

Jak prodat nemovitost v době krize

Štěpán Klein, Petra Kesslerová

stanovení ceny nemovitosti

spolupráce s realitním makléřem

proces prodeje nemovitosti

příprava nemovitosti na prodej

jak najít kupujícího



RE/MAX
Vista

 **GRADA**

Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude **trestně stíháno**.

Používání elektronické verze knihy je umožněno jen osobě, která ji legálně nabyla a jen pro její osobní a vnitřní potřeby v rozsahu stanoveném autorským zákonem. Elektronická kniha je datový soubor, který lze užívat pouze v takové formě, v jaké jej lze stáhnout s portálu. Jakékoliv neoprávněné užití elektronické knihy nebo její části, spočívající např. v kopírování, úpravách, prodeji, pronajímání, půjčování, sdělování veřejnosti nebo jakémkoliv druhu obchodování nebo neobchodního šíření je zakázáno! Zejména je zakázána jakákoliv konverze datového souboru nebo extrakce části nebo celého textu, umisťování textu na servery, ze kterých je možno tento soubor dále stahovat, přitom není rozhodující, kdo takovéto sdílení umožnil. Je zakázáno sdělování údajů o uživatelském účtu jiným osobám, zasahování do technických prostředků, které chrání elektronickou knihu, případně omezují rozsah jejího užití. Uživatel také není oprávněn jakkoliv testovat, zkoušet či obcházet technické zabezpečení elektronické knihy.



Copyright © Grada Publishing, a.s.



Copyright © Grada Publishing, a.s.

Edice Osobní a rodinné finance

Ing. Štěpán Klein, MBA
Petra Kesslerová

Jak prodat nemovitost v době krize

Vydala GRADA Publishing, a.s.,
U Průhonu 22, Praha 7, jako svou 3 697. publikaci

Realizace obálky Radek Krédl
Zlom Jan Šístek
Odpovědná redaktorka PhDr. Dana Pokorná
Počet stran 112
První vydání, Praha 2009
Vytiskly Tiskárny Havlíčkův Brod, a.s., Husova ulice 1881
Havlíčkův Brod

ISBN 978-80-247-3200-8 (tištěná verze) © Grada Publishing, a.s. 2009
ISBN 978-80-247-6241-8 (elektronická verze ve formátu PDF) © Grada Publishing, a.s. 2011
GRADA Publishing: tel.: 220 386 401, fax: 220 386 400, www.grada.cz

Obsah

Úvod	7
1. Realitní trh	9
Typy realitních trhů	9
Krise na českém realitním trhu	9
Stav trhu v letech 2009 a 2010	9
Hlavní důvody, proč se lidé stěhují	10
Prodat, nebo ne?	13
2. Ocenění nemovitosti	15
Největší chyba, jakou může prodávající udělat	15
Zásady tvorby cen na realitním trhu	16
Určení ceny – srovnávací analýza	17
Renovace – ano, či ne?	19
Snížení ceny, vylepšení ceny, úpravy ceny	20
Proč makléři nabírají předražené nemovitosti?	22
Dům jako investice – jak se vyhnout chybám	24
3. Příprava nemovitosti na prodej	27
Co kupující chtějí a makléři rádi ukazují	27
Zbavte se emocí	27
Inspirace okolím	28
Otevřený prostor	28
Zbavte se nepořádku	29
Drobné opravy a úpravy	31
Nezapomeňte	36
Home Staging	38
Které opravy se vyplatí	40
4. Marketing	43
Marketing na trhu kupujícího	43
Reklama	43
Inzerce	45
Reklamní brožura	50
Prezentace nemovitosti na internetu	51
Prodejní plachta	52
Direct mail a elektronické letáky	53
Open house	53
Virtuální prohlídka	54

Přímý prodej	54
Rozdíl mezi špatným a dobrým marketingem	54
Jak zvýšit poptávku	56
5. Prohlídky domu	59
Jak na prohlídky	59
Prohlídka domu v zimě	63
Prohlídka domu na jaře	65
Marketing během prohlídky	66
Zpětná vazba od kupujících	68
Vyjednávání s kupujícím – protinabídka	69
6. Práce s realitním makléřem	73
Prodej bez makléře	73
Proč si vybrat makléře	73
Vyberte si aktivního makléře	75
Odkud berou makléři klienty?	83
Charakteristika dobrého makléře	84
Jak ukončit vztah s makléřem	85
Jak ocenit svého makléře	86
7. Hlavní důvody, proč se dům neprodá	87
Cena	87
Stav nemovitosti	88
Umístění	88
Makléř	88
Marketingový plán	89
Snadnost prohlídek	89
Chování kupujících na trhu kupujícího	89
8. Realizace realitního obchodu	91
Vlastnictví bytu či domu	91
Kupní smlouva	91
Družstevní byt a jeho převod	93
Zdanění při prodeji nemovitosti	95
Úhrada ceny za nemovitost	97
Úhrada daně z převodu nemovitosti	100
9. Financování nemovitosti	101
Koupě nemovitosti	102
Prodej nemovitosti	103
Závěr	105

Úvod

Pro koho je tato knížka

Tato kniha je určena široké veřejnosti, kupujícím i prodávajícím na trhu realit, se zaměřením na sekundární rezidenční trh. Mohou v ní čerpat informace také začínající realitní makléři, kteří chtějí svým klientům poskytovat účinnější služby.

Máte nemovitost, kterou byste rádi prodali, nebo už ji nějakou dobu prodáváte? Ačkoli jste již snížili její cenu, žádní zájemci o koupi vám nevolají a vy se začínáte zlobit. Na trh, na svého makléře a kdoví na co ještě.

Pokud se v tom poznáváte, pak je tato knížka pro vás. Podíváme se spolu na tyto okruhy problémů:

- Jak rozhodnout, zda prodávat, nebo nemovitost stáhnout z trhu.
- Jak určit prodejní cenu nemovitosti.
- Proč – a jestli vůbec – spolupracovat s realitním makléřem.
- Co je to staging a jak může zvýšit cenu vaší nemovitosti.
- Jak na marketing vaší nemovitosti.
- Jak zaujmout kupující během prohlídky vaší nemovitosti.

Na mnoha místech této knihy používáme pojmy „dům“ či „nemovitost“. Nemovitost je cokoli, co je pevně spojeno se zemí. Dům je nemovitost určená k bydlení. Tou je pochopitelně i byt, ale dům se vyznačuje dalšími rysy významnými pro proces přípravy na prodej (zahrada, přístupové cesty apod.). Proto zmiňujeme-li se o domě či nemovitosti, máme na mysli adekvátně i byt.

Dále v textu hovoříme o realitních makléřích, ale nerozlišujeme, zda se jedná o makléře velkých a známých společností, nebo o jednotlivce působící individuálně. Protože sami pracujeme pro jednu z největších realitních společností na světě, nemůže být náš názor zcela objektivní.

Ceny nemovitostí se vracejí na úroveň před několika lety. Kvůli finanční krizi dochází k omezení poptávky, která bude nadále utlumena. Na významu nabývají také demografické faktory. Bude trvale obtížnější najít kupujícího a budou to kupující, kdo bude určovat cenu. Zjistěte si, zda je aktuální tržní cena pro vás přijatelná. Pokud ne, a vy přesto musíte prodat, prodejte za tržní cenu. Pokud prodat nemusíte, stáhněte svou nabídku a zvažte možnost pronájmu.

1. Realitní trh

Typy realitních trhů

Ačkoli existuje spousta variací, všeobecně se realitní trh může nacházet v některém ze tří stavů:

- **Trh kupujících.** Trh kupujících existuje tehdy, jestliže je nabídka větší než poptávka. Kupující si mohou vybírat z mnoha nemovitostí a ne každý dům se prodá. Nižší počet kupujících vede k nižším prodejům a to zase ke snížení cen.
- **Trh prodávajících.** Naopak, na trhu prodávajících je více kupujících než dostupných nemovitostí. Téměř každá nemovitost se prodá. Zvýšený zájem kupujících vede k růstu cen.
- **Neutrální trh.** Neutrální trh je vyvážený. Úroková míra je přijatelná a počet kupujících a prodávajících na trhu je srovnatelný. Trh netrpí otřesy směrem nahoru ani dolů a ceny stoupají rovnoměrně s inflací.

Krize na českém realitním trhu

Český trh s nemovitostmi zasáhla finanční krize na konci roku 2008. Do této doby nemovitosti rostly, a to nepřetržitě po dobu téměř dvaceti let. V České republice nedošlo ke vzniku realitní bubliny, ale pouze k uměle zvýšené poptávce, která byla dána snadnou dostupností hypoték, očekávaným zvýšením sazby DPH a nerealistickým očekáváním kupujících.

Nikdo nemůže predikovat budoucnost přesně, ale jedno lze říci téměř s jistotou. Na určitou dobu, která může trvat několik měsíců až let, se růst cen nemovitostí zastavil a dochází ke korekci cen. Ceny nepadají, pouze se vracejí na úroveň předešlých let, před jejich uměle vyvolané zvýšení.

Stav trhu v letech 2009 a 2010

Trh nemovitostí zažije v těchto letech horší časy. To je způsobeno celkovou ekonomickou recesí. Je obtížné předpovídat přesná čísla, ale lze předpokládat, že oživení nenastane dříve než v roce 2010 a že k návratu

cen nemovitostí na úroveň prvního pololetí roku 2008 dojde za tři až pět let, spíše však později než dříve.

Krize hypoték, pokles průmyslové výroby a s tím související nezaměstnanost budou mít hlavní vliv na trh bydlení v letech 2009 až 2010. Důvěra kupujících v budoucnost bude setrvale nízká a tato očekávání budou držet nízkou cenu i objem prodeje.

Někteří tvrdí, že je to způsobeno mediální masáží. Tento vliv zde jistě působí, ale faktem je, že čelíme globální recesi, která pravděpodobně potrvá další dva roky. Je stále obtížnější dostat hypotéku a tento fakt společně s tím, že část kupujících vyčkává, žene ceny nemovitostí dolů kvůli snižující se poptávce.

Objevují se předpovědi, že ceny nemovitostí během následujících dvou let spadnou na úroveň roku 2006, tj. až o 30 %. Částečná korekce cen již nastala a tyto předpovědi mohou být pravdivé. Zejména v roce 2007 docházelo k ničím neopodstatněnému růstu cen. Odhadnout budoucí vývoj v této oblasti je velmi ošemetné, protože vstupujeme na zcela nezmapovanou půdu.

Rovněž dojde k velmi prudkému zpomalení nové výstavby. Developeři dokončí stávající projekty, jejichž zastavení by nyní přineslo ztráty, ale s novými projekty počkají, dokud se trh nezotaví. Tato mezera ve výstavbě může ovšem do budoucna přispět k nárůstu poptávky po novém bydlení a k nastartování zvýšení cen.

Hlavní důvody, proč se lidé stěhují

Proč je to důležité? Protože pokud pochopíte motivaci kupujícího, můžete mu předložit právě ty přednosti vaší nemovitosti, které jej zaujmou:

- **Dům je příliš malý.** Lidé často svůj první dům „přerostou“. Dům nestačí rodině a majitelé potřebují větší.
- **Touha polepšit si.** Jinde je tráva zelenější. Lidé chtějí to, co nemají, ať už je to větší, dražší nebo lépe vybavený dům.

- **Špatná původní koupě.** Pokud mají lidé pocit, že koupí původního domu udělali chybu, chtějí ji napravit.
- **Změna místa práce.** Změna zaměstnání často znamená přetrhat kořeny a přestěhovat se.
- **Osobní vztahy.** Sestěhování se s partnerem nebo svatba často znamenají prodej nemovitosti jednoho z nich (nebo obou). Na druhé straně, rozdělení partnerů vede k prodeji z některého ze tří důvodů:
 - jeden z partnerů nemá hotovost na vyplacení druhého,
 - jeden člověk nedokáže udržet dům ze svého příjmu;
 - dům vyvolává špatné vzpomínky a člověk si přeje začít znovu.
- **Změny v sousedství.** Okolí domu se může změnit k horšímu, a to ekonomicky, společensky nebo po fyzické stránce.
- **Odchod dětí.** Odchod dětí často vede k přání mít menší dům. Pro starší lidi je obtížnější udržovat v pořádku velký dům.
- **Potřeba vidět rodinu častěji.** Někteří lidé chtějí být blíže svým příbuzným – ať již se jedná o rodiče nebo prarodiče.
- **Potřeba vidět rodinu méně často.** Větší vzdálenost mezi příbuznými může vést paradoxně k větší harmonii v rodině.
- **Odchod do důchodu.** Odchod do důchodu nemusí znamenat nutně výměnek. Dnešní důchodci žijí aktivním životem a tomu odpovídá i jejich potřeba bydlení a souvisejících služeb.
- **Zdravotní problémy.** Problémy s pohybovým ústrojím znamenají potíže při bydlení ve vícepodlažním domě. Namísto může být bungalov nebo rovnou bydlení v domě s pečovatelskou službou.
- **Zanedbaná údržba.** Někteří lidé již nechtějí pokládat střechu, dělat novou fasádu a další náročné opravy, takže je pro ně vhodnější dům prodat a koupit si jinou nemovitost.
- **Změna životního stylu.** Někoho už unavuje vlastnit dům a raději by trávil život cestováním, věnoval se koníčkům nebo se prostě jen