

# BIHEVIORALNA EKONOMIJA NA TRŽIŠTU NEKRETNINA - GRAD SPLIT

---

Jukica, Paško

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2019

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:574756>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-09-28**

*Repository / Repozitorij:*

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU**  
**EKONOMSKI FAKULTET**

**ZAVRŠNI RAD**

**BIHEVIORALNA EKONOMIJA NA TRŽIŠTU**  
**NEKRETNINA – GRAD SPLIT**

**Mentor:**

**izv. prof. dr. sc. Ana Rimac Smiljanić**

**Student:**

**Paško Jukica**

**matični broj:**

**5160367**

**Split, rujan 2019.**

## SADRŽAJ:

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. UVOD .....</b>  | <b>1</b>  |
| 1.1. Definicija problema.....                               | 1         |
| 1.2. Predmet rada .....                                     | 2         |
| 1.3. Ciljevi rada.....                                      | 2         |
| 1.4. Metodologija rada .....                                | 2         |
| <b>2. BIHEVIORALNA EKONOMIJA I TRŽIŠTE NEKRETNINA.....</b>  | <b>4</b>  |
| 2.1. Nastanak i razvoj bihevioralne ekonomije.....          | 4         |
| 2.2. Općenito o bihevioralnoj ekonomiji .....               | 6         |
| 2.3. Bihevioralno ponašanje na tržištu nekretnina.....      | 8         |
| <b>3. TRŽIŠTE NEKRETNINA U REPUBLICI HRVATSKOJ .....</b>    | <b>12</b> |
| 3.1. Određivanje cijena nekretnina .....                    | 12        |
| 3.2. Analiza tržišta nekretnina u Republici Hrvatskoj ..... | 14        |
| 3.3. Tržište nekretnina u Splitu .....                      | 17        |
| <b>4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE.....</b>                      | <b>19</b> |
| <b>5. ZAKLJUČAK.....</b>                                    | <b>36</b> |
| <b>LITERATURA .....</b>                                     | <b>38</b> |
| <b>POPIS SLIKA.....</b>                                     | <b>42</b> |
| <b>POPIS TABLICA .....</b>                                  | <b>43</b> |
| <b>POPIS GRAFIKONA .....</b>                                | <b>44</b> |
| <b>SAŽETAK.....</b>   | <b>45</b> |
| <b>SUMMARY .....</b>  | <b>46</b> |
| <b>PRILOG - ANKETA.....</b>                                 | <b>47</b> |

# 1. UVOD

## 1.1. Definicija problema

Bihevioralna ekonomija je relativno nova znanstvena disciplina koja uzima u obzir i psihološke aspekte čovjekovog ponašanja. Bavi se procesima odlučivanja koji moraju biti ogledalo ljudskih ograničenja poput znanja, stručnosti i interesa. „Donošenje odluka je ključna aktivnost u procesu odabiranja najbolje alternative, a način odlučivanja uvelike pridonosi ishodu.“<sup>1</sup>

„Ljudi imaju ograničenu sposobnost obrade informacija i rješavanja složenih problema. Također, imaju ograničenu sposobnost pažnje te ih brinu socijalna razmatranja, primjerice odluka da ne ulažu u duhanske tvrtke. Osim toga, pokazalo se da i racionalni trgovci imaju ograničene mogućnosti tako da tržište neće uvijek uspjeti ispraviti iracionalno ponašanje.“<sup>2</sup> Prema bihevioralnom pristupu cijelo ponašanje je determinirano, odnosno određeno je podražajima okoline. Ponašanje se može mijenjati kako ljudi uče neke nove spoznaje. No, ljudi će uvijek imati kognitivne pristranosti koje utječu na mišljenje, a samim tim i na proces donošenja odluka, što može rezultirati minimiziranjem njihove korisnosti.

Područje istraživanja bihevioralnog odlučivanja, na kojem je bihevioralna ekonomija otkrila više nego bilo koje podpolje psihologije, obično klasificira istraživanje u dvije kategorije: procjene i izbori. Istraživanje procjene bavi se procesima koje ljudi koriste za procjenu vjerojatnosti, dok se istraživanje izbora bavi procesima koje ljudi koriste za odabir između radnji, uzimajući u obzir sve relevantne procjene koje su već donijeli.<sup>3</sup>

Hrvatsko gospodarstvo se oslanjalo na rast tržišta nekretnina kao glavnog pokretača rasta ostalih ekonomskih područja. Tržište nekretnina je direktno povezano s pojmom bihevioralne ekonomije. Bihevioralna ekonomija korisna je za procjenu cijena nekretnina, ali ima potrebu za daljnim istraživanjima. Ispitivanjem postojanja pristranosti na hrvatskom tržištu kroz tržište nekretnina povećat će se osviještenost važnosti bihevioralne ekonomije i njezinih mogućnosti u pogledu budućih promjena.

---

<sup>1</sup> Zelić, M. (2017): Bihevioralna ekonomija i efikasnost financijskih tržišta, Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju, Zadar, str. 1.

<sup>2</sup> Zelić, M. (2017): op. cit., str. 14.

<sup>3</sup> Camerer, C. F., Loewenstein, G. & Rabin, M. (2004): Advances in Behavioral Economics, Princeton University Press, Princeton, New Jersey, str. 9.

Kao najvažniju poveznicu bihevioralne ekonomije i tržišta nekretnina možemo smatrati promjene u cijenama nekretnina. Gotovo sigurno je da će se u psihologiji ljudi stvoriti odlučnost za ulaganje ukoliko je cijena nekretnina u periodu od 6 mjeseci u silaznoj putanji. Mediji dosta utječu na psihologiju ljudi pa samim time ako se u medijskom prostoru pusti informacija od tržišnih stručnjaka da će cijena nekretnina u skorijoj budućnosti padati u ljudima će se probuditi hrabrost da istražuju uvjete za kupnju nekretnine. Odnosno ako se pusti informacija da se očekuje porast cijena nekretnina na tržištu gotovo je sigurno da se velik broj potencijalnih ulagača u nekretnine neće odlučiti na taj pothvat.

## **1.2. Predmet rada**

Predmet istraživanja ovog završnog rada je bihevioralna ekonomija na tržištu nekretnina u Splitu. Istraživat će se znanje pojedinca o tržištu nekretnina te što sve utječe na njegovu konačnu odluku. Iz toga će se ustanoviti da li su pojedinci povodljivi za drugima ili će samostalno donijeti odluku za koju smatraju da je u tom trenutku najbolja za njih.

## **1.3. Ciljevi rada**

Svrha istraživanja je prikazati modele i pojmove bihevioralne ekonomije pomoću kojih se nastoji razumjeti i utjecati na izbor pojedinca na tržištima nekretnina. Prikazat će se različite metode s kojima se agenti nekretnina koriste kako bi utjecali na ponašanje čovjeka kao potrošača prilikom donošenja odluke.

Cilj ovoga rada je objasniti utjecaje na odluke potrošača na tržištu nekretnina te što sve te odluke donose. Kroz rad će se steći mogućnost lakšeg razumijevanja psihologije ponašanja potrošača, odnosno bihevioralnog odlučivanja na tržištu nekretnina.

## **1.4. Metodologija rada**

Znanstveno – istraživačke metode koje su se koristile tijekom izrade ovog rada su: metoda deskripcije, induktivno - deduktivna metoda te metoda ankete i desk research.

Koristeći metodu deskripcije jednostavno su se opisale ili ocrtavale činjenice, procesi i predmeti koji su empirijski potvrđeni, a pomoću induktivno – deduktivne metode došlo se do općeg zaključka nakon prikupljanja spoznaja tuđih zapažanja i eksperimenata. Pouzdanost zaključka ovisi o količini prikupljenih i reprezentativnosti analiziranih činjenica kao i o stupnju pouzdanosti značenja istih. Metodom anketiranja došlo se do podataka o stavovima, uvjerenjima i mišljenjima ispitanika. Anonimnom i indirektnom anketom izbjegavali su se odgovori u skladu s društvenim vrijednostima koji bi rezultirali boljim stanjem nego što zaista jest. Uz anonimnost i indirektnost, razina stručnosti ispitanika uvelike djeluje na točnost i iskrenost odgovora. Pomoću anketnog upitnika koji je strukturiran od 27 pitanja ispitivali su se potencijalni kupci nekretnina u gradu Splitu. Na temelju obrađenih podataka izrađene su tablice i grafikoni te analize dobivenih rezultata iz kojih se jasno vidi što sve utječe na konačnu odluku pojedinca. Desk research metoda uključuje korištenje Internet stranica, stručne literature i zakona. Također, analizirali su se dokumentarni podaci koji obuhvaćaju podatke iz pisanih izvora.

## 2. BIHEVIORALNA EKONOMIJA I TRŽIŠTE NEKRETNINA

### 2.1. Nastanak i razvoj bihevioralne ekonomije

Sve ideje o bihevioralnoj ekonomiji nisu nove, neke se doista vraćaju korijenjima neoklasične ekonomije. Kad se ekonomija prvi put pojavila kao zasebno polje studija, psihologija kao disciplina nije postojala. Mnogi ekonomisti bili su psiholozi svog vremena. Adam Smith, koji je najpoznatiji po svom konceptu nevidljive ruke i knjizi *Bogatstvo naroda*, napisao je i manje znanu knjigu *Teorija moralnih osjećaja* u kojoj je izdao psihološka načela individualnog ponašanja koja su nedvojbeno temeljeni na njegovim ekonomskim opažanjima.<sup>4</sup> On je bio među prvima koji su priznali da ekonomsko odlučivanje ljudi nije savršeno.

Odgovor na Smithov koncept nevidljive ruke daje britanski ekonomist, neoklasičar, John Maynard Keynes sa svojom kejnzejanskom revolucijom koja je nastupila 1920-ih i 1930-ih godina. On u svom djelu *Opća teorija zaposlenosti, kamate i novca* iz 1936. godine uvodi pojam *animal spirits* (životinjski porivi) koji utječu na ponašanje i ekonomske odluke pojedinaca.<sup>5</sup> „Keynesova je zasluga, dakle, prije svega ekonomsko-teorijske prirode pa je stoga njegova ideja o animalnim nagonima koji upravljaju ponašanjem ljudi i tako praktički izazivaju sve te krize i neravnoteže ostala na neki način skrivena iza njegovih drugih eksponiranijih ideja.“<sup>6</sup>

Od 50-tih godina prošlog stoljeća istraživalo se normativno tumačenje teorije odlučivanja, a neki znanstvenici su pribjegli pozitivističkom pristupu promatranjem i eksperimentiranjem kako bi shvatili kako se odluke doista donose. Polazna točka im je bila 'ograničena racionalnost'.<sup>7</sup> „Koncept ograničene racionalnosti razvio je Herbert Simon koji tvrdi da kognitivne sposobnosti donositelja odluka nisu uvijek dovoljne za pronalaženje optimalnih rješenja za stvarne probleme. Naglasio je kako su pojedinci ograničeni u njihovom znanju o njihovom okruženju i računalnim sposobnostima. Štoviše, tvrdio je kako se suočavaju s troškovima pretraživanja kako bi dobili sofisticirane informacije da bi ostvarili optimalna pravila odlučivanja. Simon je tvrdio kako zbog tih limita ograničena racionalnost kod agenata koji koriste jednostavno, ali razumno pravilo palca za svoje odluke kad su nesigurni, točniji i

---

<sup>4</sup> Camerer, C. F., Loewenstein, G. & Rabin, M. (2004): op.cit., str. 3.

<sup>5</sup> Dragojević Mijatović, A. (2013): Keynesov animal spirit, *Filozofska istraživanja*, Vol. 32, No. 3-4, Zagreb, str. 558.

<sup>6</sup> Ružić, O., Golubić, H., Latin, M., Klopotan, I. (2014): *Javni menadžment*, Tehnički glasnik, Vol. 8 No. 4, str. 462.

<sup>7</sup> Sorropago, C. (2014): *Behavioral Finance and Agent Based Model: the new evolving discipline of quantitative behavioral finance?*, University Sapienza of Rome, Rome, Italy, str. 8.

realniji opis ljudskog ponašanja nego savršena racionalnost s potpuno optimalnim pravilima odlučivanja. Simonov rad je bio temeljna komponenta razvoja bihevioralne ekonomije kao neovisnog polja.“<sup>8</sup>

„Ekonomisti su do pojave bihevioralnih ekonomista smatrali kako je ideja racionalnosti (odnosno očekivane dobiti) dovoljno snažna i upotrebljiva kod razjašnjavanja empirijskih činjenica.“<sup>9</sup> Uz nastanak bihevioralne ekonomije vežemo trojicu akademskih stručnjaka od kojih su dvojica po struci psiholozi: Daniel Kahneman i Amos Tversky te jedan ekonomist Richard Thaler koji je 2017. godine osvojio Nobelovu nagradu za ekonomiju zbog iznimnog doprinosa u području bihevioralne ekonomije. Oni su u svojim istraživanjima pokrenuli pitanje o razumijevanju odstupanja od zakonitosti glede donošenja odluka. Daniel Kahneman i Amos Tversky su u počecima 1970-ih godina proveli jednostavne eksperimente. „Pokazali su kako ljudi uobičajeno, a ponekad i predvidljivo, griješe u zaključivanju i odlučivanju, te potvrdili da ljudi u uvjetima neizvjesnosti u kojima ishodi nisu sigurni, već samo vjerojatni, donose krive zaključke i odluke, čak i kad su im pružene sve važne i potrebne informacije.“<sup>10</sup>

Možda su dva najutjecajnija djela u razvoju bihevioralne ekonomije objavili Kahneman i Tversky. U svom znanstvenom članku iz 1974. godine tvrdili su da heuristički prečaci stvaraju vjerojatnosti prosudbe koje su odvojene od statističkih načela. Njihov rad iz 1979. godine „Prospektna teorija: odlučivanje pod rizikom“ dokumentira narušavanje očekivane korisnosti i predlaže aksiomatsku teoriju, utemeljenu na psihofizičkim načelima, kako bi objasnili ta narušavanja.<sup>11</sup> Može se reći da su Kahneman i Tversky stvorili temelje bihevioralne ekonomije s prospektnom teorijom koja je pokrenula osnovne postavke na psihološkoj osnovi. Daniel Kahneman je 2002. godine osvojio Nobelovu nagradu iz ekonomije zbog velikog doprinosa na području bihevioralne ekonomije. Time je potvrdio da je psihologija neizostavna disciplina u predviđanjima i objašnjenjima ponašanja ljudi u donošenju ekonomskih odluka pod uvjetima rizika.<sup>12</sup>

---

<sup>8</sup> Zelić, M. (2017): op. cit., str. 16.

<sup>9</sup> Bejaković, P. (2015): Prikaz knjige: Darko Polšek i Kosta Bovan (ur.): Uvod u bihevioralnu ekonomiju, Političke analize, Vol. 6, No. 21, Zagreb, str. 56.

<sup>10</sup> Bejaković, P. (2015): op.cit., str. 56.

<sup>11</sup> Camerer, C. F., Loewenstein, G. & Rabin, M. (2004): op. cit., str. 5.

<sup>12</sup> Hrast, S. (2015): Prospekti bihevioralne ekonomije, Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, Rijeka, str. 6. i str. 25.



Bihevioralna ekonomija širem okruženju postaje popularnija tek u ne tako davnoj prošlosti, nakon uspjeha knjiga poput Arielyjeve iz 2009. "Predvidljivo iracionalni".<sup>13</sup> No, i dalje je dosta nepoznato područje za nekolicinu pojedinaca.

Za vrijeme socijalizma stambeno pitanje nije bio problem građanima jer je vlada većini osiguravala krov nad glavom uz pomoć države ili poduzeće odnosno za mala financijska davanja, što danas nije slučaj, a poveznica bihevioralne ekonomije i tržišta nekretnina je upravo u promjenama cijena tržišta. U zadnjih 20 godina došlo je do velikih promjena u cijenama. Nakon domovinskog rata cijene nekretnina su bile u porastu sve do financijske krize 2008. godine. Zatim su od krize pa sve do 2015. godine cijene su bile u konstantnom padu iza čega su opet u porastu sve do danas. Čak i dandanas vlada mišljenje iz, ne tako bliske, prošlosti da bi svaki pojedinac trebao posjedovati nekretninu što utječe na velik broj odluka o kupovini nekretnine. Nepoznavanje čimbenika koji utječu na pojavu u ciklusima cijena nekretnina može dovesti da pojedinci krivo procijene situaciju na tržištima nekretnina poneseni ponašanjima drugih sudionika ili informacijama prezentiranih u medijima. Navedeno iracionalno ponašanje investitora je naglašeni kad su oni nedovoljno financijski pismeni te ne znaju razlučiti stvarne, fundamentalne čimbenike koje utječu na cijene u odnosu na optimistična ili pesimistična očekivanja.

## **2.2. Općenito o bihevioralnoj ekonomiji**

Bihevioralna ekonomija primarno se odnosi na proces odlučivanja u vezi potrošnje, štednje, ulaganja i zaduživanja te na taj način dopunjuje analizu međuodnosa među rezultatima ponašanja, kao kod potrošenih ili ušteđenih novaca, poslovnih ulaganja, cijena i ostalih pojmova povezanih s ekonomskim područjem, što je osnovna domena tradicionalne ekonomije.<sup>14</sup>

„Bihevioralna ekonomija jedna je od najzanimljivijih grana u suvremenoj ekonomiji. Nastala je kao reakcija na teoriju racionalnog izbora, koja je dominirala do sedamdesetih godina dvadesetog stoljeća. Teorijom racionalnog izbora tvrdi se da ljudi donose odluke kao savršeno racionalna bića. Kad se nađu pred odlukom, ljudi uzimaju u obzir sve dostupne informacije te

---

<sup>13</sup> Polšek, D., Bovan, K.(2015): Uvod u bihevioralnu ekonomiju, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, str. 43.

<sup>14</sup> Osman, M. (2015): Behavioral Economics: Where Is It Heading?, Psychology 6, Queen Mary University of London, London, UK, pp. 1115. Citirano u: Katona, G. „On The Function of Behavioral Theory and Behavioral Research in Economics, American Economic Review, Vol. 58, 1968., str. 146-149.

na temelju tih informacija zaključuju koja će im odluka donijeti najviše koristi uz najmanje troškove.“<sup>15</sup>

Međutim, ljudi ne odlučuju racionalno, već se u odlučivanju služe raznim pomoćnim pravilima (heuristikama). Heuristika se odnosi na tehnike temeljene na iskustvu koje služe za rješavanje problema, za učenje i otkrivanje. „Heurističke metode se koriste kako bi se ubrzao proces pronalaženja zadovoljavajućih rješenja, kada je iscrpno pretraživanje nepraktično. Preciznije, heuristike su strategije koje se koriste već dostupnim, premda vrlo okvirno primjenjivim informacijama prilikom kontrole rješavanja problema ljudi i strojeva.“<sup>16</sup> Istraživanja su pokazala da ljudi donose lošije odluke uz pomoć heuristika samo zato što su ta istraživanja provedena u laboratorijskim uvjetima, a heuristike su razvijene za specifične situacije u okolišu.

Bihevioralna ekonomija posvećuje se načinu na koji psihološke osobine ljudi utječu na proces donošenja odluka. Radi se o kombinaciji psihologije i ekonomije koja istražuje granice ljudske racionalnosti, kako u tržišnom svijetu tako i u svakodnevnom životu.

„Bihevioralna je ekonomija, dakle, ime za disciplinu koja se bavi procesima odlučivanja stvarnih ljudi. Ti procesi stoga moraju odražavati ljudska ograničenja: manjkavosti u znanju, dostupnom vremenu ili kognitivnim sposobnostima za donošenje idealne odluke. Takav okvir istraživanja zovemo i pristupom "ograničene racionalnosti" (eng. *bounded rationality*), racionalnosti koja se – za razliku od modela racionalnosti "klasične" ekonomije, prema kojima vremenska, informacijska i druga ograničenja nisu bitni faktori za predviđanje ljudskog ponašanja – promatra u realističnim uvjetima za donošenje odluke.“<sup>17</sup>

Realnost je da su ljudi mnogo manje racionalni u donošenju odluka negoli što to tradicionalna ekonomija pretpostavlja. Iracionalno ponašanje nije slučajno ni besmisleno, ono je sustavno i predvidljivo. Bihevioralna ekonomija temelji se na istinskom ponašanju ljudi, a ne na idejama o tome kako bi se ljudi trebali ponašati. Nadalje, ona priznaje ljudske nedostatke te pokazuje na koje se sve načine odričemo vlastitih ideala. Tradicionalna ekonomija pretpostavlja da su koncepcijom o vrijednostima proizvoda i usluga te količinom zadovoljstva koje nam donose. S druge strane, bihevioralna ekonomija izražava uvjerenje da su ljudi osjetljivi na nevažne utjecaje iz svoje neposredne okoline, na beznačajne osjećaje te druge oblike iracionalnosti. Zahvaljujući svojim očima, ušima, osjetilima njuha i dodira te našem umu, filtriramo ono što

---

<sup>15</sup> Polšek, D., Bovan, K. (2015): op. cit., str. 158.

<sup>16</sup> Polšek D., Bovan K. (2015): op.cit., str. 51.

<sup>17</sup> Polšek D., Bovan K. (2015): op.cit., str. 13.

vidimo i o čemu odlučujemo. Svaka informacija je naš doživljaj stvarnosti, a ne pravi odraz. Prirodan način na koji donosimo odluke ograničen je kvalitetom i preciznošću alata koje nam je priroda podarila. Pogreške koje činimo pružaju nam mogućnost da se stvari poboljšaju tako da razvijemo nove strategije, načine i metode koji će nam pomoći da u budućnosti mudrije odlučujemo.<sup>18</sup>

„Istraživanja pokazuju kako su ekonomske odluke ljudi društvene i na njih utječe odnos vlastitog ishoda s ishodima drugih pojedinaca. Nadalje, društveni utjecaj na ekonomske odluke nije vidljiv samo u izravnim usporedbama vlastitog ishoda s tuđim ishodima, nego se može otkriti i na većoj razini kroz utjecaj normi. Norme pravednosti i jednakosti utječu na očekivanja i ponašanja.“<sup>19</sup> Nadalje, norme koje se obično nalaze unutar društva i koje govore koja su prihvatljiva ponašanja, odnosno koja ponašanja drugi odobravaju ili ne odobravaju, nazivaju se propisujuće norme. Obično ljudi slijede te norme iz društvenih razloga kao što su izgradnja i održavanje međuljudskih odnosa. No, osim propisujućih normi, ono što drugi pojedinci rade u određenim situacijama također utječe na ljudsko ponašanje. Doživljaj ljudi o tome kako se većina drugih ljudi ponaša u određenoj situaciji predstavlja običajne norme.<sup>20</sup>

U suštini bihevioralna ekonomija istražuje, odnosno donosi odgovore zašto pojedinac ne odlučuje racionalno nego se povodi drugim mišljenjima i stavu javnosti pri donošenju svojih odluka. Ljudi se povode tuđim mišljenjima, a smatram da je glavni razlog to što su ljudi nesigurni u sebe i svoje odluke te kroz mišljenje drugih formiraju svoj stav pa samim time i lakše odlučuju te su sigurniji u svoju odluku.

### **2.3. Bihevioralno ponašanje na tržištu nekretnina**

Nakon svake financijske krize čovjek bi pomislio da se iz nje nešto naučilo i kako se ista neće ponoviti u budućnosti. Međutim, krize su se događale tijekom godina. Posljednja je bila 2008. godine i ostavila je velike posljedice, poput nepovjerenja u financijski sustav, smanjenja broja

---

<sup>18</sup> Ariely, D. (2009): Predvidljivo iracionalni, Nevidljive sile koje upravljaju našim odlukama, Knjigoteka, str. 291.-295.

<sup>19</sup> Lukavac, M., Zelić, M. (2018): Bihevioralni pristup ekonomiji – objašnjenje tržišnih neefikasnosti s naglaskom na financijsko tržište, Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju, Zadar, str. 3.

<sup>20</sup> Miller, J., Amit, E., Posten, AC. (2016): Encyclopedia of Global Bioethics, Chapter Behavioral Economics, Springer, Cham, str. 2.-3.

novooizgrađenih stanova, od kojih mnoštvo nije prodano, te smanjenja aktivnosti na tržištu postojećih nekretnina. Cijene nekretnina, kao i potražnja, bile su u padu.

Neki od ekonomista su predvidjeli krizu te se podstavlja pitanje koje su informacije imali u usporedbi s ostatkom svijeta. Među njima je Robert J. Shiller, jedan od glavnih zagovornika bihevioralne ekonomije. To je dio ekonomije kao discipline koji uključuje psihologiju u načela ekonomije i osporava postojanje potpuno racionalnih tržišnih agenata. Shiller je upozoravao kako vrijednost nekretnina dugoročno ne može nadmašiti inflaciju.<sup>21</sup>

Tržišta se u ekonomiji smatraju kao učinkovita, a agenti su po definiciji racionalni. Klasična ekonomija pretpostavlja da ljudi strateški temelje svoje odluke na predznanju o mogućnostima koje im stoje na raspolaganju i procjeni potencijalnih ishoda. Bihevioralna ekonomija odskaače od klasične jer se želi otkriti objašnjenje za odstupanje od aksioma koji se u ekonomiji obično oslanjaju na ono što se događa unutar ljudskog mozga pri donošenju odluke, a ne na ono što je određeno i karakterizirano neposrednim okruženjem prilikom donošenja odluke.

„Money illusion“ objašnjava zašto ljudi domove smatraju spektakularnim ulaganjima. Znamo kupovne cijene nekretnina od davnih vremena. Ljudi se sjećaju kupovne cijene svog doma, čak i ako je to bilo prije pedeset godina, ali ne uspoređuju ga s drugim cijenama od davnih vremena. Danas možemo čuti izjave poput „platio sam 12 000 dolara za kuću kad sam se vratio iz Drugog svjetskog rata“. To nagovještava ogromne prinose od prodaje kuće – dijelom zato što se ne uzima u obzir desetostruko povećanje potrošačkih cijena od tog vremena. Realna vrijednost kuće možda se samo udvostručila u tom intervalu, što bi značilo godišnju stopu rasta od samo oko 1,5% godišnje.<sup>22</sup>

„Rezultat automatskog mišljenja naziva se samoispunjavajuće proročanstvo kada očekivanje o budućem ishodu utječe na ponašanje u skladu s očekivanjem. Formirajući očekivanja glede ponašanja druge osobe, ponašanje se prilagođava u skladu s tim očekivanjima te se time utječe na njihovo ostvarenje. Na tržištima kapitala ona se najčešće očituje u obliku formiranja očekivanja o promjeni cijena na tržištu. Kada tržišta i optimizam rastu, ljudi postaju nerealni optimisti i stvaraju nerealna očekivanja. Očekujući rast cijena, oni povećavaju potražnju za vrijednosnicama ili nekretninama, time povećavajući njihovu cijenu. Prilagođavajući svoje ponašanje očekivanjima utjecali su na cijenu vrijednosnica a da se stvarni fundamenti tržišta

---

<sup>21</sup> Effect d.o.o. (2013): Nobelova nagrada za ekonomiju 2013. Fami, Hansenu i Shilleru, [http://www.effect-dubrovnik.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1823:nobelova-nagrada-za-ekonomiju-2013-fami-hansenu-i-shilleru&catid=46:ekonomija&Itemid=101](http://www.effect-dubrovnik.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1823:nobelova-nagrada-za-ekonomiju-2013-fami-hansenu-i-shilleru&catid=46:ekonomija&Itemid=101), (25.6.2019.)

<sup>22</sup> Akerlof G. A., Shiller R. J. (2009): *Animal Spirits: How Human Psychology Drives the Economy, and Why It Matters for Global Capitalism*, Princeton University Press, Princeton and Oxford, str. 152.

nisu promijenili. Razdoblja rasta i euforije traju dok taj osjećaj ne presuši te ljudi požele izvući svoju kapitalnu dobit. Tada se događa obrat i cijena se korigira oko realne vrijednosti. Takvi ciklusi su uobičajeni na tržištima kapitala, no njihovi ekstremi, kada cijene padnu više desetaka postotaka u jednom danu, mogu prouzročiti velike probleme ne samo ulagačima nego i općoj ekonomiji.“<sup>23</sup>

Odluka o kupnji nekretnina mnogo je složenija od odluke o kupnji „običnih“ dobara. Razlog leži u očekivanju koje igra glavnu ulogu pri procjeni vrijednosti ulaganja. Za kupnju običnih dobara poput hrane vremenska dimenzija je manje važna jer cijena previše ne varira na dnevnoj razini. Zbog toga više ljudi lakše donosi odluku o kupnji hrane, nego li o kupnji nekretnine prilikom koje su mnogo oprezniji. Naime, veliku ulogu ima rizik da će nakon kupnje cijena nekretnine pasti u odnosu na cijenu kupnje. Na procjenu vrijednosti utječu tri faktora. Prvi je da ćemo očekivanje iznosa budućih novčanih tokova koje očekujemo ostvariti kao vlasnici vrijednosnice. Drugi je procjena rizika budućih novčanih isplata. I zadnji, vremenska preferencija novca – veća sklonost novcu u sadašnjosti prema istom iznosu novca u budućnosti.

Dolazimo do utjecaja drugih na našu odluku. Naime, ljudi su ponekad spremni odustati od vlastita sviđanja određene nekretnine samo zato da bi se drugima prikazali u određenom svijetlu. Pojedinci su skloni isticanju vlastite različitosti pri čemu će, na primjer, biti privrženiji prosječnoj lokaciji nekretnine ako su ostali za iznadprosječnu samo kako bi istaknuli da su posebni. Tako se pojedinci mogu dovesti u situaciju da žrtvuju svoje zadovoljstvo za dobar glas. S druge strane, postoje pojedinci koji će donijeti odluku na temelju odluka koje su drugi donijeli. Tako će, na primjer, preferirati nekretninu za koju znaju da je funkcionalna iz iskustva drugih i tako manje riskirati. Dolazi do prihvaćanja istih uvjerenja o načinu na koji funkcionira, ne uzimajući u obzir različitost zahtjeva. Većina ljudi ne zna što želi sve dok to ne vidi u konkretnoj situaciji.

Ako isključimo druge osobe iz priče također razmišljamo iracionalno. Ako nam agent za posredovanje nekretninama ponudi tri stana i sva tri su nam interesantna te približno jednake cijene. Jedan stan je modernog stila, a druga dva rustikalnog. Jedina razlika rustikalnih stanova je da u jednom treba obnoviti kuhinju te je cijena viša zbog dodatnih troškova. Odabrat ćemo rustikalni stan koji ne treba renovirati zbog odluke na temelju usporedbe. U ovom slučaju nemamo drugi moderni stan da bi ga usporedili pa ovaj odbacujemo i znamo da

---

<sup>23</sup> Poslovni dnevnik (2008): Veći rast prihoda potiče ulagače na rizik, <http://www.poslovni.hr/after5/veci-rast-prihoda-potice-ulagace-na-rizik-99753>, (26.6.2019.)

je drugi rustikalni stan bolji od prvog kojeg treba renovirati. Ovdje se fokusiramo na usporedbu stvari koje su jednostavne, a izbjegavamo komplicirano uspoređivanje.<sup>24</sup>

Uri Simonsohn i George Loewenstein otkrili su da se ljudi obično kada se presele u drugi grad oslanjaju na cijene nekretnina u gradu u kojem su živjeli. Istraživanje je pokazalo da kada se ljudi koji su iz gradova gdje su cijene povoljnije dosele u grad gdje su cijene više nisu spremni platiti tu cijenu za određenu nekretninu već će trošiti iznos na koji su navikli čak i ako to znači da će biti u manjoj i neudobnijoj nekretnini. Slično tome, i ljudi koji su preselili iz skupog u povoljniji grad, trošit će iznose kao i prije. Razlog tome je što ljudi imaju tendenciju procijeniti vjernost događaja na temelju prošlih događaja, a ne stvarnog prikupljanja podataka. Rješenje ovog problema je iznajmiti kuću na godinu dana ili više tako da se prilagodimo novoj sredini, tj. lokalnome tržištu.<sup>25</sup>

Kako je već rečeno, ljudi nisu racionalni pri donošenju odluka te se povode tuđim mišljenjima. Na odluku o kupnji nekretnine, po mom mišljenju, najviše utječu poznanici što će se istražiti u empirijskom istraživanju. Smatram da će pojedinac ako netko od njegovih poznanika kupi nekretninu početi razmišljati o istom. S druge strane, ako netko od poznanika postane podstanar, pojedinac će razmišljati o prednostima podstanarstva i manama kupovine nekretnine.

---

<sup>24</sup> Ariely, D. (2009): op. cit., str.40-42.

<sup>25</sup> Simonsohn, U., Loewenstein, G. (2006): The Effect of Previously Encountered Prices on Current Housing Demand, *Economic Journal*, Vol. 116, No.508, str. 175-199,

### 3. TRŽIŠTE NEKRETNINA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Tržište nekretnina u Republici Hrvatskoj je veoma različito. Razlika u cijeni nekretnina po regijama je drastična i za sada raste u nedogled. Nadalje, Hrvatska je turistička zemlja koja dobar dio svog BDP-a ostvaruje upravo na turizmu. S jedne strane imamo Slavoniju koja se bazira isključivo na poljoprivredu i prirodno je dana za to, dok Dalmacija ima prirodni resurs – more te od toga uglavnom živi. To je jedan od razloga zašto cijene nekretnina tako drastično variraju.

„Za tržište nekretnina zapravo možemo reći da se sastoji od većeg broja odvojenih tržišta koja se razlikuju s obzirom na zemljopisni položaj i vrstu nekretnine. S obzirom da je svaka pojedina nekretnina jedinstvena cjelina koja se nalazi na jednoj jedinstvenoj lokaciji, potrebno je svaku od njih tretirati kao potpuno zasebnu i neponovljivu cjelinu te svakoj pojedinoj nekretnini prići kao posebnom tržištu, različitom od svih ostalih. Pravila igre kod prodaje nekretnina uglavnom su potpuno drukčija već kod sljedeće nekretnine te se osnovni zadatak prodavatelja najčešće svodi na prepoznavanje specifičnosti svake pojedine nekretnine i pronalaženje najboljeg načina za njezin plasman na tržištu. Pritom ne postoji nikakva jedinstvena formula uspjeha...“.<sup>26</sup>

#### 3.1. Određivanje cijena nekretnina

Tržište nekretnina nije slično ostalim tržištima. Heterogenost tržišta nekretnina otežava kategoriziranje, svaka nekretnina je različita u nekom pogledu te tržište nekretnina sadrži puno varirajućih faktora. Najvažniji od tih faktora je upravo lokacija nekretnine kod koje razlikujemo makro i mikro lokaciju. Makro lokacija nekretnine je kvart u kojem je nekretnina smještena što kupci prvo uvjetuju prilikom iskazivanja želje za kupnjom nekretnine. Ukoliko je interes kupaca za određenu makro lokaciju znatno veći od ponude na toj lokaciji, cijena nekretnina raste. Mikro lokacija definira u kojem je dijelu određenog kvarta nekretnina smještena te igra značajniju ulogu kod određivanja cijene od makro lokacije. Sljedeći faktor je površina. Amaterski gledano, svi znamo pomnožiti površinu nekretnine sa određenom cijenom po kvadratnom metru. No, površina je bitna jer nam govori koliko prostorija može biti u kući kao i o dodatnim sadržajima poput balkona ili parkirnog mjesta. Nadalje, položaj

---

<sup>26</sup> Josipović, T., Dubravica, V., i drugi (1998): Prodaja nekretnina, Copygraf, Zagreb

nekretnine je također važan faktor. Kod kuća je važno kako su horizontalno položene u prostoru, a kod stanova i kako su vertikalno položeni. Kada promatramo kako je nekretnina položena horizontalno, gledamo kako su prostorije orijentirane u odnosu na strane svijeta te krajolik u kojem se nalazi. Također, stan koji nije pozicioniran uz rub zgrade imat će sigurno manje izdatke za grijanje i hlađenje negoli onaj koji se nalazi uz rub zgrade što pospješuje realizaciju prodaje. S druge strane, vertikalni položaj govori o katnosti. Stanovi od visokog prizemlja do drugog kata postižu višu cijenu. Valja napomenuti kako godina izgradnje utječe na cijenu nekretnine više nego ikad prije.<sup>27</sup>

„Ponuda/potražnja je vrlo bitan faktor utjecaja na cijenu nekretnine, koji uz prodajnu cijenu određuje i vremenski rok u kojem će nekretnina biti prodana.“<sup>28</sup> Ukoliko se u pogodno vrijeme prodaje stan, odnosno u vrijeme u kojem nema drugih stanova istih ili sličnih karakteristika, velika je vjerojatnost da će se brzo realizirati prodaja. „U neko drugo vrijeme moguće je da se na tržištu pojavi više istih nekretnina, što automatski smanjuje moguću prodajnu cijenu i povećava vrijeme potrebno za realizaciju prodaje. Vremenski rok u kojem prodavatelj želi prodati nekretninu, odnosno rok u kojem kupac želi istu kupiti, često se pokazao kao presudan faktor utjecaja na cijenu nekretnine. Pripadci nekretnine kao što su parkirno mjesto, garaža, balkon ili spremište ponekad mogu značajno utjecati na cijenu nekretnine. Osim što navedeni pripadci sami po sebi imaju određenu vrijednost, činjenica da stan ima ili nema riješeno pitanje parkiranja vozila također utječe na cijenu nekretnine.“<sup>29</sup> Izravan utjecaj na vrijednost nekretnine s obzirom na broj soba ima tlocrt nekretnine, odnosno razmještaj prostorija i položaj nosivih zidova. Tlocrt koji pruža klijentu da nekretninu uskladi sa svojim željama i potrebama pospješuje realizaciju prodaje.<sup>30</sup>

Naime, postoji razlika između tržišne vrijednosti i cijene nekretnine. Tržišna vrijednost nekretnine je teoretska vrijednost nekretnine koja bi se mogla postići kod idealnih tržišnih uvjeta, dok je cijena nekretnine iznos za koji je realizirana kupoprodaja nekretnine.

Jedna od bihevioralnih interpretacija mogla bi biti da je ponašanje kupaca usmjereno na tržišne segmente. Ako kupac traži stan u cjenovnom rasponu od 1 700 000 do 2 milijuna, a drugi kupac traži stan u rasponu od 2 do 2,3 milijuna, tada će se u oba pojaviti pretrage sa samo okruglim brojevima koji traže cijenu od 2 milijuna. Na ovaj način, tražene cijene koje su

---

<sup>27</sup> Zagreb max nekretnine (2019): Faktori utjecaja na cijenu nekretnine, <https://www.zagrebmax.hr/faktori-utjecaja-na-cijenu-nekretnine>, (15.7.2019.)

<sup>28</sup> Zagreb max nekretnine (2019): 2.dio – Faktori utjecaja na cijenu nekretnine, <https://www.zagrebmax.hr/2-dio-faktori-utjecaja-na-cijenu-nekretnine>, (15.7.2019.)

<sup>29</sup> Zagreb max nekretnine (2019): 2.dio – op.cit.

<sup>30</sup> Zagreb max nekretnine (2019): 2. dio - op.cit.



okrugle mogu privući više kupaca. Nadalje, cijene koje su podcijenjene mogu negativno utjecati na prodaju iz razloga što kupac počinje sumnjati u funkcionalnost nekretnine.

„Dubravica (1998) je dao interesantno objašnjenje rasta cijena nekretnina: Jedna od najzanimljivijih teorija koja objašnjava kretanje cijena je teorija „većeg glupana“. Prema njoj ista nekretnina može nekoliko puta biti prodavana po višoj cijeni tako dugo dok svaki od vlasnika uspijeva pronaći „većeg glupana“. Jednog dana kada „veći glupan“ od trenutnog vlasnika više ne postoji cijene se zaustavljaju ili čak padaju do dolaska sljedeće generacije „glupana“.“<sup>31</sup>

Na cijenu nekretnina u Republici Hrvatskoj najviše utječe zemljopisni položaj i prirodni resursi. Također, potražnja za nekretninama na atraktivnijim lokacijama je veća, a kolika god cijena bila kupac će se pronaći. Nažalost, današnja realnost je da se za cijenu kuće u istočnom dijelu Hrvatske ne može praktički kupiti ni parkirno mjesto u južnom dijelu, konkretan primjer je grad Split.

### **3.2. Analiza tržišta nekretnina u Republici Hrvatskoj**

Stručnjaci tvrde da se zbog previsokih cijena proda tek svaka šesta nekretnina. Vlasnici nekretnina obično idealiziraju svoju nekretninu te su cijene koje su dane u oglasu najčešće u razmjeru i neusporedive s onima koje se uspiju realizirati. No unatoč visokim cijenama, potražnja je veća od ponude. Stručnjaci također smatraju kako će trend rasta cijena trajati još godinu dana, ali ni približno trenutnom brzinom. Do slabljenja rasta cijena trebalo bi doći krajem ove godine.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Ljepotić, M. (2016): Segmentacija i potencijali tržišta nekretnina u Dalmaciji, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, str. 14.

<sup>32</sup> Poslovni dnevnik (2019): Cijene nekretnina u Hrvatskoj ponovno divljaju: Stručnjaci objasnili zašto, <http://www.poslovni.hr/nekretnine/cijene-nekretnina-u-hrvatskoj-ponovno-divljaju-strucnjaci-objasnili-zasto-356247>, (21.8.2019.)

**Tablica 1: Prosječni godišnji indeksi cijena stambenih objekata**

| Godina | Prosječne godišnje stope promjene, % |                       |                            |             |        |        |
|--------|--------------------------------------|-----------------------|----------------------------|-------------|--------|--------|
|        | Ukupno                               | Novi stambeni objekti | Postojeći stambeni objekti | Grad Zagreb | Jadran | Ostalo |
| 2008.  | 1,2                                  | -                     | -                          | -0,5        | 4,1    | -0,4   |
| 2009.  | -5,0                                 | -2,1                  | -6,8                       | -7,0        | -3,4   | -3,3   |
| 2010.  | -6,3                                 | -7,8                  | -5,2                       | -8,9        | -4,4   | -4,0   |
| 2011.  | 0,2                                  | 1,8                   | -1,0                       | -0,4        | 1,2    | -0,5   |
| 2012.  | -1,6                                 | -0,3                  | -2,5                       | -2,0        | -1,8   | -0,5   |
| 2013.  | -3,9                                 | -3,5                  | -4,2                       | -5,8        | -3,0   | -4,1   |
| 2014.  | -1,6                                 | -2,1                  | -1,3                       | -1,3        | -2,0   | -0,8   |
| 2015.  | -2,9                                 | -6,1                  | -1,4                       | -2,1        | -3,3   | -2,7   |
| 2016.  | 0,9                                  | -3,4                  | 1,8                        | 0,7         | 1,3    | -0,8   |
| 2017.  | 3,8                                  | -0,1                  | 4,6                        | 4,3         | 4,4    | 0,6    |
| 2018.  | 6,1                                  | 3,6                   | 6,6                        | 10,7        | 5,3    | 0,5    |

Izvor: Izrada autora prema podacima koje je objavio Državni zavod za statistiku

Iz tablice 1 u kojoj je prikazana prosječna godišnja stopa promjene cijena stambenih objekata u razdoblju od 2008. do 2018. godine možemo vidjeti da do porasta cijena nekretnina dolazi 2011. godine te se opet nastavlja pad. Taj porast 2011. godine od 0,2% (u odnosu na 2010. godinu) možemo zanemariti te gledati kao da je nakon krize bio sedmogodišnji pad cijena čija je posljedica pad BDP-a, zaposlenosti i sličnih makroekonomskih pokazatelja. Do porasta cijena stambenih objekata dolazi 2016. godine, no i dalje je cijena novih nekretnina u padu do čijeg porasta dolazi tek prošle godine za 3,6% u odnosu na 2017. godinu.

Na Jadranu je slična situacija kao i u ostatku države: sedmogodišnji pad, osim 2011. godine kad se bilježi porast od 1,2% u odnosu na 2010. godinu. Nadalje, 2016. se bilježi rast od 1,3% te cijene i dalje rastu: 2017. godine rast je bio 4,4%, a 2018. godine 5,3%. Zanimljivo je da je u gradu Zagrebu prošle godine zabilježen rast od čak 10,7% u odnosu na 2017. godinu.

**Tablica 2: Indeksi cijena stambenih objekata s obzirom na prethodno tromjesečje**

| Godina   | Tromjesečne stope promjene, % |                       |                            |             |        |        |
|----------|-------------------------------|-----------------------|----------------------------|-------------|--------|--------|
|          | Ukupno                        | Novi stambeni objekti | Postojeći stambeni objekti | Grad Zagreb | Jadran | Ostalo |
| 2018. Q4 | 1,1                           | 0,7                   | 1,2                        | 0,7         | 1,2    | 1,5    |
| 2019. Q1 | 3,5                           | 7,4                   | 3,0                        | 4,3         | 4,6    | -1,4   |

Izvor: Izrada autora prema podacima koje je objavio Državni zavod za statistiku

**Tablica 3: Indeksi cijena stambenih objekata s obzirom na isto tromjesečje prethodne godine**

| Godina   | Godišnje stope promjene, % |                       |                            |             |        |        |
|----------|----------------------------|-----------------------|----------------------------|-------------|--------|--------|
|          | Ukupno                     | Novi stambeni objekti | Postojeći stambeni objekti | Grad Zagreb | Jadran | Ostalo |
| 2018. Q1 | 8,5                        | 6,6                   | 8,9                        | 11,4        | 8,1    | 4,2    |
| 2019. Q1 | 7,4                        | 10,1                  | 7,1                        | 11,4        | 7,4    | 1,0    |

Izvor: Izrada autora prema podacima koje je objavio Državni zavod za statistiku

Iz tablica 2 i 3 je vidljivo da je tržište u porastu i ove godine. U prvom tromjesečju 2019. godine bilježi se velik rast u gotovo svim područjima s obzirom na prethodno tromjesečje (zadnje tromjesečje 2018. godine), a najveći porast je u cijeni novih nekretnina. Na Jadranu se bilježi porast od 4,6% u odnosu na tromjesečje koje je prethodilo, a 7,4% u odnosu na prvo tromjesečje 2018. godine. Za grad Zagreb vidimo da je velika razlika koje tromjesečje gledamo, pa je tako zabilježen rast od 4,3% s obzirom na prethodno, a čak 11,4% s obzirom na isto tromjesečje prošle godine.

Cijene nekretnina na Jadranu su u konstantnom porastu i rastu u nedogled, po mom mišljenju će doći do pada cijena na tržištu zbog zasićenosti tržišta jer će mali broj pojedinaca biti u mogućnosti financirati takvu nekretninu ukoliko bi se nastavila tendencija rasta cijena po trenutnim stopama.

### 3.3. Tržište nekretnina u Splitu

Ukoliko se govori o tržištu nekretnina u Hrvatskoj, misli se na ponudu i potražnju nekretnina na području cijele Hrvatske što smo analizirali u prethodnom poglavlju. No, u ovom radu promatrat će se tržište nekretnina u Splitu te će se također istraživati znanje pojedinaca o istom, kao i što sve utječe ne njihovu odluku.

Split je najveći dalmatinski grad što ga ujedno čini gospodarskim i kulturnim sjedištem Dalmacije. Prema zadnjem popisu stanovništva iz 2011. godine, Split ima 178.192 stanovnika te se nalazi na drugom mjestu najvećih gradova u Hrvatskoj po broju stanovnika. Od ukupne površine koja iznosi 79, 38 km<sup>2</sup>, gradsko naselje zauzima 25 km<sup>2</sup>. Kako se može vidjeti na slici 1 smješten je na Jadranu u središnjoj Dalmaciji na Marjanskom poluotoku.<sup>33</sup>



**Slika 1: Pozicija grada Splita na karti Republike Hrvatske**

Izvor: <http://i.imgur.com/g86v3eS.png>

„Cijene stambenih kvadrata ne prestaju rasti, a oni koji žele kupiti nekretninu u Splitu redom svjedoče da to nije ni jednostavan ni povoljan posao. Prema godišnjem istraživanju Njuškala na uzorku većem od 150 tisuća nekretnina, one su u 2018. godini bilježile značajan rast. Cijene stanova u Hrvatskoj prošle godine su rasle gotovo 8 posto, dok su cijene kuća bilježile rast od 4 i pol posto.“<sup>34</sup>

<sup>33</sup> Wikipedija (2019): Split, <https://hr.wikipedia.org/wiki/Split>, (20.8.2019.)

<sup>34</sup> Slobodna dalmacija (2019): Cijene nekretnina u Splitu nikad nisu bile više, a ni razlike među kvartovima: ovih pet drži elitni status 'paprenim' ciframa, dok jedan na rubu grada postaje sve uređeniji i povoljniji za život, <https://www.slobodnadalmacija.hr/dalmacija/split/clanak/id/587613/cijene-nekretnina-u-splitu-nikad-nisu-bile->

Najsnažniji porast cijena primijećen je u Dubrovniku, a onda u Splitu u kojem je prosjek tražene cijene po metru kvadratnom iznosio 2792€ i viša je od jedanaest posto s obzirom na 2017. godinu. „Jedan od najskupljih kvartova su Meje gdje je prosječna tražena cijena kvadrata stana dosegla vrtoglavih 3728 eura i više od pet posto je rasla u 2018. Među kvartovima koji su zabilježili najveće skokove u cijenama stanova svakako se izdvaja Grad, gdje je cijena u samo 12 mjeseci rasla gotovo 18 posto. Trenutno je prosječna tražena cijena kvadrata stana tamo 3485 eura. Iza njih su Bačvice i Varoš gdje su prosječne cijene kvadrata više od 3 tisuće eura.“<sup>35</sup> No, postoje i kvartovi u kojima su prosječne tražene cijene kvadrata puno niže, poput Sućidra kod kojeg je cijena kvadrata stana 2114 € te je u prošloj godini zabilježen rast od 14%.<sup>36</sup>

Što se tiče kuća, grad Split je jedan od rijetkih u kojem je cijena prosječnog kvadrata kuće veća od cijene kvadrata stana. „To je posljedica velikog broja luksuznih kuća koje se prodaju u Splitu, a najskuplje su opet na Mejama. Tamo je prosječna cijena kvadrata kuće s dvorištem 5496 eura, odnosno gotovo 10 posto je viša u odnosu na 2017. Postoje i kvartovi u Splitu gdje su cijene kuća padale u 2018. godini, pa je tako na Žnjanu, iako je pri cjenovnom vrhu u Splitu, zabilježen pad cijene kvadrata gotovo 10 posto, te je prosječna cijena kvadrata kuće oko 3450 eura.“<sup>37</sup>

Grad Split za razliku od drugih gradova ima malo prostora za širenje, odnosno gradnju novih stambenih jedinica što je dovelo do velikog porasta cijena zbog čega se dobar dio ljudi odlučio na kupnju nekretnine u okolnim gradovima poput Solina ili Kašela. To je rezultiralo tim da je i u obližnjim gradovima cijena nekretnina porasla, ali se još uvijek može pronaći po prihvatljivijim cijenama u odnosu na Split. Cijena nekretnina u Splitu ponajviše raste zbog velike potražnje te je potražnja za stanovima i u manje atraktivnim kvartovima velika, što je vidljivo iz dugih lista čekanja za POS stanove na Kili.

---

[vise-a-ni-razlike-meu-kvartovima-ovih-pet-drzi-elitni-status-39paprenim39-ciframa-dok-jedan-na-rubu-града-postaje-sve-ureeniji-i-povoljniji-za-zivot](#), (15.8.2019.)

<sup>35</sup> Slobodna dalmacija (2019): op.cit.

<sup>36</sup> Slobodna dalmacija (2019): op. cit.

<sup>37</sup> Slobodna dalmacija (2019): op. cit.

## 4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

S obzirom na složenost ljudske psihologije, ponekad je teško prepoznati što u svakom pojedincu pokreće određenu radnju. Stoga se u psihologiji često koriste intervjui ili eksperimenti pomoću kojih se u potpunosti objašnjavaju ljudske reakcije. S druge strane, ako se zaključci generaliziraju, treba ispitati veći broj ljudi kako bi se došlo do objašnjenja ponašanja za određenu populaciju.

Iako bihevioralna ekonomija ima više psiholoških elemenata od standardne ekonomije, njeni su postulati utemeljeni na jednostavnim socijalnim eksperimentima i istraživanjima koja su pokazala da daju točne rezultate. Štoviše, provođenjem anketa i jednostavnih eksperimenata bihevioralni ekonomisti su mogli doći do zaključaka koji su doveli do novih postulata za ekonomiju kao znanost.

Budući da je cilj ovog rada vidjeti rezultate na području grada Splita koji ima 178.192 stanovnika, najprikladniji način provođenja istraživanja bio je putem online ankete kako bi se ispitalo što više pojedinaca. Nadalje, s obzirom da je cilj i testiranje različitih psiholoških odluka, online anketa omogućuje pojedincu da odgovori iskrenije. Osim testiranja psiholoških odluka, cilj je također vidjeti razinu svjesnosti i razumijevanja tržišta nekretnina u Splitu jer ljudi imaju tendenciju precijeniti razinu znanja koja može biti štetna pri donošenju odluke.

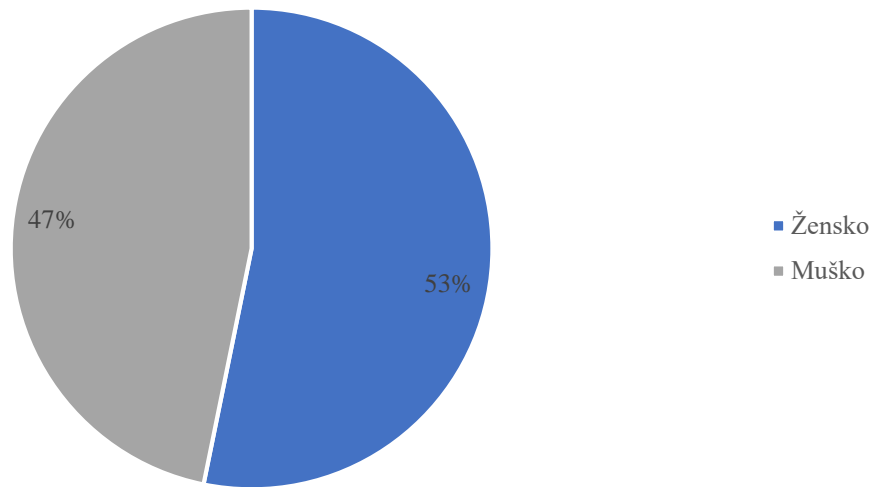
Pomoću anketnog upitnika koji je proveden za empirijsko istraživanje ispitani su potencijalni kupci nekretnina na području grada Splita. Anketni upitnik, koji se sastojao od 27 pitanja podijeljenih u tri grupe, ispunilo je 77 osoba, što je dovoljan broj za analizu istraživanja.

Anketa je sastavljena od tri grupe pitanja:

- Demografska pitanja koja daju okvir za testiranje (6 pitanja);
- Pitanja koja navode hipotetičke situacije s ciljem ispitivanja pojedinih odluka (6 pitanja),
- Pitanja koja se odnose o kupnji nekretnine pojedinca te njegovih poznanika s ciljem ispitivanja utjecaja poznanika na odluku pojedinca (15 pitanja).

U prvoj grupi pitanja prikupljeni su demografski podaci ispitanika. U anketi je sudjelovalo 36 ženskih (46,8%) i 41 muških ispitanika (53,2%) što je vidljivo na grafu 1.

Spol

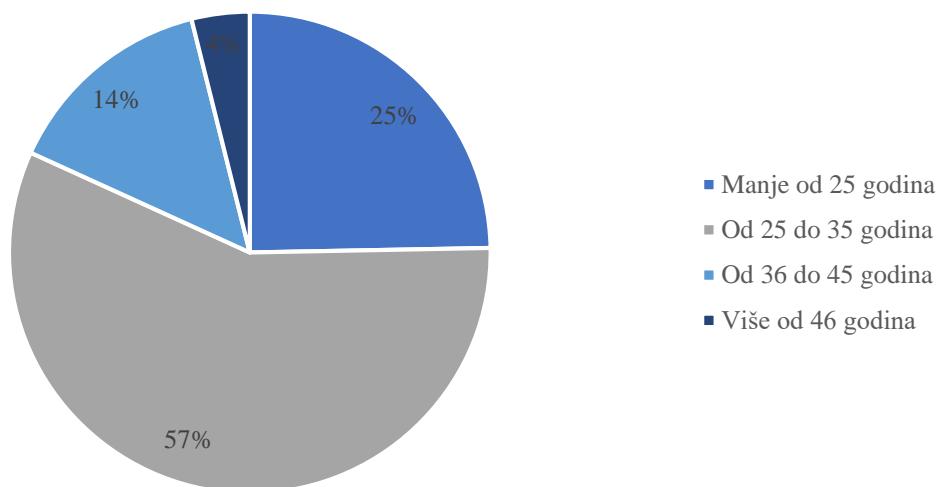


### Graf 1: Spol ispitanika

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)

Najviše ispitanika je dobne skupine od 25 do 35 godina (57,1%), zatim slijede ispitanici mlađi od 25 godina s 24,7%. Razlog zbog kojeg je 81,8% mlade populacije anketirano je taj što se za njih smatra da će se u bližoj budućnosti odlučiti za kupnju nekretnine iz nekog od razloga koji je poslije ispitan u upitniku. Prilikom anketiranja pokušavalo se anketirati što više pojedinaca iz te populacije. Ostalih 18,2% su podijeljeni na ispitanike od 36 do 45 godina (14,3%) i starije od 46 godina (3,9%) što se sve može isčitati iz grafikona pod brojem 2 koji slijedi.

Godine starosti

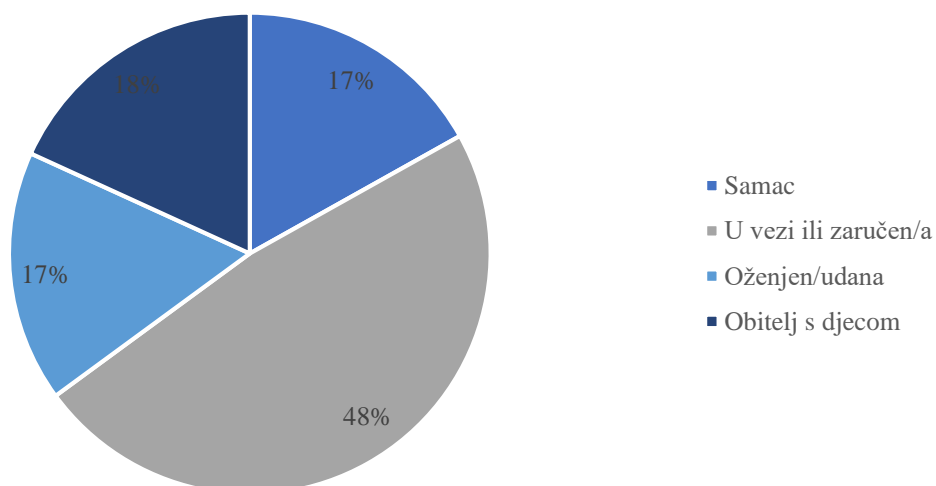


### Graf 2: Godine starosti ispitanika

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)

S obzirom na rezultate dobnih skupina ispitanika, rezultati koji slijede u grafu 3 o bračnom statusu su očekivani. Ispitanika koji su zaručeni ili u vezi ima 48,1%, a onih koji spadaju u obitelj s djecom je 18,2%. Nadalje, samaca, kao i oženjenih odnosno udanih, ima 16,9%.

Bračni status

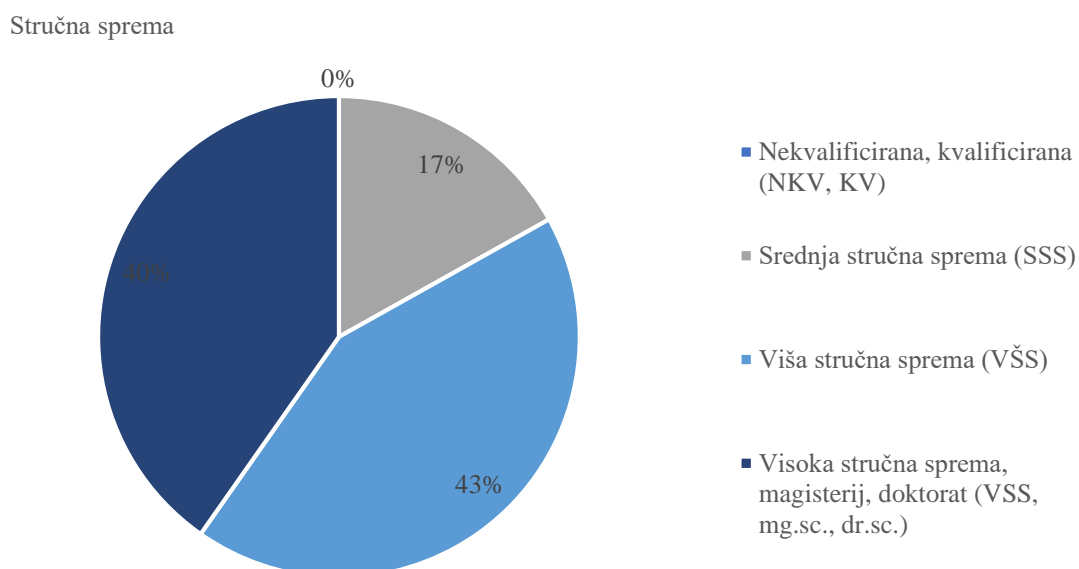


### Graf 3: Bračni status ispitanika

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)



Što se tiče stručne sprema ispitanika koja je prikazana na grafu 4, prevladavaju ispitanici više stručne sprema (VŠS) s 42,9%, a prate ih ispitanici s visokom stručnom spremom, magisterijem ili doktoratom (VSS, mg.sc., dr.sc.) s 40,3%. Pojedinaca sa srednjom stručnom spremom (SSS) koji su sudjelovali u upitniku ima 16,9%, dok nekvalificiranih, kvalificiranih (NKV, KV) nema.

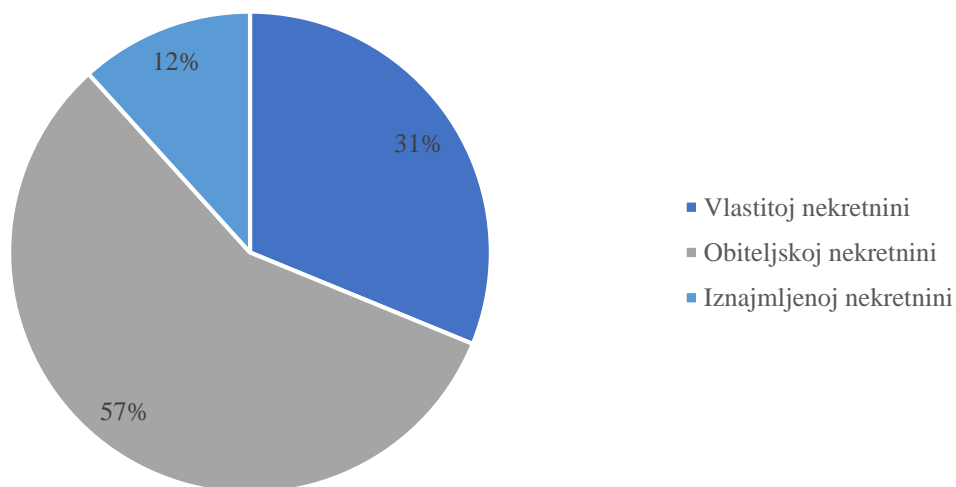


#### Graf 4: Stručna sprema ispitanika

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)

Pitanje koje je slijedilo u anketnom upitniku odnosilo se na vrstu nekretnine u kojoj ispitanici trenutno stanuju. S obzirom da je većina mlade populacije, moglo se naslutiti da većina živi u obiteljskoj nekretnini, u ovom slučaju njih 57,1%. U vlastitoj nekretnini živi 31,2% ispitanika, a u iznajmljenoj 11,7%.

Trenutno živite u

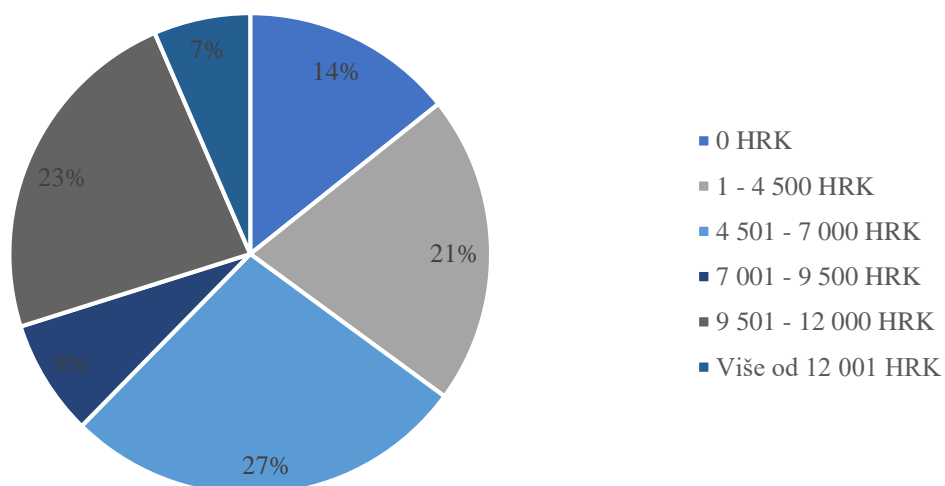


### Graf 5: Vrsta nekretnine u kojoj ispitanici trenutno stanuju

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)

Najčešća visina mjesečnih prihoda među ispitanicima (27,3%) je od 4 501 – 7 000 HRK, dok najmanje ispitanika, odnosno njih 5, ima prihode veće od 12 001 HRK. Svi rezultati su prikazani u grafu 6.

Visina mjesečnih prihoda (neto)



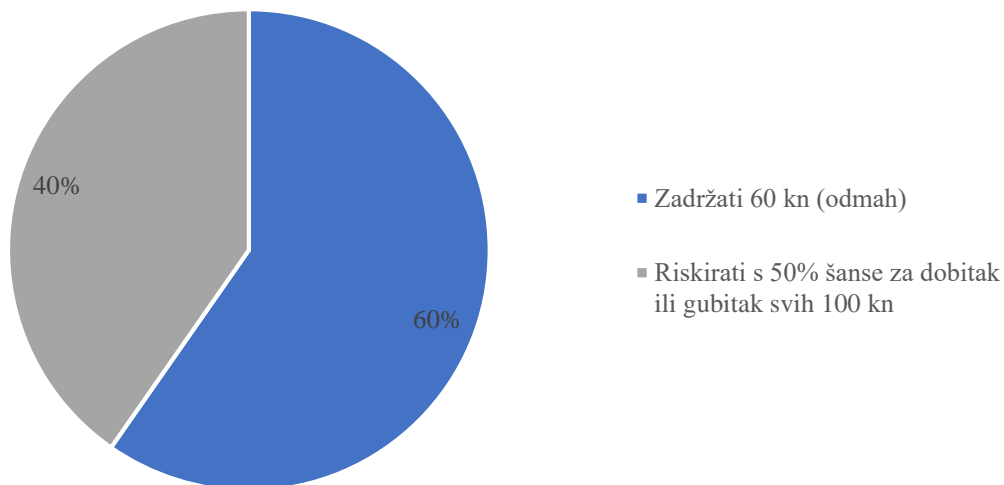
### Graf 6: Visina mjesečnih prihoda ispitanika

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)

Sljedeća grupa pitanja odnosila se na donošenje odluka. Ispitanicima su postavljena hipotetska pitanja kako bi se istražilo na koji način razmišljaju.

U sljedeća dva pitanja dokazano je da je osjećaj odbojnosti prema gubitku intenzivniji nego li osjećaj sreće prilikom dobitka kada su ljudi suočeni s istim dobitkom. Zbog tih osjećaja, ljudi su skloniji riziku kada su suočeni s gubitkom, dok će teže riskirati kada im je osiguran dobitak. Do ovog rezultata došlo se ispitivanjem istog pitanja s dva različita izbora koji nude isti ishod. Prvi izbor u oba pitanja nudio je dobitak od 60 kn, a drugi rizik s 50% šanse za dobitak ili gubitak svih 100 kn. Ključna razlika u pitanjima je ta što se u prvom pitanju nudi siguran dobitak, dok u drugom siguran gubitak.

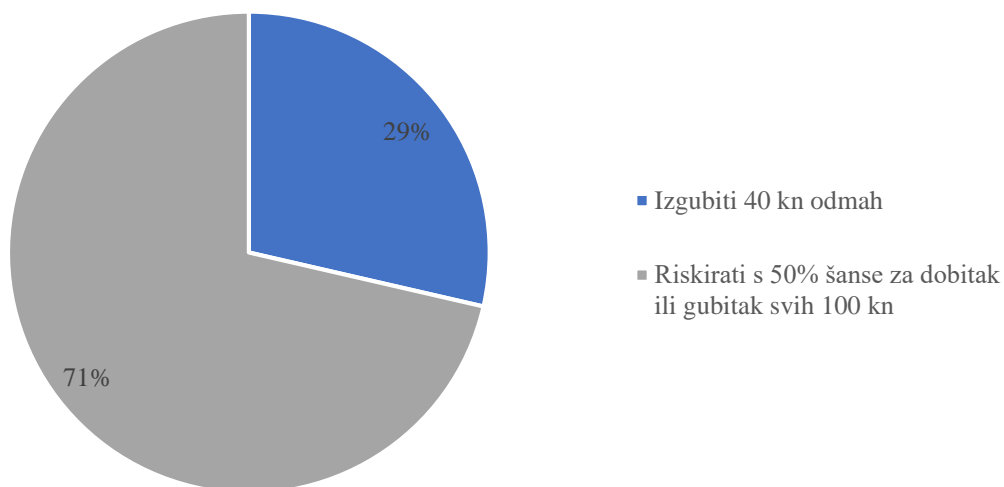
Dobili ste 100 kn i suočeni ste s dvije opcije, koju ćete izabrati?



### **Graf 7: Odbojnost prema gubitcima – dobitak**

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)

Dobili ste 100 kn i suočeni ste s dvije opcije, koju ćete izabrati?



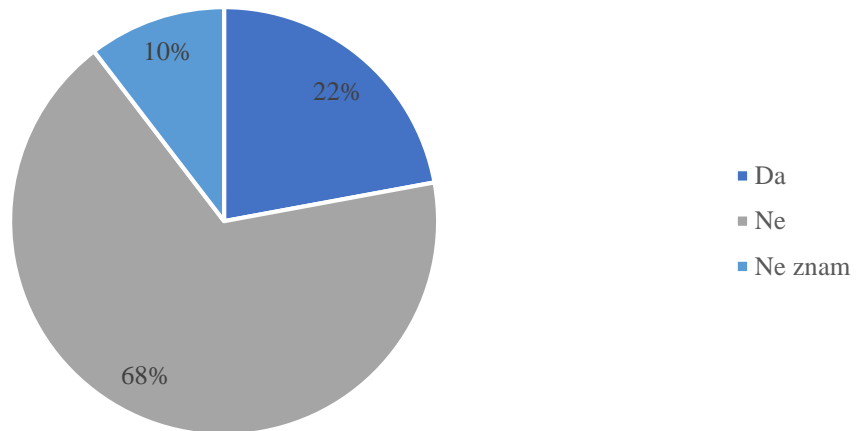
### Graf 8: Odbojnost prema gubitcima – gubitak

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)

Grafovi 7 i 8 pokazuju da su ljudi, koji su bili suočeni sa sigurnim gubitkom spremniji na rizik, točnije njih 71,4%, nego li ljudi koji su bili suočeni sa sigurnim dobitkom kod kojih je na rizik bilo spremno 40,3%. 59,7% ljudi odlučilo je zadržati 60 kn (prvo pitanje – graf 7), a samo 28,6% ljudi je odabralo izgubiti 40 kn što bi im, također kao i u prvom pitanju, omogućilo da zadrže ostalih 60 kn (drugo pitanje – graf 8).

U sljedećem pitanju ispitanike se stavilo u hipotetski položaj u kojem se suočavaju s padom tržišta. 67,5% ljudi odlučilo je ne prodati svoju nekretninu kada vide da cijene počinju padati, dok bi 22,1% ispitanika prodalo nekretninu. Preostalih 10,4% ispitanika ne zna da li bi prodalo nekretninu. Već je puno puta utvrđeno, a i dokazano u ovom istraživanju, da se ljudi ponašaju više rizično kada su suočeni s gubitkom što je razlog zašto ljudi drže do imovine koja gubi na vrijednosti.

Prije 4 godine naslijedili ste nekretninu u predgrađu u vrijednosti od 700.000 kn. Danas ta nekretnina vrijedi 80.000 kn manje i očekuje se da će cijena još padati. Hoćete li prodati nekretninu?

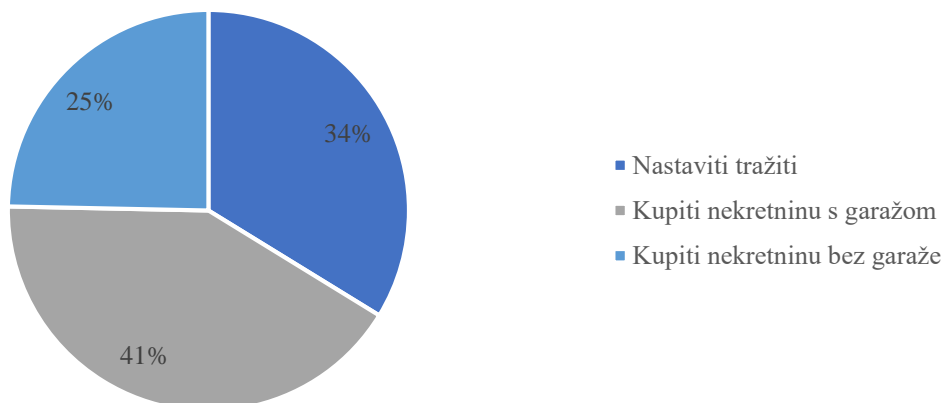


### Graf 9: Suočavanje s padom tržišta

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)

S novim pitanjem, čiji su rezultati prikazani na grafovima 10 i 11, ispitanici su stavljeni u hipotetski položaj u kojem se kod kupnje nekretnine moraju odlučiti u prvom slučaju između tri izbora, a u drugom slučaju između dva izbora.

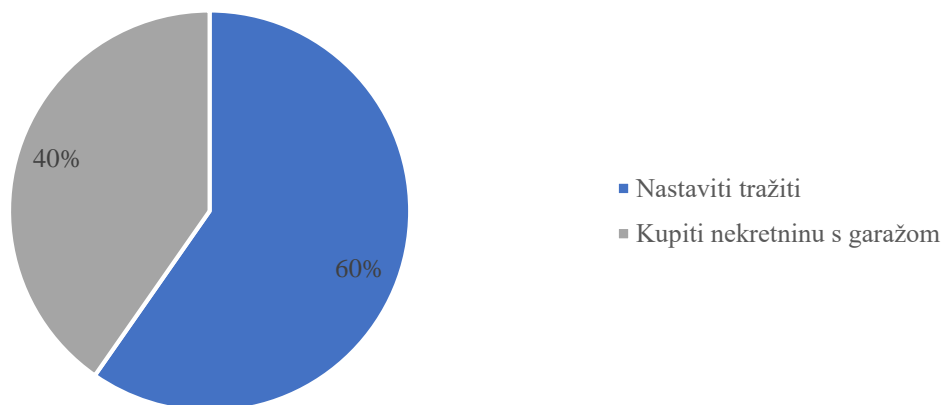
Želite kupiti nekretninu od 50 m<sup>2</sup> za najviše 100.000€. Agent za posredovanje nekretninama ponudio Vam je stan od 55 m<sup>2</sup>, s garažom koja vrijedi 10.000€, za 121.000€. Bez garaže stan vrijedi 117.000€ (popust koji bi dobili s garažom je 6000€). Što ćete odlu



### Graf 10: Hipotetska kupnja nekretnine – 3 izbora

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)

Želite kupiti nekretninu od 50 m<sup>2</sup> za najviše 100.000€. Agent za posredovanje nekretninama ponudio Vam je stan od 55 m<sup>2</sup>, s garažom koja vrijedi 10.000€, za 121.000€. Bez garaže stan vrijedi 117.000€ (popust koji bi dobili s garažom je 6000€). Što ćete odlu



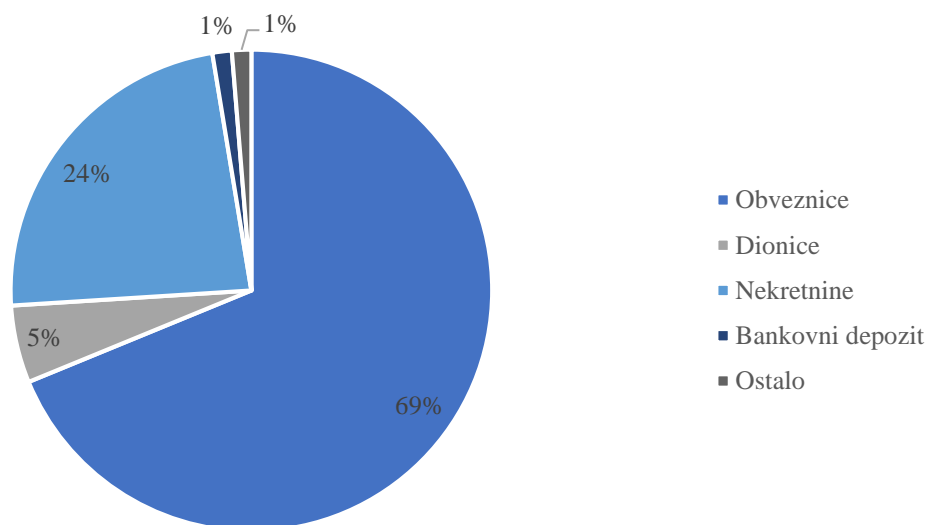
### Graf 11: Hipotetska kupnja nekretnine – 2 izbora

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)

U prvom slučaju najviše ispitanika se odlučilo za kupnju nekretnine s garažom, točnije njih 41,6%, 33,8% ispitanika bi nastavilo tražiti dalje, a njih 24,7% bi kupilo nekretninu bez garaže. U drugom slučaju, 59,7% ispitanika bi nastavilo tražiti dalje, a 40,3% bi kupilo nekretninu s garažom. Može se vidjeti da ispitanici koji bi u prvom slučaju kupili nekretninu bez garaže, u drugom slučaju, u kojem nema te ponude, bi nastavili tražiti dalje. Također, u prvom slučaju je vidljivo da bi više ispitanika kupilo nekretninu s garažom, nego li bez nje, iako je ponuđena cijena već premašila traženu. Razlog tome je što se s garažom dobije popust što zvuči primamljivije te psihički utječe na konačnu odluku.

Cilj sljedećeg pitanja je bio vidjeti koliko su racionalni izbori ispitanika s obzirom na trenutnu tržišnu situaciju u Hrvatskoj i vidjeti koliko ispitanika preferira ulaganje u nekretnine. Dobiveni rezultati su prikazani na grafu 12.

Odaberite prioritet u koji biste uložili ili štedjeli za njega.



### Graf 12: Prioritet ulaganja ili štednje

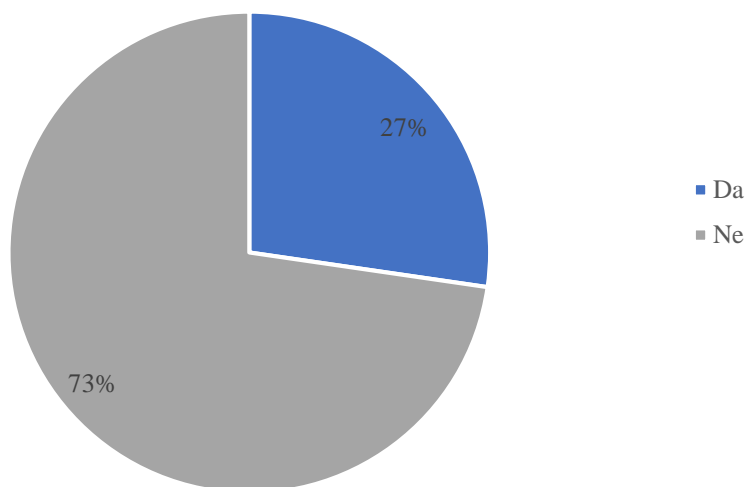
Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)

U rezultatima se vidi da najviše ispitanika preferira ulaganje u obveznice (68,8%), zatim slijede nekretnine s 23,4% odabira. Zanimljivo je da je samo 1,3% ispitanika, točnije samo jedan od ispitanika odabrao bankovni depozit iako se, uz obveznice, smatra najsigurnijim u pogledu dobiti i gubitka uloženog novca kroz vrijeme.

Sljedeća grupa pitanja odnosi se na tržište nekretnina u Splitu kako bi istražili koliko su ljudi upoznati s istim.

Prvo pitanje u posljednjoj grupi pitanja odnosilo se na mišljenje ispitanika o budućoj zaradi na prodaji nekretnine u slučaju kupovine iste u ovom trenutku. Iz grafa 13 može se isčitati da je samo 26,2% ispitanika optimistično, dok ostalih 72,7% smatra da se u budućnosti neće moći zaraditi na prodaji nekretnine.

Smatrate li da će ljudi koji danas kupe nekretninu u budućnosti zaraditi na istoj?

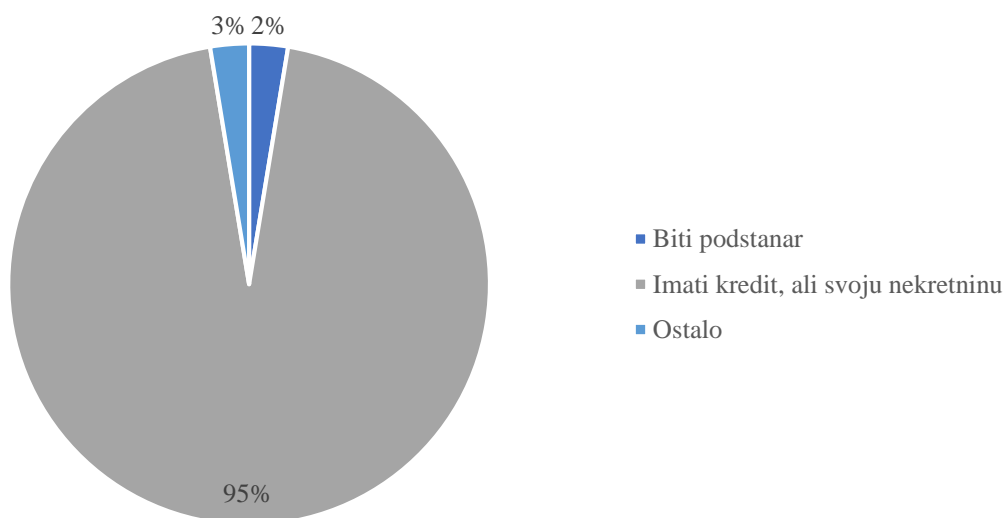


### Graf 13: Mišljenje o budućoj zaradi kupljene nekretnine

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)

Na grafu 14 prikazani su rezultati mišljenja ispitanika o tome što je bolje, biti podstanar ili imati vlastitu nekretninu i kredit.

Po Vašem mišljenju, što je bolje?



### Graf 14: Mišljenje o iznajmljivanju ili kupovini nekretnine

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)



Ispitanici imaju mišljenje da je bolje imati kredit, ali svoju nekretninu, nego li biti podstanar ili nešto treće. Njih čak 94,8% odabralo je kredit i vlastitu nekretninu, a tek 2 ispitanika odabrala su da je bolje biti podstanar. Od 2 ispitanika koja su odabrala ostalo, jedan je odgovorio da ovisi o stanju na tržištu a drugi da po njegovom mišljenju ni jedno ni drugo nije bolje.

„Upravo zbog velikog pada kamata na stambene kredite, mnogi računaju da im je isplativije kupiti stan, pogotovo kada uspoređuju visinu najamnine i kreditnog anuiteta. Iz iskustva agenata za nekretnine, većina najmoprimaca unajmljuje stanove za koje su spremni izdvojiti oko 500 eura mjesečno. Iznad te granice ljudi češće počinju razmišljati o kupnji vlastite nekretnine, računajući da taj novac nije bačen u vjetar i da će vrijednost nekretnine za deset ili 20 godina biti daleko veća nego u trenutku kupnje.“<sup>38</sup>

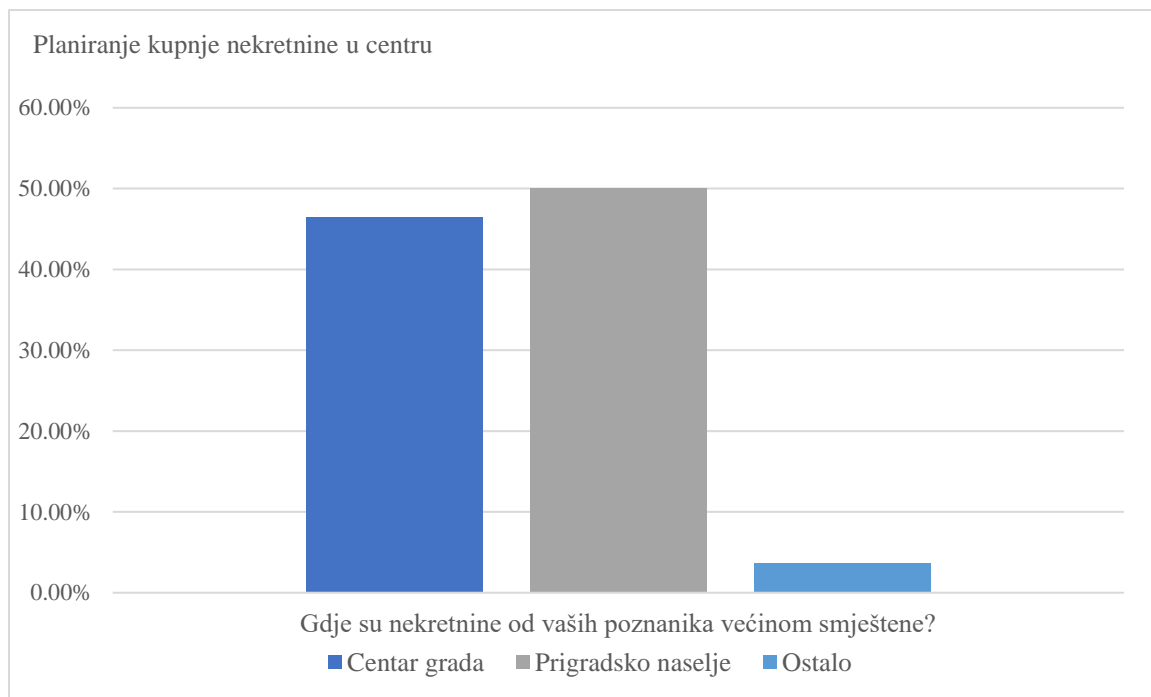
„S druge strane, najam stana ima niz prednosti. Jedna od najvećih je da se sprječava budući rizik prezaduženosti ukoliko pad prihoda ugrozi mogućnost otplate kredita ili zbog rasta mjesečnih anuiteta otplate kredita (zbog promjene kamatnih stopa, deviznog tečaja i sl.), prihodi postanu nedovoljni za urednu otplatu.“<sup>39</sup> Što je za koga bolje, određuju sami pojedinci koji su upoznati sa svojim životnim navikama.

Na grafu 15 prikazana je analiza 28 ispitanika koji su na pitanje ako planiraju kupiti nekretninu gdje žele da to bude odgovorili da žele kupiti u centru grada. Ispitalo se postoji li utjecaj poznanika na ispitanike tako da se analiziralo gdje poznanici od ovih 28 ispitanika žive, u centru, prigradskom naselju ili negdje drugo.

---

<sup>38</sup> Prvi plan (2019): Što se više isplati – najam ili kupnja stana?, [https://prviplan.hr/financije/sto-se-vise-isplati-najam-ili-kupnja-stana/?fbclid=IwAR2FRZfDcDfgispvuLTj9rpyFCesz5ECM4JcxXgbV-fGR5sYU\\_LuPnq9Q08](https://prviplan.hr/financije/sto-se-vise-isplati-najam-ili-kupnja-stana/?fbclid=IwAR2FRZfDcDfgispvuLTj9rpyFCesz5ECM4JcxXgbV-fGR5sYU_LuPnq9Q08), (25.8.2019.)

<sup>39</sup> Prvi plan (2019): op. cit.

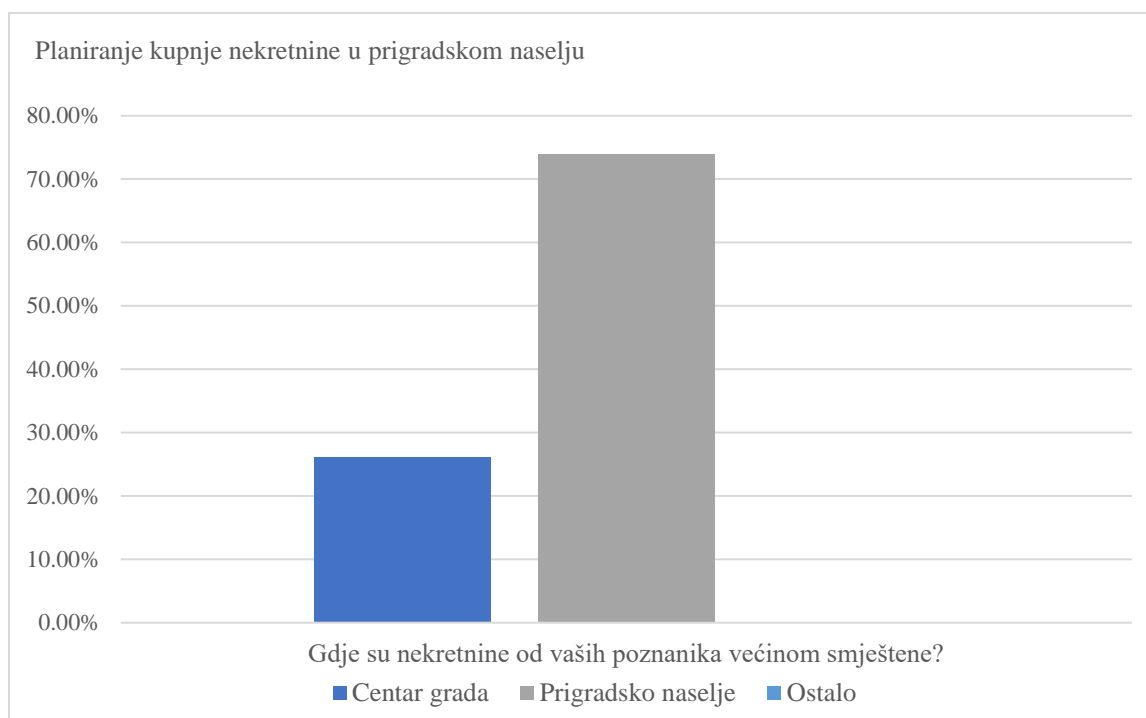


**Graf 15: Planiranje kupnje nekretnine u centru s obzirom na poznanike**

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)

U grafu 15 je uspoređeno mjesto stanovanja poznanika od 28 ispitanika koji žele živjeti u centru. Kod 46,4% ispitanika većina poznanika živi u centru, 50% u prigradskom naselju, a ostatak negdje drugo. Možemo vidjeti da ovdje nema velikog utjecaja poznanika, ipak neki drugi čimbenici poput dostupnosti kupovine, zabave, javnih usluga i slično mogu utjecati na odluku ispitanika.

Na grafu 16 prikazana je analiza 23 ispitanika koji su na pitanje ako planiraju kupiti nekretninu gdje žele da to bude odgovorili da žele kupiti u prigradskom naselju. Ispitalo se postoji li utjecaj poznanika na ispitanike tako da se analiziralo gdje poznanici od ova 23 ispitanika žive, u centru ili u prigradskom naselju.

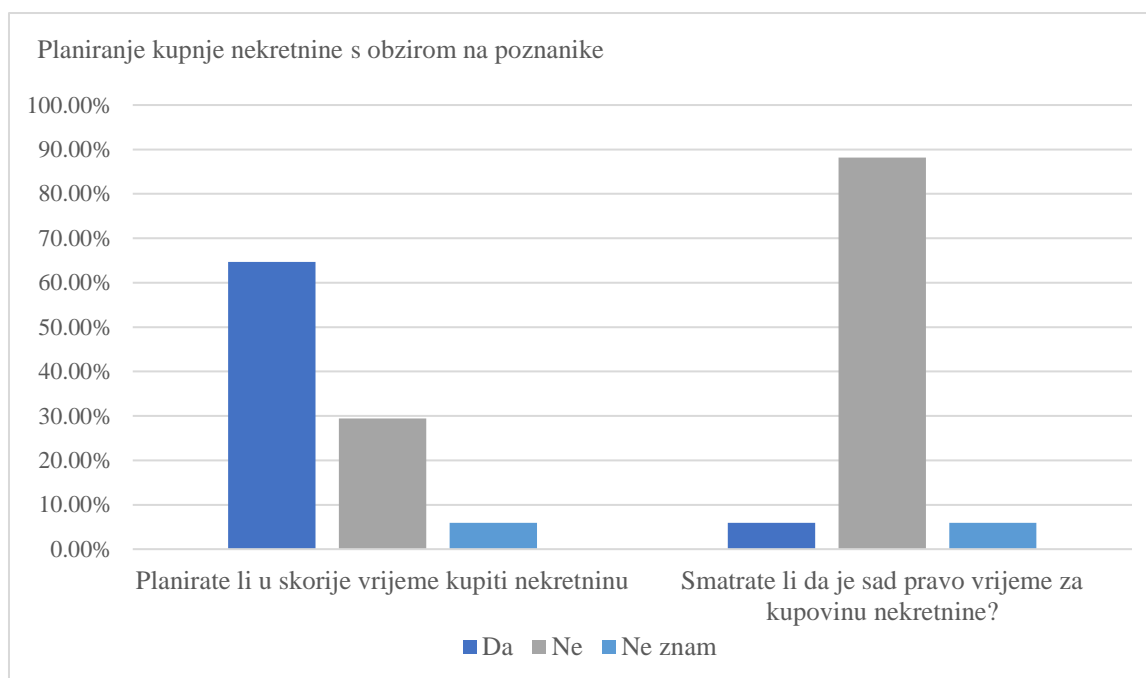


**Graf 16: Planiranje kupnje nekretnine u prigradskom naselju s obzirom na poznanike**

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)

U grafu 16 je uspoređeno mjesto stanovanja poznanika od 23 ispitanika koji žele živjeti u prigradskom naselju. Kod 26,1% ispitanika većina poznanika živi u centru, a 73,9% u prigradskom naselju. Možemo vidjeti da ovdje postoji utjecaj poznanika jer pojedinci često ne razmišljaju o prednostima života u predgrađu te im poznanici daju do znanja o mnogim mogućnostima za koje pojedinci možda nisu znali.

Na pitanje „Da li je netko od Vaših poznanika nedavno kupio nekretninu ili postao podstanar?“ 34 ispitanika je odgovorilo da je netko od poznanika nedavno kupio vlastitu nekretninu te se na grafu 17 nalazi detaljnija analiza utjecaja poznanika na te ispitanike.



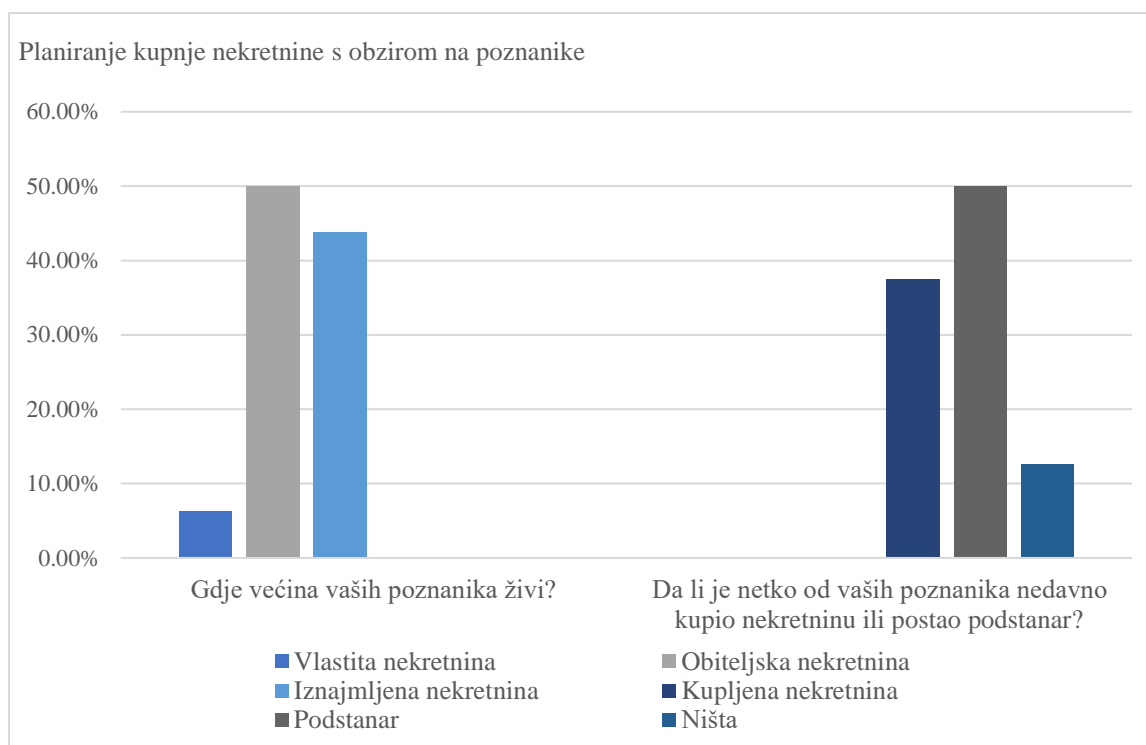
### Graf 17: Analiza ponašanja ispitanika ako su poznanici nedavno kupili vlastitu nekretninu

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)

Ovdje možemo vidjeti utjecaj poznanika jer 67,7% od 34 ispitanika planira kupiti nekretninu, a 88,2% smatra da sad nije pravo vrijeme za taj pothvat.

Ako se usporede ispitanici koji planiraju kupiti nekretninu te je, uz to, netko od njihovih poznanika nedavno kupio vlastitu nekretninu, uspoređivat će se 22 pojedinaca od kojih 20 smatra da sad nije pravo vrijeme za kupovinu, 1 ispitanik smatra da je pravo vrijeme, a 1 ne zna. Čime se dolazi do rezultata da se gotovo 91% ispitanika planira u skorije vrijeme upustiti u kupovinu nekretnine, ali istodobno smatra da nije idealno vrijeme za to.

Nadalje, na grafu 18 prikazana je analiza 16 ispitanika koji trenutno žive u obiteljskoj nekretnini i žele u skorijoj budućnosti kupiti vlastitu. Ispitalo se postoji li utjecaj poznanika na ispitanike tako da se analiziralo gdje poznanici od ovih 16 ispitanika žive i da li su u bližoj prošlosti kupili nekretninu ili pak postali podstanari.



### Graf 18: Analiza ponašanja ispitanika koji žive u obiteljskoj nekretnini i žele kupiti nekretninu

Izvor: Izrada autora na temelju rezultata anketnog upitnika (2019.)

16 ispitanika živi u obiteljskoj nekretnini i planira kupiti vlastitu nekretninu u skorijoj budućnosti najviše radi rješavanja stambenog pitanja. Kod 50% tih ispitanika, točnije njih 8, većina poznanika također živi u obiteljskoj nekretnini, samo 6,25% u vlastitoj, a 43,75% u iznajmljenoj nekretnini. Nadalje, kod 37,5% ispitanika netko od poznanika je u nedavnoj prošlosti kupio nekretninu, a kod 50% ispitanika netko je postao podstanar.

Cilj anketnog upitnika bio je vidjeti što sve utječe na ponašanje pojedinaca na tržištu nekretnina. Iako je hrvatsko tržište poprilično malo, dokazano je dosta već provjerenih teza. Analiza je pokazala da je na hrvatskom tržištu prisutna odbojnost prema gubitcima koja kaže da ljudi imaju tendenciju ući u potragu za rizikom nakon što se suoče s gubitkom, dok odbijaju rizik kada osjete dobitak. Odbojnost prema gubitcima je razlog zašto ljudi nerado prodaju svoje kuće niže od cijene za koju su je kupili, odnosno ne žele izgubiti izvorno uloženi novac. Kad se suoče s padom cijena na tržištu, većina će radije zadržati svoju imovinu nego ne dobiti onoliko koliko smatraju da vrijedi, iako možda nema realnog razloga za vjerovanje da će se tržište oporaviti. U Splitu ljudi svoje kuće doživljavaju kao svoje domove i to je jedan od razloga zbog čega cijene svoje nekretnine više nego što to tržište čini.

Vjerovanje da netko drugi zna bolje i da može nadjačati tržište predviđajući njegov tijek kretanja jedan je od razloga stalnog rasta cijena zbog vjerovanja da će netko u budućnosti biti spreman platiti određeni iznos, pa čak i više.

Ekonomska i demografska situacija u Hrvatskoj ukazuje na to da bi zbog niskog nataliteta, starenja stanovništva, velike emigracije i sporog gospodarskog oporavka Hrvatska mogla završiti s viškom imovine koji bi utjecao na smanjenje cijena nekretnina u budućnosti. Ispitanici su očito svjesni stanja u državi te je većina pesimistična u pogledu budućeg ishoda ulaganja u nekretnine. Pristranost pretjeranog optimizma je dobra za profesionalni život u pogledu vjerodostojnosti, iako dovodi do neispravnih procjena, nerealnih očekivanja i opasnih odluka. Navedena pristranost nije dokazana u ovom empirijskom istraživanju.

## 5. ZAKLJUČAK

Nakon što je 1991. godine postala samostalna, Hrvatska je prošla kroz mnoge ekonomske promjene kako bi premostila socijalistička vremena. Iako ih je prebrodila sa stajališta ekonomije, mišljenja ljudi u Splitu nisu se promijenila u potpunosti. Što se tiče njihovih domova, ljudi su zadržali način razmišljanja koji je postojao u bivšoj Jugoslaviji, a to je da bi svaki pojedinac ili barem obitelj trebali posjedovati svoju vlastitu nekretninu. U doba socijalizma država je osiguravala prava stanovanja mnogim pojedincima koji su bili u mogućnosti kupiti državni stan za vrlo nisku cijenu. Vlasništvo nad stanom gotovo se smatralo osnovnim ljudskim pravom poput obrazovanja, a labava pravila o darovnicama zajma dovela su do povećanja duga privatnih kućanstava te se kreditna kriza proširila na cijelo hrvatsko gospodarstvo.

Za ekonomiste, kupnja kuće često se označava kao odluka o kupnji budućeg protoka stambenih uslužnih jedinica koje imovina donosi. Za prosječno kućanstvo, kupnja kuće se označava kao odluka o kupnji doma. Može se činiti da postoji mala razlika između dvije gore navedene perspektive. Da se pojasni, dom nije samo pružatelj komunalnih usluga, to je mjesto za život, stvaranje sjećanja i životnog iskustva za dobro i za loše. Za mnoge ljude je dom sidro u životu, dok će se drugi složiti da je to samo semantika.

Pretpostavljam da literatura ima nedostatke kad je riječ o prikupljanju i kvantificiranju kognitivnih, emocionalnih, pa čak i moralnih osjećaja koji su prisutni na tržištima nekretnina. Ti osjećaji utječu na konačne ekonomske rezultate i mogu oblikovati tržišta. Cilj ovog rada bio je ispitati što sve utječe na donošenje odluka pojedinaca vezano za tržište nekretnina. Odgovori su analizirani pomoću programa MS Excel te se uvidjelo da među 77 ispitanika ima puno različitih čimbenika. Dokazana je teza da je osjećaj odbojnosti prema gubitku intenzivniji nego li osjećaj sreće prilikom dobitka kada su ljudi suočeni s istim dobitkom što je u skladu s istraživanjima drugih autora. Također je dokazan utjecaj poznanika prilikom donošenja nekih odluka. Ovi rezultati mogli bi u velikoj mjeri poslužiti svima da razumiju utjecaj biheviornalne pristranosti u svakodnevnom životu te da postanu svjesni nedostataka svakog pojedinog uma što može voditi do ispravljanja ili barem prepoznavanja mogućih negativnih utjecaja.

Donošenje financijskih odluka ponekad može biti zahtjevno i zahtijeva ulaganje više vremena i truda ako je velika svota novca u pitanju. S obzirom na to da se radilo o internetskom

istraživanju u kojem su ispitanici opušteniji dok odgovaraju moglo bi se pojaviti odstupanje između ovih hipotetičkih primjera u anketi i stvarnih životnih situacija.

U zaključku rada smatram da bi hrvatsko gospodarstvo trebalo više poticati kupovinu stambenih objekata mladim obiteljima kroz razne mjere i potpore kao što je trenutno najaktualnija subvencioniranje kredita mladim bračnim parovima u vidu toga da država plaća dio mjesečne rate 5 godina, s tim da se za svako dijete subvencioniranje produljuje za 2 godine. Mislim da u hrvatskom gospodarstvu ima još dosta prostora za napredak u smislu potpora za kupovinu prve nekretnine. Najsvježija informacija koje me zaintrigirala, a pročitao sam je na portalima kao neslužbenu informaciju, je ta da Njemačka priprema poticaj za kupnju nekretnine u pogledu da će banke davati stambene kredite sa 0% kamata pa sve do toga da kamate budu negativne kako bi se potakao rast kupovine nekretnina za mlade obitelji. Mislim da bi hrvatsko gospodarstvo sličnim mjerama trebalo potaknuti kupovine, jer bi se s ovakvim mjerama stvorio dojam u društvu da je isplativije upustit se u kupnju nekretnine nego ulaziti u dugoročni najam, koji je sam po sebi u Splitu, pa tako i u cijeloj zemlji, vrtoglavo narastao.

S obzirom na to da je bihevioralna ekonomija vrlo suvremena tema, a smatra se prilično novom, postoje razne teme koje bi mogle ponuditi zanimljive i poučne nalaze. Kako mogući utjecaji testirani u ovoj tezi nisu jedini koje su identificirali ekonomisti i psiholozi, bilo bi zanimljivo testirati sve ostale utjecaje na primjeru grada Splita.



## LITERATURA

1. Akerlof G. A., Shiller R. J. (2009): Animal Spirits: How Human Psychology Drives the Economy, and Why It Matters for Global Capitalism, Princeton University Press, Princeton and Oxford, [Internet], raspoloživo na: <https://altexploit.files.wordpress.com/2017/06/shiller-robert-j--akerlof-george-a-animal-spirits-how-human-psychology-drives-the-economy-and-why-it-matters-for-global-capitalism-new-edition-princeton-university-press-201020.pdf>, [26.6.2019.].
2. Ariely, D. (2009): Predvidljivo iracionalni, Nevidljive sile koje upravljaju našim odlukama, Knjigoteka, [Internet], raspoloživo na: <https://www.scribd.com/doc/295031091/Dan-Ariely-Predvidljivo-iracionalni>, [25.6.2019.].
3. Bejaković, P. (2015): Prikaz knjige: Darko Polšek i Kosta Bovan (ur.): Uvod u bihevioralnu ekonomiju, Političke analize, Vol. 6, No. 21, Zagreb, [Internet], raspoloživo na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=216944](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=216944) [1.6.2019.].
4. Camerer, C. F., Loewenstein, G. & Rabin, M. (2004): Advances in Behavioral Economics, Princeton University Press, Princeton, New Jersey, [Internet], raspoloživo na: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKewiRofT-ze7kAhVPxIsKHRo6AxcQFjABegQIARAC&url=http%3A%2F%2Fwww.eco.unc.edu.ar%2Ffiles%2Fief%2Fseminarios-conferencias%2F12jun13\\_aroni\\_advances\\_behavioral\\_economics.pdf&usg=AOvVaw1mdDQrmRA2RaMVk-VEdX-C](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKewiRofT-ze7kAhVPxIsKHRo6AxcQFjABegQIARAC&url=http%3A%2F%2Fwww.eco.unc.edu.ar%2Ffiles%2Fief%2Fseminarios-conferencias%2F12jun13_aroni_advances_behavioral_economics.pdf&usg=AOvVaw1mdDQrmRA2RaMVk-VEdX-C), [30.5.2019.].
5. Dragojević Mijatović, A.(2013): Keynesov animal spirit, Filozofska istraživanja, Vol. 32, No. 3-4, Zagreb, [Internet], raspoloživo na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=148384](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=148384), [1.6.2019.].

6. Effect d.o.o. (2013): Nobelova nagrada za ekonomiju 2013. Fami, Hansenu i Shilleru, [Internet], raspoloživo na: [http://www.effect-dubrovnik.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1823:nobelova-nagrada-za-ekonomiju-2013-fami-hansenu-i-shilleru&catid=46:ekonomija&Itemid=101](http://www.effect-dubrovnik.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1823:nobelova-nagrada-za-ekonomiju-2013-fami-hansenu-i-shilleru&catid=46:ekonomija&Itemid=101), [25.6.2019].
7. Hrast, S. (2015): Prospekti bihevioralne ekonomije, Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet, Rijeka, [Internet], raspoloživo na: <http://oliver.efri.hr/zavrzni/1129.B.pdf>, [1.6.2019.].
8. Josipović, T., Dubravica, V., i drugi (1998): Prodaja nekretnina, Copygraf, Zagreb
9. Lukavac, M., Zelić, M. (2018): Bihevioralni pristup ekonomiji – objašnjenje tržišnih neefikasnosti s naglaskom na financijsko tržište, Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju, Zadar, [Internet], raspoloživo na: [https://www.researchgate.net/publication/327238105\\_Bihevioralni\\_pristup\\_ekonomiji\\_-\\_objasnjenje\\_trzisnih\\_neefikasnosti\\_s\\_naglaskom\\_na\\_financijsko\\_trziste](https://www.researchgate.net/publication/327238105_Bihevioralni_pristup_ekonomiji_-_objasnjenje_trzisnih_neefikasnosti_s_naglaskom_na_financijsko_trziste), [25.6.2019.].
10. Ljepotić, M. (2016): Segmentacija i potencijali tržišta nekretnina u Dalmaciji, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, [Internet], raspoloživo na: <https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A271/datastream/PDF/view>, [15.7.2019.].
11. Miller, J., Amit, E., Posten, AC. (2016): Encyclopedia of Global Bioethics, Chapter Behavioral Economics, Springer, Cham, [Internet], raspoloživo na: [https://www.researchgate.net/publication/305377222\\_Behavioral\\_Economics](https://www.researchgate.net/publication/305377222_Behavioral_Economics), [25.6.2019.].
12. Osman, M. (2015): Behavioral Economics: Where Is It Heading?, Psychology 6, Queen Mary University of London, London, UK, [Internet], raspoloživo na: [https://www.researchgate.net/publication/280095998\\_Behavioral\\_Economics\\_Where\\_Is\\_It\\_Heading](https://www.researchgate.net/publication/280095998_Behavioral_Economics_Where_Is_It_Heading), [1.6.2019.].

13. Polšek D., Bovan K. (2015) Uvod u bihevioralnu ekonomiju, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, [Internet], raspoloživo na: [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=204178](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=204178), [1.6.2019.].
14. Poslovni dnevnik (2019): Cijene nekretnina u Hrvatskoj ponovno divljaju: Stručnjaci objasnili zašto, [Internet], raspoloživo na: <http://www.poslovni.hr/nekretnine/cijene-nekretnina-u-hrvatskoj-ponovno-divljaju-strucnjaci-objasnili-zasto-356247>, [21.8.2019].
15. Poslovni dnevnik (2008): Veći rast prihoda potiče ulagače na rizik, [Internet], raspoloživo na: <http://www.poslovni.hr/after5/veci-rast-prihoda-potice-ulagace-na-rizik-99753>, [26.6.2019.].
16. Prvi plan (2019): Što se više isplati – najam ili kupnja stana?, [Internet], raspoloživo na: [https://prviplan.hr/financije/sto-se-vise-isplati-najam-ili-kupnja-stana/?fbclid=IwAR2FRZfDcDfgispvuLTj9rpyFCesz5ECM4JcxXgbV-fGR5sYU\\_LuPnq9Q08](https://prviplan.hr/financije/sto-se-vise-isplati-najam-ili-kupnja-stana/?fbclid=IwAR2FRZfDcDfgispvuLTj9rpyFCesz5ECM4JcxXgbV-fGR5sYU_LuPnq9Q08), [25.8.2019].
17. Ružić, O., Golubić, H., Latin, M., Klopotan, I. (2014): Javni menadžment, Tehnički glasnik, Vol. 8 No. 4, [Internet], raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/131579>, [30.5.2019.].
18. Simonsohn, U., Loewenstein, G. (2006): The Effect of Previously Encountered Prices on Current Housing Demand, Economic Journal, Vol. 116, No.508, pp. 175-199, [Internet], raspoloživo na: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=878193](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=878193), [26.6.2019].
19. Slobodna dalmacija (2019): Cijene nekretnina u Splitu nikad nisu bile više, a ni razlike među kvartovima: ovih pet drži elitni status 'paprenim' ciframa, dok jedan na rubu grada postaje sve uređeniji i povoljniji za život, [Internet], raspoloživo na: <https://www.slobodnadalmacija.hr/dalmacija/split/clanak/id/587613/cijene-nekretnina-u-splitu-nikad-nisu-bile-vise-a-ni-razlike-meu-kvartovima-ovih-pet-drzi-elitni-status-39paprenim39-ciframa-dok-jedan-na-rubu-grada-postaje-sve-ureeniji-i-povoljniji-za-zivot>, [15.8.2019].

20. Sorropago, C. (2014): Behavioral Finance and Agent Based Model: the new evolving discipline of quantitative behavioral finance?, University Sapienza of Rome, Rome, Italy, [Internet], raspoloživo na: [https://www.researchgate.net/publication/264221932\\_Behavioral\\_Finance\\_and\\_Agent\\_Based\\_Model\\_the\\_new\\_evolutionary\\_discipline\\_of\\_quantitative\\_behavioral\\_finance](https://www.researchgate.net/publication/264221932_Behavioral_Finance_and_Agent_Based_Model_the_new_evolutionary_discipline_of_quantitative_behavioral_finance), [1.6.2019.].
21. Zagreb max nekretnine (2019): Faktori utjecaja na cijenu nekretnine, [Internet], raspoloživo na: <https://www.zagrebmax.hr/faktori-utjecaja-na-cijenu-nekretnine>, [15.7.2019.].
22. Zagreb max nekretnine (2019): 2.dio – Faktori utjecaja na cijenu nekretnine [Internet], raspoloživo na: <https://www.zagrebmax.hr/2-dio-faktori-utjecaja-na-cijenu-nekretnine>, [15.7.2019.].
23. Zelić, M. (2017): Bihevioralna ekonomija i efikasnost financijskih tržišta, Sveučilište u Zadru, Odjel za ekonomiju, Zadar, [Internet], raspoloživo na: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/unizd%3A1489/datastream/PDF/view>, [30.5.2019.].
24. Wikipedija (2019): Split, [Internet], raspoloživo na: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Split>, [20.8.2019.].

## **POPIS SLIKA**

Slika 1: Pozicija grada Splita na karti Republike Hrvatske..... 17

## POPIS TABLICA

|  |    |
|--|----|
| Tablica 1: Prosječni godišnji indeksi cijena stambenih objekata .....                                | 15 |
| Tablica 2: Indeksi cijena stambenih objekata s obzirom na prethodno tromjesečje .....                | 16 |
| Tablica 3: Indeksi cijena stambenih objekata s obzirom na isto tromjesečje prethodne godine<br>..... | 16 |

## POPIS GRAFIKONA

|  |    |
|--|----|
| Graf 1: Spol ispitanika.....   | 20 |
| Graf 2: Godine starosti ispitanika.....  | 21 |
| Graf 3: Bračni status ispitanika .....   | 21 |
| Graf 4: Stručna sprema ispitanika .....  | 22 |
| Graf 5: Vrsta nekretnine u kojoj ispitanici trenutno stanuju .....                                     | 23 |
| Graf 6: Visina mjesečnih prihoda ispitanika .....  | 23 |
| Graf 7: Odbojnost prema gubitcima – dobitak.....   | 24 |
| Graf 8: Odbojnost prema gubitcima – gubitak.....   | 25 |
| Graf 9: Suočavanje s padom tržišta.....  | 26 |
| Graf 10: Hipotetska kupnja nekretnine – 3 izbora .....   | 26 |
| Graf 11: Hipotetska kupnja nekretnine – 2 izbora .....   | 27 |
| Graf 12: Prioritet ulaganja ili štednje .....  | 28 |
| Graf 13: Mišljenje o budućoj zaradi kupljene nekretnine .....  | 29 |
| Graf 14: Mišljenje o iznajmljivanju ili kupovini nekretnine.....                                       | 29 |
| Graf 15: Planiranje kupnje nekretnine u centru s obzirom na poznanike .....                            | 31 |
| Graf 16: Planiranje kupnje nekretnine u prigradskom naselju s obzirom na poznanike.....                | 32 |
| Graf 17: Analiza ponašanja ispitanika ako su poznanici nedavno kupili vlastitu nekretninu..            | 33 |
| Graf 18: Analiza ponašanja ispitanika koji žive u obiteljskoj nekretnini i žele kupiti nekretninu..... | 34 |

## SAŽETAK

Od 1990-ih bihevioralna ekonomija preuzela je sve važniju ulogu, posebice zahvaljujući doprinosu psihologa Kahnemana i Tverskog, autora prvih eksperimenata koji su imali za cilj formaliziranje kognitivnih mehanizama odlučivanja u neizvjesnoj situaciji. Dobiveni rezultati suprostavljaju se principima klasične ekonomije u kojoj vlada hipoteza savršene racionalnosti. Razumijevanje ljudskog uma aspekt je koji je i danas prepun velikih zavrzlama, unatoč činjenici da je tijekom godina polje neuroznanosti postiglo velike korake te je tehnološki napredak omogućio veći kapacitet za istraživanje kognitivnih procesa ljudskog bića. Potrebno je naglasiti kako modeli razvijeni u bihevioralnoj ekonomiji nemaju za krajnji cilj zamjenu tradicionalnih ekonomskih modela, već žele pridonijeti pružanju objašnjenja ljudskog ponašanja svojstvenog ekonomiji koju klasični principi zanemaruju. Ovi ekonomski modeli imaju dobro definiranu korisnost jer nam omogućuju razumijevanje i predviđanje određenih događaja. Nadalje, uvođenje kognitivnog pristupa omogućava dublje razumijevanje i ljudske prirode i ograničenja. Potrebno je procijeniti preinake koje treba poduzeti, ne samo na temelju psiholoških pristranosti koje najčešće utječu na odluke vezano za tržišta nekretnina, poput pretjeranog povjerenja, pretjeranog optimizma i formiranja kolektivnog mišljenja, već i na temelju financijskih instrumenata kojima se trguje na tržištima i svih onih igrača na koje ne utječu važeći propisi.

Ključne riječi: bihevioralna ekonomija, tržište nekretnina, utjecaji na odluku pojedinaca



## **SUMMARY**

Since the 1990s, behavioral economics has assumed an increasingly important role, particularly thanks to the contribution of the psychologists Kahneman and Tversky, authors of the first experiments aimed at formalizing the cognitive mechanisms of decision-making in an uncertain situation. The obtained results are in opposition to the principles of classical economy, in which the perfect rationality hypothesis dominates. The understanding of the human mind is an aspect that is still fraught with great complexity today, despite the fact that over the years the field of neuroscience has made great strides and technological progress has allowed a greater capacity to explore the cognitive processes of the human being. It should be emphasized that models developed within the behavioral economy do not aim to replace traditional economic models, but rather to contribute to the explanation of the human behavior inherent in an economy that classical principles ignore. These economic models have well-defined utility because they allow us to understand and predict certain events. Furthermore, introducing a cognitive approach allows a deeper understanding of both human nature and the limitations. Changes need to be assessed, not only on the psychological biases that most frequently affect real estate market decisions, such as overconfidence, over optimism and the formation of collective thinking, but also on the basis of financial instruments dealt with on the market and all those players who are not affected by the regulations in force.

Key words: behavioral economics, real estate market, influences on individuals' decision making

# PRILOG - ANKETA

9/15/2019

Bihevioralna ekonomija na tržištu nekretnina

## Bihevioralna ekonomija na tržištu nekretnina

Poštovani, sudjelujete u istraživanju studenta druge godine specijalističkog diplomskog studija na Ekonomskom fakultetu u Splitu, smjer Upravljanje porezima i financijama.

Istraživanje se provodi u svrhu razumijevanja ponašanja pojedinaca na tržištu nekretnina.

Za ispunjavanje ovog upitnika potrebno je 10 minuta.

Istraživanje je potpuno anonimno stoga Vas molim da pri odgovaranju budete iskreni. Svi rezultati će se obrađivati na grupnoj, a ne individualnoj razini. Naglašavam da u upitniku koji slijedi nema točnih i netočnih odgovora. Sudjelovanje je dobrovoljno što znači da u svakom trenutku imate pravo odustati bez ikakvih posljedica.

Prelaskom na sljedeću stranicu pristajete sudjelovati u istraživanju. Unaprijed Vam se zahvaljujem na sudjelovanju.

\*Obavezno

### Osobni podaci

#### 1. Spol \*

Označite samo jedan oval.

- Žensko  
 Muško

#### 2. Godine starosti \*

Označite samo jedan oval.

- Manje od 25 godina  
 Od 25 do 35 godina  
 Od 36 do 45 godina  
 Više od 46 godina

#### 3. Bračni status \*

Označite samo jedan oval.

- Samac  
 U vezi ili zaručen/a  
 Oženjen/udana  
 Obitelj s djecom

#### 4. Stručna sprema \*

Označite samo jedan oval.

- Nekvalificirana, kvalificirana (NKV, KV)  
 Srednja stručna sprema (SSS)  
 Viša stručna sprema (VŠS)  
 Visoka stručna sprema, magisterij, doktorat (VSS, [mg.sc.](#), [dr.sc.](#))

**5. Trenutno živite u \****Označite samo jedan oval.*

- Vlastitoj nekretnini
- Obiteljskoj nekretnini
- Iznajmljenoj nekretnini

**6. Visina vaših mjesečnih prihoda (neto) \****Označite samo jedan oval.*

- 0 HRK
- 1 - 4 500 HRK
- 4 501 - 7 000 HRK
- 7 001 - 9 500 HRK
- 9 501 - 12 000 HRK
- Više od 12 001 HRK

**Odluke****7. Dobili ste 100 kn i suočeni ste s dvije opcije, koju ćete izabrati? \****Označite samo jedan oval.*

- Zadržati 60 kn (odmah)
- Riskirati s 50% šanse za dobitak ili gubitak svih 100 kn

**8. Želite kupiti nekretninu od 50 m<sup>2</sup> za najviše 100.000€. Agent za posredovanje nekretninama ponudio Vam je stan od 55 m<sup>2</sup>, s garažom koja vrijedi 10.000€, za 121.000€. Bez garaže stan vrijedi 117.000€ (popust koji bi dobili s garažom je 6000€). Što ćete odlučiti? \****Označite samo jedan oval.*

- Nastaviti tražiti
- Kupiti nekretninu s garažom
- Kupiti nekretninu bez garaže

**9. Prije 4 godine naslijedili ste nekretninu u predgrađu u vrijednosti od 700.000 kn. Danas ta nekretnina vrijedi 80.000 kn manje i očekuje se da će cijena još padati. Hoćete li prodati nekretninu? \****Označite samo jedan oval.*

- Da
- Ne
- Ne znam

**10. Odaberite prioritet u koji biste uložili ili štedjeli za njega. \****Označite samo jedan oval.*

- Obveznice
- Dionice
- Nekretnine
- Bankovni depozit
- Ostalo: \_\_\_\_\_

**11. Dobili ste 100 kn i suočeni ste s dvije opcije, koju ćete izabrati? \****Označite samo jedan oval.*

- Izgubiti odmah 40 kn
- Riskirati s 50% šanse za dobitak ili gubitak svih 100 kn

**12. Želite kupiti nekretninu od 50 m2 za najviše 100.000€. Agent za posredovanje nekretninama ponudio Vam je stan od 55 m2, s garažom koja vrijedi 10.000€, za 121.000€. Bez garaže stan vrijedi 117.000€ (popust koji bi dobili s garažom je 6000€). Što ćete odlučiti? \****Označite samo jedan oval.*

- Nastaviti tražiti
- Kupiti nekretninu s garažom

**Tržište nekretnina****13. Smatrate li da ljudi će koji danas kupe nekretninu u budućnosti zaraditi na prodaji iste? \****Označite samo jedan oval.*

- Da
- Ne

**14. Koliko ste upoznati s cijenama na tržištu nekretnina u Splitu? \****Označite samo jedan oval.*

- Ne znam ništa
- Ne znam dosta
- Znam malo
- Znam dosta

**15. Smatrate li da je sad pravi trenutak za kupovinu nekretnine? \****Označite samo jedan oval.*

- Da
- Ne
- Ne znam

**16. Smatrate li da će u skorijoj budućnosti cijene nekretnina u Splitu padati ili rasti? \****Označite samo jedan oval.*

- Sigurno će padati
- Mislim da će padati
- Sigurno će rasti
- Mislim da će rasti
- Ne znam

**17. Planirate li u skorije vrijeme kupiti nekretninu? \****Označite samo jedan oval.*

- Da
- Ne
- Ne znam

**18. Ako planirate, koji je razlog?***Označite samo jedan oval.*

- Rješavanje stambenog pitanja
- Zbog povećanja kućanstva
- Iznajmljivanje turistima, studentima ili ostalim najmotražiteljima
- Mislim da će cijena rasti u budućnosti/mislim da cijena neće padati u budućnosti

**19. Ako ne planirate, koji je razlog?***Označite samo jedan oval.*

- Manjak novčanih sredstava
- Previsoke cijene
- Nasljedit ću nekretninu
- Podstanar sam
- Ostalo: \_\_\_\_\_

**20. Ako planirate, koju vrstu nekretnine želite kupiti?***Označite samo jedan oval.*

- Stan
- Kuća
- Zemljište

**21. Ako planirate, da li će to biti u centru ili u prigradskom naselju***Označite samo jedan oval.*

- Centar
- Prigradsko naselje
- Ostalo: \_\_\_\_\_

**22. Po Vašem mišljenju, što je bolje? \****Označite samo jedan oval.*

- Biti podstanar
- Imati kredit, ali svoju nekretninu
- Ostalo: \_\_\_\_\_

**23. Pri kupnji nekretnine, hoćete li se odlučiti za stambeni kredit? \****Označite samo jedan oval.*

- Da
- Ne
- Ostalo: \_\_\_\_\_

**24. Koći li Vas ulazak u stambeni kredit zbog nedavnog slučaja „Švicarac“? \****Označite samo jedan oval.*

- Da
- Ne
- Ostalo: \_\_\_\_\_

**25. Gdje većina vaših poznanika trenutno živi? \****Označite samo jedan oval.*

- Vlastita nekretnina
- Iznajmljena nekretnina
- Obiteljska nekretnina
- Ostalo: \_\_\_\_\_

**26. Gdje su navedene nekretnine od vaših poznanika većinom smještene? \****Označite samo jedan oval.*

- Centar grada
- Prigradsko naselje
- Ostalo: \_\_\_\_\_

**27. Da li je netko od Vaših poznanika nedavno kupio nekretninu ili postao podstanar? \****Označite samo jedan oval.*

- Kupljena nekretnina
- Podstanar
- Ništa
- Ostalo: \_\_\_\_\_