

# Realitné kancelárie: obrat vyvolala prevaha ponuky nad dopytom

Author: Martin Hrbáček | Published: 16.04.2010

## Komunikácia nebola na vysokej úrovni

Množstvo zrealizovaných obchodov v období rozmachu sa odhaduje v priemere na 20 za mesiac na jednu serióznou realitnú agentúru. Aký bol v tomto období aj ich skutočný prínos pri predaji, je sporné, keďže sa viac menej predávalo všetko. Spoločnosti si mohli dovoliť veľké nájomné priestory, luxusné provízie pre maklérov, mať k dispozícii vlastného právnik.

Úsilie pri realizovaní predaja sa koncentrovalo na vytvorenie nárazníkovej zóny medzi predávajúcim a kupujúcim, prípadne na poradenskú činnosť. Samozrejmosťou bola inzercia, ktorá veľakrát zaostávala za skutočnosťou, práve z dôvodu rýchlej obrátkovosti nehnuteľností. Komunikácia tiež nemala vysokú úroveň, ak záujemca o kúpu volal na uvedené telefónne číslo, nezriedka sa stalo, že na druhom konci linky zdvihla „recepčná“, ktorá nemala o aktuálnosti ponuky najmenšiu predstavu a proces získavania aspoň základných informácií sa stával behom cez prekážky na dlhé trate.

Mnohí klienti preto právom nadobúdali pocit, že realitné spoločnosti si vlastne pýtajú províziu za nič. Ak sa nebralo do úvahy vytlačenie zmluvy, ktorú si občas kupujúci či predávajúci skoncipoval aj sám, alebo zopár telefonátov.

## Zmena v prospech aktívneho prístupu

Obrat nastal vo chvíli, keď počet kupujúcich prudko klesol z dôvodu globálneho spomalenia ekonomiky a zavedenia náročnejších podmienok zo strany bánk poskytujúcich hypotekárne úvery. Sprostredkovatelia predaja a kúpy nehnuteľností sa zo dňa na deň ocitli na pokraji existencie. Počet zrealizovaných obchodov klesol o desiatky percent. Bolo nevyhnutné zoptimalizovať výdavky a prispôbiť sa celkovo novovzniknutej situácii.

Po roku 2008 sa počet ľudí pracujúcich v realitných spoločnostiach zredukoval. Jedni odišli, druhí boli prepustení. Do popredia sa predrala schéma aktívneho predaja, keď sa na konkrétnu nehnuteľnosť hľadá konkrétny kupujúci. Dnes, ak zavolá záujemca o kúpu, býva už pravidlom bezproblémový kontakt s maklérom zodpovedajúcim za tú či onú nehnuteľnosť. V podmienkach, keď je na jedného kupujúceho k dispozícii 10 až 20 bytov, ide o celkom logický prístup. Pozitívnym výsledkom krízy je teda fakt, že trh sa vplyvom náročnej doby „vyčistil“.

Podľa mediálnych odhadov je v súčasnosti predaj bytov prostredníctvom realitných kancelárií v porovnaní so súkromným predajom rýchlejší o 30 až 40 percent a navyše priemerná cena predaných nehnuteľností tým nie je ovplyvnená. Tento fakt je zrejme spôsobený ešte stále pretrvávajúcou predraženosťou niektorých realitných segmentov, ktoré kompenzujú navýšenie predajnej ceny o výšku realitnej provízie.

## Pri kúpe dominuje vlastná potreba

Podľa štatistického vyhodnotenia agentúry Bond Reality, trh s nehnuteľnosťami trpí vo veľkej miere nereálnymi predstavami o cene, vo väčšine zrealizovaných obchodov je skutočná predajná cena vzdialená od inzerujúcej. Vyjadrené percentuálne - 40 percent ponúkaných nehnuteľností je cenovo nadhodnotených o 10 až 40 percent. Takisto klienti neakceptujú prvý návrh realitného makléra v otázke ceny, čakajú

približne jeden mesiac, aby sa utvrdili v nereálnosti finančnej požiadavky. Navyše transakcie sú zložité, pretože väčšina nehnuteľností je už zatiaľčená hypotekárnym úverom a je financovaná ďalším úverom budúceho majiteľa.

Ďalším zaujímavým údajom v oblasti realít je percentuálne vyjadrenie nadobudnutia nehnuteľnosti ako investície. Len 10 percent zo všetkých zrealizovaných obchodov sa považuje za komerčnú kúpu. Zvyšné percentá vyjadrujú kúpu nehnuteľnosti na vlastnú potrebu. Polovicu z tohto počtu tvoria klienti kupujúci si svoje prvé bývanie, z toho 70 percent sú ľudia do štyridsať rokov. 90 percent záujemcov očakáva zľavu z kúpnopredajnej ceny, prípadne iný benefit.

Až 25 percent predávaných nehnuteľností je podľa prieskumu agentúry Bond Reality v minulosti kupovaných ako investícia. Hypotéku využíva pri kúpe až 80 percent kupujúcich. Okrem malých a starších bytov do 80 až 90-tisíc eur je výraznejší dopyt po prenájmoch do štyristo eur za mesiac. Problematický je predaj novostavieb pred začiatkom alebo v počiatočnom štádiu výstavby. Úplne sa zastavil predaj horských apartmánov.

### **Turizmus aj v prípade bytov či domov**

Ďalší z fenoménov, ktorý vznikol v posledných dvoch rokoch a s ktorým sa musia makléri vysporiadať, je takzvaný „realitný turizmus“. Dnešný profil záujemcu o nehnuteľnosť vyplýva z nadbytku ponuky v porovnaní s dopytom. Je celkom logické chcieť si vybrať z množstva ponúkaného to najideálnejšie, čo zodpovedá bez kompromisov vlastným predstavám o charaktere, ale aj cene predmetu kúpy.

Realitnými spoločnosťami sú štatisticky potvrdené čísla o počte obhliadok k jednej zrealizovanej kúpe pri serióznom záujme. Pri pomere 20 : 1 je pomer obhliadok považovaný za bežný. Dnešný moderný turista je schopný absolvovať od 50 do 100 obhliadok a stále nenachádzať vhodnú nehnuteľnosť. Zvládnutie takejto formy „šikany“ zo strany záujemcov je už na samotných realitných makléroch, ktorí si v súčasnom období svoju províziu naozaj zaslúžia. Ba nezriedka sa stáva, že ňou len s ťažkosťami pokrývajú náklady spojené s predajom danej nehnuteľnosti.

Ilustračné foto - Sock Development a archív autora

---

16.04.2010 08:00, Martin Hrbáček