

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Specifika obchodního jednání v rámci realitního trhu

Vypracovala: Ivana Mušetić

Vedoucí práce: Ing. Roman Švec, Ph.D.

České Budějovice 2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Ivana MUŠETIČ**
Osobní číslo: **E11628**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Specifika obchodního jednání v rámci realitního trhu**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Prozkoumat specifika a současné techniky obchodního jednání na realitním trhu v rámci České republiky a komparovat je s trendy v USA. Upozornit na nedostatky a diametrální odlišnosti používaných technik. Na základě průzkumu na straně nabídky a poptávky navrhnout možná opatření pro zlepšení image prodeje a prodejců na realitním trhu.

Metodický postup:

1. Studium informačních zdrojů o problematice obchodního jednání na realitním trhu
2. Analýza současných používaných obchodních technik na realitním trhu v ČR a USA
3. Identifikace problémů využívaných vyjednávacích technik
4. Návrh možností řešení zjištěných problémů v oblasti obchodního vyjednávání na realitním trhu

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Cíle a metody, 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání, 5. Návrhy a doporučení, 6. Závěr, 7. Použitá literatura, 7. Přílohy.

Rozsah grafických prací: dle potřeby
Rozsah pracovní zprávy: 40 - 50 stran
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

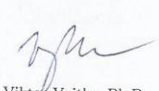
KIYOSAKI, R.T. *The Real Book of Real Estate. Real Experts. Real Stories. Real Life.* Vanguard Press, 2009. ISBN 978-1-59315-532-2.
ORT, P. a kol. *Oceňování nemovitostí a cenové mapy.* Praha: Verlag Dashöfer, 2008. ISSN 1803-5-159.
TRUMP D., J., KIYOSAKI, R.T. *Why We Want You to be Rich.* Rich Press, 2008 ISBN 978-80-7349-051-5.
VENTOLO, W. L, WILLIAMS M. R. *Fundamentals of Real Estate Appraisal.* Dearborn Real Estate, 2001. ISBN 978-141-93305-18-8.
ZAVŘEL, T. *Trh nemovitostí.* Praha: Oeconomia, 2002. ISBN 80-245-0567-3.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Roman Švec, Ph.D.
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: 11. ledna 2013
Termín odevzdání bakalářské práce: 30. dubna 2014


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (25)
370 05 České Budějovice


Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 5. března 2013

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to – v nezkrácené podobě/v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Ekonomickou fakultou - elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

Datum

Podpis studenta

.....

Mé upřímné díky patří v první řadě vedoucímu práce Ing. Romanovi Švecovi, Ph.D. za cenné připomínky a nevšední trpělivost při zpracování bakalářské práce. Úsilí, které vkládal do samotného vedení této práce, bylo pro mne ojedinělým povzbuzením ve chvílích, kdy jsem nejvíce potřebovala. Odborné konzultace a nehraná podpora mi pomohly „odstrčit se“ k samotnému zpracování předkládané kvalifikační práce. Dále děkuji Biljaně Zjakić, realitní makléřce a bývalé ředitelce realitní kanceláře Coldwell Banker v Českých Budějovicích, za cenné připomínky k vlastnímu pozorování v rámci kvantitativního výzkumu a její ochotu poskytnout mi odpovědi na vyčerpávající otázky řízeného rozhovoru. Též děkuji Ing. arch. Janovi Borůvkovi, generálnímu sekretáři Asociace realitních kanceláří České republiky za ochotu podílet se o své názory na současný realitní trh v České republice a mínění obecnstva na tentýž. V neposlední řadě děkuji Ladislavu Špačkovi za výtečné doplňující informace k jeho publikaci „Business etiketa a komunikace“. Děkuji své rodině za podporu a pochopení.

Obsah

1 Úvod	3
2 Literární přehled	4
2.1 Realitní trh v ČR a jeho vývoj	4
2.1.1 Vývoj realitního trhu	4
2.1.2 Role realitních kanceláří na českém trhu nemovitostí	6
2.1.3 Současnost realitního trhu v České republice	7
2.2 Realitní trh v USA a jeho vývoj	8
2.2.1 Historie vývoje realitního trhu v USA	8
2.2.2 Současný realitní trh v USA	9
2.3 Porovnání specifík realitních činností ve vybraných státech Evropy	11
2.3.1 Francie	11
2.3.2 Německo	11
2.3.3 Rakousko a Polsko	12
2.4 Zaměstnanci v realitách, porovnání České republiky a USA	13
2.5 Vyjednávání jako základ práce na realitním trhu (komunikace, přesvědčování) .	15
2.5.1 Fáze přípravy na jednání	15
2.5.2 Fáze samotného vyjednávání	16
2.5.3 Fáze ukončení jednání a zpětná vazba	17
2.6 Prodejní vyjednávání prodejců realit	19
2.7 Specifika a odlišnosti jednání ve střední Evropě a USA	23
3 Metodika práce	25
4 Analýza získaných dat	27
4.1 Dotazník pro koncové zákazníky	27
4.2 Dotazník pro realitní makléře „Spolupráce realitních makléřů při zprostředkování prodeje/koupi nemovitosti“	41

4.3 Rozhovor s Biljanou Zjakić, přední realitní makléřkou a bývalou ředitelkou nadnárodní realitní kanceláře Coldwell Banker, pobočky v Českých Budějovicích..	49
4.4 Rozhovor s Ing. arch. Janem Borůvkou, generálním sekretářem Asociace realitních kanceláří České republiky.....	52
4.5 Závěry vlastního šetření	56
5 Návrhy a opatření pro zlepšení image prodeje na trhu s nemovitostmi	60
5.1 Převedení činnosti do oboru vázaných a koncesovaných živností	60
5.2 Certifikace realitních makléřů a vzájemná kooperace	66
5.3 Aplikace technické normy ČSN EN 15733	70
6 Závěr	71
I. Summary.....	73
II.Seznam použité literatury.....	75
III. Seznam grafů a schémat	
IV. Seznam příloh	
V. Přílohy	

1 Úvod

Problematika realitního trhu je v současné době často řešeným mediálním tématem, vzhledem k opakujícím se neadekvátnímu chování makléřů realitních kanceláří, na které se často objevují stížnosti koncových klientů. V České republice se profese realitního makléře řadí mezi obory s často negativní image, což mohu potvrdit svými bohatými zkušenostmi získanými během praxe v letech 2009-2013. Svou kvalifikační práci na téma „Specifika obchodního jednání v rámci realitního trhu“, se snažím poukázat na odlišnosti vývoje realitního trhu v České republice a USA. Pro rozšíření poznatků ve světových trendech je v části práce zařazena analýza základních prvků zkoumaného trhu v několika vybraných státech Evropy. Práce vysvětluje základ činnosti na realitním trhu, tj. vyjednávání mezi jednotlivými subjekty na trhu a charakterizuje specifika vyjednávání pracovníků realitních kanceláří. Tuto řešenou problematiku lze nalézt v kapitole 2. Na základě analýzy trhu jsou identifikovány problémy, spojené s výkonem realitní činnosti, které jsou blíže analyzovány v kapitole 4. Závěr práce navrhuje možná opatření pro zlepšení image prodeje a prodejců na realitním trhu na základě komparace všech zjištěných informací, jejichž bližší specifikaci lze nalézt v kapitole 5.

Mezi cíle práce patří mj. prozkoumání specifik realitního trhu a současných zde užívaných technik obchodního jednání v rámci České republiky a dále komparace se současnými trendy v USA. Dalším cílem je upozornění na nedostatky a diametrální odlišnosti používaných technik a v neposlední řadě na základě průzkumu požadavků na realitní makléře a realitní agentury ze strany koncových klientů spolu s navržením možných opatření pro zlepšení image prodeje a prodejců ve zkoumané oblasti trhu. Předkládaná kvalifikační práce může v první řadě být přínosem pro realitní makléře, jakožto informační svazek o historii a fungování realitního trhu v České republice, kde vzorem pro úspěšný start v odvětví může být realitní trh v USA. Práce zároveň nabízí komplexní srovnání vyjednávacích technik a chyb, kterých se realitní makléři zpravidla dopouštějí, je možné využít v rámci praktických částí školení realitních makléřů. Dalším možným přínosem práce je užití pro inspiraci při zakládání nové realitní kanceláře, kde doporučuji se zaměřit na body, které jsou součástí návrhů a opatření, tj. kapitola 5.

Možným omezením této práce je přijetí Eura do České republiky, tento fakt může zcela ovlivnit současné ceny a změnit realitní trh k nepoznání.

2 Literární přehled

2.1 Realitní trh v ČR a jeho vývoj

Realitní trh všeobecně není „typický“ ekonomický trh. Jednoduchá definice říká, že na daném trhu dochází ke koupi a prodeji nemovitostí (dictionary.cambridge.org, 2014) buď přímo, anebo přes zprostředkovatele (investorwords.com, 2014). Komplexnější definice uvádí Maier & Čtyroký (2000) podle kterých je právě realitní trh ten, který má různorodá specifika fyzické a sociální podstaty. Poloha nemovitosti, jedinečnost a způsob užití se řadí mezi fyzické vlastnosti dané nemovitosti (Maier & Čtyroký, 2000). Stejní autoři se zmiňují také o tom, že o kvalitě např. pozemku je převážně těžké hovořit, jelikož byl, je a bude různě používán. Pakliže je uvažováno o budovách, můžou být zároveň bytové, nebytové atp., kdy se tyto kategorie liší i cenou daných nemovitostí. Je také samozřejmostí, že každá změna způsobu využívání je spojena s velkými náklady a ztrátou času (Maier & Čtyroký, 2000).

V případě sociálních specifík realitního trhu se můžeme zmínit o tom, že je málo nemovitostí, které jsou v stejnou dobu v nabídce (Maier & Čtyroký, 2000). Trhy s nemovitostmi se dle Kemeného (1992) mohou členit na regionální či lokální. Existuje řada faktorů, která má vliv na odlišnosti mezi jednotlivými regiony. Každopádně mezi ně patří technický stav bytového fondu zděděného z minulosti, místní ekonomika a situace na pracovním trhu, fakt, jak je daný region atraktivní z pohledu turistiky, stav životního prostředí a další (Nedomová, Bušíková, Heřmanová, Kostecký, Vajdová, & Vojtěchovská, 1999).

2.1.1 Vývoj realitního trhu

Počátek vývoje realitního trhu v České republice se datuje až do období první republiky vydáním císařského patentu č.227/1859 ř. z, který převážně navazoval na tehdejší rakousko-uherské normy (Staša & Srbová, 2005). Podstatou podnikání je vytvoření živnostenského řádu, který umožňoval občanům podnikat (Zahradníčková, 2008). První větší specifikace živností pochází z roku 1925 po nabytí právní mocí zákona č.203/1925 Sb., celým svým, názvem 203/1925 Sb., Zákon ze dne 19. srpna 1925, kterým se některé obory soukromého zprostředkování prohlašují za živnost koncesovanou ve smyslu živnostenského řádu (zákona) (E-právo, 2013a). Zprostředkování koupě a prodeje nemovitostí bylo možné v rámci koncesované činnosti. V roce 1925 realitní

činnost patřila mezi živnosti koncesované a nebylo nejjednodušší koncesi od příslušného úřadu získat, žadatel o koncesi musel danému úřadu předložit všechny potřebné podklady, včetně způsob provozování podniku (MMR, 2012). Živnostenský úřad mohl v té době zkoumat, zda tato činnost je pro dané území prospěšná, ba naopak. Žadatel dále musel doložit, že má dostatečné vzdělání a, že je způsobilý tuto činnost provádět (MMR, 2012).

K omezení realitní činnosti dochází v období druhé světové války vydáním vládního nařízení č. 14/1943 Sb. o dočasných omezeních v živnostenském a jiném výdělečném podnikání v době po vyhlášení Protektorátu Čech a Moravy (E-právo, 2013b). Přijatá omezení zůstávala v platnosti a postupně vedla k úplnému zákazu těchto činností za dob socialistického zřízení (MMR, 2012). Realitní trh potom stagnuje na více jak 40 let, kdy za obchodování s nemovitostí hrozilo vězení nebo peněžitá pokuta (Hrušová, 2013).

V roce 1989, těsně po politických změnách dochází k restitucím, kdy původní majitelé získali zpět vlastní nemovitosti (Lux & Mikeszova, 2012) a realitní trh se tímto krokem začal pomalu rozvíjet (Hrušová, 2013). Vydání zákona č. 455/1991 Sb. zařadilo realitní činnost mezi živnosti volné (business.center.cz, 2013), a tím pádem již nebylo nutné mít odbornou způsobilost. Stačilo být plnoletý, bezúhonný a způsobilý k právním úkonům. V devadesátých letech minulého století začínají objemy obchodu na realitním trhu pomalu růst, velký rozmach potom trh zažívá v letech 1992 - 1994, kdy se začala prodávat řada nemovitostí, která přešla do soukromého vlastnictví, protože majitelé některých nemovitostí o ně nezvládali pečovat a začali je prodávat. (Nedomová a kol., 1999). Ceny nemovitostí postupně rostly a k jejich stabilizaci došlo v roce 1995, kdy se postupně začínal prodávat také majetek obcí a státu, a novou možností jak získat nemovitosti se stávají dobrovolné, či nedobrovolné konkurzy. Dále se převádějí byty v družstevním vlastnictví do vlastnictví soukromého (Zdražil, 2004).

Realitní činnost jako taková byla prvně úplně definována až v roce 2000 „Nařízením vlády č. 469/2000 Sb“, dle kterého byla realitní činnost definována jako: „nákup nemovitostí za účelem jejich dalšího prodeje, prodej nemovitostí, zprostředkování nákupu, prodeje a pronájmu nemovitostí, bytů a nebytových prostor, správa a základní údržba nemovitostí pro třetí osoby, zejména administrativní zajištění řádného provozu nemovitostí, domovnická činnost, úklid bytů i nebytových prostor, čištění interiérů a exteriérů budov, čištění oken, úklid chodníků a podobně“. Obsahem činnosti není krátkodobé ubytování osob v ubytovacích zařízeních, v rodinných domech, bytových

domech a stavbách pro rodinnou rekreaci a také čištění exteriérů budov vodní párou, pískem a podobně, opravy a údržba nemovitostí vyžadující řemeslnou zručnost nebo zvláštní odbornou kvalifikaci (například opravy výtahů, zednické, obkladačské, pokrývačské, instalatérské, elektroinstalatérské práce, chemické čištění koberec a textilií)“ (MMR, 2012). Po vydání zmíněného nařízení vidělo mnoho podnikatelů možnost se prosadit v oboru obchodu s nemovitostmi a z tohoto důvodu vzniklo velké množství realitních kanceláří a tento fakt ovlivňuje trh dodnes.

Od roku 2008 ceny nemovitostí trvale klesaly a v případě, že se někdo rozhodl prodat nemovitost, kterou nakoupil např. v roce 2008 (označován makléři jako nejlepší rok v posledním desetiletí) značně na ní prodělal. Cena nemovitostí na perifériích klesla o více než 9 % (finance.cz, 2013). Vzhledem k zmíněným specifikám Maier & Čtyroký, (2000) říkají, že se jedná o velmi nedokonalý a proměnlivý trh, který je dle Macákové (2003, s. 117) charakterizován tím, že „*existuje alespoň jeden prodávající (firma), který může ovlivnit tržní cenu.*“

2.1.2 Role realitních kanceláří na českém trhu nemovitostí

„*Realitní kancelář je subjekt, právní anebo fyzická osoba, která podniká na trhu realit, za účelem zprostředkovat prodej či pronájem nemovitostí*“ (oxforddictionaries.com, 2014). „*Zprostředkováním je obecně v realitní praxi myšleno zprostředkování uzavření smlouvy, jejímž předmětem je nemovitost (např. převod vlastnictví, nájemní smlouva, smlouva o převodu členských práv a povinností v bytovém družstvu, atp.)*“ (Páč, 2013, s. 23). Dle zákona č. 513/1991 Sb. (obchodní zákoník) § 642 je potřeba mít zprostředkovatelský vztah uzavřený smluvně: „*Smlouvou o zprostředkování se zprostředkovatel zavazuje, že bude vyvíjet činnost směřující k tomu, aby zájemce měl příležitost uzavřít určitou smlouvu s třetí osobou, a zájemce se zavazuje zaplatit zprostředkovateli úplatu (provizi)*“ (business.center.cz, 2014).

Hlavní role realitních kanceláří spočívá v usnadnění, zrychlení a zefektivnění realitní transakce (realitni-kancelare.com, 2014). Koupě nemovitosti pro stranu poptávající je komplikovaná záležitost, poněvadž je převážně málo informována a částečně neschopná posoudit kvalitu (Maier & Čtyroký, 2000). Právě kvůli zmíněné problematice, zaplnily realitní kanceláře a realitní makléři tzv. díru na trhu, kdy jejich náplní jejich práce je nestranně zprostředkovat prodej daných nemovitostí a poskytnout odborné rady.

2.1.3 Současnost realitního trhu v České republice

Jak již bylo zmíněno, od devadesátých let se v oboru podniká na základě živnosti obsahující pouze ohlášení a může podnikat kdokoli, kdo splní základní způsobilosti k podnikání. Právě tato možnost znamená, že na realitním trhu je nespočet subjektů, kdy jejich pracovníci svou neznalostí způsobují, že být realitním makléřem v České republice spíše povoláním problematickým, oproti tomu v USA je realitní agent/makléř brán jako někdo se vznešeným povoláním. V roce 2008, dochází k novelizaci živnostenského zákona č. 130/2008 Sb., který realitní činnost řadí mezi nově sepsaných 80 živností a jedná se o činnost pod číslem 58 „*Realitní činnost, správa a údržba nemovitostí*“. Bohužel tato novelizace nepřinesla žádné další změny, ke kterým dochází až v roce 2010, kdy je vydána evropská norma EN15733, která upravuje požadavky k vykonávání realitní činnosti. V České republice byla tato norma převzatá po nařízení, že ji musí převzít všechny členské státy CEN, ale v praxi nebyla nijak využívána (MMR, 2012).

V období 2008-2014 nedošlo k žádným dalším legislativním změnám (MMR, 2012). Začátkem roku 2014 je na nejznámějším realitním serveru sreality.cz vedeno 2500 realitních kanceláří (nepočítáme pobočky), z toho 1050 je z hl. města Praha (sreality.cz, 2014). Dle průzkumu ARTN¹, panuje na českém realitním trhu mírný optimismus, kdy je v nejbližší budoucnosti očekáván pozitivní vývoj trhu (Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí, 2014a).

¹ Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí

2.2 Realitní trh v USA a jeho vývoj

Realitní trh v USA prošel zcela odlišným vývojem, než trh v České republice. Má delší a významnější historii, kdy existuje více než 200 let (Goldschein, 2012). Americký trh zažil spoustu vzestupů a pádů a liší se také podmínkami pro vstup do odvětví (MMR, 2012).

2.2.1 Historie vývoje realitního trhu v USA

Počátek vývoje trhu s nemovitostmi v USA se datuje do roku 1800, kdy vláda začala občanům prodávat majetek. Od té doby se každých cca 18 let trh zpravidla měnil, zažíval své vzestupy a pády. První boom and bust ² začíná v roce 1837 a podobné trendy lze zaznamenat i v dnešní době. Následný vzestup trhu začíná po zlaté horečce od roku 1844, kdy banky začínají více půjčovat občanům více finančních prostředků, což se pozitivně projevuje na objemu realitních obchodů, ale v době občanské války (1861-1865) začíná další boom and bust cyklus, který se v dalších letech významně podepsal všeobecně na ekonomice USA, což zapříčinilo stagnaci realitního trhu. Úrokové sazby, výrazně ovlivňující trh s nemovitostmi byly v období po válce nízké, později se stát ekonomicky zotavil a realitní trh čekal pomalý vzestup (Goldschein, 2012). Provázanost úrokových sazeb s cenou nemovitostí znamená, že v případě nízkých úrokových sazeb, ceny nemovitostí bývají vyšší (Stammers, 2013). *„Zvýšení úrokových sazeb vede obvykle k poklesu ceny aktiv, neboť vyšší úrokové sazby snižují výnosnost aktiv, a zároveň snižují atraktivnost aktiv ve srovnání s výše úročenými bankovními vklady“* (Filáček, 2010).

V roce 1906 vzniká jedna z nejstarších společností podnikajících na realitním trhu, Coldwell Banker., kdy existence společnosti je přímo spojená s událostí, když město San Francisco bylo zničeno zemětřesením. Zakladatelem společnosti byl tehdy mladý a ambiciózní realitní agent Colbert Coldwell, který zanechal své privátní praxe, kdy kupoval za směšné ceny nemovitosti a dále je pře prodával a v roce 1913 do firmy přijímá nového společníka Arthura Bankera. Společně vybudovali firmu, jejíž jméno je v dnešní době známé ne jenom v USA. Po roce společného fungování firmu oficiálně přejmenovávají na Coldwell Banker a od roku 1925 postupně otevírají pobočky po celé Kalifornii a stávají se nejznámější realitní kanceláří v USA (Coldwell Banker, 2014).

2 Výraz pro významný vzestup a následovně krach

V roce 1929 USA zažívá „Great Depression“³ (Velkou depresi), kdy se ekonomika státu prvně nachází ve stavu recese, což zapříčiňuje, že se ceny nemovitostí výrazně snižují. Toto období se řadí mezi neznámější pády ekonomiky vůbec. Díky nízké ceně nemovitostí se do nich začalo investovat, ale ceny byly značně nestabilní až do padesátých let 20. století. Po skončení druhé světové války následuje takzvané resetování trhu s nemovitostmi, který se zvedá až do dalšího krachu v roce 1974 (Goldschein, 2012).

Již výše zmíněná realitní společnost Coldwell Banker zažívá svůj významný vzestup v roce 1981, kdy otvírá franchise⁴ pobočky po celých Spojených státech a začíná se zabývat správou a prodejem luxusních nemovitostí, která trvá do dnešní doby. V roce 1990 společnost má pobočky v celé USA a začíná expandovat do světa. Prvně se jedná o Kanadu a jihoamerická státy, pak expanduje i do Evropy (Coldwell Banker, 2014). Důležitým obdobím vývoje realitního trhu jsou roky 1991-1994, kdy padají akcie a snižují se úroky (Goldschein, 2012). Tím pádem se zvyšoval zájem u strany kupující o nákup nemovitostí prostřednictvím hypotečních úvěrů (Mašek, 2012).

V roce 1995 se objevují první internetové stránky realitních kanceláří, kdy průkopníkem v tomto novém fenoménu je opět společnost Coldwell Banker. Tehdy tato společnost věnovala značnou část investic do vývoje technologií (Coldwell Banker, 2014), převážně se týkající úspěšné prezentace nemovitostí na trhu (Coldwell Banker Česká republika, 2014) a online marketingu (Coldwell Banker, 2014). *„Marketing na internetu (on-line marketing) je kvalitativně nová forma marketingu, která může být charakterizována jako řízení procesu uspokojování lidských potřeb informacemi, službami nebo zbožím pomocí internetu“* (Nondek & Řeňčová, 2000). Již známý trend boom and bust se znovu objevil v letech 2009-2011, kdy objem obchodů na realitním trhu znovu zažíval svůj pád. Tento propad byl tak hluboký, až se se realitní makléři vážně zabývali myšlenkou, že pokud by toto období trvalo i v dalších letech, jednalo by se o nejdelší boom and bust cyklus, který by kdy byl zaznamenán (Goldschein, 2012).

2.2.2 Současný realitní trh v USA

Rok 2013 znamenal pro současný realitní trh v USA konstantní vzestup cen po krizi, která trvala několik předcházejících let. Pozitivní jsou změny z pohledu prodávajících,

³ Označení pro velký propad akcií na americké burze a kolaps v roce 1929

⁴ Anglický pojem „to franchise“ znamená udělit povolení na prodej produktů nebo poskytování služeb v určité oblasti jednou firmou firmě jiné

ale obecně na realitním trhu nemohou být spokojeny všechny vyjednávací strany. V roce 2014 se vzestup cen očekává také, ale mírnějším krokem, než to bylo v roce 2013 (Ihned.cz, 2013). Je předpokládán nárůst hypoték, ve kterých se jedná o první změnu od roku 2000, kdy dominovalo refinancování již současných hypoték. Jedná se o další příležitost právě pro investory, v případě, že by se neriskovalo a případně investovalo do méně riskantních nemovitostí (Fogler, 2013). Je předpokládáno, že rok 2014 bude zcela zajímavý, hlavně v případě komerčních nemovitostí (colleirs.com, 2014) a zároveň predikováno zotavení se evropské ekonomiky, boom realitního trhu ve velkých městech a konečný růst realitního trhu v Austrálii (huffingtonpost.com, 2014). Stejný zdroj se zmiňuje o tom, že více jak 2,5 milionu majitelů nemovitosti v tomto roce bude mít tu možnost získat za vlastní nemovitost peníze, které do ní investovali v minulých letech. Zároveň sděluje, že se trh takzvaně má vrátit do normálu, který nezažil skoro za poslední dekádu (huffingtonpost.com, 2014).

2.3 Porovnání specifik realitních činností ve vybraných státech Evropy

2.3.1 Francie

Realitní makléř ve Francii může vykonávat 4 činnosti: developerskou, stavební a následní prodej, či zprostředkování prodeje a pronájmu nemovitostí. Výkon profese je regulován tzv. Hoguetovým zákonem z roku 1970, vyhláškou z roku 1972 a evropskou novelizací vyhlášek v roce 1993 (Smith, 2014). Makléř musí mít vysokoškolské vzdělání a dostatečnou praxi v oboru (englishspeakingrealestateagentsfrance.com, 2014). Odpovídá etickému kodexu vydaným FNAIM.⁵ Vyslovený zákaz činnosti mají:

- osoby odsouzené pro praní peněz a porušení zákona o hazardu ve Francii a jiných státech za obdobných podmínek;
- osoby, které jsou v úpadku;
- veřejný činitelé;
- osoby vyloučené z profesních organizací (MMR, 2012).

Přímou podmínkou pro vykonávání profese je dosažení věku 18 let a zákaz výkonu povolání a armádě, ministerstvech apod. V případě vykonávání profese bez povolení nebo neoprávněného zacházení s finančními prostředky hrozí odnětí svobody 6 měsíců až dva roky (realigro.com, 2014), nebo pokuty až do výše 30000€ (MMR, 2012).

2.3.2 Německo

V Německu makléř provozuje 4 činnosti stejně jako ve Francii a stejně jako ve Francii musí být akreditován (cepi.eu, 2014). V Německu akredituje asociace realitních kanceláří IVD, která předepisuje zkoušky pro makléře, kteří po složení zkoušky mají nárok na zavedení do seznamu licencovaných makléřů (worldproperties.com, 2014). Výkon profese bez povolení je vysoce pokutovatelný, ale není trestný, kdy vyšší sankce stanovuje asociace (MMR, 2012). Zajímavé je, že makléř v Německu přijímá provize od obou stran, jak kupující tak prodávající s to stejnou rovnoměrnou částkou a je zakázané od jedné strany přijmout provizi vyšší než od strany druhé (Bundesverband der Immobilienberater, Makler, Verwalter und Sachverständigen e.v, 2012).

⁵ French national real estate federation -asociace realitních kanceláří ve Francii.

2.3.3 Rakousko a Polsko

Rakouští realitní makléři vykonávají pouze tři činnosti: developerskou, správní nemovitostí a zprostředkování prodeje a pronájmu nemovitostí (MMR, 2012). Pro výkon činnosti musí mít buď 6 let praxe v případě žádného univerzitního vzdělání, 3 roky s prvním stupněm univerzitního vzdělání a 1 rok v případě absolvovaného univerzitního vzdělání (realtor.org, 2012). Po složení zkoušky u živnostenského úřadu je možné žádat o udělení licence pro výkon činnosti (MMR, 2012). V Polsku je realitní makléř osoba, která vykonává tyto činnosti: zprostředkovává prodej a pronájem nemovitostí, nebo je správcem majetku. Tuto činnost může vykonávat osoba, která není trestána, je vysokoškolsky vzdělaná, nebo je v postgraduálním studiu (McKenna, Kurek & Górski, 2012). Potenciální makléř skládá zkoušku, u Ministerstva spravedlnosti, mající tři fáze:

- analýza dokumentů zaslaných kandidátovi a simulace transakce;
- elektronický test;
- diskuze o simulaci majetkové transakce (cepi.eu, 2014).

Dle CEPI ⁶ v případě, že realitní makléř bude vykonávat profesi bez předešlého licencování, nebude trestán, ale dostane zákaz vykonávání profese asociací PREF ⁷ na minimálně dalších 5 let (cepi.eu, 2014).

⁶ European council of real estate professions – evropská asociace realitních kanceláří.

⁷ Polish real estate federation -asociace realitních kanceláří v Polsku.

2.4 Zaměstnanci v realitách, porovnání České republiky a USA

V realitních kancelářích jsou převážně zaměstnání realitní agenti (v České republice spíše známí jako realitní makléři). Vzhledem k tomu, že v České republice není vyžadováno, aby pracovník v realitách byl vzdělán v oboru, může tuto profesi v současné době vykonávat v podstatě kdokoli (Asociace realitních kanceláří, 2013), kdy tuto skutečnost potvrzuje i Tomáš Fírtík, člen představenstva České komory realitních kanceláří a jednatel realitní společnosti IMMOINVEST Group (ckrk.cz, 2014). Průměrná délka obchodu trvá 3 měsíce a z tohoto důvodu spousta nových makléřů nedokáže vyčkat na výdělek a z oboru odchází. Kvůli této situaci je fluktuace pracovníků v dnešní době poměrně častá, uvedl Petr Pavlíček, výkonný ředitel České komory realitních kanceláří v rozhovoru pro časopis REALIT (ckrk.cz, 2014).

V případě možností vzdělávání se v oboru, v České republice nenajdeme mnoho možností. Větší, zpravidla franchisové společnosti, poskytují svým makléřům různá školení, nebo je možné účastnit se školení, která pořádá asociace realitních kanceláří. Tato školení jsou ovšem přístupná pouze pro pracovníky členských realitních kanceláří. V rámci vysokých škol je možné vystudovat daný obor, například na Ústavu soudního inženýrství Vysokého učení technického v Brně, obor realitní inženýrství (vutbr.cz, 2014), dále je možné obor vystudovat na Vysoké škole ekonomické v Praze (Fakulta financí a účetnictví Vysoká škola ekonomická v Praze, 2014). Vysoká škola Realitní institut Franka Dysona, která funguje od roku 1997, prozatím nabízí nejširší možnost vzdělání se v oboru, kde i v rámci praktických cvičení mají studenti možnost získat potřebné znalosti (Vysoká škola realitní - Institut Franka Dysona, 2014).

Nedostatek vzdělávacích institucí a slabá vůle potenciálních makléřů nejsou jedinou překážkou v České republice, problém je také již zmíněné negativní vnímání této profese ve společnosti (MMR, 2012). Souvisí to hlavně s tím, že makléři často chybují v zásadních věcech (otázkou zůstává, zda schválně či ne) a chybí jim základní informace. Každopádně dezinformace často vydávané samotnými makléři dobrému jménu jejich realitní kanceláře a oboru samému nepřispívají (Karbusický, 2014). Pro makléře je „*kromě mnoha administrativních operací je nutná alespoň základní znalost právních předpisů*“ (Podlešák, 2009).

Ve srovnání s Českou republikou se na trhu v USA vyskytují brokeri a realitní makléři, jejichž role je odlišná. Gobel (2012) uvádí, že abychom byli časem úspěšným realitním makléřem, musíme do toho investovat spoustu času, být vzděláni a vyhledat si brokera⁸, který nám pomůže získat své první klienty. Rozdíl mezi brokerem a makléřem je následující. Makléř má zpravidla nižší postavení a pracuje pro agenta na základě smluvní dohody. Za odvedenou práci mu broker realitní agent vyplácí provize. Broker (realitní agent v USA) může otevřít vlastní pobočku, zaměstnávat další makléře a má větší zodpovědnost za realitní transakce (Thompson, 2014). Možnosti vzdělání se v realitním oboru jsou ve Spojených státech skoro neomezené. Téměř každá vysoká škola poskytuje možnost vystudovat daný obor jako hlavní zaměření, či se mu částečně věnuje v jiných oborech. Zároveň jsou nabízeny různé doplňující kurzy pro vzdělávání se v rámci marketingu, účetnictví, daní a financí. Aby se zájemce stal makléřem, musí být licencován. Pro získání licence je nutné absolvovat výuku v rozmezí 60-90 hodin a složit písemnou zkoušku a podmínkou je také minimálně 1 rok praxe v prodeji nemovitostí (MMR, 2012).

⁸ Dohodce, který zprostředkovává obchody cizím jménem a na cizí účet; v USA se jedná o nadřazeného realitního makléře, český ekvivalent je realitní agent.

2.5 Vyjednávání jako základ práce na realitním trhu (komunikace, přesvědčování)

Obchodní jednání je „*vyjednávací proces, kdy se zúčastněné osoby snaží dosáhnout společného cíle, uzavřít obchod, anebo případně vyřešit konflikt*“ (businessdictionary.com, 2014). Je známo více členění fází jednání. Jedna z možných struktur je: příprava před samotným jednáním, konceptualizace a formulace předmětu jednání, dohoda na konci jednání a odehrávání po jednání (Rodriguez, 2014). Armstrong (1995) s tímto názorem souhlasí a druhou fází doplňuje o zahájení jednání včetně prezentací počátečních postavení jedné strany vůči straně druhé, kterou Jobber & Lancaster (2009) označují jako hodnocení mocenské rovnováhy.

2.5.1 Fáze přípravy na jednání

„*Ani zkušený obchodník a vyjednávač si nemůže dovolit jít na jednání nepřipraven*“ (Khelerová, 1999, s. 28). Mít odborné znalosti, dostatek informací a pevné stanovení cílů a strategie je základním krokem k úspěšnému jednání a dosažení vlastních cílů (Preston, 2012). V rámci tedy přípravy na jednání nesmíme v první řadě zapomenout na získání informací (Khelerová, 1999), kdy kromě informací o nabízeném zboží jsou důležité i informace týkající se osoby/osob se kterou se jedná, případně jejich kompetence (ipodnikatel.cz, 2011). S tímto názorem souhlasí i Bureš, který říká, že: „*než začneme jednat, pečlivě si prověříme, s kým budeme jednat*“ (Bureš, 1996, s. 23). V rámci přípravy na jednání je důležité si stanovit cíle, a pakliže to situace dovolí, nemít v nabídce pouze jedno řešení obchodního problému (Bureš, 1996). Určení ideálního výsledku, strategií jak ho docílit a mantinelů za které je nemožné jít, je dle Hájkové (2007) zcela nezbytné. Mezi další důležité faktory přípravy samotného jednání patří volba místa a času jednání. Místem setkání by v žádném případě nemělo být rušné prostředí a čas setkání by měl vyhovovat oběma stranám (Kuchař, 2014).

Podle Khelerové (1999) můžeme vybírat z následujících možných míst pracovního setkání: jednání na půdě klienta, na vlastní anebo neutrální půdě. Hrušovský (2008) poukazuje na možnost výběru neutrálního místa jednání, jakožto nejprospěšnějšího samotnému jednání, kdy tišší restaurace je ideální volbou. Ostatní typy jsou převážně jednostranné a přinášejí řadu nevýhod, například v podobě tzv. nakouknutí do kuchyně a tedy prozrazení osobních věcí (Khelerová, 1999).

Některá jednání mohou trvat mnohem déle, než bylo očekáváno (Hájková, 2007), proto je potřeba mít dostatečnou časovou rezervu. Je důležité si uvědomit, že každé obchodní jednání má specifickou strukturu, průběh a dynamiku. Na základě toho je nutné si vybrat strategii a manévry pro úspěšné vyjednávání (pregovaranje.com, 2014). Tento názor doplňuje Bureš svým výrokem: „ *Každé obchodní jednání má svůj vlastní časový průběh, který nelze ani urychlit, ani zpomalit. Pro jednání si proto vytvoříme dostatečné časové rezervy, abychom se vyvarovali časové tísně.* “(Bureš, 1996, s. 23).

2.5.2 Fáze samotného vyjednávání

Vyjednávání není pátrání po ideálním řešení obchodního problému a dělání chyb je nepřípustné protože, vyjednávání je hra (entrepreneur.com, 2013). Joyce Russel z firmy Adecco říká, že *“dobrá dohoda je taková, kde obě strany cítí, že zvítězily”* (Gaddis, 2013). Vyjednávání je chápáno jako použití zdravého rozumu, ale pro lidi je někdy těžké se nenechat zaplavit emocemi a zůstat „střízlivý“. Emoce, štěstí a magie nemají místo v jednání, úspěšné vyjednávání vyžaduje disciplínu, přípravu, pevnou vůli a železné nervy, proto je vyjednávání často charakterizováno jako umění. (Sanibel, 2009). *„Zlatým pravidlem při vyjednávání je být si vždy vědom toho, že v business světě je skoro nemožné vždy dostat, to co si obchodník zaslouží, ale dostaneme to, co si vyjednáváním vybojujeme,”* (liderpress.hr, 2006). Ve své disertační práci uvádí Mgr. Gordana Dobrijević (2009), že si o vyjednávání a jednání obvykle myslíme, že se jedná o jakýsi lineární proces přípravy, konkrétních informací, následujícího vyjednávání a uzavření obchodu, případně neúspěchu. Dále stejná autorka uvádí, že vyjednávání je proces výměny valut (Dobrijević, 2009), které definuje Goselin (2007) jako prostředky, které mají neskutečnou hodnotu pro stranu přijímající.

K fázi vyjednávání patří mimo jiné prezentace, která má být: dobře připravena, komplexní, zcela jasná a prezentována formálně (businessculture.org, 2013). V rámci úvodu prezentace je nutné představit sebe, svou firmu a předmět jednání (Farr, 2014). Podle Špačka (2012) je vhodné obdarovat protistranu malým dárkem, zpravidla firemním propagačním materiálem, kdy důvodem k obdarování protistrany může být například poděkování za dosavadní spolupráci (ipodnikatel.cz, 2011). Během komunikace při vyjednávání je důležitý věcný obsah sdělení, tzv. argumentace (Wage, 2002). Argumentace je základem vyjednávání, kdy se jedná se o přesvědčování někoho prostřednictvím logických důkazů (Kumrić, 2014). Klapetek (2008) dále uvádí, že klíčovými faktory následující logické argumentaci je věrohodnost argumentujícího a

jeho empatická stránka. Stejný autor o tom, co lze použít, jako pádný argument říká, že můžeme použít cokoli od očividných důkazů, přes fakta, data a měřitelné údaje, až k osobním zkušenostem. Může se ale stát, že obchodník zvolí špatný argument a v takovém případě, jednání může skončit dříve, než začalo a nemusí nastat společné řešení problému (Špaček, 2012).

K argumentování může přímo patřit také manipulace s protistranou a zdolávání námitek. Námitka neznamená a priori nesouhlas a ani konec jednání, ale označuje možný zájem klienta o produkt (Bureš, 1996). Po vyslovení námítky je možné s ní bojovat klasickým „ano, ale“, tj. uznat námitku a okamžitě přednést jiný návrh anebo na námitku reagovat protiotázkou (Khelerová, 1999). „*Zvláštní kategorii námitek tvoří námítky cenové, kde musíme umět dobře vysvětlit vztah mezi hodnotou a cenou našeho produktu*“ (Bureš, 1996, s. 73). V této fázi je logické, že každá strana se snaží „přesvědčit“ stranu druhou, aby se vzdala svých požadavků a přistoupila na požadavky protivníka (Dobrijević, 2007). Během celého procesu vyjednávání dochází mezi vyjednávajícími ke komunikaci a může se stát, že kvůli špatně pochopeným verbálnímu či neverbálnímu projevu partnera, může dojít k nedorozumění (Graham, 1985). Není vyloučené, že nedorozumění může vést ke konfliktu, protože účastníci jednání mohou mít na stejnou věc odlišný názor, a v případě, že obě strany mají stejné zásady, stejně by komunikovaly jinak (Špaček, 2012). Mezi manipulační techniky, úzce spjaté s argumentováním a zdoláváním námitek, patří dle stejného autora mimo jiné i taktika odmlčení se, kdy argumentující strana po vyslovení zdrcujícího argumentu se na chvíli odmlčí a čeká, než se protistrana rozpovídá, jelikož každá osoba má tu tendenci zaplňovat trapné ticho. Tím, že protistrana začne mluvit, nechtěně prozradí další informace potřebné k další argumentaci. Vzhledem k tomu, že se lidé rozhodují zpravidla emocionálně, racionální argumentace je až druhotnou záležitostí (Forbes & Ley, 1995).

2.5.3 Fáze ukončení jednání a zpětná vazba

Před samotným ukončením obchodního jednání by se nemělo zapomínat na shrnutí výsledku jednání (Lesikar, 1988), podotknutí ústupků slíbených při jednání a až na samotný konec vyslovit ten největší ústupek, který je vyjednávač schopen dát (ipodnikatel.cz, 2011). V případě, že je nutná písemná dohoda, neměla by ji sepisovat pouze jedna strana (Staff, 2013). Důležité je na konci jednání znát výsledek a co se bude dít dál (contrust.cz, 2014). Po ukončení jednání/uzavření obchodu by se zúčastněné

osoby zpravila, měly bavit o životě a odlehčujících okolnostech (btci.cz, 2014). Je vítané mít zpětnou vazbu týkající se dané schůzky, ideálně písemnou formou. V případě kritiky, není třeba podléhat panice, ale tyto připomínky využít pro další sebezlepšování (contrust.cz, 2014).

2.6 Prodejní vyjednávání prodejců realit

Specifika jednání v rámci realitního trhu se nikterak výrazně neliší od ostatních forem obchodního jednání. Nemovitost je zboží, které makléři chtějí prodat a následně vydělat na provizích. Avšak v dnešní době, která je pro zisk v tomto odvětví čím dále přísnější, realitní makléři začínají být více agilní a svou horlivostí spíše způsobují opačný efekt (blog.dimedia.hr, 2013). S tímto názorem souhlasí i Gary Elwood (2009) a dále uvádí, že se musí odstranit jakýkoli možný nátlak, který může proběhnout v rámci jednání. Dle etického kodexu asociace realitních kanceláří má makléř volit takový způsob jednání, aby neublížil klientovi, má zachovávat mlčenlivost a jedná vždy ve prospěch firmy, kterou reprezentuje (Asociace realitních kanceláří České republiky, 2001). Při samotném vyjednávání je nutné dohlížet na několik věcí:

- typ vládnoucího trhu
- výskyt nemovitosti na trhu
- ceny podobných nemovitostí na trhu
- důvody prodeje (realite.cz, 2014)

Jestliže vládne tzv. trh kupujících, vyjednávání je rychlé a na základě rychlého rozhodování se dané nemovitosti prodávají. Příčinou toho je nedostatek nemovitostí na trhu (realite.cz, 2014), kdy v současné době tento problém mají potenciální kupující pozemků u větších měst. Pokud je ovšem nemovitost na trhu delší dobu, stává se z ní „ležák“, který je neprodejný. V tomto případě má zástupce prodávajícího, realitní makléř, větší šance uspět v rámci vyjednávání lepší ceny. Důležité je mít zmapované ceny podobných nemovitostí v okolí, protože někdy majitelé dávají přehnaně vysoké ceny, neodpovídající reálným cenám a nemovitost se nedaří prodat. Pokud prodávající potřebuje rychle peníze, je možné srazit cenu co nejbliž reálné a prodej tak očekávat v blízké době, což je často používáno jako argument při stanovení ceny (realite.cz, 2014). Jednání realitních makléřů se liší dle dvou faktorů. První je, že makléř chce srazit cenu, aby uspokojil kupujícího a druhý je, že chce za co nejvíc peněz prodat nemovitost prodávajícího.

Jak plyne z některých pramenů „Mnoho klientů dělá chybu, že často při prodeji i nákupu souhlasí s nabízenou cenou a ani se nepokusí vyjednat slevu. Proč chyba? Jednoduše, pokud si neřeknete o slevu, pak je to jako když se záměrně připravujete o

zisk z pronájmu a to až do výše 5 let. Příklad: Sleva 200 000 Kč u menšího bytu 3+kk v Brně odpovídá nájmu za 16 měsíců. Pokud si jí nevyjednáte je to stejné, jako kdybyste tam nechali bydlet nájemníka 16 měsíců bez placení. A to je dlouhá doba!,, (czechpoint101.com, 2012).

Dalším důležitým faktorem je vlastní prezentace na první schůzce. Ostré lokty se mají nechat za dveřmi, naopak upřímný úsměv, podání ruky a přirozené chování příjemně pro protistranu jsou faktory, které zákazník oceňuje. Výhodou je vědět předem důvod prodeje, protože pokud klient musí prodat, má realitní makléř výrazně lepší vyjednávací pozici. Pokud se bude při prodeji jednat o slevě, nabídnutá sleva by měla být adekvátní a nikoliv přehnaná, ta mohla by realitnímu makléři zavřít dveře u daného klienta (czechpoint101.com, 2012). Ve fázi, kdy realitní makléř zastupuje kupujícího, je možné využít různých manévru, například taktika falešného kupce, kde realitní makléř zpravidla prezentuje nemovitost několika falešným kupcům, kteří nabízeli nižší ceny nezávisle na sobě. Tímto manévrem se realitní makléř dostane ke chtěné slevě pro svého pravého kupce (Špaček, 2012). V případě nákupu i prodeje je podle Fishera, Uryho & Pattona (2011) zcela nejdůležitější poznat o jakého klienta jde, tj. zda se jedná o měkkého, tvrdého anebo principiálního.

Tvrdý vyjednávač zpravidla ničí své vztahy s protistranou, snaží se dělat, co nejmenší ústupky a ne vždy to dopadne dobře. Obvykle pak obě strany prezentují tvrdý postoj a nemají daleko od konfliktu. U prodávajících se toto obvykle stává, jestliže nakoupili nemovitost před x lety za vyšší cenu, než za jakou je v dnešní době prodejná. Pokud se bude vyjednávat o pronájmu nemovitosti, tvrdé a agresivní jednání bez ústupků, je tou nehorší možnou variantou. Zásadní nevýhodou je této taktiky je že ve snaze vyhovět dochází k nestabilním řešením dané situace (jak-prodat-nemovitost-za-nejvyssi-cenu.cz, 2014). Měkký vyjednávač je specifický tím, že dělá ústupky, aby uspokojil druhou stranu. Přestože se dělají ústupky, dochází také k nestabilním dohodám, jelikož si spousta klientů začne měnit své požadavky a přitom pronajímatel opravdu pronajal levně (wikipedia.org, 2014). Principiální vyjednávání, anebo tzv. harvardská metoda (Linhart, 2014) je lepší variantou agresivního a tvrdého vyjednávání. Spočívá v tom, že strany předloží své potřeby a hledají řešení. Pokud jsou zájmy v protikladu, zejména co se týká ceny, může dojít také k menším konfliktům a trochu tvrdšímu přístupu k jednání (jak-prodat-nemovitost-za-nejvyssi-cenu.cz, 2014). Velkou výhodou tohoto druhu jednání je, že i přes přitvrzování v jednání je možné zachovat si dobré vztahy, oproti

tomu u pouze agresivního jednání vztahy většinou končí dost špatně. Dále dříve dochází k společnému řešení a nedochází k ústupové válce. Nesmíme opomenout na to, že je podstatné být tvrdým na témata, ne na lidi. Být schopen děla menší ústupky je důležitým faktorem. Vytváření vzájemně vhodných alternativ je sice vhodným postojem v rámci jednání, avšak při něm se neměli přehnaně snažit sblížit s protistranou. Například k vyjednání slevy z ceny, je nutné mluvit i o jiných věcech, platebních podmínkách apod., ať klient nemá pocit, že se staráme pouze o cenu a ne o jeho celkové potřeby (Fisher, 2004).

Dříve, než se začne jednat s potenciálními kupci, jsou dle Trumpa (2014) nejdůležitější tato fakta:

- znalost okolí, ve kterém nemovitosti prodáváme. Pokud z něj nepocházíme, je nutné se seznámit s někým, kdo pochází. Je potřeba vědět, jaký jsou místní úspěšní prodejce, úroveň kriminality, které školy jsou dobré, školky pro děti apod.
- ujasnění si, jakým chceme být realitním makléřem. Zpravidla na to lze přijít tak, aby věděl, jakému makléři by on sám svěřil vlastní nemovitost.
- Sestavení seznamu potenciální prodejců a kupců, kdy bychom neměli vnucovat své služby, v případě, že potenciální kupci nejsou zainteresováni. Vedení rozhovorů s pracovníky pošt, úklidových služeb, opravářů a ostatních z okolí, aby realitní makléř byl schopný sestavit již výše zmíněný seznam potenciálních klientů.

S Trumpem z velké části souhlasí Lakhani (2010, s. 197), a dále uvádí, že „není žádným tajemstvím, že většina lidí raději obchoduje s lidmi, které znají, mají je rádi a důvěřují jim. A pokud sami neznají nikoho, kdo by těmto požadavkům vyhovoval, spolehnou se často na přátele, rodinu a sousedy, kteří jim doporučí někoho, koho oni znají, mají ho rádi a důvěřují mu.“ Ve své knize věnované realitnímu businessu, píše Kiyosaki (2012, s. 199): „*Nemusíte se snažit uzavřít první obchod, který se namane, a ani se nemusíte pouštět do každého obchodu, který vypadá dobře a dává smysl. Počkejte na takový obchod, který bude pro vás vhodný.*“ Možnosti získání, co největší databáze klientů je tzv. „geografické farmaření“ (Lakhani, 2010). Jedná se o vybrání si území, kde se „farmaří“ s kontakty, zpravidla formou opakovaného zasílání informačních letáků o poskytovaných službách (realestatewebmasters.com, 2014). S takto získanými

potenciálními kupci by realitní makléři měli být v kontaktu a hýčkat je minimálně jedenkrát za týden (wikihow.com, 2014).

2.7 Specifika a odlišnosti jednání ve střední Evropě a USA

„Navzdory snaze o harmonizaci a unifikaci hospodářského života v Evropě nemůžeme říci, že dochází k sjednocení kultur jednotlivých zemí ve smyslu vytváření jednotné evropské kultury“ (Zamykalová, 2003, s. 61). Mnoho prvků etikety jsou podobné a zároveň i odlišné u států střední Evropy, kde obchodníci převážně jednají stejně (Špaček, 2012). Mezi kulturní faktory, dle stejného autora, které ovlivňují průběh a způsob jednání patří:

- využití času,
- hierarchie a konformita,
- verbální a neverbální komunikace,
- obchodní jednání a etiketa.

V otázce využití času se Evropané chovají podobně jak Severoameričané. Schůzky si předem plánují, potrpí si na dochvilnost. Mezi ty, kteří tyto podmínky nejvíce dodržují, patří Němci a také Češi. (Vichnarová, 2001). V rámci obchodního jednání hraje velkou roli etiketa. Obchodník má přijít konzervativně oblečený, malý důraz je kladen na osobní vztahy, zakazuje se větší projev emocí (Špaček, 2012). Verbální a neverbální komunikace patří, jak již bylo zmíněno mezi nejdůležitější faktory obchodního jednání. Přestože ve větších firmách lze využít angličtinu, některé národnosti (např. Francouzi) preferují vést jednání ve svém rodném jazyce (hn.ihned.cz, 2005). Oslovování akademickým titulem v dnešní době zůstává v Rakousku a České republice, v ostatních zemích se využívá spíše oslovení „pane, paní“ (Hovorková, 2010). Používání humoru musí být velice opatrná záležitost, hlavně k přihlídnutí k místním poměrům a kultuře (Czech Trade, 2013a). Zároveň se také nedoporučuje svému partnerovi skákat při hovoru do řeči (Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, 2014). Co se týče nonverbální komunikace, není vhodná přílišná gestikulace, naopak vhodné je zdrženlivé chování (contrust.cz, 2013), proto nedochází ani k častému fyzickému kontaktu, který je omezen pouze na pevný stisk ruky kdy žádný další není přípustný (Klausmann, 2005), pouze u dlouhodobých přátel je povolen letmý polibek na tvář a krátké objetí (Zamykalová, 2003). Dárky by měli být firemní propagační materiály, dražší dárky mohou vzbudit špatný dojem, tj. pokus o korupci a úplatek (Zamykalová, 2003).

Součástí jednání v USA bývají často společenské akce, na které nelze odmítnout

pozvání. Občané Spojených států jsou silně orientovány na dosažení cílů a osobní úspěch, věří, že vše je možné a že vlastní dřinou toho dosáhnou, jsou individualisté a mají vysoce silnou pracovní morálku (mvz.cz, 2014). Pro cizince se často můžou jevit jako agresivní vyjednavací (Czech Trade, 2013b) a kdy mnohé zahraniční firmy považují za zcela neflexibilní, z tohoto důvodu mají Američané často problém jednat s příslušníky jiných národů (Zamykalová, 2003). Snaží se o krátká a věcná jednání a není vyloučené, že se ověřují předpoklady potenciálního partnera (Špaček, 2012).

3 Metodika práce

Analytická část práce, která je věnována sběru informací a dat nezbytných pro identifikaci problému a navržení opatření, má 4 části.

V první části se jednalo o výzkum na straně koncových zákazníků, pro který jsem vybrala metodu kvantitativního výzkumu, dotazování. Pro ověření správnosti a účelnosti dotazníku byl proveden pilotní výzkum, který probíhal v období říjen 2013. Následně jsem provedla korektury dotazníku, kdy byly některé otázky upraveny a jiné zcela vypuštěny. Finální verzi dotazníku, která je přílohou č. 1 této práce, jsem přetvořila do online podoby a pro zveřejnění jsem potom využila webovou aplikaci „Google form“⁹. Po zveřejnění dotazníku, který měl 23 otázek, jsem umístila přímý odkaz na dotazník na sociální síť Facebook a dále byl dotazník rozeslán prostřednictvím e-mailu¹⁰. Výzkum na straně koncových klientů poskytl 144 zodpovězených dotazníků, z nichž část byla z následného vyhodnocování odstraněna, protože nesplňovala prvotní nárok, tj. oslovení nikdy neobchodovali s nemovitostí. Konkrétní údaje jsou k dispozici v subkapitole 4.1, graf 1. Výsledky výzkumu na straně koncových klientů byly zaznamenány do tabulkového procesoru Excel, ve kterém jsem vytvořila rovněž grafické znázornění struktury odpovědí. Pro zpracování jsem zvolila jednoduché koláčové a prstencové grafy. Pro lepší orientaci v odpovědích na jednotlivé otázky byla, četnost odpovědí byla zaznamenána procentuálně. Touto metodou jsem zjišťovala na jaké úrovni u koncových klientů je všeobecné mínění o profesi realitního makléře, jeho znalostech, vystupování, zda těchto služeb využili či plánují využít, jaké faktory měly vliv na rozhodování koncových klientů, co jim bránilo využít služeb realitních kanceláří aj. Podrobněji o důvodech voleb otázek a názorů na odpovědi v subkapitolách 4.1 a 4.5.

Pro další část výzkumu současného realitního trhu jsem použila výsledky z dotazníku, který je přílohou č. 2 této práce. Dotazník, který měl 12 otázek, zkoumal formy kooperace mezi realitními makléři, a byl vytvořen v akademickém roce 2012/2013 v rámci studovaného předmětu „marketingový výzkum“. Odpovědi z daného výzkumu jsem přenesla do tabulkového procesoru Excel, kde jsem následovně vytvořila koláčové a prstencové grafy, s vysunutou výsečí. Četnost odpovědí byla opět z důvodu přehlednosti zaznamenána procentuálně. Na dotazníky odpovědělo 44 realitních

⁹ Aplikace pro vytváření internetových dotazníků

¹⁰ Dotazníky, byly rozeslány klientům, se kterými jsem spolupracovala v rámci působení na realitním trhu, jakožto realitní makléřka

makléřů. První, rozřazovací otázkou, jsem zjišťovala, kolik realitních makléřů již někdy spolupracovalo s jinými. Výsledek, 88%, jsem použila pro zjištění důvodů, proč kooperovali, co bylo rozhodujícím faktorem pro kooperaci aj. Zbýlých 18% posloužilo pro vyhodnocení negativní části šetření, tj. důvody proti kooperaci. Podrobnější informace o výzkumu na straně makléřů jsou k dispozici v subkapitolách 4.2 a 4.5.

Pro získání informací z jiného úhlu pohledu jsem zvolila využít i metodu řízeného rozhovoru vedeného s Biljanou Zjakić, která je přední jihočeskou realitní makléřkou s více než desetiletou praxí v oboru a zároveň bývalou ředitelkou nadnárodní realitní kanceláře, Coldwell Banker, pobočky v Českých Budějovicích a Ing. arch. Janem Borůvkou, generálním sekretářem Asociace realitních kanceláří České republiky. Řízené rozhovory se uskutečnily 21. 3. 2014 a 16. 4. 2014, trvaly 1 hodinu a obsahovaly 9 otázek, které byly úzce propojené s výsledky výzkumu na straně koncových klientů. Odpovědi na otázky, jejichž účelem bylo zjistit názory odborníků na mínění koncových zákazníků na práci realitního makléře, jsou uvedeny v subkapitole 4.3 a 4.4.

V rámci utřídění získaných informací byla důležitá také metoda pozorování, která probíhala současně s mou praxí v letech 2009-2013. Pro tuto metodu analýzy jsem nevytvářela zvláštní kapitolu. Vzhledem k tomu, že se jedná o celkem rozsáhlý výzkum na stranách nabídky a poptávky, je dost komplikované v rámci bakalářské práce tento výzkum celkově znázornit. Získané informace a cenné zkušenosti jsou spíše vhodné pro komplexnější analýzu realitního trhu. Napříč tomu, některé poznatky byly použity v subkapitole 4.5, kde syntetizují výsledky vlastního výzkumu.

Výroky a poznatky autorů k problematice realitního trhu v České republice a USA a specifikům obchodního jednání, spolu s výsledky vlastního výzkumu, byly použity pro vytvoření návrhů a opatření pro zlepšení image prodeje a prodejců na realitním trhu, jakožto cílů této práce.

4 Analýza získaných dat

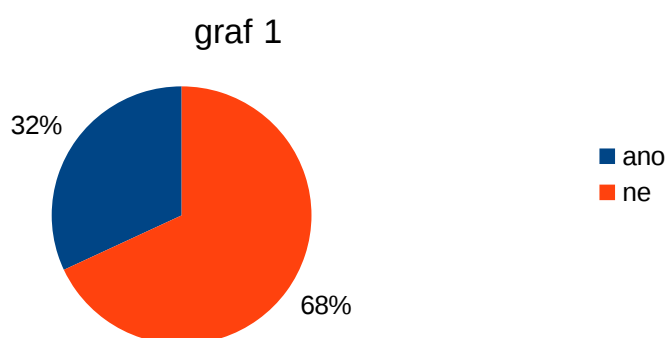
Tato část práce je členěna do tří částí, které mají spolu se zjištěnými informacemi z druhé části poskytnout komplexní pohled na studovanou problematiku realitního trhu a specifik jednání realitních makléřů.

4.1 Dotazník pro koncové zákazníky

Jak již bylo řečeno ve výzkumu na straně koncových zákazníků (tj. strany nabízející a poptávající) jsem zjišťovala spokojenost koncových zákazníků se službami realitních kancelářů a jejich makléřů při nabídce i poptávce po nemovitostech

První otázkou „prodával/a , kupoval/a či pronajímal/a jste někdy nějakou nemovitost (rodinný dům, byt, nebytový prostor, pozemek aj.)?“ jsem zjišťovala, kolik z mnou oslovených respondentů v minulosti obchodovalo s nemovitostmi. Tuto otázku jsem zařadila do dotazníku, abych v rámci vyhodnocování mohla odstranit oslovené, kteří s nemovitostmi nikdy neobchodovali a nemohou proto odpovědně dotazníky vyplnit. Z odpovědí zachycených v grafu 1 vyplývá, že 32 % z oslovených respondentů prodávalo/ kupovalo či pronajímalo nemovitost a zbylých 68 % nikoliv. Pro další statistiky jsem dále pracovala jen s těmi respondenty, kteří odpověděli kladně.

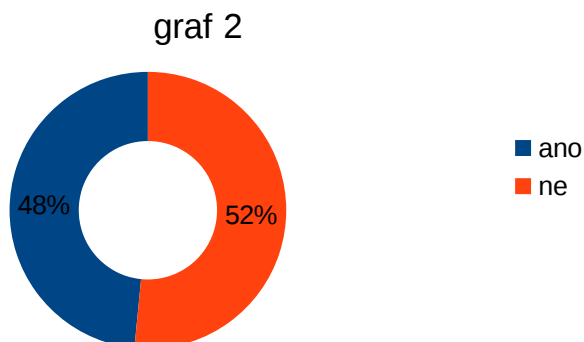
Graf 1: Vymezení respondentů obchodujících s nemovitostmi



Zdroj: vlastní šetření

Na druhou otázku „využil/a jste při pronájmu/prodeji/koupi Vaší nemovitosti služby realitní kanceláře?“ odpovědělo celkem 52 % respondentů kladně, že pronajímali, prodávali/kupovali nemovitost a 48 % respondentů služby nevyužilo, jak ukazuje graf 2.

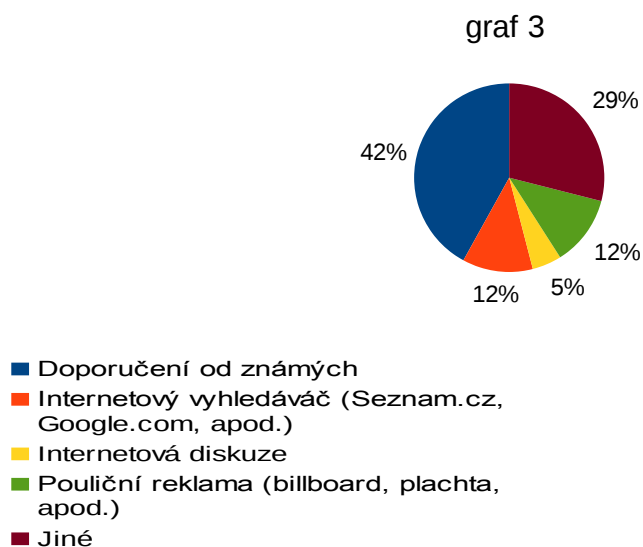
Graf 2: Využití služeb realitních kanceláří při prodeji/koupi či pronájmu nemovitosti



Zdroj: vlastní šetření

Třetí otázka zjišťovala, jakou cestou se klienti o zprostředkovateli dověděli, konkrétně potom respondenti odpovídali na otázku „Jak jste se dozvěděl/a o Vámi vybrané realitní kanceláři?“ 42 % respondentů dle grafu 3 preferovalo při výběru realitní kanceláře doporučení od známých, 12 % dotazovaných vyhledalo realitní kancelář přes internetový vyhledávač, stejný podíl oslovených reagoval na marketingovou podporu, a 5 % oslovených si potřebné informace pro výběr realitní kanceláře vyhledalo v internetových diskuzích a celkem 29 % si vybralo realitní kancelář základě jiných informací.

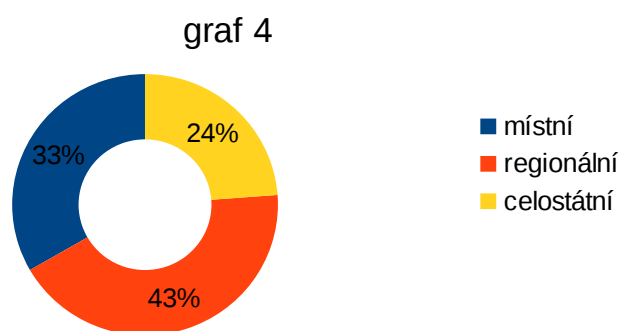
Graf 3: Způsob, jakým se respondenti dověděli o jimi vybrané realitní kanceláři



Zdroj: vlastní šetření

Čtvrtá otázka znázorněná grafem 4 zjišťovala, s jakým typem realitní kanceláře zákazník spolupracoval a účelem zjištění bylo zjistit preferenci typu realitní kanceláře v závislosti na její velikosti a územní působnosti. Konkrétně respondent odpovídal na otázku „realitní kancelář, se kterou jste spolupracoval/a byste označil jako.“ Nejvíce respondentů a to 33 % si vybralo realitní kancelář s místní působností, 43 % regionálně známou realitní kancelář a zbylých 24 % respondentů využilo služeb kanceláře s celostátní působností.

Graf 4: Preference výběru realitní kanceláře na základě místa působení

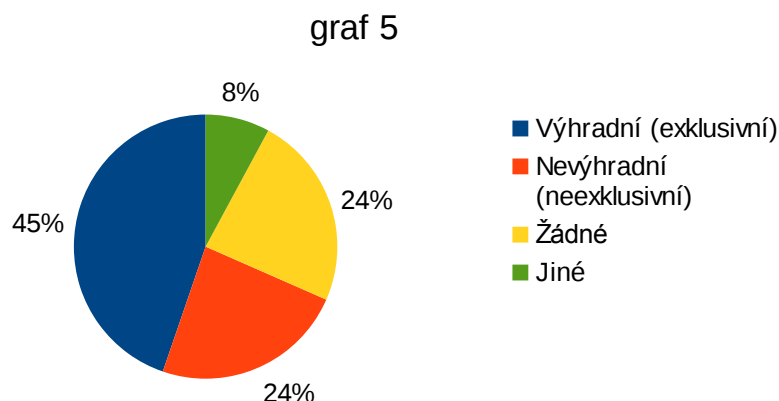


Zdroj: vlastní šetření

Další část otázek měla ukázat způsob zastupování zákazníků při obchodu s nemovitostmi. Pátá otázka „Jakou formou Vás realitní kancelář zastupovala“ zjišťuje četnosti forem zastoupení ve vzorku respondentů. Dle grafu 5 45 % dotazovaných mělo výhradní zastoupení, 24 % žádné a stejné procento nevýhradní zastoupení, zbylých 8 % volilo jinou formu zastoupení. Důležitost zastoupení vysvětluje Ing. Jaroslav Novotný, prezident ARK ČR¹¹ (2009) tím, že realitní kanceláře v případě absence smluvní vazby na prodávajícího jsou nesvéprávními subjekty tj., nemají nárok jakkoli manipulovat s nabídkou nemovitosti. V případě exkluzivního zastoupení, má realitní kancelář jako jediná nárok zastupovat koncového klienta v průběhu prodeje/koupe nabízené/poptávané nemovitosti (Spilka, 2006). Na druhou stranu uvádí Meghan Riley (2011), že neexkluzivní zastoupení zahrnuje spolupráci více realitních kanceláří na prodeji/koupi nemovitosti.

11 Asociace realitních kanceláří České republiky

Graf 5: Výběr smluvního zastoupení



Zdroj: vlastní šetření

Následující otázkou jsem zjišťovala okolnosti ovlivňující respondenty, které je přesvědčily o uzavření výhradního zastoupení. Konkrétně respondenti odpovídali na otázku „co Vás přesvědčilo k uzavření výhradního (exklusivního) zastoupení“. Pozitivní a profesionální vystupování realitního makléře přesvědčilo 33 % dotazovaných pro uzavření výhradní smlouvy. 21 % reagovalo na služby, které nabízel realitní kancelář, stejný počet na doporučení od známých a také 21 % mělo k uzavření výhradního zastoupení jiné důvody. U 4 % dotazovaných se jednalo o opakovaný obchod a tato skutečnost je vedla k uzavření výhradního zastoupení. Tuto skutečnost dokládá graf 6.

Graf 6: Okolnosti ovlivňující respondenty při rozhodování se o uzavření výhradního zastoupení

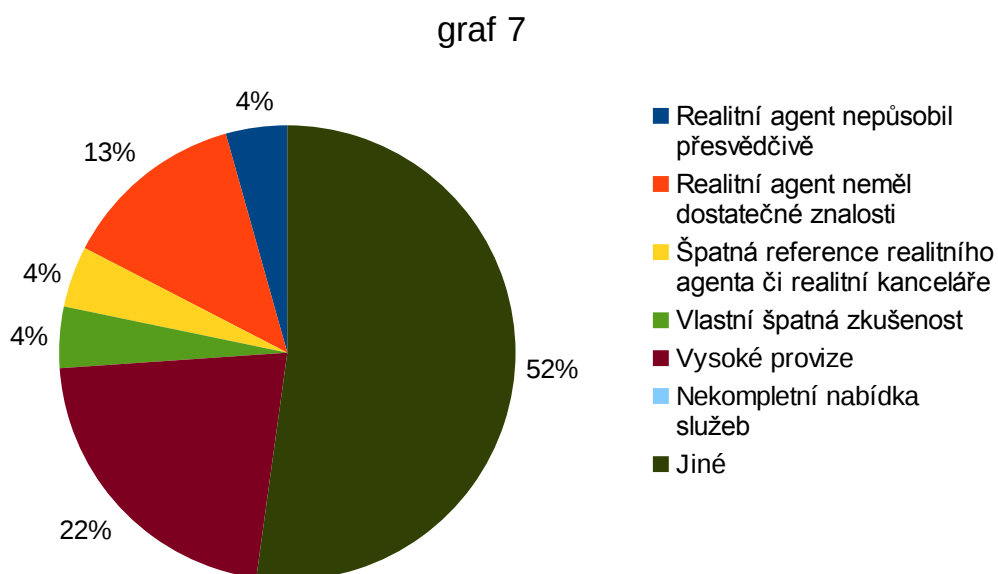


Zdroj: vlastní šetření

Naopak pro respondenty, kteří neuzavřeli výhradní zastoupení, byla určena další otázka ve znění „Co Vám bránilo k uzavření výhradního (exklusivního) zastoupení?“. Dle grafu 7 22 % respondentů odmítlo uzavřít výhradní zastoupení z důvodu vysokých provizí, 13 % bylo pro neuzavření této formy zastoupení přesvědčeno špatnými znalostmi realitního

makléře, 4 % respondentů to zastoupení odmítlo kvůli špatné referenci realitního makléře a další 4 % respondentů odmítlo uzavřít smlouvu z důvodu svých vlastních negativních zkušeností. 52 % respondentů mělo zcela jiné důvody k odmítnutí uzavření výhradního zastoupení, mezi které patří neoblíbenost profese v České republice, existence občanských sdružení proti působení některých realitních kanceláří na trhu, dlouhá doba trvání výhradní smlouvy, nemožnost sehnat si vlastního zájemce o nemovitost a posledních 4 % jej odmítlo kvůli špatnému přesvědčování realitního makléře.

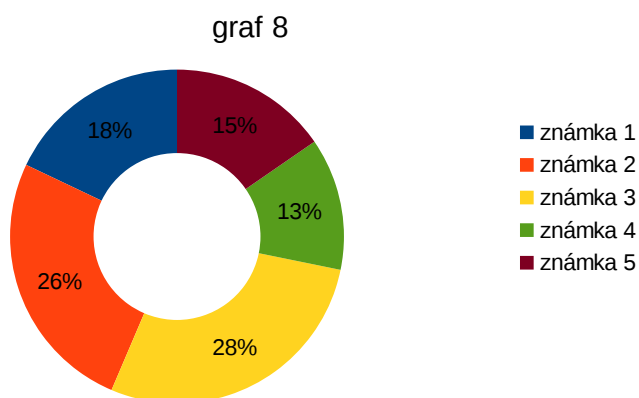
Graf 7: Okolnosti bránící respondentům uzavřít výhradní zastoupení



Zdroj: vlastní šetření

Další skupinou otázek se staly otázky zjišťující spokojenost s kvalitou služeb poskytovaných realitní kanceláří. Prvním úkolem respondentů bylo ohodnotit spokojenost s kvalitou služeb, kdy odpověď 1 znamenalo nejlepší hodnocení služeb a známka 5 nejhorší možnou úroveň. Výsledky podrobně ukazuje graf 8, dle kterého respondenti odpovídali známkou 1 v 18 % odpovědí, známkou 2 ve 26 % odpovědí, známkou 3 ve 28 % odpovědí, známkou 4 v 13% odpovědí a známkou 5 v 15 % odpovědí.

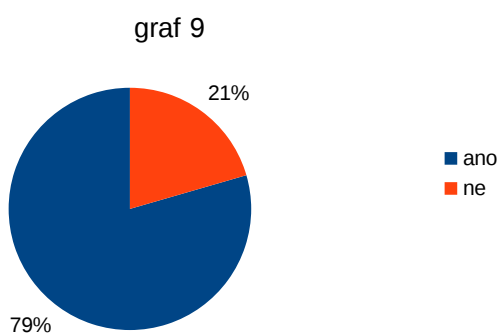
Graf 8: Kvalita služeb realitní kanceláře



Zdroj: vlastní šetření

Druhá otázka z této skupiny zjišťovala soulad mezi službami nabízenými v inzerci a realitou, kdy respondenti hodnotili otázku „odpovídaly služby, které realitní kancelář poskytla, těm, které uváděla např. na vlastních webových stránkách? Dle grafu 9 79 % dotázaných na otázku, zda služby poskytované realitní kanceláří odpovídaly těm, které uvádějí na webových stránkách, odpovědělo, že ano, zbylých 21 % nesouhlasilo.

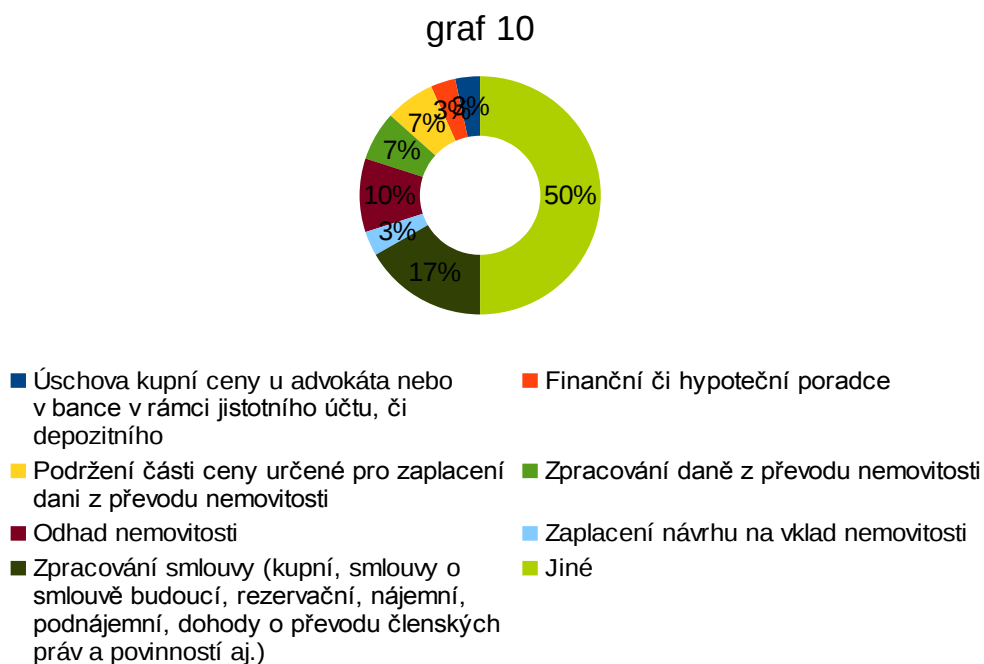
Graf 9: Soulad poskytnutých služeb s nabídkou na webových stránkách



Zdroj: vlastní šetření

Dle následujícího grafu (graf 10) je možné odpovědět na otázku: „Které konkrétní služby realitní kanceláře jste postrádal/a? „

Graf 10: Postrádané služby



Zdroj: vlastní šetření

Mezi služby, které klienti realitních kanceláří postrádali, patří:

- zpracování smlouvy (kupní, nájemní, budoucí aj.) 17%
- odhad nemovitosti 10%
- zpracování daně z převodu nemovitosti 7%
- pozdržení ¹² částí ceny pro zaplacení daně z převodu nemovitosti 7%
- podání návrhu na vklad nemovitosti¹³ 3%
- absence finančního či hypotečního poradce 3%
- úschova finančních prostředků na úhradu kupní ceny nemovitosti 3%
- 50% postrádalo zcela jiné služby, mezi které například patří agresivní inzerce formou realitních serverů, přímé nabízení nemovitosti již existující databázi poptávajících, kontinuální prohlídky nemovitosti, aj.

V dalším bloku otázek jsem se zabývala tím, jak konkrétní realitní makléř působil na

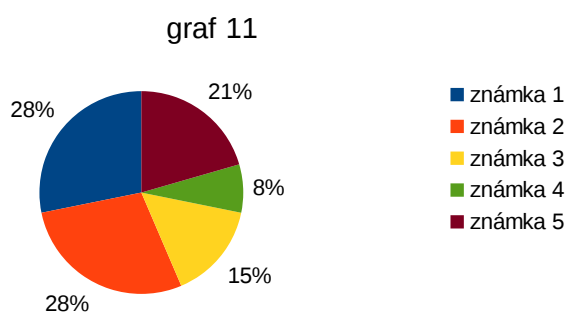
¹² Část ceny, která je ve výši odpovídající daně z převodu nemovitosti. Realitní kancelář zpravidla tuto část ceny pozdrží až do doby, než proběhne celková transakce nemovitosti a následně uvolní, anebo posílá patřičnému finančnímu úřadu. Tímto se běžně předchází potenciálním problémům nezaplacení.

¹³ Žádost účastníka o vklad příslušného práva k nemovitosti do katastru nemovitostí.

koncové klienty. Zajímala jsem se o profesionalitu, samostatnost, znalosti k problematice realitního trhu a transakce nemovitostí, vstřícnost, dochvilnost a upravenost realitního makléře. Zároveň jsem se zajímala o celkovou spokojenost s realitním makléřem. V této sekci měli respondenti úkol známkovat jako ve škole, tj. 1-nejlepší až 5 - nejhorší.

Z následujícího grafu (graf 11) lze vyčíst odpověď na otázku: „Jak byste oznámkoval profesionalitu realitního makléře?“ Známkou 1 profesionalitu realitního makléře oznámkovalo 28 % respondentů, dalších 28% známkou 2. Dle % odpovídajících na třetím místě je známka 5 s 21 %, dále známka 3 s 15 % a 8 % respondentů profesionalitu realitního makléře oznámkovalo známkou 4.

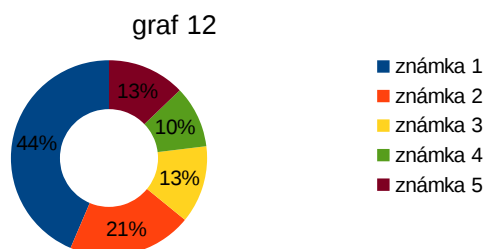
Graf 11: Profesionalita realitního makléře



Zdroj: vlastní šetření

V další otázce stejného bloku: „Pracoval realitní makléř samostatně?“ jsem zkoumala, jak koncový klienti vnímají samostatnost realitního makléře. Z grafu 12 je patřičně vidět, že 44 % respondentů známkovalo samostatnost realitního makléře známkou 1, tj. tou nejlepší. 21 % dalo známkou 2, 13 % známkou 3 a dalších 13 % známkou 5 a známkou 4 dalo 10 % respondentů.

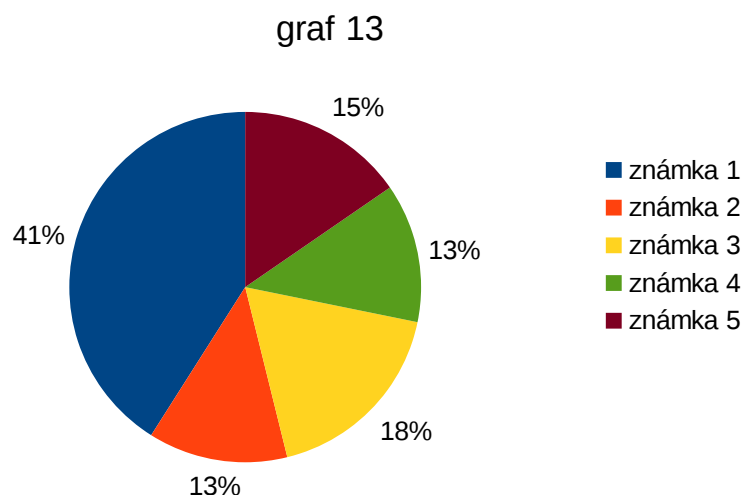
Graf 12: Samostatnost realitního makléře



Zdroj: vlastní šetření

Otázkou: „Měl realitní makléř znalosti k dané problematice?“ zkoumala jsem, zda realitní makléři měli dostatečné znalosti k problematice transakce obchodu a všeobecně o trhu s nemovitostmi. Z grafu 13 vyplývá, že 41 % respondentů znalosti realitního makléře označovalo známkou 1, 13 % známkou 2, 18 % známkou 3, dalších 13 % známkou 4 a známkou 5 15 % respondentů.

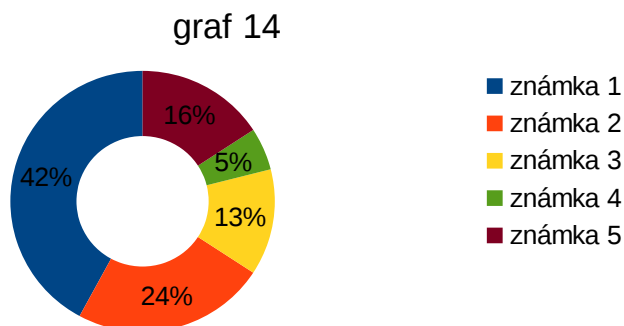
Graf 13: Znalosti realitního makléře



Zdroj: vlastní šetření

Další otázkou byla: „Byl realitní makléř Vám vždy ochotný poradit a vyjít vstříc?“, kterou jsem chtěla zjistit úroveň vstřícnosti a ochoty poradit realitního makléře. Na základě grafu 14 vidím, že 42 % respondent se přiklánílo známce 1, dále 24 % známce 2, 13 % známce 3, 5 % známce 4 a 16 % známce 5.

Graf 14: Ochota realitního makléře

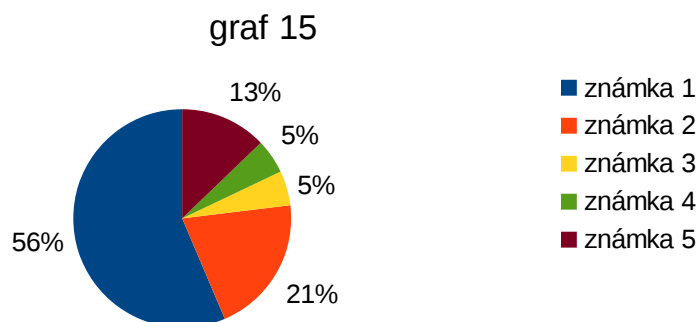


Zdroj: vlastní šetření

Dochvilnost realitních makléřů jsem zkoumala otázkou: „Dodržoval realitní makléř dohodnuté termíny schůzek?“ Z grafu 15 vyplývají následující odpovědi. Většina, tj. 56

% respondentů známkovalo dochvilnost realitního makléře známkou 1. Zbýlých 44 % bylo rozděleno mezi známku 2 (21 %), známku 3 (5 %), známku 4 (5 %) a známku 5 (13 %).

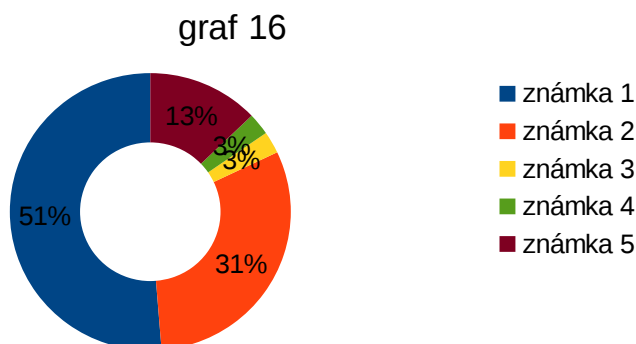
Graf 15: Dochvilnost realitního makléře



Zdroj: vlastní šetření

Upravenost realitních makléřů při schůzkách jsem zjišťovala otázkou: „Byl realitní makléř vždy upravený?“ Z následujícího grafu (graf 16) je patřičné, že 51 % respondentů bylo spokojeno se vzhledem realitního makléře a oznámkovalo ho známkou 1, 31 % známkou 2, 3 % známkou 3, dalších 3 % respondentů známkou 4 a 13 % známkou 5.

Graf 16: Upravenost realitního makléře

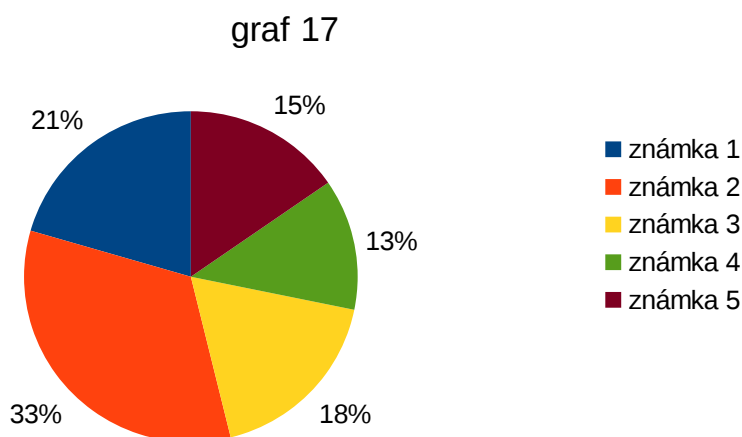


Zdroj: vlastní šetření

Poslední otázkou tohoto bloku byla otázka: „Jak hodnotíte vlastní celkovou spokojenost?“ Na výše uvedenou otázku jsem získala následující odpovědi, které jsou k vidění v grafu 17. 21 % respondentů byli celkově spokojeni s realitním makléřem a oznámkovalo ho celkově známkou 1, 33 % známkovalo realitního makléře známkou 2,

18 % známkou 3, 13 % známkou 4 a 15 % známkou 5.

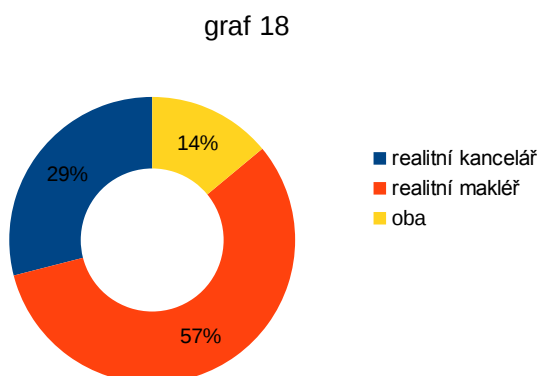
Graf 17: Celková spokojenost s realitním makléřem



Zdroj: vlastní šetření

Další sekce otázek měla otevřenou formu, kdy koncový klienti měli vyjádřit vlastní pocity, týkající se dvou záležitostí. První byl přínos realitních kanceláří a realitních makléřů v rámci transakce, kterou jím realitní kancelář pomáhala uskutečnit a v rámci druhé jsem zkoumala, zda by koncový klienti chtěli něco změnit v souvislosti s realitní kanceláří či makléřem, případně co by to dle těchto klientů mělo být. V průzkumu první části této sekce jsem se snažila dostat odpovědi na otázku: „Kdo pro Vás byl větším přínosem při uzavírání obchodu a proč?“ zjistila jsem, že 57 % respondentů jako přínos označila realitního makléře, 29 % realitní kancelář a zbylých 14 % přínosem označovalo oba, jak realitního makléře, tak i realitní kancelář. Tyto odpovědi jsou znázorněné v následujícím grafu (graf 18).

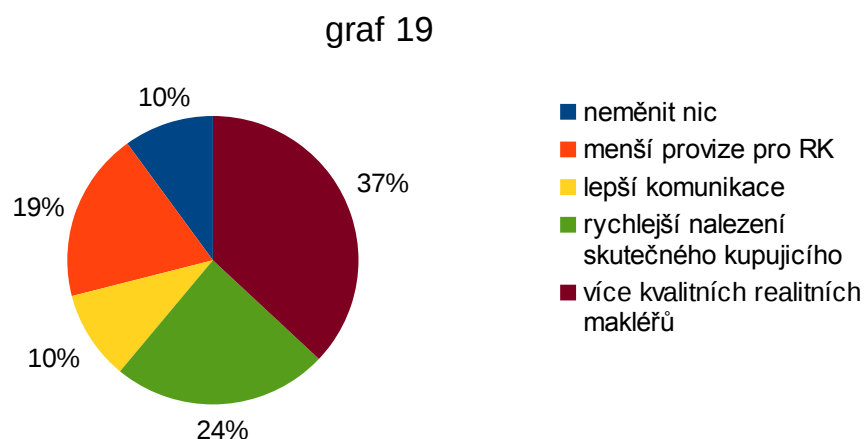
Graf 18 : Realitní makléř a realitní kancelář, přínosy v transakci s nemovitostmi



Zdroj: vlastní šetření

Druhá část této sekce byla věnována návrhům potenciálních změn, Koncový klienti odpovídali na otázku: „Pokud byste mohl/a něco změnit v rámci řešení obchodu s realitní kanceláří či realitní makléřem, co by to bylo?“

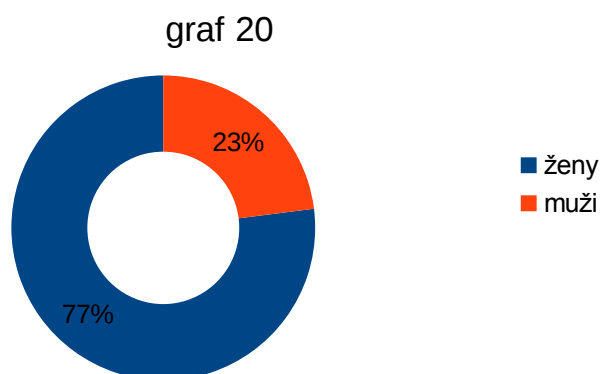
Graf 19:Návrhy potenciálních změn v průběhu transakce s nemovitostmi



Zdroj: vlastní šetření

Poslední část výzkumu na straně koncových klientů byla věnována identifikačním údajům. Tyto byly zařazené do dotazníku, abych v rámci vyhodnocování mohla zohlednit závislé proměnné. Na otázku: „Jste:“ jak ukazuje graf 20, 77 % respondentů byly ženy a 23 % muži.

Graf 20:Pohlaví respondentů

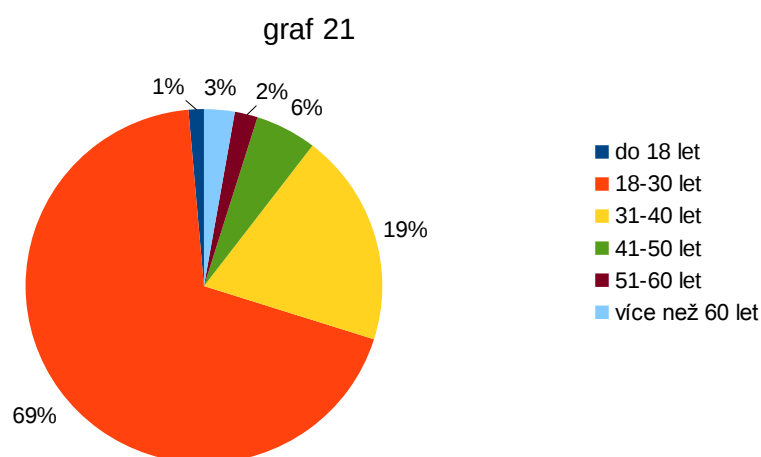


Zdroj: vlastní šetření

V otázce týkající se věku, respondenti uvedli svou věkovou kategorii takto: 69% bylo v

rozmezí 18-30 let, 19 % 31-40 let, 6 % 41-50let, 2 % 51-60 let, 3 % respondentů bylo ve věku více než 60 let a 1 % méně než 18 let. Tyto odpovědi jsou zároveň znázorněné na grafu 21.

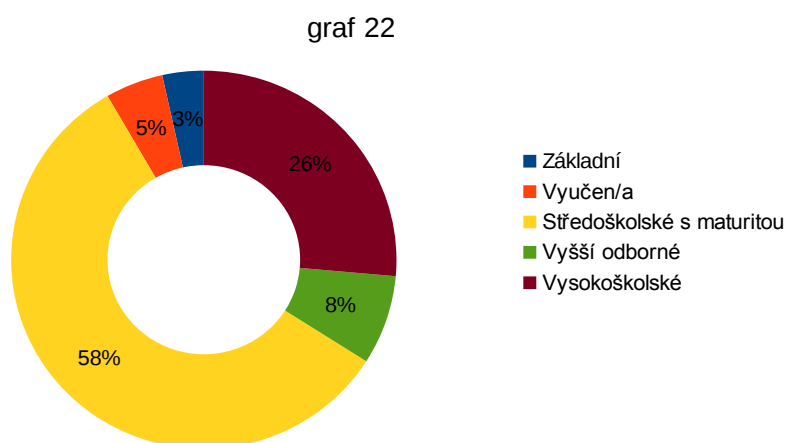
Graf 21: Věk respondentů



Zdroj: vlastní šetření

Třetí otázka poslední části tohoto dotazníkového šetření byla: „Vzdělání:“ kdy z následujícího grafu (graf 22) vyplývá, že 58 % respondentů mělo středoškolské vzdělání, 8% vyšší odborné, 26% vysokoškolské, 5 % respondentů bylo vyučeno a 3 % dosáhlo pouze základního vzdělání.

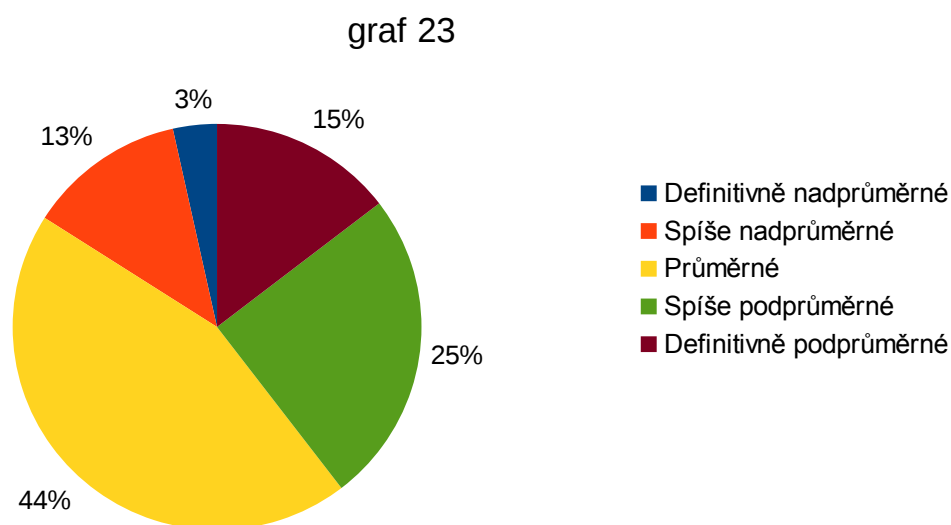
Graf 22: Vzdělání respondentů



Zdroj: vlastní šetření

V poslední otázce této části a zároveň celého dotazníku jsem zjišťovala finanční příjem respondentů. Na otázku: „Do jaké příjmové skupiny byste se zařadil/a?“ jsem na základě znázornění odpovědí v grafu 23 zjistila, že 44 % respondentů mělo příjem zcela průměrný, 25 % spíše podprůměrný, 15 % definitivně podprůměrný, 13 % spíše nadprůměrný příjem a 3 % definitivně nadprůměrný příjem. Průměrná mzda v druhém čtvrtletí roku 2013, kdy jsem začínala s výzkumem, činila 24.953,- Kč brutto (Český statistický úřad, 2013).

Graf 23: Příjmové skupiny respondentů



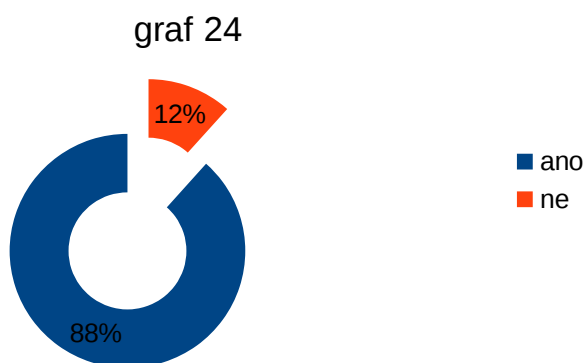
Zdroj: vlastní šetření

4.2 Dotazník pro realitní makléře „Spolupráce realitních makléřů při zprostředkování prodeje/koupi nemovitosti“

Pro kompletaci výzkumu v rámci realitního trhu jsem dále vytvořila dotazník pro realitní makléře, kde předmětem výzkumu bylo poznání, jak a zda vůbec mezi sebou makléři spolupracují.

První otázkou jsem zjišťovala zda-li oslovení realitní makléři spolupracovali s jiným realitním makléřem/makléřkou při zprostředkování prodeje/koupi nemovitosti. Tuto otázku jsem zařadila do výzkumu, abych z téhož mohla vyloučit makléře, kteří nespolupracovali a tím pádem, aby výsledek výzkumu byl co nejméně ovlivněný. Na již zmíněnou otázku jsem dle následujícího grafu (graf 24) zjistila, že 88 % realitních makléřů již spolupracovalo s jinými realitními makléři. 12 % na tuto otázku odpovědělo negativně.

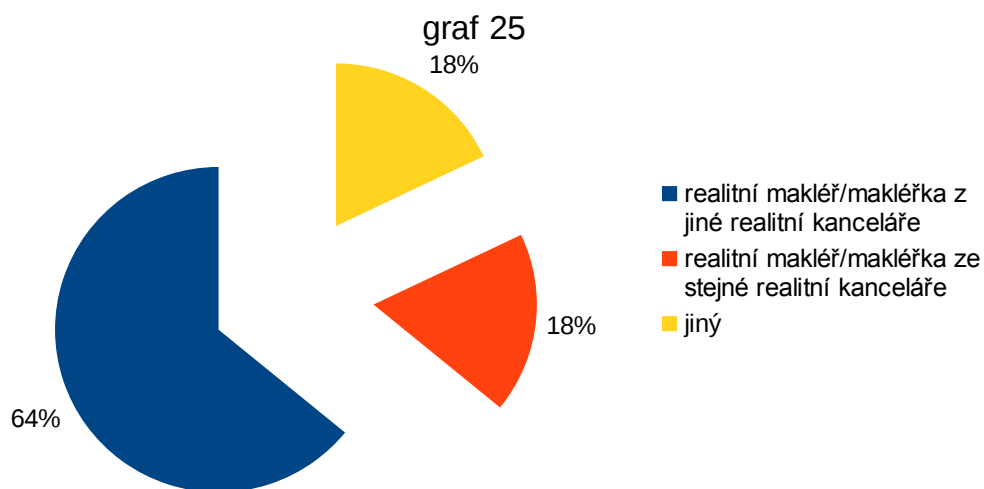
Graf 24: Spolupráce realitních kanceláří v minulosti



Zdroj: vlastní šetření

Otázkou č. 2: „Makléř/makléřka, se kterým jste spolupracoval/a je:“ jsem zjišťovala, zda dotazovaní realitní makléři spolupracovali i s realitními makléři mimo vlastní realitní kancelář. Dle grafu 25 je patrné, že 64 % realitních makléřů spolupracovalo s kolegy z jiných realitních kanceláří. 18 % spolupracovalo v rámci vlastní realitní kanceláře a 18 % mělo jinou formu spolupráce, například se samostatnými realitními makléři, kteří se tyto profese věnují nepravidelně.

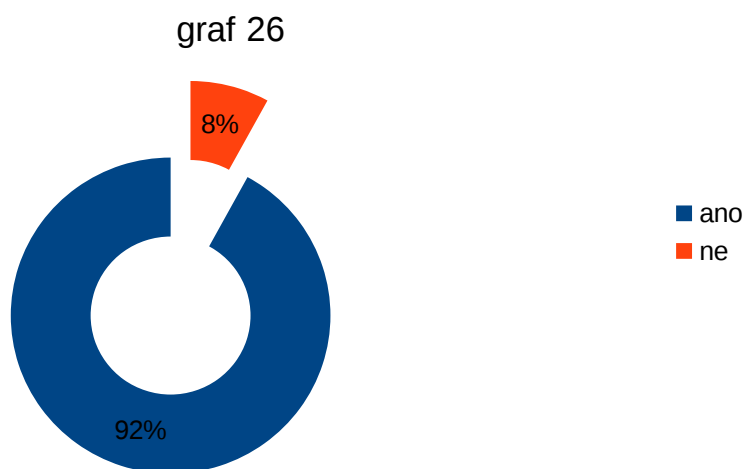
Graf 25: Zázemí realitních makléřů, se kterými byla uskutečněná spolupráce



Zdroj: vlastní šetření

Další otázka byla převážně věnována realitním makléřům, kteří v předchozí otázce odpověděli negativně, tj. že spolupracovali pouze s realitními makléři z vlastní kanceláře. Touto otázkou jsem chtěla zjistit, zda by titíž byli ochotní spolupracovat s realitními makléři jiných realitních kanceláří. Na třetí otázku: „Spolupracoval/a byste s makléřem/makléřkou jiné realitní kanceláře? (dále jen RK)“ jsem získala následující odpovědi, které jsou znázorněné v grafu 26. Valná většina respondentů, tj. celých 92 % odpovědělo, že se potenciální spolupráci nebrání, 8 % by spolupráci odmítlo.

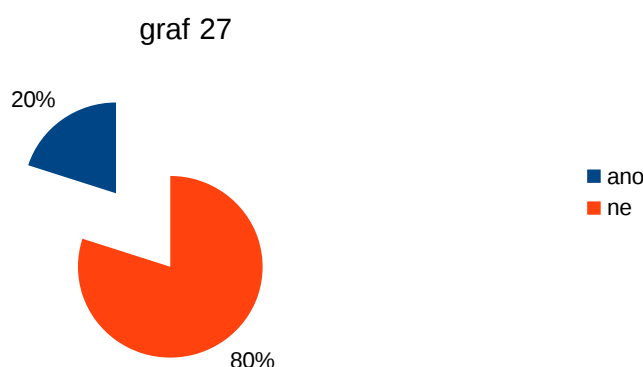
Graf 26: Zájem realitních makléřů o kooperaci



Zdroj: vlastní šetření

Čtvrtou otázkou „Vybíráte si pro spolupráci pouze z velkých a známých RK?“ jsem se zajímala o údaj, zda je image velkých a známých realitních kanceláří důležitý pro ostatní realitní makléře. Na tuto otázku jsem získala následující odpovědi, které jsou znázorněné v následujícím grafu (graf 27). 80 % realitních makléřů nepotřebuje ke spolupráci, aby jeho protějšek byl ze všeobecně známé a velké realitní kanceláře. 20 % by trvalo na realitních makléřích z již zmíněných známých a velkých realitních kanceláří.

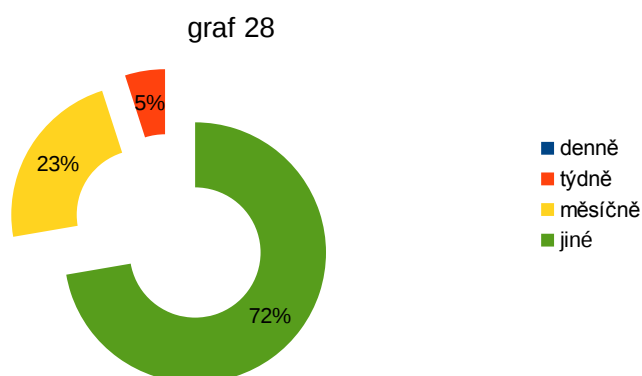
Graf 27: Důležitost image velkých realitních kanceláří při výběru partnera pro kooperaci



Zdroj: vlastní šetření

Četnost spolupráce mezi realitními makléři jsem zjišťovala otázkou č. 5: „Jak často využíváte spolupráci s jinými RK?“. Z grafu 28, který označené odpovědi znázorňuje je zcela patrné, že denně nespolupracoval nikdo, týdně 5% realitních makléřů, měsíčně 23 %, méně než 1 krát do měsíce 72 %.

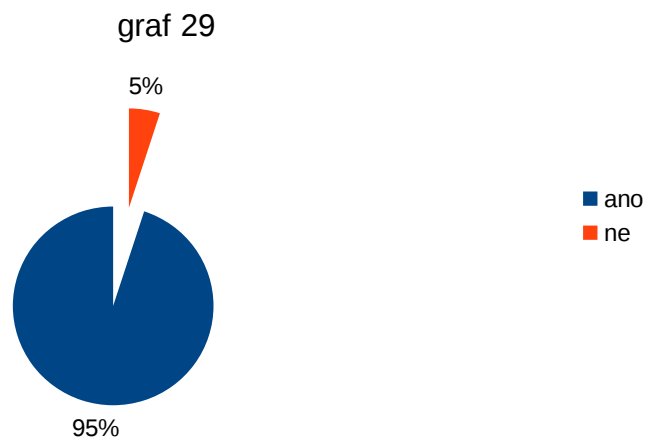
Graf 28: Četnost kooperace realitních makléřů



Zdroj: vlastní šetření

Následující otázkou jsem zjišťovala, zda realitní makléři pocítují vlastní přínos v případě spolupráce. Šestou otázkou: „Myslíte si, že spolupráce s jinou RK je pro Vás přínosná?“ jsem zjistila následující fakta, která jsou znázorněná v grafu 29. 5 % realitních makléřů, nemělo ze spolupráce s kolegy v oboru žádný přínos, oproti nim ale celých 95 % dotázaných přínos ze spolupráce mělo.

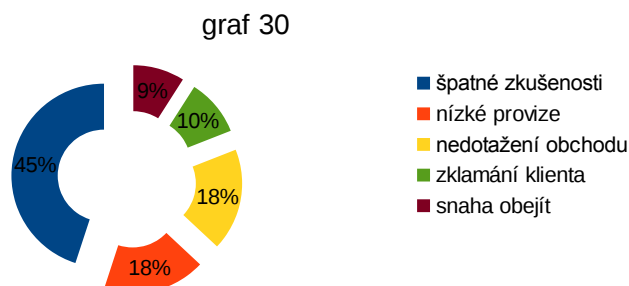
Graf 29: Přínos kooperace



Zdroj: vlastní šetření

Pro realitní makléře, kteří v předchozí otázce odpověděli zcela negativně, tj., že spolupráce nebyla přínosná, jsem připravila následující otázku, která měla zjistit, co v přínosu bránilo. Na sedmou, otevřenou, otázku: „Vyjmenujte, alespoň dva důvody, které Vám brání ve spolupráci“ jsem získala následující odpovědi, které jsou znázorněné v grafu 30. 45 % realitních makléřů již někdy mělo špatné zkušenosti, což jim bránilo pro potenciální spolupráci. 18 % oslovených vadily nízké provize a stejnému procentu nevyhovovalo „nedotažení“ obchodu druhou stranou. 10 % dotázaných makléřů mělo názor, že potenciální zklamání klienta je důvodem pro odmítnutí spolupráce a 9 % si myslelo, že se druhá strana bude snažit je obejít.

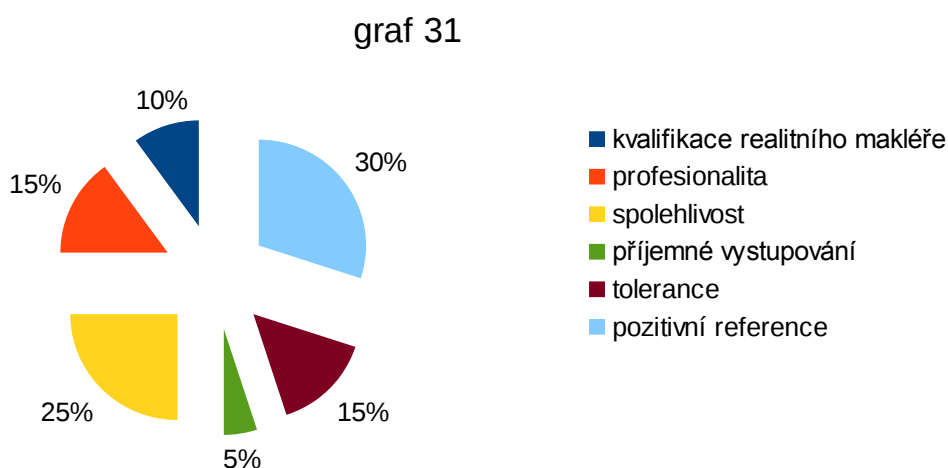
Graf 30: Důvody, které bránily uskutečnění kooperace



Zdroj: vlastní šetření

Poslední otázkou tohoto bloku šetření jsem zjišťovala, jaká jsou rozhodující kritéria, aby se realitní makléř, rozhodl spolupracovat s jiným realitním makléřem. Osmá otázka: „Jaké kritérium je pro spolupráci s RK pro Vás rozhodující?“, byla také otevřenou a plynou z ní údaje vizualizované v grafu 31. Zcela nejvíce realitních makléřů, tj. 30 % preferovalo pozitivní reference na realitního makléře, se kterým by uzavřeli spolupráci, 25 % trvalo na spolehlivosti, 15 % na profesionalitě. Dalších 15 % realitních makléřů připadala důležitá vzájemná tolerance, 10 % kvalifikace realitního makléře, pro 5 % dotázaných bylo důležité příjemné vystupování spolupracujícího.

Graf 31: Rozhodující kritéria pro uskutečnění kooperace realitních makléřů



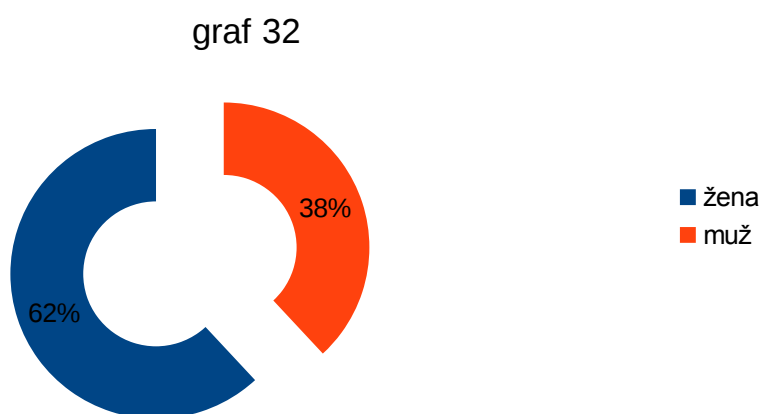
Zdroj: vlastní šetření

Další blok druhého šetření se týká identifikačních údajů, které jsem do výzkumu

zařadila, abych mohla v závěrečném vyhodnocení sledovat závislosti nezávislých a závislých proměnných. V první otázce identifikačního bloku jsem zjišťovala pohlaví dotazovaných.

Na celkem devátou otázku „Vaše pohlaví.“ jsem získala odpovědi, které ukazuje graf 32. Z tohoto grafu je patrné, že 62% odpovídajících realitních makléřů byly ženy a 38% muži.

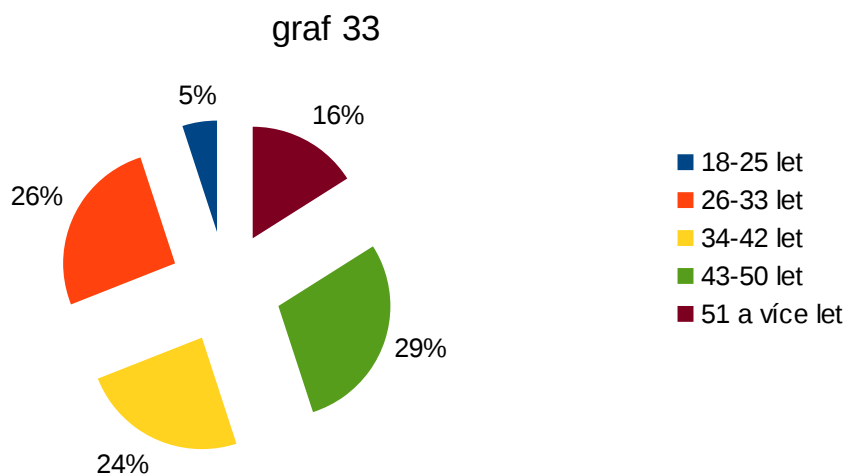
Graf 32: Pohlaví respondentů



Zdroj: vlastní šetření

Věkovou kategorii realitních makléřů jsem zjišťovala otázkou č. 10 “Věková kategorie.” Následující graf (graf 33) ukazuje, že 29 % dotazovaných patřilo do věkové kategorie 43-50 let, 24 % do kategorie 34-42 let. V kategorii 51 a více let bylo 16 % dotazovaných a 26 % v kategorii 26-33 let. V kategorii 18-25 let bylo nejméně dotazovaných, tj. 5 %. Kategorii pod 18 jsem vynechala záměrně, vzhledem k povinnosti plnoletosti pro získání živnostenského oprávnění (jakpodnikat.cz, 2014).

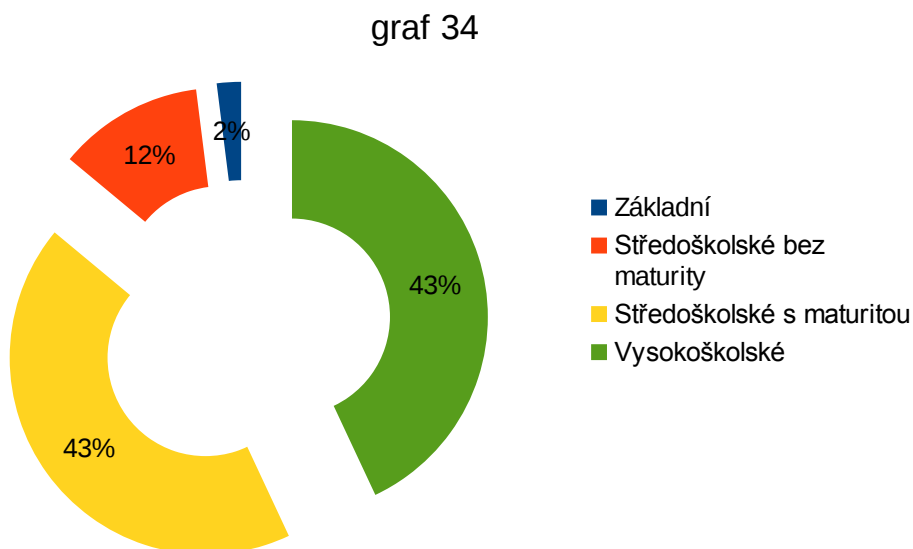
Graf 33: Věk respondentů



Zdroj: vlastní šetření

Předposlední otázkou jsem zjišťovala úroveň vzdělání dotazovaných realitních makléřů. Na otázku č. 11 “Vzdělání“ jsem získala následující odpovědi, které jsou znázorněné v grafu 34. Dle odpovědí 43 % dotazovaných realitních makléřů mělo vysokoškolské vzdělání a stejné procento středoškolské ukončené maturitou. Bez maturity bylo 12 % dotázaných realitních makléřů a se základním vzděláním 2 %.

Graf 34: Vzdělání respondentů



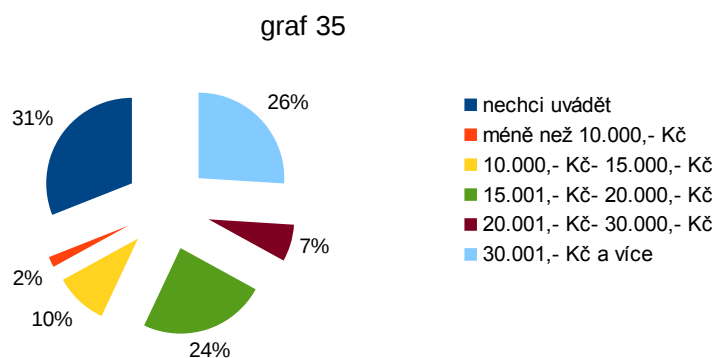
Zdroj: vlastní šetření

V poslední otázce výzkumu na straně realitních makléřů jsem zjišťovala jejich příjem

pouze z realitní činnosti. Odpovědi na otázku č. 12 „Měsíční příjem z realitní činnosti“ jsem znázornila grafem 35, z jejichž plynou následující odpovědi.

31% realitních makléřů nechťelo uvést příjem z realitní činnosti. 26 % mělo více, než 30.001,- Kč, 24 % patřilo do kategorie 15.001,- Kč - 20.000,- Kč, 10 % 10.000,- Kč – 15.000,- Kč, 7 % 20.001,- Kč – 30.000,- Kč a 2 % dotazovaných realitních makléřů mělo příjem z realitní činnosti menší než 10.000,- Kč.

Graf 35: Příjem z realitní činnosti



Zdroj: vlastní šetření

4.3 Rozhovor s Biljanou Zjakić, přední realitní makléřkou a bývalou ředitelkou nadnárodní realitní kanceláře Coldwell Banker, pobočky v Českých Budějovicích

Otázka č. 1: Na straně poptávky jsem zkoumala, kolik lidí využilo služeb realitní kanceláře pro zprostředkování prodeje či pronájmu nemovitosti. Z výsledků je patrné že se jednalo o 48 % dotázaných. Tento údaj naléhavě vypovídá o problematické situaci, kterou máme v rámci trhu s nemovitostmi v České republice. Čím si myslíte, že je tento problém způsoben, když víme, že např. v sousedním Německu skoro všechny transakce jsou za účasti realitní kanceláře? *„Tento problém má více příčin. První je ta, že v České republice je možné, aby každý, kdo chce, byl realitní makléřem. Dále je to také tím, že nejsou vůbec zákonem stanovená jednotná pravidla pro všechny realitní kanceláře. Možnou další příčinou je to, že koncový klienti často nejsou kompletně informováni o detailním postupu transakce a způsobu placení provize. Mezi příčiny, dle mého názoru patří i to, že klienti jsou většinou nepřející a nechtějí, aby realitní kancelář vydělala na provizích, a zároveň si myslí, že prodej přes realitní kancelář způsobí, že se z jejich nemovitostí stanou nemovitosti neprodejné.“*

Otázka č. 2: Na otázku, jak se klienti dozvěděli o realitní kanceláři, se kterou spolupracovali, 43 % účastníků průzkumu odpovědělo, že jim je známí doporučili. Překvapuje Vás tento údaj? Pokud ano, můžete mi sdělit proč? Myslíte si, že doporučení je stále tou nejlepší možnou reklamou? Není ale v tomto případě náročné pro začínajícího makléře získat pozoruhodné portfolio klientů? Děkuji Vám za Váš názor. *„Prvotní údaj mě vůbec nepřekvapuje a zároveň souhlasím s tím, že doporučení je nejlepší reklama. Začínající makléř musí alespoň 2 roky pracovat na vybudování dobrého jména, aby tím pádem získal dostačující portfolio klientů. Bohužel spousta nováčků tuto dobu nevydrží a z branže odchází poměrně brzy.“*

Otázka č. 3: Průzkum na straně poptávky poukázal na další zajímavý údaj. 43% procent lidí vybíralo regionální kancelář, 33 % místní a zbylých 24 % celostátně známou realitní kancelář. Osobně jsem si myslela, že lidé budou vybírat spíše celostátní. Jaká je podle Vás výhoda regionálních a místních kanceláří? *„Výhodou regionálních a místních kanceláří je rozhodně znalost trhu, portfolio poptávajících (zájemců o koupi) a schopnost doporučení konkrétní nemovitosti.“*

Otázka č. 4: Když jsem zjišťovala, jakou formu zastoupení klienti měli, dozvěděla jsem se, že většina využila výhradního zastoupení, zbytek byly smlouvy nevýhradní nebo vztah bez žádné smlouvy. Je výhradní zastoupení vyloženě důležité pro rychlý a zároveň uspokojivý prodej nemovitosti? Co výhradní zastoupení znamená pro Vás, jako pracovníka v oboru? Věnujete se více klientům, kteří podepsali výhradní smlouvu, nebo jste spíš názoru, že jsou lepší smlouvy nevýhradní? Slyšela jsem několik názorů, že pak realitní makléři více pracují, aby byli oni ti, kteří danou nemovitost nakonec prodají. Děkuji za vysvětlení. *„Myslím si, že realitní makléř by se měl věnovat stejně, aniž by zastoupení na to mělo vliv. Výhradní zastoupení má své pro a proti. Pro klienta je lepší zastoupení výhradní. V případě, že makléř je zodpovědný, pro něj tato forma zastoupení znamená jistý prodej. Výhradní zastoupení také znamená absolutní důvěru vůči dané realitní kanceláři.“*

Otázka č. 5: Na dotaz, proč klienti nechtěli uzavřít výhradní smlouvu, nejčastější odpovědi byly nedostatečné znalosti realitního makléře a vysoké provize realitní kanceláře. Myslíte si, že běžná provize v rámci 3-5 % z ceny nemovitosti je vysoká? Jste ochotní slevit z Vašich požadavků, abyste uspokojili klienta, nebo máte pevně stanovené částky a neděláte žádné ústupky? Jste názoru, že realitní makléři zpravidla nemívají dostatečné znalosti, týkající se problematiky spojené s prodejem nemovitosti? *„Nemyslím si, že by provize ve výši 3-5 % byla vysoká, ale často by mohla být věc dohody pro to, aby obchod byl zdárně uzavřený a všechny strany byly spokojené. Podmínky ohledně výše provize bývají domluvené vždy dopředu a dle toho by se mělo zacházet, co se týká možných ústupků. Ano, jsem názoru, že realitní makléři zpravidla nemívají dostatečné znalosti k dané problematice.“*

Otázka č. 6: S klasickou nabídkou služeb realitní kanceláře byla spokojena ¼ dotazovaných. Tento údaj vypovídá o faktu, že je stále co zlepšovat. Myslíte si, že základní nabídky služeb by měly být dostačující? Nabízíte něco navíc, zpravidla nekonvenčního a neočekávaného? *„V rámci jedné transakce jsou klienti seznámeni s rozsahem služeb, které je možné dle potřeby zvýšit poskytováním jiných služeb např. doporučení malířských nebo stavebních prací aj.“*

Otázka č. 7: Dovolte mi se zeptat, zda vždy dodržujete rozsah služeb, které nabízíte na webových stránkách? ¼ dotazovaných klientů se zmínila o tom, že postrádala zpracování smlouvy (kupní, nájemní, podnájemní, budoucí atp.). Co si myslíte, že je příčinou, když si uvědomíme, že snad základní prací realitní kanceláře je zajistit

vypracování výše zmíněných smluv? *„Je zcela nepochopitelné, že realitní kancelář nedodrží vše, co bylo ujednáno v rámci zprostředkovatelské smlouvy, zřídka také ústně.*

”

Otázka č. 8: Snad první úplně pozitivní reakce se týkaly dochvilnosti, vzhledu, samostatnosti a všeobecné ochoty realitního makléře. Vypovídá tento údaj o tom, že realitní makléři pracují na základě nějakého kodexu? Nebo je to dané tím, že je velká konkurence a nevýrazný realitní makléř není schopen zapůsobit na klienta? Případně jiný názor? Děkuji ještě jednou. *„Generálně laskavost a kultura seriózního vystupování vypovídá hodně o realitním makléři. Nemusí však znamenat, že makléř, který není v obleku, dělá vlastní práci hůř. Myslím si, že s kulturou oblíkání mají všeobecně lidé problém.“*

Otázka č. 9: Dovolte mi na závěr poprosit o okomentování následujících vybraných tvrzení dotazovaných občanů:

- „Nepronajímala bych už nikdy přes RK. Ušetřím zájemci provizi!“

„argument, který nedává žádný smysl a je lživý“

- „Uvítal bych menší provize pro realitku a rychlejší jednání.“

„mou odpověď najdete v otázce č.5“ (dotazovaná si myslí, že provize ve výši 3-5% není vysoká a, že by měla být věc dohody mezi stranami. pozn.autora)

- „Mohli by být rychlejší poté, co si vzali zálohu, trvalo to neskutečně dlouho.“

Každý obchod je příběh sám o sobě. Jestliže je transakce komplikovanější (např. zastavěná nemovitost, exekuce, poskytování úvěru apod.) realitní kancelář nemůže mít vliv na trvání celkové transakce v případě, že se sama nestará o poskytnutí úvěru, exekuce aj.

- „Menší provize a větší snaha shánět zájemce.“

Větší snaha shánět zájemce s výší provize absolutně nesouvisí a dobrý makléř buď dělá dobře a stará se o klienta, anebo ne. K tvrzení ohledně menší provize zhlédněte znovu otázku č. 5.

- „Preferovala bych lepší komunikaci.“

Nerozumím tomuto tvrzení. S tím jsem se ve své praxi ještě nesetkala, aby makléř nekomunikoval se svým klientem.

4.4 Rozhovor s Ing. arch. Janem Borůvkou, generálním sekretářem Asociace realitních kanceláří České republiky

Otázka č.1: Na straně poptávky jsem zkoumala, kolik lidí využilo služeb realitní kanceláře pro zprostředkování prodeje či pronájmu nemovitosti. Ze 64 dotázaných se jednalo o 48% dotázaných. Tento údaj naléhavě vypovídá o problematické situaci, kterou máme v rámci trhu s nemovitostmi v České republice. Čím si myslíte, že je tento problém způsoben, když víme, že např. v sousedním Německu skoro všechny transakce jsou za účasti realitní kanceláře? *„Začnu tím, že si nejsem tak jistý, že by v Německu probíhalo téměř 100% transakcí prostřednictvím realitní kanceláře. Dle informací od kolegů z USA se tak děje v zámoří. Všeobecně je důvěra v realitní kanceláře ve všech zemích EU poměrně nízká. Na toto téma zpracovávali poměrně rozsáhlý průzkum v Evropské komisi (cca předloni). Zkuste zapátrat, na internetu to určitě někde je. Týkal se více profesí a realitní činnost byla vnímána hodně nízko. Vzhledem ke známému faktu, že realitní činnost je v rámci zákona u nás možno provozovat jako živnost volnou, nelze očekávat, že se bude každá realitní kancelář (realitní makléř) na trhu chovat podle našich představ. Dále podle našich zjištění je jedním z významných výběrových hledisek pro výběr zprostředkovatele u nás cena služby. Kvalitní služba však nebývá službou levnou a tak na trhu kazí jméno dobrým realitním kancelářím množství diletantů. To dobré pověsti segmentu moc nepřispívá...“*

Otázka č.2: Na otázku, jak se klienti dozvěděli o realitní kanceláři, se kterou spolupracovali, 43% účastníků průzkumu odpovědělo, že jim je známí doporučili. Překvapuje Vás tento údaj? Pokud ano, můžete mi sdělit proč? Myslíte si, že doporučení je stále tou nejlepší možnou reklamou? Není ale v tomto případě náročné pro začínajícího makléře získat pozoruhodné portfolio klientů? Děkuji Vám za Váš názor. *„Údaj o dobré referenci, jako nejčastějším výběrovém kritériu mne nepřekvapuje. Ostatně to i jako Asociace realitních kanceláří České republiky spotřebiteli doporučujeme nejčastěji. Získání kontaktů má svoji cenu v každém oboru, reality nevyjímaje. Získat si dostatečné množství klientů je pro zdárný obchod zásadní. Ten kdo tuto schopnost má vítězí.“*

Otázka č.3: Průzkum na straně poptávky poukázal na další zajímavý údaj. 43% procent lidí vybíralo regionální kancelář, 33% místní a zbylých 24% celostátně známou realitní kancelář. Osobně jsem si myslela, že lidé budou vybírat spíše celostátní. Jaká je podle Vás výhoda regionálních a místních kancelářů? *„Nejčastějším kupcem nemovitosti u nás je zájemce z místa. Lokální. To samozřejmě souvisí také s výběrem realitní kanceláře. Místní odborníci znají trh nejlépe, jsou schopni lépe stanovit reálnou cenu nemovitosti.,,*

Otázka č.4: Když jsem zjišťovala, jakou formu zastoupení klienti měli, dozvěděla jsem se, že většina využila výhradního zastoupení, zbytek byly smlouvy nevýhradní nebo vztah bez žádné smlouvy. Je výhradní zastoupení vyloženě důležité pro rychlý a zároveň uspokojivý prodej nemovitosti? Co výhradní zastoupení znamená pro Vás, jako pracovníka v oboru? Věnujete se více klientům, kteří podepsali výhradní smlouvu, nebo jste spíš názoru, že jsou lepší smlouvy nevýhradní? Slyšela jsem několik názorů, že pak realitní makléři více pracují, aby byli oni ti, kteří danou nemovitost nakonec prodají. Děkuji za vysvětlení. *„Výhradní zastoupení ve vztahu klient – realitní kancelář je zásadní. Proto při prodeji nemovitosti doporučuji uzavírat výhradní zprostředkovatelskou smlouvu. Prodáváte-li například auto prostřednictvím autobazaru, můžete tak učinit jen „přes“ jeden autobazar. Představa, že více zprostředkovatelů prodá byt rychleji, či výhodněji, je mylná. Při neexkluzivní smlouvě realitní kancelář riskuje, že se jí prostředky vynaložené na činnosti spojené s prodejem nemovitosti nevrátí, protože byt by mohl být prodán prostřednictvím jiné realitky. To její aktivity samozřejmě nijak nepodněcuje. Kromě toho u zájemců, kteří prodáváný byt nalézají v inzerci u více zprostředkovatelů (a často i za různé ceny), nebudí taková nabídka důvěru. U výhradní resp. exkluzivní smlouvy je pověřená realitní kancelář mnohem více motivována vynaložit maximální úsilí při hledání zájemce o koupi. V případě nalezení kupujícího a následně zajištění služeb spojených s celou obchodní transakcí, obdrží odměnu v podobě provize, což jí uhradí vynaložené náklady s daným obchodním případem. Doporučuji však věnovat zvýšenou pozornost celému znění uzavírané smlouvy. Důležitý je zejména předmět, doba trvání smlouvy, ale také sankce za porušení smluvních ujednání apod. Musí být jasné, za jakých podmínek smluvní vztah končí. Klient by měl v dohodnutých termínech od makléře dostávat informace o uskutečněných aktivitách při hledání zájemce o koupi jeho nemovitosti, o všech potřebných krocích vedoucích u vybraného zájemce k finální realizaci.“*

Otázka č.5: Na dotaz, proč klienti nechtěli uzavřít výhradní smlouvu, nejčastější odpovědi byly nedostatečné znalosti realitního makléře a vysoké provize realitní kanceláře. Myslíte si, že běžná provize v rámci 3-5% z ceny nemovitosti je vysoká? Jste ochotní slevit z Vašich požadavků, abyste uspokojili klienta, nebo máte pevně stanovené částky a neděláte žádné ústupky? Jste názoru, že realitní makléři zpravidla nemívají dostatečné znalosti, týkající se problematiky spojené s prodejem nemovitosti? „Obecně lze říci, že neexistuje žádný cenový předpis, který by taxativně určoval výši odměny za zprostředkování realitní kanceláří. Provizí se rozumí odměna za zprostředkování příležitosti k prodeji (koupi) nemovitosti a její výše je dána předchozí vzájemnou dohodou zakotvenou ve zprostředkovatelské smlouvě. Záleží na dohodě, je-li účtována prodávajícímu, kupujícímu nebo oběma stranám. Asociaci realitních kanceláří České republiky nepřísluší svým členům, ani nečlenským realitním kancelářím, doporučovat provizní sazby, za jimi poskytnuté služby a ani tak nečiní. Na základě zjištění, získaných v rámci mé dlouholeté praxe v oboru nemovitostí, zejména vzhledem k prakticky každodennímu styku s praktikujícími realitními kancelářemi činnými na českém trhu nemovitostí vím, že obvyklá provize realitních kanceláří se pohybuje nejčastěji v rozmezí 2-7% z realizované ceny, avšak může být dohodnuta jako vyšší resp. nižší s ohledem na složitost případu resp. jako motivační apod. Výše dohodnuté provize bývá nejčastěji ovlivňována výší realizované ceny nemovitosti, tzn. drahé nemovitosti bývají realizovány za relativně nižší provize a levné za provize vyšší. Správně vybraná realitní kancelář, resp. realitní makléř má znalosti potřebné k realizaci zakázky dobré. Vzhledem k neexistenci vhodného zákona, který by přesně definoval kdo realitní činnost provozovat, resp. který by stanovil podmínky vstupu do profese, je výběr kvalifikované osoby složitější, než v zemích, kde je tomu jinak. „

Otázka č.6: S klasickou nabídkou služeb realitní kanceláře byla spokojena ¼ dotazovaných. Tento údaj vypovídá o faktu, že je stále co zlepšovat. Myslíte si, že základní nabídky služeb by měly být dostačující? Nabízíte něco navíc, zpravidla nekonvenčního a neočekávaného? „Tady bychom mohli diskutovat, co se rozumí klasickou nabídkou služeb a co je častá realita... „

Otázka č.7: Dovolte mi se zeptat, zda vždy dodržujete rozsah služeb, které nabízíte na webových stránkách? ¼ dotazovaných klientů se zmínila o tom, že postrádala zpracování smlouvy (kupní, nájemní, podnájemní, budoucí atp.). Co si myslíte, že je

příčinou, když si uvědomíme, že snad základní prací realitní kanceláře je zajistit vypracování výše zmíněných smluv? „*Smluvní dokumenty mají být zpracovány subjekty k tomu zákonem určenými. (advokát, notář..) Realitní kancelář má kvalifikovaně připravit veškeré dokumenty nutné pro jejich sepsání.* „

Otázka č.8: Snad první úplně pozitivní reakce se týkaly dochvilnosti, vzhledu, samostatnosti a všeobecné ochoty realitního makléře. Vypovídá tento údaj o tom, že realitní makléři pracují na základě nějakého kodexu? Nebo je to dané tím, že je velká konkurence a nevýrazný realitní makléř není schopen zapůsobit na klienta? Případně jiný názor? Děkuji ještě jednou. „*Asociace realitních kanceláří České republiky má etický kodex člena. Viz www.arkcr.cz* „

Otázka č.9: Dovolte mi na závěr poprosit o okomentování následujících vybraných tvrzení dotazovaných občanů:

- „Nepronajímala bych už nikdy přes RK. Ušetřím zájemci provizi!“

„*Odpověď na základě špatné zkušenosti dané špatným výběrem realitní kanceláře.*“

- „Uvítal bych menší provize pro realitku a rychlejší jednání.“

„*Provize je, jak jsem již uvedl, věcí dohody.*“

- „Mohli by být rychlejší poté, co si vzali zálohu, trvalo to neskutečně dlouho.“

„*Opět se jedná o špatný výběr...*“

- „Menší provize a větší snaha shánět zájemce.“

„*Potvrzuje to, že největší důraz je kladen na výši odměny... nikoli na kvalitu...*“

- „Preferovala bych lepší komunikaci.“

„*Pokud poskytovatel služby nekomunikuje, jedná se o špatně vybraný subjekt.*“

4.5 Závěry vlastního šetření

Více než 40 položených otázek v rámci kompletního šetření a několikaleté pozorování mi pomohlo vytvořit si vlastní názory na výsledky, které jsou znázorněny a blíže popsány v subkapitolách 4.1 až 4.4. Jako první bych ráda uvedla, že se domnívám, že v České republice stále málo koncových klientů využívá služeb realitních kanceláří, o čemž svědčí i graf 2 v subkapitole 4.1. Dle mého názoru je podíl těch, kteří nevyužívají služeb realitních kanceláří a makléřů ve výši 52 % opravdu vysoký a hovoří o tom, že se klienti takové spolupráci brání. I přestože se jedná o kontroverzní profesi na našem území, stále je tu slibných 48 % koncových klientů, kteří těchto služeb využili a využili jednu ze zmíněných forem zastoupení uvedených v subkapitole 4.1. Jelikož pro spolupráci byly převážně vybírány regionální realitní kanceláře, mohu s jistotou říci, že si koncoví klienti raději vybírali takovou kancelář, o které mohli získat, co nejvíce potřebných informací. Místní realitní kancelář je sice více přístupná, ale vzhledem k tomu, že se až na výjimky dle Kučery (2008) (v Českých Budějovicích např. Adámková reality) jedná o tzv. „garážové reality“¹⁴, spousta zákazníků si raději vybere alespoň regionálně anebo celorepublikově známou realitní kancelář.

Pakliže se budu zabývat důvody proti uzavření výhradního zastoupení, je možné výsledky výzkumu na straně koncových klientů a realitních makléřů prezentovat částečně společně. Koncovým klientům vadila například problém realitního makléře kontinuálně shánět kupujícího/nájemce, přitom v šetření ohledně spolupráce mezi realitními makléři jsem zjistila, že titíž makléři by z části rádi v rámci spolupráce poskytli chybějící část řetězce pro úspěšné uzavření obchodu tj. nemovitost, kupujícího, nájemce apod. Biljana Zjakić je názoru, že jedním z hlavních důvodů proč koncoví klienti neradi uzavírají jakoukoli formu zastoupení je ten, že v České republice vůbec nejsou stanovená žádná jednotná pravidla pro všechny realitní kanceláře a fakt, že každý, kdo chce, může být realitním makléřem. Ing. arch. Jan Borůvka částečně s tímto názorem souhlasí a uvádí, že velice významná je cena služby pro výběr realitní kanceláře. Zároveň v tomto případě kvalitní služby nebývají levné a tak dobré jméno realitních kanceláří kazí množství vyskytujících se diletantů. Mezi realitními makléři je známo, a moje zkušenosti to dokládají, jestliže realitní makléř nemá s klientem výhradní

14 Malé kanceláře, které existují mimo hlavní rámec profesionálních realitních firem stavějících na etice, servisu a spokojenosti pro své klienty, nikoli na krátkodobém profitu a osobním obohacení

zastoupení, tento fakt v žádném případě nepřispívá obchodu z následujících důvodů:

1. realitní makléř nemá tu jistotu, že to bude právě on, kdo zprostředkuje obchod s nemovitostí.
2. kvůli velké konkurenci se realitní makléř nevěnuje nevýhradním obchodům zdaleka tak často, jako těm, které má výhradně. Spousta zákazníků si ale myslí, že když stejnou nemovitost bude prodávat více makléřů, že se mezi sebou „poperou o kšeft“. Opak je ale v praxi pravdou.
3. realitní kancelář zpravidla v těchto případech nenabízí zákazníkům úplné služby. Tím pádem se může stát, že zákazník bude ošizen o agresivní inzerci, tzv. topování¹⁵ na prvních stránkách a možnost prodeje nemovitosti v rámci prvních 14 dnů, kdy je největší šance danou nemovitost prodat, protože potom je velký předpoklad, že se z dané nemovitosti stane neprodejná nemovitost.

Osobně si myslím, že existuje mnohem více faktorů, které mají negativní vliv na rozhodování koncových klientů. Z vlastní praxe vím, že dost koncových klientů nechtělo vůbec spolupracovat s realitními kancelářemi z prostého důvodu. Domnívají se, že si nemovitost prodají sami, že žádného odborníka nepotřebují, že ušetří provize zájemcům, často je ale opak pravdou. V dnešní době je život celkem rychlý a realitní makléř je schopen ušetřit klientovi jeho drahocenný čas a částečně i peníze. Když si představíme, že klasická provize z prodeje bytové jednotky činí 50.000,- Kč spousta klientů si myslí, že je to až příliš. Dovolují si toto tvrzení vyvrátit a říci, že kdyby klienti prodávali stejnou bytovou jednotku sami, měli by mnohem větší náklady. Realitní kancelář zpravidla má smluvní právníky, hypoteční poradce, odhadce nemovitostí, platí návrh na vklad na katastr, notářská ověření, vedení jistotního účtu¹⁶ a další. Spousta zmíněných koncových klientů bohužel předem nekalkuluje náklady a mylně tvrdí, že přes realitní kancelář se prodej prodraží.

V případě, že koncový klient nakonec byl ochotný uzavřít výhradní zastoupení, na jeho rozhodnutí měly vliv faktory, mezi které patří: pozitivní reference realitních kanceláří a jejich makléřů, odborné znalosti k problematice trhu s nemovitostmi, doporučení od

¹⁵ Forma inzerce, kdy se inzerát nachází na prvních stránkách inzertního serveru

¹⁶ Peníze na tomto účtu lze využít pouze při koupi, respektive prodeji přesně definované nemovitosti na území České republiky

známých aj. Realitní makléř právě na tato doporučení sází nejvíc a tímto kvalitní makléř časem může získat pozoruhodné portfolio klientů, jedná se ale o dlouhodobou záležitost. Bohužel si myslím, že tento výsledek může pro menší realitní kanceláře a začínající realitní makléře znamenat komplikovanější vstup do odvětví a s tímto názorem zároveň souhlasí i dotazovaná Biljana Zjakić. Jestliže se v rámci obchodu jednalo o uzavření smlouvy nevýhradní anebo žádné, tento fakt byl více přítěží pro realitní makléře. Z vlastní zkušenosti vím, že jestliže jsem nějakou nemovitost neprodávala výhradně, neposkytla jsem majiteli všechny možné služby. Volila jsem takový způsob, kde jsem nabídla základ a v případě uzavření výhradního zastoupení, jsem byla ochotná navýšit počet poskytovaných služeb. Tento způsob se mi v praxi osvědčil a celkem často z nevýhradních anebo žádných smluv se stávaly smlouvy výhradní. Biljana Zjakić je ale názoru, že dobrý makléř by se všem koncovým klientům měl věnovat stejně ať je zastoupení jakékoli.

V rámci těchto šetření jsem také zjistila, že teritoriální působnost realitních kanceláří nehraje až tak velkou roli v rozhodování. Koncový klienti volili většinou místní a regionální realitní kanceláře, realitní makléři pro kooperaci zároveň nevybírali z celostátně známých realitních kanceláří, ale sázeli na samotné realitní makléře. Důvodem, proč tyto typy realitních kanceláří ve výzkumu vítězily, může být to, že koncoví klienti si vyberou realitní kancelář, která je známá ve městě, kde obchoduje a může si ověřit, zda se jedná o kvalitní a seriózní firmu. Biljana Zjakić je názoru, že ve výběru místních a regionálních realitních kanceláří hraje velkou roli převážně znalost trhu v daném regionu a databáze nabízejících a poptávajících dotčeného regionu. Pokud se budu zabývat důvody v rámci spolupráce mezi realitními makléři, je důležitý fakt, že v jednom místě nebo regionu se valná většina realitních makléřů zná a tento fakt ulehčuje samotný proces rozhodování. Ing. arch. Jan Borůvka je názoru, že nejčastějším kupcem je lokální kupec. Na základě toho pak souvisí výběr realitní kanceláře. Myslím si, že je velice alarmující fakt, že většina kooperací mezi realitními makléři se neodehrává ani 1x do měsíce. Mé zkušenosti jsou takové, že je lepší a přínosnější spolupracovat s ostatními realitními makléři, poněvadž v rámci spolupráce se vyskytne více potenciálních kupujících a nemovitostí.

Jestliže se budeme zabývat realitním makléřem jako obchodním zástupcem realitní kanceláře, je až zarážející fakt, že valná většina dotazovaných byla naprosto spokojená se vzhledem, znalostmi, dochvilností samostatnosti a jinými vlastnostmi realitního

makléře. Zarážející uvádím, z důvodu že v praxi jsem se setkávala s opačnými názory než s těmi, které jsem získala v rámci tohoto dotazování. Pokud je ale tomu opravdu tak, jak odpovídali respondenti, tak lze říci, že postupem času bude čím dál více kvalitních realitních makléřů. V rámci porovnání přínosu pro zákazníka jsem zjistila, že většina opravdu preferovala realitního makléře nad kanceláří. Někteří preferovali realitní kancelář jako takovou. Makléř by bez kanceláře nemohl správně fungovat a naopak. Tyto dva subjekty se vzájemně doplňují a pomáhají ku prospěchu každého obchodu. Tím chci říci, že v případě, že realitní makléř funguje samostatně, nebudí úplně nejlepší dojem, jelikož je „bez střechy“ a zároveň realitní kancelář bez, anebo s malým počtem realitních makléřů působí úplně stejně špatným dojmem. Každopádně pokud budu hodnotit celkovou spokojenost respondentů, dalo by se říci, že většina spokojená byla. Souvislost, zda dotazovaný byl žena či muž, mladší anebo starší, s lepším či horším platem, také významně napovídala o názorech na profesi realitního makléře.

5 Návrhy a opatření pro zlepšení image prodeje na trhu s nemovitostmi

Na základě výsledků získaných dat v rámci provedených výše zmíněných výzkumů a vypracování přehledu významných autorů zkoumané oblasti, navrhuji několik možných opatření realizovatelných na realitním trhu v současné situaci.

5.1 Převedení činnosti do oboru vázaných a koncesovaných živností

Po prozkoumání problematické situace na realitním trhu, jsem se rozhodla navrhnout variantu, aby realitní činnost byla činností vázanou¹⁷. Jako vzor by nám mohli posloužit současné vymezení pro činnosti, které lze nalézt v příloze č. 2 zákona č. 455/1991 Sb. ČR, o živnostenském podnikání ve znění pozdějších předpisů (živnostenský zákon) (businessinfo.cz, 2014).

Na základě již existujících vymezení pro podobné předměty podnikání, si dovoluji navrhnout následující omezení pro vstup do odvětví, které jsem zároveň znázornila v obrázku 1. Navrhuji, aby realitní činnost mohly vykonávat pouze fyzické osoby¹⁸, které mají vysokoškolské vzdělání v oborech specifikované v schématu 1, nebo vyšší odborné vzdělání a tomu odpovídající praxi specifikovaném v tamtéž. Další možností by mohlo být střední vzdělání s maturitou a k tomu 3 roky praxe v oboru. V případě, že fyzická osoba má zájem vykonávat realitní činnost a nemá patřičné vzdělání, které umožňuje výkon činnosti bez praxe, tuto situaci by mohla řešit možnost stáže v realitní kanceláři po dobu specifikovanou ve schématu 1.

¹⁷podmínkou provozování živnosti je odborná způsobilost uvedená v seznamu, který je přílohou č.3 této práce. Jedná se o ohlašovací živnosti vyjmenované v příloze č. 2 živnostenského zákona.

¹⁸ Právní pojem odlišující osobu od jiných právních subjektů.

Schéma 1: Specifikace odborné způsobilosti pro výkon realitní činnosti

Schéma 1

Předmět podnikání	Požadovaná odborná způsobilost
Realitní činnost	a.) vysokoškolské vzdělání ve studijním programu a oboru zaměřeném na realitní inženýrství, nebo
	b.) vysokoškolské vzdělání ve studijním programu a oboru zaměřeném na finance a oceňování podniku a 1 rok praxe v oboru, nebo stáž, nebo
	c.) vysokoškolské vzdělání ve studijním programu zaměřeném na nemovitý majetek, oboru realitní makléř, nebo
	d.) vysokoškolské vzdělání ve studijním programu zaměřeném na nemovitý majetek, oboru oceňování nemovitostí, nebo
	e.) vyšší odborné vzdělání ve studijním programu zaměřeném na obchodní činnost a 2 roky praxe v oboru, nebo stáž, nebo
	f.) střední vzdělání s maturitní zkouškou zaměřeném na obchodní činnost a 3 roky praxe v oboru, nebo stáž.

Zdroj: vlastní zpracování

Stáž by mohla fungovat na následujícím principu:

- i. fyzická osoba zažádá o stáž v existující realitní kanceláři
- ii. fyzická osoba po přijetí absolvuje kompletní školení v téže
- iii. fyzická osoba v rámci výkonu stáže nemá právo podpisu a úzce spolupracuje s jí přiděleným realitním makléřem
- iv. po uplynutí stáže fyzická osoba zažádá o potvrzení výkonu téže

po přijetí potvrzení fyzická osoba má nárok na samostatný výkon realitní činnosti. Z důvodu, že navrhuji, aby realitní činnost byla činností vázanou, je potřebné, aby

každý, kdo splňuje podmínky pro výkon činnosti, prokázal živnostenskému úřadu doklad o odborné kvalifikaci, na základě které tentýž úřad vydá živnostenské oprávnění.

Pro samotný provoz realitní kanceláře navrhuji, aby zakládající fyzická osoba musela vlastnit koncesi¹⁹, o kterou osoba požádá na živnostenském úřadu. Ve schématu 2 rozepisují požadované odborné způsobilosti, kde bez praxe v oboru navrhuji, aby koncesovanou živnost získaly osoby, které mají ukončené vysokoškolské vzdělání ve studijních programech a oborech zaměřeným na realitní inženýrství a nemovitý majetek. Tyto obory jsou možné vystudovat na vysokých školách, které jsem jmenovala v subkapitole 2.4. V případě absence vzdělání ve jmenovaných oborech, je možné získat koncesovanou živnost na základě odpovídající praxe, anebo osvědčením vydaným příslušným ministerstvem, což je též specifikováno ve schématu 2.

19 Kromě odborné způsobilosti je podmínkou získání i kladné vyjádření příslušného orgánu státní správy

Schéma 2: Specifikace odborné způsobilosti pro provoz realitní kanceláře

Schéma 2

Předmět podnikání	Požadovaná odborná způsobilost
Provoz realitní kanceláře	a.) vysokoškolské vzdělání ve studijním programu a oboru zaměřeném na realitní inženýrství, nebo
	b.) vysokoškolské vzdělání ve studijním programu zaměřeném na nemovitý majetek, oboru realitní makléř, nebo
	c.) vysokoškolské vzdělání ve studijním programu zaměřeném na nemovitý majetek, oboru oceňování nemovitostí, nebo
	d.) vysokoškolské vzdělání ve studijním programu a oboru zaměřeném na finance a oceňování podniku a 3 roky praxe v oboru, nebo
	e.) vyšší odborné vzdělání ve studijním programu zaměřeném na obchodní činnost a 5 let praxe v oboru, a osvědčení o rekvalifikaci vydaným příslušným Ministerstvem do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována

Zdroj: vlastní zpracování

Postup při ohlášení právnické osoby ²⁰ podle Synka a kol. (2011) uplatníme i na osoby chtějící založit realitní kancelář s koncesovanou živností:

- i. vybere právní formu podnikání, obchodní jméno, sídlo a statutární orgán²¹
- ii. uvede identifikační číslo a předmět podnikání
- iii. uvede adresu provozovny
- iv. poskytne doklad o založení právnické osoby (zakladatelská jistina anebo společenská smlouva aj.), výpis z obchodního rejstříku a trestů odpovědného

²⁰ Umělé vytvoření subjekty, věci anebo lidé, které ve právních vztazích vystupují jako lidé. Může se jednat o společenství osob, korporace, společenství věcí, majetku a společenství právnických osob.

²¹ Osoba oprávněná jednat jménem právnické osoby.

zástupce.

- v. Prohlášení odpovědného zástupce, že souhlasí s přidělenou funkcí.
- vi. doloží na živnostenský úřad doklad o vzdělání zakládající fyzické osoby, případně jiné osvědčení vydané příslušným Ministerstvem, zaplatí správní poplatky a vyčká na vydání oprávnění, které vydá živnostenský úřad do 60 dnů ode dne splnění všech náležitostí.

V rámci této varianty si dovoluji shrnout vlastní návrhy. Pro výkon realitní činnosti, realitní makléř by měl žádat o živnostenské oprávnění formou vázané živnosti a pro provoz realitní kanceláře by zakládající fyzická osoba měla zažádat o živnost koncesovanou. Domnívám se, že tyto návrhy by z velké části omezily neodpovídající subjekty v podnikání v rámci realitního trhu, kterými jsou lidé nevzdělaní v oboru, nebo nemají patřičnou praxi a zkušenosti. Dále si myslím, že zákonná opatření zmíněná v tomto návrhu dokážou prospět vývoji realitního trhu a ekonomiky státu následujícími způsoby. Jestliže omezíme vstup do odvětví, tím pádem omezíme možnost výskytu podvodných realitních kanceláří. Pakliže realitní činnost budou vykonávat pouze vzdělané fyzické osoby, anebo osoby s osvědčením a patřičnou praxí, je více než pravděpodobné, že se tímto krokem omezí výskyt podávání neadekvátních informací v rámci transakce nemovitosti a zároveň se zvýší počet kvalitních realitních makléřů a naopak se sníží počet makléřů nekvalitních. Když realitní kancelář a realitní makléř budou splňovat všechny mnou navržené podmínky, je velká pravděpodobnost, že výdělek pro právnickou a fyzickou osobu bude mnohem vyšší, z důvodu, že koncový klienti budou mít větší důvěru v danou realitní kancelář a makléře a tito budou mít více zakázek, které samozřejmě znamenají větší obrát. Větší obrát znamená větší provize pro realitní kancelář, tím pádem i větší daň z přidané hodnoty. Logicky si odvodíme, že tím pádem se jedná i o větší daň z příjmu právnické osoby a následovně osoby fyzické v podání realitního makléře, které jsou jedním z příjmů státního rozpočtu (cs.wikipedia.org, 2014). Jestliže prodej nemovitosti z důvodu neoblíbenosti realitní kanceláře či jiného, bude koncový klient řešit samostatně, pro stát to znamená příjem pouze formou daně z převodu nemovitosti a poplatky související s převodem nemovitosti, například katastr. Když shrnu myšlenky z tohoto bodu, myslím si, že pro ekonomiku státu je lepší mít zákonem vydaná opatření pro realitní kanceláře, než jaký je současný stav. Omezením vstupu nežádoucích osob do odvětví dosáhneme maximalizace existence kvalitních makléřů a tím pádem zvýšíme počet uskutečněných

transakcí nemovitostí za účasti realitní kanceláře a realitního makléře. Tímto zároveň je splněn cíl práce navržení opatření pro zlepšení image prodeje a prodejců na realitním trhu.

5.2 Certifikace realitních makléřů a vzájemná kooperace

V rámci této varianty pro opatření na realitním trhu v České republice navrhuji změny v následujících záležitostech. První důležitou úpravou je dle mého názoru možnost certifikace realitních makléřů, pravidelné rekvalifikace, odborná školení v rámci etikety. Dalším důležitým faktorem je spolupráce mezi samotnými realitními makléři, která je, troufnu si říci druhým největším problémem realitního trhu, když prvním je již zmíněná odborná nezpůsobilost realitních makléřů.

Fyzické osoby, které chtějí vykonávat realitní činnost, by dle mého názoru, měli podstoupit certifikaci ARK, která by měla probíhat následovně:

- i. absolvování minimálně 60 hodinových kurzů spojených se základem práce na realitním trhu, tj. základem právních znalostí ohledně převodu a oceňování nemovitosti, základem právních pojmů vyskytujících se na realitním trhu (bytová jednotka, nebytová jednotka, rodinný dům, pozemek, osobní vlastnictví, družstevní vlastnictví, aj.)
- ii. po absolvování zmíněného kurzu, realitní makléř by měl skládat zkoušku před komisí zvolenou ARK. Zkouška by mohla mít tři části: písemnou, na základě které komise zjistí úroveň znalostí a případně eliminuje ty kandidáty, kteří nemají alespoň základní znalosti problematiky. Dále potom část ústní, kde zkoušený má simulovat transakci nemovitosti, kterou mu přidělá člen komise. V poslední části by uchazeč dostal vyřešit jeden z klasických problémů spojených s transakcí nemovitostí mezi které patří, například nečekaná exekuce na nemovitost, nebo to, že kupující není bonitní²² aj.
- iii. po úspěšném složení zkoušky by uchazeč obdržel certifikát, který ho bude opravňovat vykonávat realitní činnost.

Dále bych ráda navrhla, aby v ročních intervalech, realitní makléři absolvovali rekvalifikační kurzy, týkající se zejména změn v zákonech. Certifikaci realitního makléře by měla hradit realitní kancelář, s tím, že pokud realitní makléř ukončí své působení v realitní kanceláři dříve než za 1 rok, uhradí realitní makléř celou částku, vydanou na jeho certifikaci, realitní kanceláři. Realitní makléř by zároveň měl absolvovat školení týkající se etikety a na základě poskytnutých informací mít například

22 Nemá dostatečný příjem pro získání úvěru, anebo má špatnou platební morálku

všeobecný přehled o správném dress codu²³ a dalších oblastech z tohoto, pro práci se zákazníky, velice důležitého oboru.

Podstatné faktory jsou také nabízené služby v realitních kancelářích, které by měli realitní makléři dodržovat a předem informovat koncové klienty. Mezi ně patří předem stanovená výše provize pro daný obchod v rámci 3-5 % z ceny nemovitosti, anebo stanovená pevná částka. Někteří koncoví klienti si myslí, že v případě pronájmu nemovitosti bez účasti realitní kanceláře ušetří potenciálnímu zájemci provizi. Provize, které zaplatí potenciální nájemce realitní kanceláři, vypovídá pouze pozitivně o jeho platební schopnosti. Další důležitá záležitost je předem stanovená doba trvání obchodu s možnými časovými odchylkami. Posledním důležitým faktorem je kontinuální komunikace realitních makléřů a koncových klientů.

Dalším důležitým faktorem je již zmíněná kooperace mezi realitními makléři. Tímto navrhuji, aby bylo založené sdružení, které by podporovalo spolupráci mezi realitními makléři následujícími způsoby:

- i. všechny realitní makléři budou mít přístupy k základním informacím týkající se nabídek a poptávek nemovitostí vyjma adresy a kontaktů na nabízející a poptávající
- ii. v případě, že jeden realitní makléř má zájem ukázat nemovitost z nabídky jiného realitního makléře, písemnou formou požádá o prohlídku nemovitosti a společně ukážou koncovému zákazníkovi danou nemovitost.
- iii. je přímo zakázané, aby realitní makléři, kteří mají v nabídce nemovitost, vyžadoval kontakt na osobu poptávající, stejně tak se realitní makléř, který má poptávající osobu má písemně zavázat oproti pokutě 50.000,- Kč, že majitele nemovitosti nebude v žádném případě oslovovat sám. Stejně tak by tentýž realitní makléř měl mít písemný souhlas svého klienta, že nebude samostatně oslovovat majitele nemovitosti. K tomu slouží například výhradní zastoupení, které je možné uplatnit i v rámci poptávky po nemovitosti.
- iv. jestliže po ukončení prohlídky dojde k zájmu o koupi nemovitosti, smlouva o rezervaci nemovitosti by měla být sepsána v zázemí realitního makléře, který má v nabídce danou nemovitost.

23 Kodex oblékání pro různé příležitosti

- v. před samotným podepsáním smlouvy o rezervaci nemovitosti následovně má být sepsána kooperační smlouva mezi jednotlivými realitními makléři, ve které budou vymezené provize pro každého z nich, která realitní kancelář bude poskytovat právní servis a tato kooperační smlouva by se měla týkat pouze dané transakce.

Pro upřesnění tohoto návrhu uvádím následující příklad. Představme si, že jeden realitní makléř prodá sám za měsíc 4 byty a získá pro realitní kancelář 200.000,- Kč brutto provize. Když odečteme daň z přidané hodnoty, zůstává 158.000,- Kč, následně zaplatíme 4x vypracování smlouvy o převodu vlastnických práv a povinností k bytové jednotce, 4x návrh na vklad do katastru, 4x notářská ověření, úschovy peněz a vedení téže, netto provize činí necelých 140.000,- Kč. Z této provize pro realitní kancelář se teprve vyplácí provize pro realitního makléře. Představme si, že realitní makléř, který začíná, má provize 30%. Jeho brutto výdělek tedy činí 41.592,- Kč. K netto výdělku dále vede složitá cesta kalkulace vlastních nákladů a daně z příjmu fyzických osob. Jestliže ale realitní makléř spolupracuje s jiným realitním makléřem a společně prodají 8 bytů, kalkulace je zcela jiná. Provize se zpravidla dělí 60:40 ve prospěch realitní kanceláře, která má nemovitost, často je ale věc dohody mezi jednotlivými realitními makléři. Představme si, že 4x realitní makléř přinesl 60% provize a 4x 40% provize do své realitní kanceláře. Brutto provize pro realitní kancelář by byla stejná, tj. 200.000,- Kč, ale pouze ze 120.000,- Kč budeme odečítat poloviční náklady za již výše zmíněné smlouvy, vklady, ověření apod. Druhou polovinu hradí spolupracující makléř. Po odečtení daně z přidané hodnoty a nákladů, netto provize činí o 10.000,- Kč více než v předchozím příkladu. Tedy i brutto provize pro realitního makléře jsou logicky vyšší. Tímto příkladem bych ráda poukázala na důležitost spolupráce, jelikož obnáší nejenom větší výdělek, ale realitní makléř se seznámí s více klienty, kteří jeho služby můžou doporučovat dále. Z většího výdělku zároveň plynou větší daně z příjmu fyzických a právnických osob a daň z přidané hodnoty, které jsou zároveň příjmy státní pokladny.

Tato varianta také splňuje jeden z cílů práce, tj. zlepšení image prodeje a prodejců na realitním trhu, jelikož si myslím, že prvním důležitým faktem je, aby realitní makléři podstoupili certifikaci a zároveň rekvalifikaci v ročních intervalech. Tím bude více erudovaných realitních makléřů, jejichž image by byla nesrovnatelná s dnešní problematickou image. Druhým důležitým faktem pro zlepšení image prodeje a prodejců je, aby bylo vytvořené sdružení, které by podporovalo spolupráci mezi

realitními makléři. Jestliže by takové sdružení existovalo, podmínky, které jsem vymezila výše, by značně pomohly zvýšit všeobecnou úroveň obchodu s nemovitostmi a subjektů na daném trhu, převážně realitních makléřů. Především mám na mysli etické chování a respektování vytvořených pravidel.

5.3 Aplikace technické normy ČSN EN 15733

Ve třetí variantě návrhů a opatření pro současný realitní trh v České republice si dovoluji navrhnout uplatnění již vydané evropské technické normy EN 15733, o které se zmiňují v kapitole 2.1.3 této práce. Její celé jméno je technická norma „Realitní služby - Požadavky na poskytování realitních služeb“. Tato norma byla převzatá v původním znění a vyšla pod označením ČSN EN 15733, avšak v praxi nebyla nikdy aplikována vzhledem k chybějící odpovídající legislativě (MMR, 2012).

Aplikace této normy by vyřešila dost současných problémů, vzhledem k tomu, že dle Ministerstva pro místní rozvoj (2012) rozsáhle vymezuje základní pojmy na trhu s nemovitostmi, upřesňuje vztahy mezi zprostředkovatelem a klientem. Dále upravuje způsob zacházení s peněžními prostředky klientů, řeší kompetence realitních makléřů, profesní pojištění za vzniklé škody, způsoby řešení stížností, etické kodexy realitních makléřů a mnoho dalších. Tuto technickou normu navrhuji aplikovat následovně. Realitní makléř musí mít dostatečné znalosti z oblastí realitního trhu, tj. způsoby transakcí peněžních prostředků, oceňování nemovitostí, základy týkající se hypotečních a jiných úvěrů, náklady na provoz nemovitostí aj. Realitní makléř musí mít odborné znalosti ze stavebnictví a údržbě staveb, územního plánování a energetických faktorů nemovitostí. Realitní makléř musí mít schopnosti používat techniky vyjednávání, mít dobrý písemný a ústní projev a další komunikační a obchodní znalosti.

Jestliže se realitní makléř bude řídit všemi aspekty této normy, je velká pravděpodobnost, že se v České republice trh nemovitostí bude vyvíjet směrem k lepšímu a v budoucnosti je možné, že se dostane na úroveň států, jako jsou například v Evropě Francie a Německo, anebo na úroveň samotných Spojených států amerických, které, jako většina autorů, které cituji v kapitole 2, sama pokládám za vzor fungování realitního trhu a jeho subjektů. Tím pádem je i tato varianta možným řešením pro splnění cíle zlepšení image prodeje a prodejců na realitním trhu.

6 Závěr

Tato bakalářská práce se zabývala problematikou českého realitního trhu a podrobnou analýzou na straně poptávky a nabídky. Jedním z cílů práce bylo prozkoumat specifika a současné techniky obchodního jednání v rámci České republiky a následovně je komparovat s trendy využívanými ve Spojených státech amerických. Mezi další cíle patřilo upozornění na nedostatky a diametrální odlišnosti používaných jednacích technik a na základě průzkumu na straně nabídky a poptávky navržení možných opatření pro zlepšení image prodeje a prodejců v rámci realitního trhu.

Na základě prostudování více než 100 pramenů, týkajících se dané problematiky jsem zjistila odlišnosti způsobu vývoje realitního trhu v České republice s USA, které jsou zaznamenány v subkapitolách 2.1 a 2.2. Zatímco počátky vývoje trhu s nemovitostmi v České republice se datují do období první republiky a první vymezení realitní činnosti přichází až v roce 2000, v USA se trh s nemovitostmi začal vyvíjet od roku 1800. Dále byli zjištěné odlišnosti vyjednávacích technik používaných realitními makléři České republiky a v USA. Tyto techniky byly blíže analyzovány v kapitolách 2.4 až 2.7, kde bylo zároveň zjištěno, že primárním rozdílem mezi realitními makléři je jejich postavení ve společnosti v České republice a USA, dále možnost vzdělávání se v oboru a podmínky pro vykonávání činnosti. V subkapitole 2.3 byly porovnány odlišnosti fungování realitního trhu v několika evropských státech. V této části práce byly splněny zároveň dílčí cíle práce, které se týkaly prozkoumání specifik a současných technik vyjednávání na realitním trhu, jejich komparace s trendy využívanými ve Spojených státech amerických, a také upozornění na diametrální odlišnosti v technikách jednání.

V další části bakalářské práce bylo použito vlastní několikaleté pozorování, vyhodnocení řízený rozhovor a dotazníkové šetření kdy získané výsledky byly použity pro výzkum spokojenosti na straně koncových klientů (nabídky a poptávky) a určení četnosti a způsobů spolupráce realitních makléřů. Výsledky těchto výzkumů byly použity pro úplnost identifikace problematiky českého realitního trhu a následovně vytvoření návrhů na opatření pro zlepšení image realitních makléřů v české společnosti, čímž byl splněný poslední cíl této práce. Na základě provedených teoretických analýz obou trhů a praktických analýz koncových zákazníků a pracovníků realitních kanceláří, by se mohla zmíněná opatření v kapitole 5 v budoucnosti využít pro sestavení podnikatelského plánu

pro provoz nové realitní kanceláře. Další možnosti uplatnění je předložení výsledků výzkumů ARK se žádostí o bližší prozkoumání, a v případě souhlasu s navrženými variantami opatření, poskytnout kompletní studie problematiky, na základě kterých by ARK uplatnila dané návrhy v praxi.

I. Summary

This bachelor thesis examined the problems of the Czech real estate market including demand and supply side. One of the aims of this thesis was to examine the specifics and current techniques of business meeting in the Czech Republic and its comparison with trends in the United States. Other aims pointed out the deficiency and differences of negotiation techniques of real estate agents from both countries.

Suggestions of possible improvements on seller's sides were made after execution of surveys.

Based on the study of more than 100 sources that were dedicated for this issue differences in development of the real estate market in the Czech Republic and USA were identified. They are mentioned in chapters 2.1 and 2.2. They also accomplish first aim of this thesis, examination of the specific and current techniques of business meeting in the Czech Republic and further its cooperation with trends in the USA.

While the beginnings of the development of the property market in the Czech Republic dates back to the first republic and the first definition of the real estate business in 2000, in the U.S. real estate market began to develop in 1800. There were also identified differences in negotiation techniques used by real estate brokers from the Czech Republic and the USA. These techniques are mentioned closer in chapters 2.4 - 2.7. There was also discovered that the primary difference between real estate brokers is their position in society in the Czech Republic and the USA, as well as the possibility of learning in the field of real estate market. In the chapter 2.3 were compared differences of ways of the workings of real estate markets in several European countries that are accomplishment of second aim that was pointing out differences and deficiencies of current business negotiation techniques in both countries.

In the practical part of the thesis was evaluated interview and questionnaires that have been used for research on the part of end users (supply and demand) and real estate brokers. The results of these surveys were used to identify issues of the Czech real estate market and subsequently develop proposals for measures to improve the image of real estate brokers in Czech society. Based on the theoretical analysis of both markets and practical analysis of end customers and employees of real estate agencies I've suggested three possible arrangements for making the image of sellers at the real estate

market much better. The suggestions that are mentioned in chapter 4.4 could be used in the future to build a business plan for the operation of the new real estate agency and they also accomplish the last aim of this thesis that was making proper suggestions for seller's image making better.

Another possibility is to provide research's results to association of real estate agencies s to ask for a closer look, and in a case of agreement with mentioned suggestions, to provide a complete study of the issues. There is also possibility of applying the suggestions into practice.

Keywords: real estate market, real estate agent, business negotiation techniques

II. Seznam použité literatury

- Armstrong, M. (1995). *Jak být ještě lepším manažerem*. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing
- Asociace realitních kanceláří České republiky. (2001.) *Etický kodex člena ARK ČR*
Retrieved from http://www.arkcr.cz/?c_id=14
- Asociace realitních kanceláří České republiky. (2013). *Proč certifikovat realitní makléře*. Retrieved from http://www.arkcr.cz/?c_id=2152
- Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí. (2014). *Vývoj investičního trhu do bytových nemovitostí*. Retrieved from <http://artn.cz/cz/media/archiv/vyvoj-investicniho-trhu-do-bytovych-nemovitosti>
- Be a Successful Real Estate Agent* (2014). Retrieved from <http://www.wikihow.com/Be-a-Successful-Real-Estate-Agent>
- Bundesverband der Immobilienberater, Makler, Verwalter und Sachverständigen e.v. (2012). *Position of the IVD Real Estate Association on the Amendment of the EU Money Laundering Directive Submitted: to the European Commission and the European Parliament within the Context of the Revision of the Money Laundering Directive*
Retrieved from http://ivd.net/fileadmin/user_upload/bundesverband/Presse/Presse_englisch/2012-10-15_Position_IVD__regarding_AMLD.pdf
- Bureš, I. (1996). *10 zlatých pravidel prodeje: prodávat je snazší než dávat*. 3. rozš. vyd. Praha: Management Press
- Coldwell Banker*. (2014). Retrieved from <http://franchising.cz/franchisa/95/coldwell-banker/>
- Coldwell Banker Česká republika*. (2014). Retrieved from <http://reality.idnes.cz/rk/detail/coldwell-banker-ceska-republika/1351>
- Coldwell Banker. (2014). *O nás*. Retrieved from <http://www.coldwellbanker.cz/o-nas/>
- Czech Trade. (2013a). *Desatero pro obchodování s USA*. Retrieved from <http://www.czechtrade.cz/czechtrade-svet/amerika/obchodovani-usa/>

- Czech Trade. (2013b). *Deset rad pro obchodování s Kanadou*. Retrieved from <http://www.czechtrade.cz/czechtrade-svet/amerika/obchodovani-kanada/>
- Český statistický úřad. (2013). *Průměrné mzdy-2.čtvrtletí 2013*. Retrieved from <http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/cpmz090613.doc>
- ČSÚ: *Ceny bytů a domů v ČR od roku 2008 klesly o 9 procent*. (2013). Retrieved from <http://www.finance.cz/zpravy/finance/383837-csu-ceny-bytu-a-domu-v-cr-od-roku-2008-klesly-o-9-procent/>
- Definition: Housing market*. (2014). Retrieved from http://www.investorwords.com/7650/housing_market.html#ixzz2vm8r7aIH
- Definition: real estate agency*. (2014). Retrieved from <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/estate-agency>
- Definice: realitní kancelář a realitní makléř*. (2014). Retrieved from <http://www.realitni-kancelare.com/definice-realitni-kancelare-a-maklere/>
- Detail oboru - Realitní inženýrství*. (2014). Retrieved from <http://www.vutbr.cz/studium/ects-katalog/detail-oboru?oid=7945>
- Dobrijević, G. (2009). *Strategija poslovnog pregovaranja u savremenim organizacijama* (Disertační práce). Univerzitet Singidunum Beograd, departman poslediplomskih studija. Retrieved from <http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&ved=0CGoQFjAG&url=http%3A%2F%2Fwww.singipedia.com%2Fattachment.php%3Fattachmentid%3D747%26d%3D1276614870&ei=E2gnU5CtDqTd7QbKwYGQCg&usg=AFQjCNF6NfQpVaIpIU7rnD-3LTqdC-C5uw&sig2=ChLFIdOwta2mbPw8kxYWLQ&bvm=bv.62922401,d.ZGU>
- Dobrijević, G. (2007). *Pretpostavke uspešnog multikulturalnog poslovnog pregovaranja*. Retrieved from <http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CDEQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.singipedia.com%2Fattachment.php%3Fattachmentid%3D858%26d%3D1277125017&ei=0JA5U5WpIoO9ygOAxoDABQ&usg=AFQjCNEy7VT2mlOCXX3k-tUAvqAoy16ndQ&sig2=5Q0uP5rNVOKmeAKekOJ60Q&bvm=bv.63808443,d.bGQ>
- Elwood, G. (2009). *Eliminate This Behavior and Become More Effective*. Retrieved

from <http://www.proquesttechnologies.com/real-estate-sales-tips/eliminate-effective.html>

English definition of “real estate market” (2014). Retrieved from <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/business-english/real-estate-market?q=real+estate+market>

E-právo. (2013a). *203/1925 Sb. Zákon ze dne 19. srpna 1925, kterým se některé obory soukromého zprostředkování prohlašují za živnost koncesovanou ve smyslu živnostenského řádu (zákona)*. Retrieved from <http://www.epravo.cz/vyhledavani-aspi/?Id=4003&Section=1&IdPara=1&ParaC=2>

E-právo. (2013b). *14/1943 Sb. Vládní nařízení ze dne 13. ledna 1943 o dočasných omezeních v živnostenském a jiném výdělečném podnikání*. Retrieved from <http://www.epravo.cz/vyhledavani-aspi/?Id=10571&Section=1&IdPara=1&ParaC=2>

Etiketa darování a přijímání darů a dárků v rámci obchodních vztahů (2011). Retrieved from <http://www.ipodnikatel.cz/Obchodni-jednani/etiketa-darovani-a-prijimani-daru-a-darku-v-ramci-obchodnich-vztahu.html>

European Council of Real Estate Professions. (2014). *Access to the profession of property agent-Poland*. Retrieved from <http://www.cepi.eu/index.php?page=pl-pologne-2&hl=en>

Experts Predict 2014 Housing Market. (2014). Retrieved from [http://www.huffingtonpost.com/realtorcom/experts-predict-\(2014\).-hous_b_4520120.html](http://www.huffingtonpost.com/realtorcom/experts-predict-(2014).-hous_b_4520120.html)

Fakulta financí a účetnictví Vysoká škola ekonomická v Praze. (2014). *Navazující magisterské studijní obory otevírané v akademickém roce 2014/2014*. Retrieved from http://www.vse.cz/prijimacky/soubory/F1_mgr_13.pdf

Farr, A. (2014). *Negotiation skills*. Retrieved from <http://www.icaew.com/~media/files/qualifications-and-programmes/aca/aca-students/initial-professional-development/negotiation-skills-webinar-slides.pdf>

Filáček, J. (2010). *Dopad změn sazeb ČNB do ekonomiky* Retrieved from http://wiki.rvp.cz/Kabinet/Ucebni_texty/%C4%8Clov%C4%9Bk_a_spole%C4%8Dnost_-_m%C4%9Bnov%C3%A1_politika/5._Dopad_zm%C4%9Bn_sazeb_%C4%8CNB_do_

ekonomiky

Firemní jednání: etiketa (2014). Retrieved from <http://businessculture.org/cz/western-europe/germany/cost-of-living-in-germany/>

Fířtík, T. (2014). *Jak se stát realitním makléřem?* Retrieved from <http://www.ckrk.cz/aktualita/39/jak-se-stat-realitnim-maklerem>

Fisher, R., William U., & Patton B. (2011). *Jak dosáhnout souhlasu: zásady úspěšného vyjednávání*. 3. vyd. Překlad Aleš Lisa. Praha: Management Press

Foleger, J. (2013). *What To Expect From The Real Estate Market In 2014*. Retrieved from <http://www.investopedia.com/articles/personal-finance/122013/what-expect-real-estate-market-2014.asp>

Forbes Ley, D. (1995). *Nejlepší obchodník*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing

Francouzi mají pověst zatvrzelých a obtížných vyjednavačů. (2005). Retrieved from <http://hn.ihned.cz/c1-17229670-francouzi-maji-povest-zatvrzelych-a-obtiznych-vyjednavacu>

Gaddis, G. (2013). *The Top Negotiation Trap That Can Cost Your Business*. Retrieved from <http://www.forbes.com/sites/gaygaddis/2013/09/16/the-top-negotiation-trap-that-can-cost-your-business/>

Geographic farming. (2014). Retrieved from <http://www.realestatewebmasters.com/glossary/geographic-farming/>

Gobel, R. (2012). *6 Steps To Becoming A Real Estate Agent*. Retrieved from <http://www.investopedia.com/articles/professionaleducation/10/6-steps-becoming-a-real-estate-agent.asp>

Goldschein, E. (2012). *The Complete History Of US Real Estate Bubbles Since 1800*. Retrieved from <http://www.businessinsider.com/the-economic-crash-repeated-every-generation-1800-2012-1?op=1>

Gosselin, T. (2007). *Practical Negotiating tools tactics and technique*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken. Retrieved from http://books.google.cz/books?id=JLsH_iRE2UEC&pg=PA211&lpg=PA211&dq=GOSS+ELIN,+Tom.+Practical+Negotiating+tools+tactics+and+technique&source=bl&ots=W-on9wd_FW&sig=NMcqCklAL_vh7VJFLB-8Nn8GtDc&hl=cs&sa=X&ei=jJE5U_y3B-

G7ygOFqIDgDA&ved=0CEcQ6AEwAg#v=onepage&q=GOSSELIN%2C%20Tom.%20Practical%20Negotiating%20tools%20tactics%20and%20technique&f=false

Graham, J.L. (1985). *"The Influence of Culture on the Process of Business Negotiations: An Exploratory Study"*, *Journal of International Business Studies*, Vol. 16. Retrieved from <http://staging-secure.palgrave-journals.com/jibs/journal/v16/n1/pdf/8490443a.pdf>

Great Depression. (2014). Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/Great_Depression

Hájáková, A. (2007). *Obchodní jednání jako hra: naučte se vyhrávat*. Retrieved from http://finance.idnes.cz/obchodni-jednani-jako-hra-naucte-se-vyhravat-fmf-/viteze.aspx?c=A070309_132353_fi_osobni_vra

Hovorková, K. (2010). *Vyznat se v titulech je v Česku složité. Italové si s nimi hlavu nelámou*. Retrieved from http://finance.idnes.cz/vyznat-se-v-titulech-je-v-cesku-slozite-italove-si-s-nimi-hlavu-nelamou-1m6-/podnikani.aspx?c=A100525_1390087_zamestnani_sov

How Do You Qualify To Be a Real Estate Agent in France. (2014). Retrieved from <http://englishspeakingrealestateagentsfrance.com/how-do-you-qualify-to-be-a-real-estate-agent-in-france/>

How to Win a Business Negotiation. (2013). Retrieved from <http://www.entrepreneur.com/article/226009>

Hrušová, M. (2013). *Pohled do minulosti: Úrokové sazby u hypoték 15 procent a zvýšení nájmu o sto procent*. Retrieved from <http://www.hypindex.cz/pohled-do-minulosti-urokove-sazby-u-hypotek-15-procent-a-zvyseni-najmu-o-sto>

Hrušovský, P. (2008). *Prvním krokem k úspěšnému jednání je správná volba restaurace*. Retrieved from http://finance.idnes.cz/prvnim-krokem-k-uspesnemu-jednani-je-spravna-volba-restaurace-pbj-/podnikani.aspx?c=A080317_165858_firmy_rady_plo

Jak vyjednat slevu na nemovitosti. (2012). Retrieved from <http://www.czechpoint101.com/nemovitosti/investicni-poradenstvi/jak-vyjednat-slevu-na-nemovitosti/>

Jobber, D., & Lancaster, G. (2009). *Selling and Sales Management*. Edinburgh: Pearson Education

- Kakvo ponašanje izbjegavati za bolju učinkovitost?* (2013). Retrieved from <http://blog.dimedia.hr/ostalo/kakvo-ponasanje-izbjegavati-za-bolju-ucinkovitost/>
- Kemeny, J. (1992). *Housing and Social Theory*. New York: Routledge. Retrieved from <http://www.questia.com/read/103443080/housing-and-social-theory>
- Khelerová, V. (1999). *Komunikační a obchodní dovednosti manažera*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing
- Kiyosaki T, R. (2012). *Velká kniha realitního byznysu: opravdové zkušenosti předních makléřů : překonejte strach, vytvořte finanční budoucnost*. Hodkovičky [i.e. Praha]: Pragma,
- Klapetek, M. (2008). *Komunikace, argumentace, rétorika*. 1. vyd. Praha: Grada. Retrieved from http://www.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=Mt_s0skkqfQC&oi=fnd&pg=PA7&dq=argumentace+obchodn%C3%ADho+jedn%C3%A1n%C3%AD&ots=5PqFqQMhS5&sig=o3arxWbNvJCc5oW0YcOXdVRPUck&redir_esc=y#v=onepage&q=argumentace%20obchodn%C3%ADho%20jedm%C3%A1n%C3%AD&f=false
- Kučera, J. (2006). *Garážové reality*. Retrieved from <http://hn.ihned.cz/c1-25559830-garazove-reality>
- Kuchář, V. (2014). *Jak úspěšně vést obchodní jednání*. Retrieved from <http://www.marketingova-kancelar.cz/tipy-zdarma/jak-uspesne-vest-obchodni-jednani>
- Kumrić, I. (2014). *Tehnika i Taktika Argumentovanja*. Retrieved from <http://sr.scribd.com/doc/37960114/Tehnika-i-Taktika-Argumentovanja>
- Lesikar, R.V. (1988). *Basic business communication*. 4th ed. Homewood, Ill.: Irwin
- Linhart, J. (2011). *Principiální vyjednávání*. Retrieved from <http://www.slideshare.net/JakubLinhart/principialni-vyjednavani>
- Logika šahista vrijedi i za pregovore*. (2006). Retrieved from <http://liderpress.hr/arhiva/10815/>
- Lux, M. & Mikeszova M. (2012). *Property Restitution and Private Rental Housing in Transition: The Case of the Czech Republic. Housing Studies*. Retrieved from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02673037.2012.629643>
- Macáková, L. (1992). *Mikroekonomie: základní kurz*. vyd. 2. Jinočany: H

Maier, K. & Čtyroký, J. (2000). *Ekonomika územního rozvoje*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing

Mašek, F. (2012). *Levnější nemovitosti a nízké úrokové sazby zvyšují zájem o hypotéky*. Retrieved from <http://penize.ihned.cz/c1-58211400-levnejsi-nemovitosti-a-nizke-urokove-sazby-zvysuji-zajem-o-hypoteky>

Mckenna, C., Kurek T. & Górski J. (2012). *Deregulation of real estate related professions in Poland* Retrieved from <http://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=a4e000a2-c228-49b1-83d4-ac17e2b0c6e1>

Ministerstvo pro místní rozvoj, Ministerstvo průmyslu a obchodu, Ministerstvo financí & Ministerstvo spravedlnosti. (2012). *Analýza současné situace v oblasti podnikání realitních kanceláří i a návrh variant řešení*. Retrieved from <http://www.arkcr.cz/docs/Analyza.pdf>

Ministerstvo zahraničních věcí České republiky.(2014).*Obchodní kultura v USA*. Retrieved from http://www.mzv.cz/washington/cz/obchod_a_ekonomika/vstup_na_us_trh/obchodni_kultura_v_usa/index.html

National Association of Realtors (2014). *Market situation*. Retrieved from <http://www.realtor.org/intlprof.nsf/All/Austria?OpenDocument>

Nedomová, A., Bušítková, L., Heřmanová, E., Kostecký, T, Vajdová, Z. & Vojtěchovská P. (1999). *Trh bydlení, jeho regionální diference a sociální souvislost*. Retrieved from http://studie.soc.cas.cz/upl/texty/files/148_99-2wptext.pdf

Nondek, L. & Řenčová, L. (2000). *Internet a jeho komerční využití*. 1. vyd. Praha: Grada

Novotný, J. *Proč exkluzivita?* (2012). *Často kladená otázka*. Retrieved from http://www.arkcr.cz/?c_id=2009

Nejčastější chyby v obchodním jednání a komunikaci (2014). Retrieved from <http://www.contrust.cz/nejcastejsi-chyby-spojene-s-obchodnim-jednanim/>

Páč, L. (2013). *Analýza možnosti zkvalitnění služeb v oblasti zprostředkování obchodu s nemovitostmi v podmínkách České republiky* (Diplomová práce). Retrieved from <https://dspace.vutbr.cz/xmlui/bitstream/handle/11012/23562/Bc.%20Lubor%20P%C3%99%20-%20Anal%C3%99za%20mo%C3%BDnost%C3%AD%20zkvalitn%C3%A9n%C3%AD%20slu%C3%B1eb%20v%20oblasti%20zprostredkov%C3%A1n%C3%AD%20obchodu%20s%20nemovitostmi%20v%20podm%C3%ADnk%C3%A1ch%20%C4%8Cesk%C3%A9%20republiky>

A1%C4%8D%20-%20diplomova%20prace%20K%20ODEVZDANI.pdf?sequence=1.

Pavlíček, P. (2014). *Makléře nestačí pouze školit, podstatnější je jejich výběr.*

Retrieved from <http://www.ckrk.cz/aktualita/31/maklere-nestaci-pouze-skolit-podstatnejsi-je-jejich-vyber>

Podlešák, P. (2009). *Povolání: realitní makléř.* Retrieved from

<http://www.novinky.cz/kariera/163459-povolani-realitni-makler.html>

Poslovni pregovori.(2012). Retrieved from

<http://studenti.rs/skripte/ekonomija/poslovni-pregovori/>

Preston, S. (2012). *Seven steps to negotiation success.* Retrieved from

<http://www.supplymanagement.com/analysis/features/2012/seven-steps-to-negotiation-success>

Příprava před schůzkou s obchodním partnerem. (2011). Retrieved from

<http://www.ipodnikatel.cz/Obchodni-jednani/priprava-pred-schuzkou-s-obchodnim-partnerem/Strana-2.html>

Riley, M. (2011). *Exclusive Vs. Non-exclusive Buyer Agency Agreement.* Retrieved from

<http://voices.yahoo.com/exclusive-vs-non-exclusive-buyer-agency-agreement-10340867.html?cat=54>

Rodriguez, J. (2014). *Four Phases of Negotiation Process.* Retrieved from

<http://construction.about.com/od/Construction-Management/tp/Four-Phases-Of-Negotiation-Process.htm>

Rules to be a real estate agent in Europe. (2014). Retrieved from

<http://www.realigro.com/guide-home-sellers/real-estate-agent-europe.php>

Sanibel, M. (2009). *The Art of Negotiating.* Retrieved from

<http://www.entrepreneur.com/article/203168>

Sekce školení obchodních dovedností: Po uzavření obchodu se s klientem dál bav o

životě. (2014). Retrieved from <http://www.btc.cz/po-uzavreni-obchodu-se-s-klientem-dal-bav-o-zivote,154.html>

Seznam realitních kanceláří. (2014). Retrieved from <http://www.sreality.cz/adresar>

Smith, S. (2014). *Estate agents and Loi Hoguet.* Retrieved from

<http://www.anglophone-direct.com/Estate-agents-and-the-Loi-Hoguet>

- Soft Skills*. (2014). Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Soft_skills
- Spilka, J. (2006). *Chcete prodat byt: Sám, nebo s realitní kanceláří?* Retrieved from <http://www.mesec.cz/clanky/chcete-prodat-byt-sam-nebo-s-realitni-kancelari/>
- Staff, P. (2013). *5 Tips for Closing the Deal*. Retrieved from <http://www.pon.harvard.edu/daily/sales-negotiations/5-tips-for-closing-the-deal/>
- Stammers, R. (2013). *How Interest Rates Affect Property Values*. Retrieved from <http://www.investopedia.com/articles/mortgages-real-estate/08/interest-rates-affect-property-values.asp>
- Staša, J. & Srbová, I. (2005). *Zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) a předpisy související. Komentář. 4. doplněné a přepracované vydání*. Praha: C.H.Beck
- Synek, M a kolektiv. (2011). *Manažerská ekonomika*. Praha: Grada Publishing
- Ševčíková, I. (2007). *Vázané a jistotní účty, alternativy notářské úschovy*. Retrieved from <http://www.mesec.cz/clanky/vazane-a-jistotni-ucty/>
- Špaček, L. (2012). *Business etiketa a komunikace: [jak být úspěšným manažerem, politikem, realitním makléřem, finančním poradcem, úředníkem veřejné správy]*. Vyd. 1. Praha: L. Špaček
- The German real estate professional association, IVD Bundesverband* (2014). Retrieved from <http://www.worldproperties.com/en/CountryInfo/Germany/IVD-germany.aspx>
- Tompson, L. (2014). *Difference Between Real Estate Agents and Brokers*. Retrieved from <http://work.chron.com/difference-between-real-estate-agents-brokers-13311.html>
- Timeline of the United States housing bubble*. (2014). Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/Timeline_of_the_United_States_housing_bubble
- Trump, D.J. (2014). *Advice for New Real Estate Agents*. Retrieved from <http://www.evancarmichael.com/Entrepreneur-Advice/576/Advice-For-New-Real-Estate-Agents.html>
- Usa: Rozverná show na veletrhu, konzervatismus při obchodním jednání* (2005). Retrieved from <http://hn.ihned.cz/c1-16830720-usa-rozverna-show-na-veletrhu-konzervatismus-pri-obchodnim-jednani>
- V Americe varují před realitní bublinou. Zatím ale funguje "poptávková korekce"*.

(2014). Retrieved from <http://byznys.ihned.cz/c1-61077160-v-americe-varuji-pred-reality-bublinou-zatim-ale-funguje-poptavkova-korekce>

Vichnarová, L. (2001). *Někde si potrpí na oblečení, jinde na dochvilnost*. Retrieved from <http://finance.idnes.cz/nekde-si-potrpi-na-obleceni-jinde-na-dochvilnost-ftq-/podnikani.aspx?c=2001M182Z01A>

Vysoká škola realitní - Institut Franka Dysona: *Makléř- praktická cvičení I*. (2014). Retrieved from http://www.fdyson.cz/makler_cviceni_I.html

Výjednávání (2014). Retrieved from <http://www.realite.cz/clanky/vyjednavani.html>

Všeobecné podmínky pro živnost, poplatky (2014). Retrieved from <http://www.jakpodnikat.cz/vseobecne-podminky-ziskani-zivnosti.php>

Wage, J.L. (2002). *Řeč těla jako účinný nástroj prodeje*. vyd. 5. Praha: Management Press

Zahradníčková, M. (2008). *Pohled do rakouského živnostenského řádu*. Retrieved from <http://www.aplikovanepravo.cz/clanky-pdf/79.pdf>

Zamykalová, M. (2003). *Mezinárodní obchodní jednání*. 1.vyd. Praha: Professional Publishing

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. (2014). Retrieved from <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/>

Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník: Část třetí Obchodní závazkové vztahy Hlava II: Zvláštní ustanovení o některých obchodních závazkových vztazích Díl XVII: Smlouva o zprostředkování. (2014). Retrieved from <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/cast3h2d17.aspx>

Zdražil, V. (2004). *Převod bytů do osobního vlastnictví není všelékem*. Retrieved from http://finance.idnes.cz/prevod-bytu-do-osobniho-vlastnictvi-neni-vselekem-fwu-/spor.aspx?c=A040226_112225_fi_osobni_vra

25 Predictions in Commercial Real Estate in 2014: Key insights and trends impacting the world of commercial real estate in the year ahead (2014). Retrieved from [http://www.colliers.com/en-us/insights/market-news/\(2014\).-commercial-real-estate-predictions#.UxuQTIXX-0U](http://www.colliers.com/en-us/insights/market-news/(2014).-commercial-real-estate-predictions#.UxuQTIXX-0U)

III. Seznam grafů a schémat

Graf 1: Vymezení respondentů obchodujících s nemovitostmi	27
Graf 2: Využití služeb realitních kanceláří při prodeji/koupi či pronájmu nemovitosti ..	28
Graf 3: Způsob, jakým se respondenti dověděli o jimi vybrané realitní kanceláři	28
Graf 4: Preference výběru realitní kanceláře na základě místa působení	29
Graf 5: Výběr smluvního zastoupení	30
Graf 6: Okolnosti ovlivňující respondenty při rozhodování se o uzavření výhradního zastoupení	30
Graf 7: Okolnosti bránící respondentům uzavřít výhradní zastoupení	31
Graf 8: Kvalita služeb realitní kanceláře	32
Graf 9: Soulad poskytnutých služeb s nabídkou na webových stránkách	32
Graf 10: Postrádané služby	33
Graf 11: Profesionalita realitního makléře	34
Graf 12: Samostatnost realitního makléře	34
Graf 13: Znalosti realitního makléře	35
Graf 14: Ochota realitního makléře	35
Graf 15: Dochvilnost realitního makléře	36
Graf 16: Upravenost realitního makléře	36
Graf 17: Celková spokojenost s realitním makléřem	37
Graf 18 : Realitní makléř a realitní kancelář, přínosy v transakci s nemovitostmi	37
Graf 19: Návrhy potenciálních změn v průběhu transakce s nemovitostmi	38
Graf 20: Pohlaví respondentů	38
Graf 21: Věk respondentů	39
Graf 22: Vzdělání respondentů	39
Graf 23: Příjmové skupiny respondentů	40
Graf 24: Spolupráce realitních kanceláří v minulosti	41

Graf 25: Zázemí realitních makléřů, se kterými byla uskutečněná spolupráce	42
Graf 26: Zájem realitních makléřů o kooperaci	42
Graf 27: Důležitost image velkých realitních kanceláří při výběru partnera pro kooperaci	43
Graf 28: Četnost kooperace realitních makléřů	43
Graf 29: Přínos kooperace	44
Graf 30: Důvody, které bránily uskutečnění kooperace	45
Graf 31: Rozhodující kritéria pro uskutečnění kooperace realitních makléřů	45
Graf 32: Pohlaví respondentů	46
Graf 33: Věk respondentů	47
Graf 34: Vzdělání respondentů	47
Graf 35: Příjem z realitní činnosti	48
Schéma 1: Specifikace odborné způsobilosti pro výkon realitní činnosti	61
Schéma 2: Specifikace odborné způsobilosti pro provoz realitní kanceláře	63

IV. Seznam příloh

Příloha 1: Specifika obchodního jednání v rámci realitního trhu - dotazník pro koncové klienty

Příloha 2: Dotazník „Spolupráce realitních makléřů při zprostředkování prodeje/koupi nemovitosti“

V. Přílohy

Příloha 1: Specifika obchodního jednání v rámci realitního trhu - dotazník pro občany

Jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a tento dotazník slouží pro vypracování Bakalářské práce s názvem „Specifika obchodního jednání v rámci realitního trhu„ Všechny odpovědi jsou zcela anonymní.

Otázka č.1. Prodával/a, kupoval/a či pronajímal/a jste někdy nějakou nemovitost (rodinný dům, byt, nebytový prostor, pozemek aj.) ?

(V případě kladné odpovědi, pokračujte, prosím, otázkou č.2; v případě záporné odpovědi, pokračujte, prosím, k identifikačním údajům)

- Ano
- Ne

Otázka č.2. Využil/a jste při pronájmu/prodeji/koupi Vaší nemovitosti služeb realitní kanceláře?

(V případě záporné odpovědi, pokračujte, prosím, k identifikačním údajům)

- Ano
- Ne

Otázka č.3. Jak jste se dozvěděl/a o Vámi vybrané realitní kanceláři?

- Doporučení od známých
- Internetový vyhledávač (Seznam.cz, Google.com, apod.)
- Internetová diskuze
- Pouliční reklama (billboard, plachta, apod.)
- Jiné, specifikujte

Otázka č.4. Realitní kancelář se kterou jste spolupracoval/a byste označil jako:

- Místní realitní kancelář
- Regionální realitní kancelář

- Celostátní realitní kancelář

Otázka č.5. Jaké zastoupení jste měl/a?

(V případě odpovědi „výhradní“ odpovězte na otázku č.6. V opačném případě odpovězte na otázku č.7.)

- Výhradní (exklusivní)
- Nevýhradní (neexklusivní)
- Žádné
- Jiné, specifikujte

Otázka č.6. Co Vás přesvědčilo k uzavření výhradního (exklusivního) zastoupení?

- Pozitivní a profesionální vystupování realitního makléře
- Služby, které nabízela realitní kancelář
- Dřívější doporučení od známých
- Opakovaný obchod
- Jiné, specifikujte

Otázka č.7. Co Vám bránilo k uzavření výhradního (exklusivního) zastoupení?

- Realitní makléř nepůsobil přesvědčivě
- Realitní makléř neměl dostatečné znalosti
- Špatná reference realitního makléře či realitní kanceláře
- Vlastní špatná zkušenost
- Vysoké provize
- Nekompletní nabídka služeb
- Jiné, specifikujte

Otázka č.8. Služby, které Vám nabízela realitní kancelář, byste oznámkoval/a jak?

(Oznámkujte jako ve škole, 1-nejlepší, 5-nejhorší)

1-2-3-4-5

Otázka č.9. Odpovídaly služby, které realitní kancelář poskytla, těm, které uváděla např. na vlastních webových stránkách?

(V případě záporné odpovědi, odpovězte, prosím, na následující otázku)

- Ano
- Ne

Otázka č.10. Které konkrétní služby realitní kanceláře jste postrádal/a?

- Úschova kupní ceny u advokáta nebo v bance v rámci jistotního účtu, či depozitního
- Finanční či hypoteční poradce
- Podržení části ceny určené pro zaplacení dani z převodu nemovitosti
- Zpracování daně z převodu nemovitosti
- Odhad nemovitosti
- Zaplacení návrhu na vklad nemovitosti
- Zpracování smlouvy (kupní, smlouvy o smlouvě budoucí, rezervační, nájemní, podnájemní, dohody o převodu členských práv a povinností aj.)
- Jiné, specifikujte

Otázka č.11. Jak byste oznámkoval profesionalitu realitního makléře?

(Oznámkujte jako ve škole, 1-nejlepší, 5-nejhorší)

1-2-3-4-5

Otázka č.12. Pracoval realitní makléř samostatně?

(Oznámkujte jako ve škole, 1-rozhodně ano, 5-rozhodně ne)

1-2-3-4-5

Otázka č.13. Měl realitní makléř znalosti k dané problematice?

(Oznámujte jako ve škole, 1-rozhodně ano, 5-rozhodně ne)

1-2-3-4-5

Otázka č.14. Byl realitní makléř Vám vždy ochotný poradit a vyjít vstříc?

(Oznámujte jako ve škole, 1-rozhodně ano, 5-rozhodně ne)

1-2-3-4-5

Otázka č.15. Dodržoval realitní makléř dohodnuté termíny schůzek?

(Oznámujte jako ve škole, 1-rozhodně ano, 5-rozhodně ne)

1-2-3-4-5

Otázka č.16. Byl realitní makléř vždy upravený?

(Oznámujte jako ve škole, 1-rozhodně ano, 5-rozhodně ne)

1-2-3-4-5

Otázka č. 17. Jak hodnotíte vlastní celkovou spokojenost?

(Ohodnoťte, prosím, na školní stupnici (1-spokojenost, 5-nespokojenost))

1-2-3-4-5

Otázka č. 18.Kdo pro Vás byl větším přínosem při uzavírání obchodu a proč?

(Vepište, zda realitní kancelář, či realitní makléř a zdůvodněte)

Otázka č.19. Pokud byste mohl/a něco změnit v rámci řešení obchodu s realitní kanceláří či realitní agentem, co by to bylo?

(Vepište alespoň dva návrhy)

Otázka č.20. Jste:

- Žena
- Muž

Otázka č.21. Věk:

- do 18 let
- 18-30 let
- 31-40 let
- 41-50 let
- 51-60 let
- více než 60 let

Otázka č. 22. Vzdělání:

- Základní
- Vyučen/a
- Středoškolské s maturitou
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

Otázka č. 23. Do jaké příjmové skupiny byste se zařadil/a?

- Definitivně nadprůměrné
- Spíše nadprůměrné

- Průměrné
- Spíše podprůměrné
- Definitivně podprůměrné

Příloha 2: Dotazník „Spolupráce realitních makléřů při zprostředkování prodeje/koupi nemovitosti“

Otázka č.1. Spolupracoval/a jste v minulosti s jiným realitním makléřem/makléřkou při zprostředkování prodeje/koupi nemovitosti?

- Ano
- Ne

Otázka č.2. Makléř/makléřka, se kterým jste spolupracoval/a je:

- Makléř/makléřka stejné realitní kanceláře
- Makléř/makléřka jiné realitní kanceláře
- Jiné...vysvětlete

Otázka č.3. Spolupracoval/a byste s makléřem/makléřkou jiné realitní kanceláře? (dále jen RK)

- Ano
- Ne

Otázka č.4. Vybírate si pro spolupráci pouze z velkých a známých RK?

- Ano
- Ne

Otázka č.5. Jak často využíváte spolupráci s jinými RK?

- Denně
- Týdně
- Měsíčně
- Jiné.....specifikujte

Otázka č.6. Myslíte si, že spolupráce s jinou RK je pro Vás přínosná? *Pokud je Vaše odpověď "Ne", odpovězte na otázku č. 7, V opačném případě na otázku č.7 neodpovídejte.*

- Ano
- Ne

Otázka č.7. Vyjmenujte, alespoň dva důvody, které Vám brání ve spolupráci

.....

Otázka č.8. Jaké kritérium je pro spolupráci s RK pro Vás rozhodující?

.....

Otázka č.9. Vaše pohlaví.

- Žena
- Muž

Otázka č.10. Věková kategorie.

- 18-25 let
- 26-33 let
- 34-42 let
- 43-50 let
- 51 a více let

Otázka č.11. Vzdělání.

- Základní
- Středoškolské bez maturity
- Středoškolské s maturitou
- Vysokoškolské

Otázka č.12. Měsíční příjem z realitní činnosti.

- Nechci uvádět

- Míň než 10.000,- Kč
- 10.000,- Kč- 15.000,- Kč
- 15.001,- Kč- 20.000,- Kč
- 20.001,- Kč- 30.000,- Kč
- 30.001,- Kč a více