1.268,12
84	Radomlje	460,00	240,00	125.000,00	520,83
85	Rodica	1.230,00	390,00	350.000,00	897,44
86	Sr. Jarše	740,00	370,00	220.000,00	594,59
87	Stegne	724,00	121,00	99.000,00	818,18
88	Škrjančevo	682,00	282,00	259.000,00	918,44
89	Škrjančevo	825,00	360,00	450.000,00	1.250,00
90	Škrjančevo	385,00	170,00	279.000,00	1.641,18
91	Vir	630,00	166,00	195.000,00	1.174,70
92	Vir	482,00	270,00	273.000,00	1.011,11
93	Vir	600,00	460,00	239.000,00	519,56
94	Vir	559,00	110,00	169.000,00	1.536,36
95	Vir	472,00	191,00	248.000,00	1.298,43
96	Vir	435,00	240,00	330.000,00	1.375,00
97	Zaboršt	742,00	190,00	290.000,00	1.526,32
98	Zg. Jarše	712,00	330,00	280.000,00	848,48
99	Zg. Jarše	1.721,00	358,00	360.000,00	1.005,59

**PRILOGA B: PODATKI O PRODANIH STANOVANJSKIH HIŠAH V OBČINI DOMŽALE ZA LETO 2013**

	Lokacija	Površina zemljišče (m <sup>2</sup> )	Površina stavbe (m <sup>2</sup> )	Prodajna cena (€)	Cena na enoto (€/m <sup>2</sup> )
1	Brdo	452,00	87,00	142.000,00	1.632,12
2	Depala vas	350,00	131,00	210.000,00	1.603,05
3	Domžale	355,00	245,00	215.000,00	877,55
4	Domžale	750,00	132,00	168.000,00	1.272,73
5	Domžale	340,00	285,00	500.000,00	1.754,38
6	Domžale		145,00	170.000,00	1.172,41
7	Domžale	750,00	120,00	158.000,00	1.316,67
8	Domžale	401,00	196,00	270.000,00	1.377,55
9	Domžale	1.099,00	123,00	85.000,00	691,06
10	Domžale	446,00	135,00	155.000,00	1.148,15
11	Domžale	383,00	210,00	218.000,00	1.038,09
12	Domžale	318,00	269,00	237.000,00	881,04
13	Domžale		310,00	271.038,00	874,32
14	Dob	880,00	224,00	250.000,00	1.116,07
15	Dob	666,00	220,00	158.000,00	718,18
16	Gorjuša	2.500,00	78,00	160.000,00	2.051,28
17	Ihan	705,00	205,00	280.000,00	1.365,85
18	Lukovica	1.070,00	165,00	190.000,00	1.151,52
19	Podrečje	683,00	341,00	316.687,00	928,70
20	Prelog	475,00	166,00	180.000,00	1.084,34
21	Preserje	554,00	100,00	89.000,00	890,00
22	Radomlje	1.739,00	600,00	1.500.000,00	2.500,00
23	Rafolče	242,00	126,00	160.000,00	1.269,85
24	Rodica	600,00	136,00	141.000,00	1.036,77
25	Sr. Jarše	800,00	112,00	128.000,00	1.142,86
26	Sr. Jarše	600,00	150,00	115.000,00	766,67
27	Sr. Jarše	801,00	169,00	240.000,00	1.420,12
28	Vir	747,00	240,00	160.000,00	666,67
29	Vir	620,00	114,00	112.000,00	982,46
30	Žeje	522,00	121,00	120.000,00	991,74

**PRILOGA C: PODATKI O OGLAŠEVANIH STANOVANJSKIH HIŠAH V OBČINI  
DOMŽALE ZA LETO 2012**

	<b>Lokacija</b>	<b>Površina zemljišča (m<sup>2</sup>)</b>	<b>Površina stavbe (m<sup>2</sup>)</b>	<b>Oglaševana cena (€)</b>	<b>Cena na enoto (€/m<sup>2</sup>)</b>
1	Domžale	968,00	276,00	430.000,00	1.558,06
2	Domžale	530,00	220,00	215.000,00	977,38
3	Domžale	946,00	240,00	339.000,00	1.412,55
4	Domžale	644,00	185,00	235.000,00	1.270,34
5	Domžale	196,00	224,00	160.000,00	714,33
6	Domžale	1.865,00	160,00	199.000,00	1.243,84
7	Domžale	333,00	210,00	420.000,00	2.000,00
8	Domžale	1.543,00	304,00	179.000,00	588,81
9	Domžale	370,00	140,00	165.000,00	1.178,62
10	Domžale	1.070,00	190,00	215.000,00	1.131,63
11	Domžale	900,00	250,00	270.000,00	1.080,07
12	Gradišče pri Lukovici	900,00	240,00	265.000,00	1.104,25
13	Gorjuša	5.314,00	180,00	208.000,00	1.155,68
14	Ihan	398,00	79,00	145.000,00	1.835,46
15	Ihan	1.761,00	170,00	350.000,00	2.058,85
16	Količevo	535,00	183,00	205.000,00	1.120,24
17	Količevo	558,00	228,00	260.000,00	1.140,41
18	Količevo	535,00	180,00	189.000,00	1.050,08
19	Količevo	820,00	390,00	519.000,00	1.330,87
20	Količevo	610,00	434,00	690.000,00	1.589,99
21	Koreno	500,00	101,00	85.000,00	841,67
22	Korpe	5.000,00	160,00	210.000,00	1.312,55
23	Krtina	603,00	151,00	220.000,00	1.457,00
24	Krtina	680,00	400,00	330.000,00	825,00
25	Nožice	590,00	280,00	330.000,00	1.178,66
26	Prelog	500,00	320,00	398.900,00	1.246,67
27	Preserje	786,00	220,00	250.000,00	1.136,48
28	Preserje	454,00	187,80	350.000,00	1.863,72
29	Preserje	600,00	250,00	1.200.000,00	4.800,00
30	Preserje	1.578,00	331,00	420.000,00	1.268,96
31	Preserje	639,00	285,00	289.000,00	1.014,00
32	Prevoje	303,00	182,00	179.000,00	983,56

33	Radomlje	682,00	280,00	390.000,00	1.392,94
34	Radomlje	530,00	213,00	215.000,00	1.009,42
35	Radomlje	536,00	159,00	258.000,00	1.622,63
36	Radomlje	922,00	290,00	590.000,00	2.034,56
37	Radomlje	579,00	388,49	740.000,00	1.904,84
38	Radomlje	1.054,00	380,00	479.000,00	1.260,55
39	Radomlje	3.650,00	390,00	1.700.000,00	4.359,00
40	Radomlje	820,00	500,00	549.000,00	1.098,00
41	Radomlje	2.400,00	500,00	650.000,00	1.300,00
42	Rafolče	1.980,00	210,00	230.000,00	1.095,21
43	Rodice	480,00	280,00	390.000,00	1.392,93
44	Selo pri Ihanu	258,00	200,00	385.000,00	1.925,00
45	Srednje Jarše	1.061,00	210,00	200.000,00	952,46
46	sv. Trojica	1.043,00	209,00	209.000,00	1.000,00
47	Šemtvid pri Lukovici	929,00	217,00	225.000,00	1.036,95
48	Škrjančevo	825,00	360,00	450.000,00	1.250,00
49	Vir	434,00	231,00	375.000,00	1.623,46
50	Vir	272,00	142,00	260.000,00	1.831,00
51	Vir	747,00	240,00	235.000,00	979,27
52	Vir	434,00	180,00	185.000,00	1.027,85
53	Vir	320,00	50,00	135.000,00	2.700,00
54	Vir	559,00	90,00	170.000,00	1.888,95
55	Vir	559,00	140,00	169.000,00	1.207,12
56	Vir	630,00	166,00	210.000,00	1.265,16
57	Volčji Potok	520,00	185,00	289.000,00	1.562,23
58	Vranke	645,00	109,00	50.000,00	458,74
59	Zgornje Jarše	1.721,00	500,00	360.000,00	720,00
60	Zgornje Jarše	712,00	330,00	285.000,00	863,66
61	Žeje	522,00	121,00	130.000,00	1.074,41

**PRILOGA D: PODATKI O PRODANIH STANOVANJSKIH HIŠAH V OBČINI DOMŽALE ZA LETO 2012**

	Lokacija	Površina zemljišča (m <sup>2</sup> )	Površina stavbe (m <sup>2</sup> )	Prodajna cena (€)	Cena na enoto (€/m <sup>2</sup> )
1	Dob	177,00	34,00	60.000,00	1.764,75
2	Dob	727,00	155,00	175.000,00	1.129,00
3	Dob	249,00	108,00	215.000,00	1.990,73
4	Dob	809,00	220,00	142.000,00	645,56
5	Domžale	33,00	148,00	320.000,00	2.162,24
6	Domžale	266,00	109,00	235.000,00	2.156,00
7	Domžale		252,00	93.500,00	371,00
8	Domžale	266,00	73,00	235.000,00	3.219,26
9	Domžale	726,00	367,00	470.000,00	1.280,75
10	Domžale	645,00	51,00	34.000,00	666,71
11	Domžale	481,00	129,00	44.987,00	348,72
12	Domžale	485,00	531,00	280.000,00	527,33
13	Domžale	620,00	130,00	195.000,00	1.500,00
14	Domžale	678,00	44,00	110.000,00	2.500,00
15	Domžale	517,00	176,00	215.000,00	1.221,66
16	Domžale	345,00	127,00	251.500,00	1.980,33
17	Domžale		93,00	119.000,00	1.279,61
18	Gorjuša	461,00	193,00	200.000,00	1.036,34
19	Homec	423,00	68,00	23.000,00	338,26
20	Homec	375,00	94,00	101.000,00	1.074,52
21	Homec	1.159,00	197,00	220.000,00	1.116,80
22	Količevo		194,00	247.500,00	1.275,85
23	Krtina	236,00	149,00	200.000,00	1.342,36
24	Krtina	561,00	222,00	270.000,00	1.216,23
25	Preserje pri Radomljah	699,00	69,00	90.000,00	1.304,31
26	Preserje pri Radomljah	851,00	195,00	256.000,00	1.312,84
27	Preserje pri Radomljah	453,00	147,00	216.400,00	1.472,10
28	Preserje pri Radomljah		336,00	240.000,00	714,33
29	Prevoje		52,00	110.000,00	2.115,45
30	Prevoje	824,00	212,00	260.000,00	1.226,44

31	Prevoje	398,00	190,00	120.000,00	631,68
32	Radomlje	527,00	47,00	61.117,00	1.300,46
33	Radomlje	639,00	80,00	250.000,00	3.125,00
34	Radomlje		27,00	40.000,00	1.481,55
35	Radomlje	579,00	391,00	90.000,00	230,24
36	Radomlje		250,00	225.000,00	900,00
37	Radomlje	585,00	76,00	64.000,00	842,16
38	Rodica	917,00	151,00	300.000,00	1.986,84
39	Rodica	315,00	201,00	110.000,00	547,37
40	Rodica	291,00	429,00	171.000,00	398,62
41	Spodnje Jarše	93,00	215,00	185.303,00	861,95
42	Spodnje Jarše	421,00	333,00	300.000,00	900,96
43	Srednje Jarše	109,00	319,00	344.000,00	1.078,44
44	Spodnje Praproče	433,00	211,00	160.000,00	758,31
45	Šmarca		110,00	150.000,00	1.363,62
46	Trnjava	340,00	79,00	120.000,00	1.519,00
47	Trnjava	97,00	154,00	100.000,00	649,43
48	Trnjava	244,00	132,00	150.000,00	1.136,46
49	Trnjava		200,00	123.000,00	615,00
50	Vir		221,00	437.300,00	1.978,71
51	Vir		160,00	170.000,00	1.062,54
52	Vir		227,00	50.000,00	220,32
53	Vir	508,00	285,00	230.000,00	807,00
54	Vir	435,00	185,00	160.000,00	864,93
55	Vir	322,00	47,00	141.879,00	3.018,78
56	Zgornje Jarše	231,00	58,00	99.000,00	1.706,99
57	Zgornje Jarše	700,00	172,00	195.000,00	1.133,70