

# 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, umístování 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.

*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](http://www.grada.cz)*

# Obsah

---

<b>Úvod</b> .....	<b>7</b>
<b>1. Realitní trh</b> .....	<b>9</b>
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
<b>2. Ocenění nemovitosti</b> .....	<b>15</b>
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
<b>3. Příprava nemovitosti na prodej</b> .....	<b>27</b>
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
<b>4. Marketing</b> .....	<b>43</b>
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
<b>5. Prohlídky domu . . . . .</b>	<b>59</b>
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
<b>6. Práce s realitním makléřem . . . . .</b>	<b>73</b>
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
<b>7. Hlavní důvody, proč se dům neprodá . . . . .</b>	<b>87</b>
Cena . . . . .	87
Stav nemovitosti . . . . .	88
Umístění . . . . .	88
Makléř . . . . .	88
Marketingový plán . . . . .	89
Snadnost prohlídek . . . . .	89
Chování kupujících na trhu kupujících . . . . .	89
<b>8. Realizace realitního obchodu . . . . .</b>	<b>91</b>
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
<b>9. Financování nemovitosti . . . . .</b>	<b>101</b>
Koupě nemovitosti . . . . .	102
Prodej nemovitosti . . . . .	103
<b>Závěr . . . . .</b>	<b>105</b>

# 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 ořesy 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 nutné 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

choval méně zodpovědně. Pro tyto lidi ztrácí vlastnické bydlení priority a raději je vymění za realizaci svých snů.

Zjistíte můžete najít další důvody, proč se lidé stěhují. Je to důležité. Protože lidé si vyberou vaši nemovitost ze svých důvodů, nikoli z těch vašich.

## **Důvody, proč prodávat a pak kupovat**

Ne každý z nás má více nemovitostí. Proto se musíme rozhodnout, zda budeme nejdříve kupovat a poté prodávat, nebo naopak:

- **Schopnost vyjednávat.** Nejprve prodávat znamená, že máte dost času. Nemusíte přijmout první nabídku, protože máte kde bydlet.
- **Vyšší prodejní cena.** Prodávající, kteří nejsou pod tlakem, často získají vyšší prodejní cenu, protože kupující si uvědomují, že prodávající nejsou v zoufalé situaci a nuceni prodat za každou cenu.
- **Bydlení v pronájmu po prodeji domu.** Někteří prodávající, kteří potřebují na hledání svého nového domu více času, často volí raději pronájem na určitou dobu než být pod tlakem. Můžete se dohodnout s kupujícím, pokud netrvá na okamžitém vystěhování, a zůstat po nějakou dobu bydlet ve svém bývalém domě.

## **Důvody, proč nejdříve kupovat a pak prodávat**

- **Jsmo na trhu prodávajícího.** Pokud se nemovitosti na trhu rychle otáčejí, je riziko nejprve koupit a pak prodávat malé. Přesto můžete skončit jako vlastník dvou nemovitostí a splácet dvě hypotéky.
- **Nabídka je příliš dobrá.** Někdy, bez ohledu na trh, přijde na trh dům, který se prostě nabízí za cenu, kterou nelze opominout. Třeba se prodávající rozvádějí nebo někdo z nich propadl hráčské vášni – hlavní je, že prodávající mají extrémní motivaci prodat velmi rychle. A vy chcete rychle koupit. V tomto případě má smysl kupovat před prodejem, protože peníze, které tak ušetříte, vám vynahradí náklady na udržování dvou nemovitostí.

- **Je to váš vysněný dům.** To je emocionální rozhodnutí. Ačkoli se mnoho kupujících chová logicky a analyticky, lidé, kteří se nechají vést srdcem, takoví nejsou. Reality jsou už tak hodně emocionální byznys. Pro někoho nejsou peníze to hlavní. Tito kupující se nedivají zpátky a nelitují svých emocionálních rozhodnutí. Chtějí, co chtějí, a dostávají, co chtějí.

Máte dříve prodávat, nebo kupovat? Spousta makléřů vám bude radit, abyste dříve koupili a pak prodávali, ale to je jen málokdy ve vašem zájmu. Je to ale v nejlepší zájmu makléře, protože pokud koupíte, budete muset prodat a makléř bude mít dvě transakce bez ohledu na to, kolik vás to nakonec bude stát. Pokud se rozhodnete nejdříve prodat a pak koupit, ale váš dům se stále neprodává, makléř nezíská nic. Přemýšlejte o tom.

Samozřejmě, konkrétní rozhodnutí záleží na trhu a na vaší osobní motivaci. Ale pro většinu lidí je lepší nejprve prodávat, a pak teprve kupovat.

## Prodat, nebo ne?

Stejně jako se kupující často rozmyslí, pokud jde o koupi, stává se to i na straně prodávajícího. Dochází k tomu tehdy, pokud prodávající není k prodeji silně motivován. Někdy si prodávající myslí, že chtějí prodat, ale ve skutečnosti nemají pro prodej silný důvod. To může vést až k finančním ztrátám, pokud se má zastavit již rozběhnutá realitní transakce.

Jako majitelé nemovitosti tomu můžete zabránit tak, že si důkladně promyslíte celý proces a budete mít svůj vlastní plán přestěhování, včetně nezvratných důvodů k prodeji. Udělejte si seznam všech pro a proti ohledně prodeje. Pokud pro výrazně převažují, pak prodávejte. Pokud převažují proti, v dnešní době váš dům na trh vůbec nedávejte.

V situaci, kdy ceny klesají, si musíte jako prodávající položit základní otázku: Chcete prodat, nebo ne? Abyste se mohli rozhodnout, musíte nejprve vědět, kolik za vaši nemovitost můžete obdržet. Poté může nastat některá z následujících situací:

	<b>Musíte prodat</b>	<b>Nemusíte prodat</b>
<b>Přijatelná cena</b>	Prodáte a inkasujete prémii	Prodáte nebo spekulujete na další růst
<b>Nepřijatelná cena</b>	Prodáte a smíříte se se ztrátou	Prodáte i přes ztráty nebo nemovitost stáhnete z trhu

Nezabývejme se nyní přijatelnými cenami. Pokud by ceny dosahované na realitním trhu byly pro vás přijatelné, nekoupili byste si tuto knihu. V zásadě máte tedy dvě možnosti:

- Prodáte za tu cenu, za kterou je vaši nemovitost ochoten někdo koupit, nebo
- nemovitost stáhnete z trhu, budete ji užívat sami nebo ji pronajmete.

Nastal-li u vás první případ, protože prostě prodat musíte, je třeba zvážit především následující kroky:

- jak zvýšit atraktivitu nemovitosti, abyste získali zájem kupujících,
- kde získat samotné kupující.

Těmto otázkám se budeme věnovat v dalších částech knihy.

Jste-li v pozici, že prodat nemusíte, ale přesto chcete (například proto, že víte o jiné atraktivní investici), můžete se svobodně rozhodnout, zda prodáte, či nikoliv. Neočekávejte však, že prodáte za vyšší cenu jen proto, že prodat nemusíte. Kupující nejsou hloupí, a pokud vaše nabídka nebude zajímavá, ani o ni nezavadí. Více o tom, jak kupující určují cenu, se dozvíte dále.

Pokud dojdete k názoru, že za současnou tržní cenu prodat nechcete, raději stáhněte svou nabídku z trhu a zrušte smlouvy s realitními kancelářemi. Poradte se o možnostech pronájmu vaši nemovitosti. Až se situace na trhu zlepší, můžete se k prodeji vrátit. Nezapomeňte ale, že stejné rozhodnutí učiní i jiní lidé, proto i pro pronájem nemovitosti můžete adekvátně použít rady z této knihy.

## 2. Ocenění nemovitosti

---

### Největší chyba, jakou může prodávající udělat

Pokud jste to ještě nezaznamenali, nacházíme se v období recese. To znamená, že prodávajících je hodně, kupujících je málo a umění této výhody využít. Nestaňte se jejich obětí! Nechte si dům ocenit profesionálem a stanovte konkurenceschopnou cenu. Neavizujte „prostor k jednání“, jinak budete muset jít automaticky s cenou dolů, často více, než byste čekali.

V realitním světě platí, že nejlepší pozici má třetí makléř. Je to proto, že prodávající se již poučili ze své největší chyby.

Když průměrný prodávající hovoří s realitním makléřem, je snadné nechat se strhnout nadšením při stanovení prodejní ceny. Více peněz přece znamená více možností. Bohužel, neinformovaný prodávající si často vybere makléře, který navrhne nebo akceptuje nejvyšší cenu, což je ta největší chyba, kterou může udělat.

Pravdou je, že nezáleží na tom, kolik podle vašeho názoru váš dům stojí. Ani nezáleží na tom, co si myslí váš makléř nebo deset jiných makléřů. Záleží na tom, co si myslí kupující, který jej koupí. Stanovení ceny domu je napůl vědou a napůl uměním. Zahrnuje to srovnání podobných nemovitostí, úpravu ceny, aby odrážela rozdíly mezi nimi, sledování vývoje na trhu, a to vše s cílem stanovit cenové rozpětí podložené expertním názorem. Trochu se to podobá práci odhadce. Žádní dva odhadci nedojdou ke stejné ceně, ale neměli by se lišit příliš. Jinými slovy, neexistuje přesné stanovení nabídkové ceny. Je to pouze odborný odhad, ale cenu nadiktuje trh.

Domy se prodávají za cenu, kterou je kupující ochoten zaplatit a prodávající ochoten přijmout. Pokud je dům oceněn příliš nízko (a má správný marketing), pak by měl prodávající obdržet více nabídek, které cenu vyženou na tržní hodnotu. Skutečné nebezpečí leží v ocenění domu příliš vysoko.

Otázkou je, kolik peněz stojí prodávající předražená nabídka. Finanční ztráta vyplývá jednak ze splátek hypotéky navíc, ale jednak ze snížené hodnoty domu, protože se již nejedná o novou nabídku.

Při srovnání cen nevycházejte z nabídkových cen jiných domů, protože prodávající stejně jako vy mohou žádat jakoukoliv cenu. Ta skutečná se může lišit v řádech desítek procent. Ale uvědomte si, že tyto domy jsou vaši konkurencí. Zeptejte se, proč by si kupující měl koupit zrovna ten váš.

## **Zásady tvorby cen na realitním trhu**

Dosažení optimální ceny je výsledkem jednak objektivního průzkumu podobných nemovitostí a jednak intuitivním stanovením, kolik bude kupující ochoten zaplatit za váš dům. Správná cena přiláká zájemce o prohlídky a to povede k prodeji.

Bohužel, cena je nejdůležitější faktor, který kupující používají k tomu, které domy chtějí vidět. Je také důležité si uvědomit, že ačkoliv nabídkovou cenu stanovíte vy a váš makléř, prodejní cenu určuje kupující.

### **Správná cena znamená:**

- Rychlejší prodej, méně nepohodlí pro prodávajícího.
- Nemovitost uvidí více kupujících.
- Větší zájem ze strany jiných makléřů.
- Více telefonátů na inzerát.
- Vaše nemovitost nezůstane „viset“ v nabídce.

### **Obvyklé důvody přemrštěné ceny:**

- Příliš vybavená nemovitost.
- Příliš vysoká původní kupní cena.
- Přání majitele mít prostor pro vyjednávání.



### **Úskalí vysokých cen:**

- Nejvíce zájmu vzbudí váš dům během prvních pár týdnů. Správné ocenění domu vytvoří v mysli kupujících pocit, že musí rychle reagovat.
- Existují kupující, kteří již viděli většinu domů ve své cenové kategorii a nyní čekají na nové nabídky nebo na snížení ceny. Takovýto kupující váš dům vynechá, pokud je oceněn příliš vysoko.
- Někdy může dojít ke snížení ceny příliš pozdě, protože zájem kupujících již opadl.
- Kupující a jejich makléři si jsou vědomi toho, jak dlouho je nemovitost na trhu. Často nekupují nemovitost, která je na trhu dlouho, protože se bojí, že je s ní něco v nepořádku.
- Bohužel, vysoko stanovená cena často pomůže prodat dům souseda, protože ve srovnání s tím vaším bude oceněn velmi dobře.

### **Úloha realitního makléře ve stanovení ceny:**

- Poskytnout vám srovnávací tržní analýzu, což je srovnání podobných nemovitostí, které jsou v nabídce nebo byly již prodány.
- Neexistuje přesná cena. Váš dům stojí tolik, kolik je kupující ochoten zaplatit.
- Trh určuje hodnotu. Vy a váš makléř určujete nabídkovou cenu.
- Makléř neřídí trh, pouze marketingový plán. Prodávající určuje nabídkovou cenu. Nikdy si nevybírejte makléře podle ceny.

## **Určení ceny – srovnávací analýza**

Určení ceny, jakou žádat za vaši nemovitost, není snadný úkol. Základní informace o cenách jsou samozřejmě k dispozici, ale komu důvěřovat, když se dostaví nutnost ocenit váš domov? Odhadci? Realitnímu makléři?

Při stanovení požadované ceny za vaši nemovitost můžete vyjít z její pořizovací hodnoty nebo z metráže pozemku či bytu. Můžete se podívat

do odborných časopisů. Ale všechny tyto metody vám dají jen hrubý odhad, navíc velice zatížený vaším očekáváním.

K určení tržní hodnoty domu je pravděpodobně nejlepší odhad dobrého realitního makléře. Zná místní trh a může vám poskytnout spolehlivé a rychlé informace založené na skutečných transakcích. Kromě toho může posoudit subjektivní stav nemovitosti.

Při stanovení ceny nemovitosti je nejúčinnější cestou určení hodnoty domu na základě toho, kolik jiní zaplatili za podobnou nemovitost ve stejné oblasti. Potíž s touto metodou je v tom, že žádné dvě nemovitosti nejsou zcela totožné. Pokusíme se zde poukázat na základy při stanovení ceny porovnáváním:

- **Hlavní položky.** První, co budete posuzovat při výběru srovnatelných nemovitostí, je počet pokojů, koupelen, metrůž domu a pozemku, jeho všeobecný stav.
- **Přítomnost nebo absence podobných rysů.** Například komíny, krb, přední nebo zadní terasa, počet schodišť, samostatné toalety, nadstandardní vany, velikost a počet oken a další.
- **Přesná lokalita.** Dokonce i stejná lokalita se může lišit ve výhledu, v pěší dostupnosti do různých míst (obchody, úřady), v parkovacích možnostech, v hustotě zastavění a v dalších faktorech.
- **Tvar a rysy nemovitosti.** Srovnatelné byty mohou mít různé půdorysy, pozemky mohou být různě svažité atd.
- **Stáří nemovitosti.** Celkové stáří nemovitosti včetně stáří jednotlivých přístaveb a úprav je důležité, protože určuje potřebu velkých oprav, jako je střecha, fasáda, elektrické rozvody apod.

Kromě těchto kroků musíte vzít v úvahu základní aspekty nabídky a poptávky. Prodávají se domy v lokalitě dobře, nebo budete jako vlastníci muset snížit cenu, abyste prodali? Podobně, je v oblasti příliš mnoho nemovitostí na prodej, což povede ke stejnému výsledku?