

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Ústav podnikové ekonomiky a managementu

Analýza rezidenčního trhu nemovitostí
Tomáš Šubrt

Bakalářská práce
2019

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Akademický rok: 2018/2019

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Tomáš Šubrt**
Osobní číslo: **E16506**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Ekonomika a provoz podniku**
Název tématu: **Analýza rezidenčního trhu nemovitostí**
Zadávající katedra: **Ústav podnikové ekonomiky a managementu**

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

Cílem práce je provést analýzu rezidenčního trhu nemovitostí, popis subjektů působících na trhu nemovitostí včetně vymezení trhu nemovitostí. Práce se dále bude zabývat komparací developerských projektů ve vybraném regionu.

Osnova:

- Charakteristika subjektů vstupujících na trh nemovitostí.
- Trh nemovitostí.
- Faktory ovlivňující cenu nemovitosti.
- Financování rezidenční výstavby.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: cca 35 stran

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

HLADÍLEK, M. Nemovitosti jsou mé radosti. 2. vydání. Zlín: Tigris, spol. s r.o., 2016, 133 s. ISBN 978-80-7490-096-9.

HYBLEROVÁ, Š. Zdroje financování bytové výstavby v České republice se zaměřením na hypoteční úvěr. V Liberci: TU, 2010, 118 s. ISBN 978-80-7372-673-7.

KUDA, F. a LUX, M. Bydlení v regionech: (důsledky regionálních rozdílů v dostupnosti bydlení). Praha: Professional Publishing, 2010, 152 s. ISBN 978-80-7431-026-3.

LUX, M. a KOSTELECKÝ, T. Bytová politika: teorie a inovace pro praxi. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON) v koedici se Sociologickým ústavem AV ČR, 2011, 229 s. Studijní texty. ISBN 978-80-7419-068-1.

POLÁKOVÁ, O. Bydlení a bytová politika. Praha: Ekopress, 2006, 294 s. ISBN 80-86929-03-5.




Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Liběna Černožorská, Ph.D.

Ústav ekonomických věd


Datum zadání bakalářské práce: 3. září 2018

Termín odevzdání bakalářské práce: 30. dubna 2019



doc. Ing. Romana Provažníková, Ph.D.
děkanka

L.S.



doc. Ing. Marcela Kožená, Ph.D.
vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 3. září 2018

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem tuto práci s názvem „Analýza rezidenčního trhu nemovitostí“ vypracoval samostatně. Veškeré literární prameny, zdroje a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako Školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47 b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 9/2012, bude práce zveřejněna v Univerzitní knihovně a prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

PODĚKOVÁNÍ

Rád bych touto cestou poděkoval své vedoucí práce paní Ing. Liběně Černožorské, Ph.D., za odbornou pomoc, cenné rady, vstřícné jednání a trpělivost při zpracování této práce. Dále bych rád poděkoval panu Jakubu Janišovi z realitní kanceláře Fortunae za poskytnutí potřebných informací o vybraném developerském projektu. Velké poděkování patří také mé rodině, která mi byla oporou při zpracování práce.

ANOTACE

Bakalářská práce se zabývá rezidenčním trhem nemovitostí. Teoretická část se zaměřuje na vymezení jednotlivých dílčích segmentů nemovitostního trhu. Práce se dále věnuje způsobům, které jsou využívány při financování nemovitostí. Poté je teoreticky formulována problematika developerské činnosti. Praktická část bakalářské práce se zaměřuje na provedení komparace developerských projektů zahrnující dílčí analýzu rezidenčního trhu ve vybraném regionu.

KLÍČOVÁ SLOVA

Rezidenční trh, developerský projekt, nemovitost, bytová jednotka

TITLE

Residential real estate market analysis

ANNOTATION

The bachelor thesis deals with the residential real estate market. The theoretical part focuses on the definition of individual segments of the real estate market. The thesis also deals with the ways that are used in real estate financing. Then, the issue of developer activity is theoretically formulated. The practical part of the bachelor thesis focuses on the implementation of a comparison of development projects involving a partial analysis of the residential market in the selected region.

KEYWORDS

Residential market, developer project, real estate, housing unit

OBSAH

Seznam obrázků	9
Seznam tabulek	9
Seznam zkratk	10
Úvod	11
1 Trh Nemovitostí	12
1.1 Trh s maloobchodními prostory.....	12
1.2 Trh s kancelářskými prostory	13
1.3 Trh s průmyslovými prostory	14
1.4 Trh s rezidenčními nemovitostmi	15
1.4.1 Charakteristika subjektů vstupujících na trh nemovitostí.....	16
1.4.2 Faktory ovlivňující cenu nemovitostí	18
1.4.3 Dostupnost bydlení a bytová politika státu.....	19
1.4.4 Formy bydlení.....	19
2 Financování nemovitostí.....	21
2.1 Systém stavebního spoření.....	21
2.2 Financování prostřednictvím hypotečního úvěru	22
2.3 Podnikatelské financování bydlení	24
3 Developerský projekt.....	25
3.1 Pojem developerský projekt.....	25
3.1.1 Fáze developerského projektu	25
3.2 Rizika developerských projektů.....	27
3.3 Využití marketingu	28
4 Komparace developerského projektu	30
4.1 Projekt Medium park Hradec Králové.....	30
4.1.1 IMOS Development	31
4.1.2 Fortuna	33
4.2 Lokalita projektů.....	33
4.2.1 Vyhodnocení lokality.....	35

4.3	Skladba bytových jednotek projektu Medium park	35
4.4	Dílčí analýza rezidenčního trhu ve vybraném regionu	38
4.4.1	Dynamika trhu s byty v průběhu prodeje projektu	39
4.4.2	Vývoj cen nových bytů v ČR.....	40
4.4.3	Faktory ovlivňující cenu projektu Medium park	41
4.5	Srovnání cen projektu Medium park	42
4.6	Prodej projektu Medium park	43
4.6.1	Propagační aktivity projektu Medium park	43
4.6.2	Postup prodeje.....	45
4.6.3	Průběžné výsledky prodeje	45
4.7	Ekonomické vyhodnocení včetně financování rezidenční výstavby	48
4.7.1	Náklady projektu a financování rezidenční výstavby.....	48
4.7.2	Výnosy projektu.....	49
4.7.3	Ekonomické vyhodnocení projektu	50
4.8	Výsledné shrnutí komparace projektů ve vybraném regionu	50
	Závěr	52
	Použitá literatura	53
	Přílohy.....	57

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Reference firmy IMOS development, a.s.	31
Obrázek 2: Situování projektů včetně vyznačených bodů občanské vybavenosti	34
Obrázek 3: Vývoj průměrné velikosti bytů v letech 2009–2018.....	36
Obrázek 4: Komparace skladby bytů projektu Medium park a Taraby	38
Obrázek 5: Počet ročních platů vydaných na nákup bytových jednotek.....	39
Obrázek 6: Srovnání počtu dokončených a zahájených bytů v Královohradeckém kraji ..	40
Obrázek 7: Vývoj cen nových bytů v České republice vyjma Prahy	41

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Skladba bytových jednotek projektu Medium park	36
Tabulka 2: Porovnání velikosti bytů konkurenčních projektů v Hradci Králové.....	37
Tabulka 3: Vývoj ekonomických ukazatelů v Královohradeckém kraji	42
Tabulka 4: Průměrné ceny bytů včetně cenového pásma dle dispozice.....	42
Tabulka 5: Cenové srovnání zkoumaného projektu s konkurenčními projekty	43
Tabulka 6: Propagační aktivity ze strany realitní kanceláře Fortunae	44
Tabulka 7: Postup prodeje bytů dispozice 1+kk.....	46
Tabulka 8: Postup prodeje bytů dispozice 2+kk.....	46
Tabulka 9: Postup prodeje bytů dispozice 3+kk.....	47
Tabulka 10: Postup prodeje bytů dispozice 4+kk.....	47
Tabulka 11: Postup prodeje bytů projektu Medium park.....	48
Tabulka 12: Náklady projektu	49
Tabulka 13: Výnosy projektu	50

SEZNAM ZKRATEK

+kk	Dispozice prostoru
a. s.	Akciová společnost
ČNB	Česká národní banka
ČSÚ	Český statistický úřad
Kč	Koruna česká
LTV	Loan to value
m ²	Metr čtverečný
mil	Milion
Q	Kvartál
s. r. o.	Společnost s ručením omezeným
tis	Tisíc

ÚVOD

Nemovitostní trh se skládá z více dílčích segmentů. Nejvýznamnějším segmentem pro jednotlivce a domácnosti je rezidenční trh nemovitostí. Jedná se o velice specifickou část trhu vytvářející nabídku a poptávku po bytech a domech. Na trhu působí mnoho subjektů s rozdílnými zájmy. Mezi hlavní subjekty patří developerské společnosti realizující komerční výstavbu bytů a domů. Hlavním cílem developerské společnosti je realizovat zisk z výstavby projektů. Příprava i samotná realizace projektu je velmi finančně a časově náročná. O ekonomických výsledcích jednotlivých projektů rozhoduje významně schopnost developerské společnosti prodat veškeré bytové jednotky a domy.

Bakalářská práce nese název analýza rezidenčního trhu nemovitostí a primárně se zabývá bytových trhem ve vybraném regionu. Autor bakalářské práce si ke komparaci developerských projektů vybral rezidenční projekt renomované developerské společnosti.

První kapitola je zaměřena na vymezení trhu nemovitostí na jednotlivé dílčí segmenty. U těchto segmentů jsou zmíněny vyplývající specifika. První kapitola bakalářské práce se zaměřuje především na rezidenční trh nemovitostí. Dále jsou charakterizovány subjekty vystupující na daném trhu. Kapitola se také věnuje problematice faktorů ovlivňující cenu nemovitosti. Následující kapitola zmiňuje způsoby financování nemovitostí, a to jak z pohledu domácností, tak i z pohledu podnikatelských subjektů. V úvodu třetí kapitoly je vymezen pojem developerský projekt včetně vymezení všech fází developerského projektu zahrnující široké spektrum činností developera.

Čtvrtá kapitola bakalářské práce se věnuje komparaci autorem vybraného developerského projektu rezidenčního typu s ostatními konkurenčními projekty situovanými ve vybraném regionu. Zároveň bude provedena dílčí analýza rezidenčního trhu. Před samotnou analýzou bude představen investor a prodejce bytového domu. Poté je vyhodnocena vhodnost občanské vybavenosti lokality blíže zkoumaného projektu. Komparace bude provedena hned z několika úhlů pohledu. Komparována bude skladba bytových jednotek jednotlivých projektů včetně cenového srovnání. U blíže zkoumaného projektu budou shrnuty výsledky prodeje a následně bude provedeno ekonomické vyhodnocení projektu.

Cílem práce je analyzovat rezidenční trh nemovitostí prostřednictvím komparace zvoleného projektu s konkurenčními projekty ve vybraném regionu.

1 TRH NEMOVITOSTÍ

Trh lze charakterizovat jako místo, kde se střetává nabídka a poptávka. Trh je místo skládající se z více částí trhu, které je nutné pro hlubší analýzu segmentovat na dílčí části. Velmi významnou část trhu tvoří komerční nemovitosti. Trh komerčních nemovitostí svou významností ovlivňuje mnoho odvětví jako je například stavebnictví. Fungování trhu nemovitostí je silně závislé na hospodářském cyklu. Zároveň nelze opomenout, že na trh nemovitostí se vztahují tržní zákonitosti související s celým trhem. Trh s komerčními nemovitostmi je dále segmentován na čtyři základní části:

- trh s maloobchodními prostory
- trh s kancelářskými prostory
- trh s průmyslovými prostory
- trh s rezidenčními nemovitostmi

1.1 Trh s maloobchodními prostory

Trh s maloobchodními prostory neboli „retail“ je silně závislý na spotřebních výdajích domácností. Právě výdaje domácností jsou hnacím motorem pro modernizaci a výstavbu nových obchodních center, kamenných prodejen a supermarketů. Příznivost spotřebitelského klimatu láká velké finanční skupiny k investicím do maloobchodních prostor. Investoři také sledují index vývoje návštěvnosti českých nákupních center a pokud index nedosahuje příznivých hodnot, tak je trh nasycen a investoři nevstupují na takto přeplněný trh. Silné finanční skupiny přistupují k investicím především v období zvyšování cen pronájmu těchto prostor. Investoři poté očekávají vysokou návratnost v placeném nájemném. Vyjednávání o výši nájemného závisí na mnoha faktorech a mezi hlavní faktory ovlivňující výši nájemného patří velikost pronajímaného prostoru, lokalita, dopravní dostupnost, vzdálenost nejbližšího konkurenčního obchodního centra a značka nájemce.

Velikost pronajímaného prostoru lze chápat jako dispoziční plochu určenou nájemci k užívání. Prestižnost lokalizace a její ojedinělost umožňuje vlastníkovu nemovitosti stanovovat velikost nájemného velmi vysoko oproti hůře umístěným nákupním centrům. Lokalita úzce souvisí s dopravní dostupností. Atraktivnost lokality společně s dopravní dostupností determinují potenciaální návštěvnost. Především při přípravě nové výstavby jsou tyto dva body pečlivě analyzovány. Vzdálenost konkurenčního obchodního centra snižuje počet možných zákazníků

a umožňuje nájemcům alternativu umístění svého obchodu. Značka nájemce je spojena s vyjednávací silou. Na základě síly obchodní značky dochází k diferenciaci velikosti ceny nájemného za jednotku pronajímaného prostoru. Obchodní centra samozřejmě chtějí mít skladbu obchodů takovou, aby lákala zákazníky za svou oblíbenou značkou. Optimální skladba sice znamená potencionálně větší zájem ze strany zákazníků, ale také znamená menší výnosy z nájmů pro majitele obchodních center. K získání optimální skladby obchodů musí obchodní centra přistoupit k jednání se silnými značkami, které jsou často z pohledu zákazníka velmi oblíbené. Silné značky požadují značná zvýhodnění, a to se odráží do cen nájemného. Výsledkem jednání se silnými značkami je mix obchodů (nájemců), které vyhovují představám zákazníků a odrážejí úspěšnost obchodních center. Developeři nebo majitelé finančních skupin mají přístup k aktuální velikosti tržeb a na základě vývoje tržeb dochází ke změnám vypláceného nájemného.

Trh s maloobchodními prostory je silně upřen na zákazníka. Právě zákazník určuje, jak budou vypadat trendy v této oblasti. Zákazník na českém trhu preferuje neustále vyšší kvalitu a některé standardy v oblasti doprovodných služeb jsou brány jako samozřejmostí. Moderní zákazník je sofistikovanější s přesně vymezenou představou o průběhu nákupu, kdy očekává bezproblémový proces samotného nákupu. Zákazník je charakteristický větším přehledem o běžných cenách produktů, je ochotný svůj nákup odložit na období slev. Kupující chce svůj nákup uskutečnit co nejpohodlněji a pokud možno co nejrychleji. Zákazník využívá obchodní centra jako místo setkávání a trávení volného času. [6]

1.2 Trh s kancelářskými prostory

Trh s kancelářskými prostory nabízí nemovitosti pro různé sektory zabývající se především poskytováním služeb a administrativní činností. Na českém trhu dochází k výstavbě kancelářských prostor především ve velkých městech. Mezi poptávající subjekty dle Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí patří zaměstnavatelé zabývající se IT technologiemi, farmacií, financemi, reklamou a poradenskými službami.

Trh kancelářských prostor je dlouhodobě ovlivňován dvěma faktory. Prvním faktorem je neustálý vstup mladé generace na trh práce. Každá nová generace přináší určitá specifika, na která musejí zaměstnavatelé reagovat a často reagují přizpůsobením pracovních prostor svým zaměstnancům. Druhý faktor vychází z cíle zaměstnavatelů dlouhodobě optimalizovat a snižo-

vat své náklady. Moderní přístupy zaměstnavatelů vycházejí z myšlenky, že kanceláře se mohou stát pouze interaktivním místem k setkávání. To znamená, že zaměstnanci mohou na svých pracovních úkolech pracovat v pohodlí svého domova a své výsledky práce mohou ukládat do datových uložišť.

Většina zaměstnavatelů si uvědomuje, že kancelářské prostory jsou místem pracovního výkonu zaměstnanců a snaží se tyto prostory přiblížit více svým lidem. Vynakládání finančních prostředků na dosažení těchto prostor lze chápat jako nástroj přilákání nových zaměstnanců a udržení těch stávajících. Na umístění kancelářských prostor má rozhodující vliv právě zaměstnanec, kdy jsou prostory umístěny tak, aby to vyhovovalo co největšímu počtu zaměstnanců a bylo možné se do práce rychle a pohodlně dopravit. Za hodnotící kritéria kvality kancelářských prostor jsou považovány také technické parametry. Mezi technické parametry hodnotící kvalitu kancelářských prostor jsou zařazovány design a vybavenost interiéru, šetrnost stavby k životnímu prostředí, zajištění bezpečnosti na pracovišti. Vybavenost interiéru má za cíl vytvořit co nejpříjemnější prostředí pro výkon práce. Pokud se zaměstnanec cítí v daném prostředí pohodlně je větší pravděpodobnost, že bude dosahovat lepších výsledků. Za kvalitně vybavený interiér se nepovažují pouze klimatizované kancelářské prostory, ale inovativní prostory nabízející moderní technologie posouvající společnosti na vyšší úroveň. Top zaměstnavatelé se prezentují snahou podílet se na řešení globálních problémů, a to i tím, že hledají kancelářské prostory v ekonomicky šetrných budovách. [5]

1.3 Trh s průmyslovými prostory

Segment nemovitostí průmyslového trhu lze vymezit jako specifickou část nemovitostního trhu specializovanou pro skladování a výrobu. Developerské společnosti investují do výstavby výrobních a skladovacích prostor s cílem jejich opětovného prodeje či pronájmu. Poptávající subjekty velmi často preferují výstavbu prostor na míru. Výstavba prostor na míru umožňuje poptávajícím subjektům specifikovat své potřeby a tím přizpůsobit prostory tak, aby vyhovovali jednotlivým procesům. Poptávající subjekt samozřejmě optimalizuje náklady a zároveň je kladen důraz na strategické umístění výstavby. Před počátkem projektové fáze je tedy důležité vybrat správně lokalizaci dané nemovitosti. O umístění výrobních či skladovacích prostor rozhoduje kvalita dopravní sítě, dostupnost pracovní síly a její cena. Dále se při rozhodování o umístění prostor přihlíží k umístění strategického partnera a k dostupnosti potřebných surovin.

Výrobci hledají distribuční sítě napříč globální ekonomikou, a to vytváří značné nároky na logistiku a skladování. Hustá dopravní síť s velkým podílem rychlostních silnic a dálnic společně s železniční sítí umožňuje splnit značné požadavky na přesnost logistických operací. Přesnost logistických operací napomáhá bezproblémovosti fungování a je základním předpokladem pro rozvoj výstavby skladovacích a výrobních prostor v daném regionu. Dostupnost kvalifikované pracovní síly, jakož to jednoho z výrobních faktorů je základním faktorem úspěšného fungování každého podniku. Při výběru strategického umístění skladovacích nebo výrobních prostor je primární otázkou dostupnost kvalifikované pracovní síly. Pokud v daném regionu je nízká míra nezaměstnanosti musí budoucí provozovatelé počítat s vyššími náklady na pracovní sílu nebo musí přistoupit k výstavbě prostor v regionu, kde je vyšší dostupnost pracovní síly. Výběr umístění výstavby může ovlivnit umístění strategického partnera, kdy jedna ze základních cílů nové výstavby je snaha být svému partnerovi co nejbližší. Strategickým partnerem může být dodavatel či odběratel. Dostupnost potřebných surovin ovlivňuje výstavbu výrobních prostor. Potřeba klíčové suroviny zcela zásadně ovlivňuje výrobní proces a náklady na dovoz této suroviny by značně snižovali hospodárnost daného provozu. Z tohoto důvodu je v zájmu budoucích majitelů výrobních prostor situovat prostory do blízkosti klíčové suroviny. [4]

1.4 Trh s rezidenčními nemovitostmi

Trh rezidenčních nemovitostí je trh nabídky a poptávky po bytech a domech. Trh nemovitostí rezidenčního typu je součástí tržní ekonomiky. V současné době je tento sektor charakteristický převíšením poptávky nad nabídkou po bytech a domech. Rezidenční trh reaguje na vývoj a chování subjektů na trhu s velkým zpožděním. Bydlení je součástí společnosti a je jednou ze základních lidských potřeb. Jednou z největších položek spotřebních výdajů domácností jsou výdaje na bydlení a energii. Pokud je bydlení dosažitelné v dostatečné kvalitě přispívá k ekonomickému a demografickému vývoji. Naopak pokud dojde k velkému ochlazení trhu dochází k poklesu výstavby, a to s sebou přináší ovlivnění demografického vývoje a dalších aspektů ovlivňující kvalitu života ve společnosti. Správné fungování trhu s rezidenčními nemovitostmi se podílí na dobrém klimatu ve společnosti a napomáhá i trhu práce.

Bydlení je spojováno s domovem, pocitem bezpečí a jistoty. Většina lidí tráví ve svém domě či bytě velkou část svého života. Jediným prostřednictvím bydlení zabezpečuje své základní potřeby (výživa, odpočinek a další nezbytné požadavky). Právo bydlet je zakořeněno v mnoha mezinárodních dokumentech. Bydlení zároveň odráží životní úroveň člověka, velikost jeho příjmů, jeho styl a zařazení sebe sama ve společnosti. Lze tedy jednoznačně říci, že bydlení je pro

jedince podstatné a od toho se může odvíjet i neracionální chování domácností na trhu s rezidenčním bydlením. [3]

Investování na rezidenčním trhu je relativně zajímavé pro svou stabilní výnosnost, a především je dlouhodobě bezpečné. Aby byla investice dlouhodobě vhodně zabezpečena musí být subjekty dostatečně informované a musí disponovat dostatečnými finančními prostředky. Investicí se nerozumí pouze nákup nemovitosti s cílem danou nemovitost pronajímat, ale investicí na rezidenčním trhu lze chápat nákup nemovitosti pro vlastní užívání. Daná investice se nám v případě nákupu nemovitosti pro osobní užívání vrací v rámci imputovaného nájemného. Imputované nájemné představuje potenciální výši nájemného, které by musel vlastník platit za používání cizí nemovitosti, pokud by svou danou nemovitost nekoupil. [21]

Každou nemovitost je možno vnímat jako výjimečný statek. Výjimečnost obchodovaného statku lze charakterizovat tím, že se liší od jiných druhů zboží, a to na základě několika hledisek. Základní odlišností je spojení statku s okolním prostředím a nemožnost daný statek přemísťovat v prostoru. Tento statek je dlouhodobě spotřebováván, a proto je dále charakteristický vysokou cenou. V porovnání s jinými druhy zboží je hodnota nemovitosti dlouhodobě stabilní nebo spíše roste. Další odlišností je různorodost charakteristik spojených s nemovitostí a z toho plynoucí originalita dané nemovitosti (velikost, stáří, kvalita a mnohé další). Jednotlivé charakteristiky vytváří komplexní druh zboží a jsou nazývány jako atributy bydlení. Na kvalitě bydlení se popisuje i fakt, že lokalita a struktura obyvatel zásadním způsobem utváří prostor ve kterém žijeme. [22]

1.4.1 Charakteristika subjektů vstupujících na trh nemovitostí

Subjekty jsou motivovány ke vstupu na trh na základě protichůdných cílů. Strana nabídky je reprezentována především developerskými společnostmi, které jsou motivovány ke vstupu na trh snahou maximalizovat zisk z prodeje nemovitostí. Developerské společnosti mohou chtít zhodnotit své finanční prostředky i prostřednictvím získaného nájemného z pronájmu nemovitostí. Poptávající subjekty se naopak snaží zabezpečit svou potřebu bydlení s minimálními náklady. Na trhu se také vyskytují banky, které poskytují finanční prostředky. Roli zprostředkovatele plní realitní agentury a na fungování celého trhu dohlíží stát.

Developerské společnosti jsou subjekty zabývající se komerčními činnostmi, kdy investují do výstavby rezidenčních nemovitostí s cílem danou nemovitost pronajímat či prodat. Sami danou nemovitost nevyužívají. Developeři se orientují na zákazníky ze střední a vyšší vrstvy,

kdy bonita a dostatečné příjmy klientů zaručují schopnost dostát svých závazků. Developerská činnost je charakteristická vysokým rizikem. Rizikovost toho sektoru je spojena s dlouhodobostí výstavby, kdy náklady vznikají ještě před započítáním výstavby (náklady na zakoupení pozemku, vytvoření projektové dokumentace, administrativní náklady, náklady na propagaci projektu). Společnosti se pokoušejí snižovat riziko spojené s developerskou činností prostřednictvím předprodeje a zároveň se pokoušejí o co nejrychlejší výstavbu. Developerské společnosti potřebují k zabezpečení svých podnikatelských aktivit nemalé finanční prostředky. [18]

Domácnosti lze charakterizovat především jako poptávající subjekty na rezidenčním trhu nemovitostí. Cílem jednotlivců nebo domácností je opatření si vlastního nebo nájemního bydlení. Domácnosti zároveň chtějí minimalizovat náklady vynaložené na zaopatření bydlení. Jak už bylo v práci zmiňováno bydlení je statek, který je dlouhodobě užíván. Ze statistik dlouhodobě vyplývá, že byt mění svého majitele jednou za 20 let. U rodinných domů dochází ke změně vlastnictví jednou za 45 let. Bydlení lze považovat za statek s vysokou pořizovací cenou, kdy domácnosti financují pořízení bytu či domu zpravidla s pomocí bankovních institucí. [3]

Komerční banky hrají důležitou roli na poli realitního trhu, kdy provázanost realitního trhu s bankovním sektorem je nemožné zpochybňovat. Domácnosti i developerské společnosti využívají financování prostřednictvím úvěrů od komerčních bank. Financováním rezidenční výstavby se zabývá celá druhá kapitola. Další institucí ovlivňující rezidenční trh je Česká národní banka. Jejímž hlavním cílem na realitním trhu je omezení úvěrového neboli kreditního rizika, kdy centrální banka vykonává bankovní dohled nad komerčními bankami. Následně se tato instituce bude naopak snažit, aby nedocházelo k čerpání úvěrů lidmi, kteří nebudou schopni svůj úvěrový závazek splnit.

Výraznou roli na poli rezidenčního trhu hraje stát, který trh bedlivě sleduje a ovlivňuje tak nepřímým způsobem rezidenčního trhu. Stát především sleduje sociální aspekty bydlení, protože bydlení by si měl zaopatřit každý sám. Stát by měl pomáhat pouze tam, kde se lidé nemohou z určitých důvodů prosadit na trhu rezidenčních nemovitostí. Důležité postavení na rezidenčním trhu mají realitní kanceláře. Realitní kanceláře plní na trhu nemovitostí roli zprostředkovatele, kdy zabezpečují komplexní služby zákazníkovi v oblasti prodeje a nákupu nemovitostí. Realitní kanceláře by měli především plnit roli odborného garanta segmentu nemovitostí i z tohoto důvodu lze v budoucnu očekávat přísnější změny na nároky týkající se odborné způsobilosti realitních makléřů. [25]

1.4.2 Faktory ovlivňující cenu nemovitostí

Nemalý problém vidí odborníci v problematice stanovení tržní ceny nemovitostí, která je dle Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí ovlivněna řadou parametrů. Mezi hlavní parametry patří zejména příjmy domácností, stabilita trhu práce, demografická situace a dostupnost peněz v ekonomice. Dle amerických autorů Brueggemana a Fishera cenu nemovitostí ovlivňuje především poptávající strana a mezi cenově určující faktory na straně poptávky patří populační růst, složení domácností, zaměstnanost, příjmy domácností, vývoj úrokové sazby, sazby daně z příjmů, náklady vynaložené za pronájem. Vliv jednotlivých faktorů je však velmi složité číselně vyjádřit. [7]

Příjmy domácností jsou významně propojeny se situací na pracovním trhu, jelikož právě situace na pracovním trhu generuje do jisté míry tlak na velikost příjmů domácností. Růst příjmu dodává jistotu domácnostem. Na velikost poptávky pozitivně působí domácnosti, které vidí svou ekonomickou budoucnost kladně. Domácnosti s pozitivní vidinou budoucnosti budou mít větší tendenci k investicím do bydlení. O vstupu domácností na trh nemovitostí rozhoduje i očekávaný budoucí příjem. [3]

Demografická situace společnosti nebo spíše růst velikosti populace udává současný a budoucí potenciaální počet poptávajících subjektů na trhu s nemovitostmi. Například zvyšování průměrného věku populace se podílí na zvyšování poptávky. Pozdější zakládání rodin nebo vyšší rozvodovost vede k potřebě bytů, které jsou obydleny pouze jednou osobou. Demografický vývoj se odráží i na složení bytové struktury na trhu. Bytová struktura a požadavky na bydlení jsou do jisté míry ovlivňovány i životním stylem obyvatelstva. Dnešní dospívající lidé si chtějí více užívat a tvorbu bydlení odkládají na pozdější dobu. [33]

Centrální banky používají mnoho nástrojů k ovlivnění situace na trhu. Jedním z těchto nástrojů je stanovování velikosti úrokových měr. Od velikosti úrokových měr se odvíjí dostupnost peněz ve formě hypotečních úvěrů od komerčních bank. Pokud jsou úrokové míry nízké motivuje tak centrální banka subjekty trhu k investicím. Lze tedy jednoznačně říci, že centrální banka motivuje domácnosti k nákupu nemovitostí. Tento faktor stimuluje jak poptávající, tak i nabízející subjekty. Stav bytového fondu neboli množství nabízených bytů představuje nabídkový faktor ovlivňující cenu nemovitostí. Na množství nabízených nemovitostí má vliv rychlost výstavby a s tím spojená rychlost povolovacích procesů výstavby. Dále je možno jmenovat ceny stavebních prací, ceny pozemků nebo velikost transakčních nákladů.

1.4.3 Dostupnost bydlení a bytová politika státu

Dostupnost bydlení je problém postihující především mladé lidi po studiu nebo obyvatele s nízkými příjmy. Vysoká cena bydlení nemusí být jediným důvodem nedostupnosti bydlení. Dle Kudy a Luxe za nedostupnost bydlení může také: „Nedostupnost určitých typů bydlení či nevhodná struktura bytového fondu v určité oblasti“. Dále je dostupnost bydlení ovlivněna demografickým vývojem.

Rozdíly v dostupnosti se sledují také napříč jednotlivými regiony, ale i uvnitř jednotlivých regionů. Rozdíly lze sledovat i mezi blízkými městy, která jsou od sebe vzdálená několik kilometrů. Důvodem může být rozdílný vývoj nákladů na bydlení v poměru k získaným příjmům. Za obecně udávanou maximálně únosnou míru zatížení výdajů na bydlení je považováno 30 % čistého příjmu domácnosti. Za minimální příjem členů domácnosti po odečtení nákladů nezbytných na zaopatření bydlení lze považovat příjem ve výši 1,5násobku životního minima. [21]

Stát je jedním ze subjektů trhu a chování státu prostřednictvím bytové politiky přímo ovlivňuje fungování trhu nemovitostí. Stát si dává za úkol zabezpečit větší rovnost postavení pro jednotlivé subjekty rezidenčního trhu. Stát, obce a další instituce mají za hlavní priority dvě základní oblasti, a to nastavení správného fungování trhu a za druhé se snaží zvýšit dostupnost bydlení pro osoby s nižšími příjmy. Dosažení obou priorit zároveň je však v praxi často nemožné, protože pokud například dochází ke zvyšování dostupnosti bydlení pro nízkopříjmové skupiny, tak se zároveň snižuje efektivita fungování rezidenčního trhu. Efektivita státu je posuzována na základě dosažení vytyčených cílů při vynaložení přiměřených nákladů. Bytová politika musí být velmi citlivá. Nesprávné nastavení bytové politiky dokáže zmrazit velikost investic do rezidenční výstavby. V nejhorším případě může přispět k nesprávnému fungování trhu. Na druhé straně je stát důležitou součástí trhu a svými zásahy může krátkodobě přispět ke zvýšení kvality bydlení. Především instituce vytvářením norem nastavují pevná pravidla. Jednotlivé normy a pravidla se dotýkají oblastí stavebních procesů a územních plánů. Nastavená pravidla se promítají do povolování nové výstavby. Pokud povolovací proces bude příliš zdlouhavý, tak dochází ke zvyšování nákladů na výstavbu. Zvýšení nákladů na výstavbu se promítne do nabízených cen nebo omezí nabídku na trhu. [23]

1.4.4 Formy bydlení

V České republice dlouhodobě převažuje vlastnické bydlení. Na druhou stranu družstevní bydlení si oproti jiným západním státům Evropy zachovalo pevné postavení dané historickým

vývojem země. Další alternativní formou bydlení je nájemní bydlení. Veškeré specifika forem bydlení určují jednotlivé výhody a nevýhody.

Vlastnické bydlení je v České republice velmi oblíbeno a převážná většina obyvatelů bydlí v rodinných domech. Nová výstavba bytových domů je však díky časové náročnosti povolovacích procesů nižší. Nabídka bytových domů je především soustředěná ve velkých městech. Domácnosti by při rozhodování o koupi vlastního bydlení měli velmi pečlivě zvážit několik věcí a měli by disponovat dostatečným množstvím informací. Především by měla být kladena otázka, zda mají dostatek finančních prostředků ke koupi bydlení. Financování koupě prostřednictvím hypotečního úvěru vyžaduje nutnost mít část vlastních zdrojů, protože banka vždy zapůjčí určitou hodnotu k poměru zástavní hodnoty nemovitosti (LTV tedy „loan to value“). Domácnosti by měli dále počítat s transakčními náklady. [2]

Družstevní bydlení je druhou alternativní formou oproti vlastnickému bydlení, která se týká především bytů. Hned na začátku je nutno stanovit hlavní rozdíl mezi vlastnickým a družstevním bydlením. Hlavní rozdíl lze nalézt v tom, že u družstevního bydlení nedochází ke koupi bytu. Dochází ke koupi družstevního podílu a s tím spojeným právem být nájemcem. Později je možné převést podíl do osobního vlastnictví. Jednoduše řečeno se kupujícího družstevního podílu nestává po koupi vlastníkem, ale pouze oprávněnou osobou k najímání bytu. Nájemce bytu se stává členem družstva a může společně s ostatními rozhodovat o správě družstva. Důvody pro výběr družstevního bydlení mohou být zpravidla cenové. Výhodnější ceny společně bez nutnosti využití financování bankou činí danou alternativní formu bydlení poměrně výhodnou. Mezi hlavní nevýhody je nutné zmínit, že daný byt není v osobním vlastnictví. Existuje tedy nutnost veškeré úpravy bytu nechat schválit družstvem. Mezi další nevýhody patří pravidelné placení nájemného.

Další formou bydlení je nájemní bydlení. Nájemní bydlení si oproti jiným státům v Evropské unii netěší takové popularity. Nájemní bydlení je vhodnou alternativou v období, kdy vlastní bydlení je nedostupné a zároveň velmi nevýhodné. Při rozhodování o výběru formy bydlení by domácnosti měli srovnávat velikost placeného nájmu a velikost měsíčních splátek za opatření vlastního bydlení (nejčastěji forma hypotečních splátek úvěru). Za hlavní výhody je možné považovat výhodnost dle aktuální dostupnosti vlastnického bydlení. Za nevýhody lze považovat pravidelné placení nájemného, nemožnost volně disponovat s bytem. [27]

2 FINANCOVÁNÍ NEMOVITOSTÍ

Kapitola nesoucí název financování bydlení se bude zabývat jednotlivými možnostmi financování nemovitostí. Nejvíce se daná kapitola bude věnovat financování rezidenční výstavby fyzickými osobami. Dále pak budou zmíněny způsoby získávání finančních zdrojů z pohledu investora financujícího určitou nemovitost. Financování bydlení reflektuje ekonomické a sociální aspekty související s bydlením jako výjimečným typem zboží. Existuje celá řada způsobů financování rezidenční výstavby. Fyzické osoby využívají k financování bydlení především vlastní a cizí zdroje. Za vlastní zdroje lze považovat úspory domácnosti, kdy dochází zejména k výstavbě domů nebo rekonstrukcím. Cílem je zaopatřit si vlastní bydlení. Cizí zdroje získávají domácnosti od institucí poskytujících peněžní prostředky. Nejčastější formou poskytnutých cizích zdrojů je financování prostřednictvím hypotečního úvěru. Podmínky získání hypotečního úvěru významně ovlivňují trh s bydlením. Další možností financování je využití možnosti získání úvěru ze systému stavebního spoření. [19]

2.1 Systém stavebního spoření

Systém stavebního spoření je způsob spoření finančních prostředků s možností získání účelového úvěru. Jedná se o poměrně výhodnou formu spoření, a to hned z několika hledisek. Klíčovou výhodou je vyšší úročení a podpora státu. Velikost státní podpory je generována na základě ročních úspor. Celkový systém stavebního spoření se odvíjí od zásady spoluúčasti klienta na tvorbě společných finančních zdrojů. Účastníci stavebního spoření mohou přispívat libovolně dle svých možností. Od účastníků není vyžadována periodicita vkládání finančních prostředků. Stavební spoření může být nabízeno pouze od stavebních spořitelny. Stavební spořitelnu lze specifikovat jako bankovní instituci s příslušným povolením, které se odvíjí od bankovní licence. Ze společných zdrojů stavební spořitelny poskytují zvýhodněné úvěry k financování bydlení po splnění přesně stanovených podmínek. Hlavní podmínka vedoucí k získání účelového úvěru ze stavebního spoření je kumulace finančních prostředků minimálně 24 měsíců. Dále je zpravidla nutné uspořit alespoň 40 % cílové částky. V praxi jsou často zaměňovány dva rozdílné pojmy, a to uspořena částka a cílová částka. Cílová částka v sobě skrývá veškeré vklady navýšené o připsaný úrok, zvýhodnění od státu, hodnotu získaného úvěru. Při spoření je klient klasifikován podle hodnotícího čísla. Hodnotící číslo se tvoří podle zásluhovosti klienta. Hodnotící číslo se odvíjí od velikosti vkladů a době uložení finančních prostředků. Na základě zásluhovosti může klient čerpat úvěr ze stavebního spoření. Úvěr ze stavebního spoření je charakteristický pevnou úrokovou sazbou po celou dobu splácení úvěru. Nejčastěji

se používá k modernizaci a opravám nemovitosti. Účastník má povinnost prokázat, že čerpal finanční prostředky na bytové potřeby. Oproti hypotečnímu úvěru není podmínkou zástava nemovitosti.

Někteří klienti i přestože nesplní stanovené podmínky dosáhnou na úvěr. Tento produkt se nazývá meziúvěr nebo je spíše známý pod označením překlenovací úvěr. Celý systém funguje především na základě tzv. přátelských klientů. Přátelský klient je klient, který spoří a zároveň si nevezme úvěr ze stavebního spoření. Dle Hyblerové: „Stavební spořitelny uvádějí potřebu zhruba šesti přátelských klientů na jednoho úvěrovaného klienta“. Přátelský klient spoří zejména kvůli státní podpoře. Záporom stavebního spoření je nutnost zavázání svých finančních prostředků na období šesti let, kdy s finančními prostředky není možné disponovat dle uvážení účastníka stavebního spoření. [19]

2.2 Financování prostřednictvím hypotečního úvěru

Hypoteční úvěr má nezastupitelnou úlohu v poskytování prostředků na financování bydlení a bytových potřeb. Hypoteční úvěry získávají především fyzické osoby. Hyblerová hypoteční úvěr charakterizuje jako úvěr, kdy: „Věřitel poskytuje dlužníkovi úvěr, jehož splacení je zajištěno zástavním právem k nemovitosti, jež opravňuje věřitele uspokojit svou pohledávku z výnosu z prodeje nemovitosti, která je předmětem zástavního práva, v případě, kdy dlužník neplní své závazky“. [19]

Z výše uvedené definice vyplývají základní charakteristiky daného úvěrového produktu poskytovaného komerčními bankami. Tento bankovní produkt se významně odlišuje od jiných úvěrových produktů. Poskytnutí hypotečního úvěru je podmíněno zástavním právem k dané nemovitosti. Zástavní právo k nemovitosti vyjadřuje zajištění pohledávky z úvěrového obchodu. Je v zájmu banky, aby byl úvěr zajištěn kvalitně. Kvalita zajištění úvěru reflektuje tržní cenu nemovitosti. Nízké riziko hypotečních obchodů dané zástavním právem k nemovitosti umožňuje klientům získat hypoteční úvěr s nižšími úrokovými sazbami v porovnání s jinými úvěry. Nižší úrokové sazby se také odvíjejí od relativně levnějších zdrojů komerčních bank. Levnější zdroje komerční banky získávají díky nižšímu úročení zástavních listů. Úrokové sazby jsou stanovené jako pevné nebo jako pohyblivé. Popřípadě může být využita kombinace pevné a pohyblivé úrokové sazby. [29]

Zdroji pro poskytování hypotečních úvěrů jsou vedle zdrojů z klientských vkladů zejména hypoteční zástavní listy. Hypoteční zástavní listy mají formu dlouhodobých dluhopisů. Hypoteční zástavní listy jsou chráněny souborem nemovitostí, které má banka v zástavě. Zároveň chrání zástavní listy hotovostí a vklady u České národní banky. Dané zabezpečení dělá ze zástavních listů zajímavou investici pro případné investory. Investory může odradit malé zhodnocení v podobě nízkých úrokových sazeb. [24]

Následující podstatou produktu je účelovost. Hypoteční banky nemusejí nabízet pouze hypoteční úvěry na financování investic do nemovitostí. Z toho vyplývá, že hypoteční banky mohou také nabízet neúčelové hypoteční úvěry. Neúčelové hypoteční úvěry jsou zpravidla dražší a mají kratší dobu splatnosti. Neúčelové hypoteční úvěry jsou označovány jako americké hypotéky. U neúčelových úvěrů banky nezkontrolují, na co klient použil vypůjčené prostředky. Prostřednictvím účelového hypotečního úvěru je financována koupě nemovitosti, rekonstrukce, výstavba, refinancování úvěru a dále vypořádání majetkových práv k nemovitosti. [17]

Dlouhodobost hypotečního úvěru ovlivňuje jak banku, tak i samotného klienta. Splácení hypotečního úvěru může trvat déle jak 40 let. Zvláštní postavení má hypoteční úvěr i u obchodních bank. Obchodní banky pozitivně vnímají kvalitu zajištění pohledávky prostřednictvím nemovitosti. Různá rizika jsou však součástí úvěrových obchodů. Rizika spojená z poskytováním úvěrů se mění v čase a můžou souviset s dobou splatnosti úvěru nebo velikostí úvěru v poměru k hodnotě zastavené nemovitosti. Riziko se také odvíjí od poměru výše splátek k velikosti příjmů dlužníka. Banka na základě informací o klientovi a skutečností posuzuje bonitu klienta. Bonita klienta je porovnání příjmů a závazků klienta. Bonita je schopnost klienta splácet své závazky ohledně hypotečního úvěru bance. Podle bonity klienta určí komerční banka podmínky týkající se hypotečního úvěru. Bonita klienta ovlivní výši úvěru, velikost úrokové sazby, zajištění úvěru a dobu splácení úvěru. Výše úvěru se často porovnává s hodnotou zastavené nemovitosti. Poměr mezi velikostí úvěru k hodnotě zastavené nemovitosti se vyjadřuje v procentech a nazývá se jako částka k zapůjčení (z anglického „loan to value“). Úvěr může být zajištěn i nemovitostí, která není objektem úvěru nebo nemovitostí ve vlastnictví třetí osoby. Banka vždy preferuje vyšší splátky s nižší dobou splatnosti úvěru. Výše splátek by měla vycházet z možností klienta splácet. Schopnost klienta splácet může být ohrožena mnoha faktory. Nejčastějším faktorem je ztráta zaměstnání, která zcela zásadně ovlivňuje schopnost splácet. [19]

2.3 Podnikatelské financování bydlení

Developerské společnosti využívají k financování rozsáhlých projektů jednak vlastní a na druhé straně cizí zdroje. Vlastní zdroje zpravidla nestačí k pokrytí finančně náročných záměrů týkajících se výstavby bytů a domů. Nejčastějším způsobem pokrytí nákladů je kombinace více různých zdrojů. Do této kombinace patří vlastní zdroje podnikatelského subjektu, zálohy zájemců o bydlení a úvěry od komerčních bank. V některých případech investor získá státní dotaci (například na vybudování technické infrastruktury). Výstavbu dle financování lze rozdělit do dvou etap. V první etapě developerská společnost využívá vlastní prostředky a zároveň prostředky získané ze záloh od klientů. V první etapě developer získá stavební povolení a vystaví první podlaží. Poté začíná čerpat úvěr od komerční banky. [19]

Význam developerů v podílu poskytnutých úvěrů neustále roste, a i z tohoto důvodu se podnikatelské subjekty zabývající se výstavbou stávají významnými klienty komerčních bank. Komerční banky při poskytování úvěrů vyžadují, aby docházelo k co největším předprodejům a tím docházelo k větší spoluúčasti při financování. Pokud se developerům nedaří prodávat, tak nemají dostatek finančních prostředků a potřebují další finanční prostředky od bank nebo se mohou rozhodnout k oddálení výstavby a tím přenášejí riziko na domácnosti. Domácnosti nebo jednotlivci zaplatili za své bydlení, ale stále ještě nejsou vlastníky. Při případném propadu cen nemovitostí dochází ke zvýšení rizika, že developerské společnosti nebudou schopny splácet své závazky komerčním bankám. [18]

3 DEVELOPERSKÝ PROJEKT

3.1 Pojem developerský projekt

K vymezení pojmu developerský projekt využijeme hned několik úhlů pohledů, kdy developerský projekt odborná literatura charakterizuje jako soubor činností, které zahrnují činnosti od první myšlenky výstavby projektů až po konečný prodej nebo pronájem. V některých případech je developer i sám zhotovitelem a eventuálně i provozovatelem. Nejčastěji však probíhá výběrové řízení na zpracování architektonického projektu. Dále je vypsáno výběrové řízení hledající dodavatele stavby a výjimkou není výběrové řízení hledající realitní agenturu. Realitní agentura má významnou úlohu u rezidenčních staveb, kdy zajišťuje kompletní servis zahrnující široké spektrum činností. Hlavní činností je však prodej bytů či rodinných domů.

Druhý pohled říká, že developerský projekt je investice ekonomického subjektu. Investice znamená obětování současné hodnoty za účelem získání budoucí hodnoty. Cílem subjektu investice je zhodnocení finančních prostředků. Subjekt je k investici motivován na základě budoucího očekávaného příjmu plynoucího z ekonomické aktivity. Investice jsou bezpochyby spojená s různými specifiky. Rozhodování probíhá v rámci určitého období a působí na subjekt v dlouhodobém časovém horizontu. Investice vyžadují velké množství kapitálu a často překročí možnosti developera. Investice ve stavebnictví zásadně transformuje své okolí s určitými dopady na ekologii. Výsledek je závislý i na dalších účastnících. Mezi účastníky developerského procesu se řadí investor, stavitelé, architekt a další účastníci. Účastníci mají různé zájmy a cíle, a proto je nutné je časově a věcně koordinovat. Koordinace zásadním způsobem přispívá k snížení rizika. Riziko znamená odchýlení se od původních záměrů. Důležité je si jednotlivá rizika uvědomovat a snažit se jim předcházet. [36]

3.1.1 Fáze developerského projektu

Existuje několik fází developerských projektů. Každá fáze projektu se zásadním způsobem podepisuje na úspěšnosti projektu. Vše začíná předinvestiční fází, kdy vzniká a začíná se analyzovat podnikatelský záměr. V průběhu předinvestiční fáze je podnikatelský záměr důkladně analyzován. Poté nesladuje investiční fáze zahrnující zpracování projektové dokumentace. Důležité je získání veškerých administrativních povolení včetně stavebního povolení. Na základě stavebního povolení je realizována stavba dle stanoveného harmonogramu. Poté je na řadě zkušební provoz, kdy se hledají nedostatky k odstranění. Poslední fáze projektu se nazývá provozní

fáze. V rámci developerského projektu je stavba zpravidla kolaudována a dochází k následnému prodeji.

Předinvestiční fáze je první fází projektu. Úspěšný investiční projekt u stavebnictví obsahuje soubor technických, architektonických, ekologických, marketingových a ekonomických studií. Soubor těchto studií se nazývá studie proveditelnosti. Dále se studie proveditelnosti (Feasibility study) zabývá analýzou trhu, odhadem poptávky, představení podstaty projektu, marketingovým mixem a marketingovými strategiemi, finančním plánem a dopadem projektu na životní prostředí. Studie proveditelnosti slouží developerovi k rozhodnutí, zda pokračovat v investici nebo slouží jako podklad pro jednání s komerčními bankami. Z předcházejícího lze jednoznačně usoudit, že přípravná neboli předinvestiční fáze projektu je pro konečný výsledek opravdu důležitá. Samotný developer se snaží o to, aby byl projekt úspěšný. Developer se tedy snaží prodat veškeré byty či domy a dosáhnout požadovaného zhodnocení finančních prostředků. O úspěšnosti zpravidla rozhoduje cena, lokalita, využití marketingových nástrojů, provedení bytů a domů (standardy provedení), skladba bytů a mnoho dalších aspektů.

Investiční fáze zahrnuje obrovské množství činností spojených se samotnou realizací projektu. Už od začátku výstavby probíhá propagace projektů. Je vytvořena webová stránka informující potencionální zákazníky o projektu. Jednotlivé byty či domy jsou inzerovány na webových stránkách realitních agentur zajišťujících prodej. Developer umožňuje předprodej už v průběhu výstavby. Výhodou nákupu rezidenční nemovitosti z pohledu klienta v průběhu stavby je možnost provedení klientských změn už v průběhu stavby. Klientskou změnou se rozumí jakýkoli zásah do původního projektu vyvolaný stranou zákazníka. Práce se nebude zabývat kompletním výčtem činností zahrnující investiční fázi, ale budeme se snažit přiblížit průběh výstavby projektu. K tomu, aby mohl být projekt realizován je nutné vytvořit projektový tým, zajistit financování výstavby, a především zaopatřit pozemek vhodný pro stavbu. Detailně se zpracovává projektová dokumentace a vyřizují se nezbytné administrativní záležitosti v podobě stavebního povolení a dalších nezbytných povolení. Vypisuje se výběrové řízení na dodavatele stavby. Dle časového harmonogramu probíhají jednotlivé stavební práce. Po dokončení výstavby se hledají nedostatky, které jsou odstraňovány.

Konečná provozní fáze má za úkol provést kolaudaci stavby. Pokud se jedná o bytovou výstavbu dokončují se doprodeje bytů. Provozní fáze by měla zúročit kvalitní zpracování studií proveditelnosti. Jestliže developerská společnost zvolila chybnou strategii a zároveň vycházela z nespolehlivých údajů, pak náprava každé odchylky je velice nákladná a přímo se promítne do

nákladů projektu. Nedostatky projektové dokumentace se dostávají napovrch už v průběhu investiční fáze. V praxi však nevznikají obtíže pouze z nekvalitně provedené projektové dokumentace. Projevují se i chyby plynoucí z nedostatečné kvalifikace pracovníků podílejících se na realizaci projektu. Veškeré nedostatky prodlužují předání stavby vlastníkům nemovitosti. Projekt je hodnocen na základě ekonomických výsledků. Ekonomické výsledky jsou poznamenány nadhodnoceným vývojem poptávky nebo příliš vysokými cenami nerefluktující ceny konkurence. [15]

3.2 Rizika developerských projektů

Jakákoli podnikatelská činnost je spojená s rizikem. Obecně charakterizujeme podnikatelské riziko jako odlišné výsledky podnikání od výsledků předpokládaných. Uvědomění a respektování rizika je nutné pro správné rozhodování. Výstavby domů a bytů přinášejí řadu rizik. Podle závislosti na činnosti developera rozeznáváme dva druhy rizika. Objektivní neboli nezávislé riziko na činnostech. Kromě politických událostí se zde řadí změny makroekonomických veličin (změny úrokových sazeb vydávaných ČNB, změny kurzů měn), dále je zde možné zařadit krádeže a podvody. Na druhé straně subjektivní neboli ovlivnitelné riziko je přímo spjato s činnostmi developera. Jedná se o nepozornost a chybovost lidského faktoru, nedostatečnou znalost nebo nedostatečnou adaptaci na změny okolí.

V rámci jednotlivých činností se specifikují další rizika, která provázejí developerskou činnost. Mezi rizika developerské činnosti patří nevhodný výběr lokality, nevhodná struktura financování, nerespektování potřeb plynoucích z trhu rezidenčních nemovitostí a rizika developera. Jednotlivá rizika spolu úzce souvisí a ovlivňují se navzájem. Výběr pozemku a situování celého projektu je jeden z klíčových hledisek úspěšnosti projektu. Lokalita určuje, jakou občanskou vybavenost může projekt v nedalekém okolí nabídnout. Určuje prestiž, vzdálenost do práce a zásadním způsobem ovlivňuje život budoucích vlastníků. S bydlením se pojí pozitivní či negativní externalita. Externalita je pojem z ekonomie a znamená, že pozitivní vývoj spotřeby jednotlivce se projeví v kvalitě spotřeby okolí. Pokud vedle developerského projektu vznikne namísto starých skladovacích prostor park, tak park přispěje ke zkvalitnění okolí. Nevhodná struktura financování s nízkými předprodeji a obecně s nízkým zájmem ze strany poptávajících subjektů může významně narušit finanční stabilitu developerské společnosti a výstavba projektu se značně prodlouží. Každý projekt se snaží reflektovat potřeby zákazníků na trhu rezidenčních nemovitostí. Potřeby zákazníků napoví o optimální skladbě bytů (velikosti bytů). Největší riziko v procesu výstavby developerských projektů nese sám developer. Sám

developer neočekává, že byty prodá okamžitě. Spekuluje a uvědomuje si, že prodej bytů potrvá delší časový úsek. Riziko se snaží developer rozložit na dodavatele, ale samotným výběrem dodavatele určité riziko vzniká. Spolehlivost dodavatele a dodržení časového harmonogramu vede ke snížení rizika. Dalším rizikem pro investora jsou vysoké náklady. Podstatnou položkou nákladů jsou transakční náklady. Transakční náklady vznikají už od začátku stavby a postupně se zvětšují. Developer se snaží riziko diverzifikovat a vytváří portfolio projektů. Portfolio obsahuje projekty z různých částí nemovitostního trhu. V praxi se setkáme s tím, že developerské společnosti investují nejen do rezidenčních nemovitostí, ale zároveň se zabývají i výstavbou skladovacích prostor či výstavbou kancelářských prostor. [36]

3.3 Využití marketingu

Podstatou marketingu a marketingových aktivit je sladění protichůdných zájmů aktérů trhu. V rámci developerského procesu jsou sladěny zájmy zákazníků (především domácností) a subjektů zastupujících developerskou společnost (realitní makléři, investoři a developerská společnost). Domácnosti se snaží zaopatřit si své bydlení v co největším možném standardu za minimální vynaloženou částku. Naproti tomu druhá strana chce maximalizovat zisk s minimálními náklady. Marketing se postupně společně s trhem vyvíjel až do současné podoby, kdy včele rozhodování je zákazník. Veškeré aktivity podnikatelského subjektu by měli v optimálním případě předvídat, zjišťovat, stimulovat a uspokojovat potřeby zákazníka.

K tomu, aby byl developerský projekt v dnešní době úspěšný je nezbytně nutné využívat marketingové nástroje. Úspěšné developerské subjekty nevyužívají marketingové nástroje pouze k působení na stranu poptávky s cílem realizace prodeje. Snaží se využívat marketingové nástroje už v předinvestiční fázi. Při uvažování o podnikatelských záměrech využívají dostupné informace. Na základě informací přizpůsobují projekt co nejvíc zákazníkovi. Nabízející se ne snaží pouze získávat informace o trzích, ale chtějí znát změny v tendencích zákazníka. Současná nabídka nemovitostí na trhu bydlení nabízí opravdu vysoký komfort bydlení, kdy nabídka účelně cílí na střední a vyšší společenskou vrstvu s vyšší kupní silou. [37]

Prostředí na trhu je charakteristické tím, že v rámci trhu se podnikatelský subjekt střetává neustále s konkurencí. Konkurence podnikatelského subjektu se snaží být o krok napřed. Subjekty se snaží získávat mezi sebou konkurenční výhodu, a to není vůbec snadné v případě, že nabízejí podobné výrobky a služby. Konkurenční výhoda je formou schopnosti konkurovat ji-

ným podnikatelským subjektům. Každá firma si uvědomuje ve svém okolí konkurenci a určitým způsobem na ni reaguje. Firma sice vědomě nemusí mít vytvořenou konkurenční strategii, ale podvědomě určitým způsobem reaguje a přibližuje se konkrétnímu chování připomínající konkurenční strategii. Konkurence není tvořena pouze poskytovatelem stejných produktů, ale je tvořena i substituční produkcí. Při převedení pojmu substitutu na rezidenční trh nemovitostí lze uvést příklad. Alternativním produktem vlastního rezidenčního bydlení je nájemní bydlení nebo družstevní bydlení. [35]

Rozhodující je uspokojit přání a potřeby zákazníků kvalitněji, než to dělá naše konkurence. Analýza konkurence v ideálním případě srovnává pozici podnikatelského subjektu s jiným konkurenčním subjektem a orientuje se na trh. Je nutné sledovat velké i malé konkurenty. K tomu, aby firma mohla zpracovat analýzu konkurence je nutné vymezit trh. Vymezení trhu pomůže k vyselektování konkurence fungující na daném trhu. Mezi časté nedostatky v rámci analýzy firma chce získat co nejvíce informací sloužících k vysvětlení a prognóze. Na základě informací podnik dokáže lépe odhadnout úspěch své nabídky. Informace o konkurenci zároveň ukazují konkurenční schopnosti podniku. Výsledkem analýzy není pouze uvědomění konkurence, ale především stanovení marketingových cílů podniku. Zkoumání chování a činností konkurence napomáhá při volbě prodejních strategií. [37]

4 KOMPARACE DEVELOPERSKÉHO PROJEKTU

Druhá část praktické bakalářské práce bude věnována komparaci developerských projektů. Komparace bude soustředěna na autorem zvolený projekt, který bude komparován s konkurenčními projekty situovanými v Hradci Králové. K analýze byl autorem vybrán rezidenční projekt Medium park. V průběhu komparace budou využity údaje analyzující rezidenční trh v Hradci Králové. Práce v úvodu představí projekt bytového domu včetně seznámení s investorem bytové výstavby. K práci budou využity zdroje poskytnuté od realitní kanceláře Fortunae. Hradecká realitní kancelář Fortuna zajišťovala kompletní servis služeb zahrnující jednotlivé propagační aktivity, a především zajišťovala samotný prodej. Poté bude následovat komparace. Komparace bude prováděna hned z několika úhlů a bude srovnávat autorem zvolený projekt s ostatními rezidenčními projekty nabízející nové byty v Hradci Králové. Práce posoudí vhodnost vybrané lokality určené pro výstavbu včetně určení kvality občanské vybavenosti. Další kapitola se zaměří na skladbu bytových jednotek konfrontovaných s bytovým fondem konkurenčních projektů situovaných v dané lokalitě. Následovně bude autor bakalářské práce srovnávat velikost stanovené ceny. Pro výsledné zhodnocení projektu je velmi důležité znát výsledky prodeje bytových jednotek a jejich úspěšnost. Na závěr práce autor provede ekonomické vyhodnocení projektu.

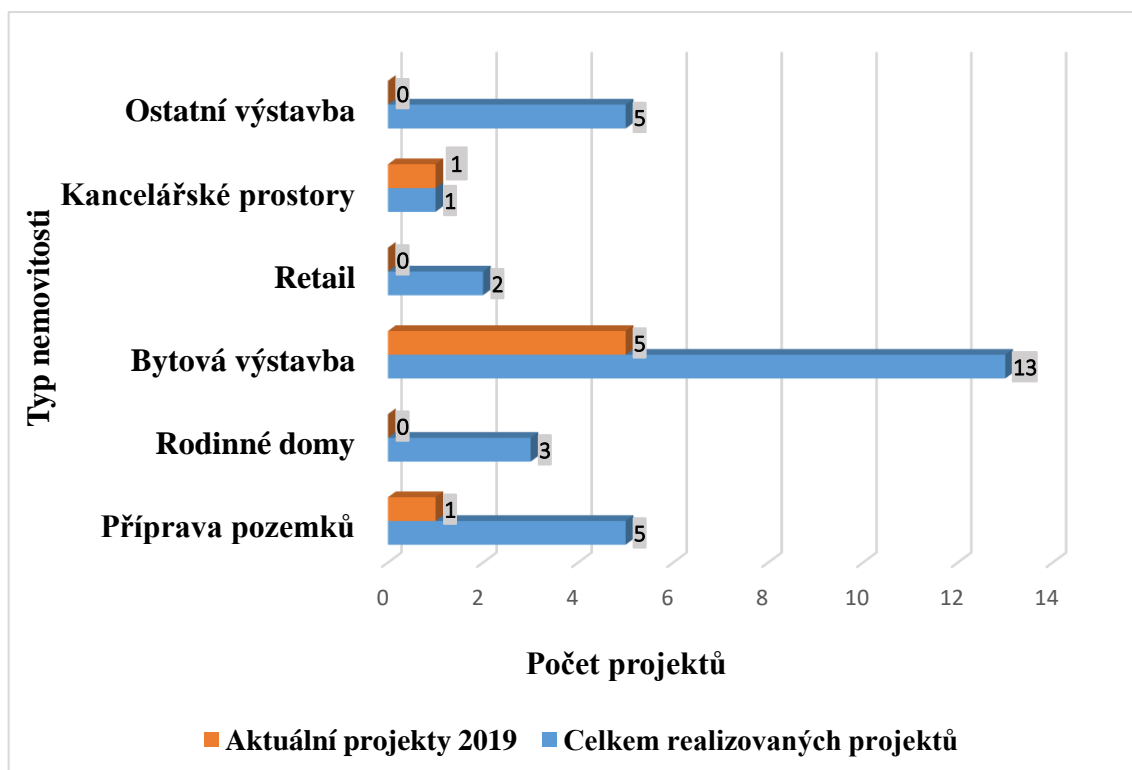
4.1 Projekt Medium park Hradec Králové

Medium park je rezidenční bytový komplex umístění v Hradci Králové ve vyhledávané a oblíbené městské části Moravské Předměstí. Developerský projekt lze dle provedení zařadit do vyššího standardu. Investorem rezidenční výstavby je IMOS development, a.s. a prodejcem projektu je hradecká realitní kancelář Fortuna, která vyhrála výběrové řízení. V rámci rozsáhlého portfolia developerských projektů se jedná o první realizovaný projekt firmy IMOS development, a.s. v Hradci Králové. Komplex je rozdělen na tři samostatné celky s vlastním vchodem. Bytový dům disponuje pěti patry, přičemž čtyři z nich jsou nadzemní a jedno patro je podzemní. Developerský projekt čítá celkem 117 bytových jednotek různých dispozic, tedy od dispozice 1+kk po dispozici 4+kk. Součástí bytové jednotky je zpravidla balkón, sklepní kóje a parkovací místo. Parkovací stání je buď vnitřní nebo vnější a u bytů větších dispozic jsou v ceně zahrnuty dvě parkovací místa. V rámci nabídky je deklarován určitý standard provedení. Provedení domů splňuje nízkou energetickou náročnost, umožňuje vlastníkovu bytu pohodlné parkování, provedení je zcela bezbariérové a zároveň bytový dům disponuje společnými pro-

story. Každý ze 117 bytů zaručuje určitý standard vybavení týkající se stěn a stropů, podlahových krytin, dlažeb, oken, dveří a ostatního zařízení. Developer zároveň dopředu deklaruje, co není součástí standardu. V průběhu výstavby umožnil developer svým klientům provádět klientské změny. Klientské změny představují zásah do standardního provedení garantovaného developerem. Jedná se o zásahy klienta do dispozice bytů. Zásahy klienta vyžadují úpravu dokumentace a zvyšují nároky na plánování, tak i na dodavatele stavebních prací. Z toho důvody developer vypracovává postup realizace klientské změny. Jedná se o závazný dokument, který je vypracován pro zákazníka a informuje zákazníka o závazném postupu při realizaci klientských změn. Klientské změny nejsou součástí ceny. Každé otevření klientské změny je zpoplatněno.

4.1.1 IMOS Development

Společnost IMOS development má zvučné jméno na trhu nemovitostí již řadu let, a to především díky širokému záběru svého portfolia. Svou činnost společnost zahájila v roce 1992 a v roce 2008 založila uzavřený investiční fond. Dlouhodobě se zabývá developerskými projekty různých typů.



Zdroj: zpracováno dle [20]

Obrázek 1: Reference firmy IMOS development, a.s.

Obrázek č. 1 nepotvrdí, že se jedná o rozsáhlou developerskou společnost, a to především z důvodu počtu realizovaných projektů. Je však nutné vzít v potaz, že například v hlavním městě České republiky trvá realizace developerovi v průměru jedenáct let. Z počtu realizovaných staveb je zřejmé, že uzavřený podílový fond je zaměřený především na rezidenční výstavbu. U rezidenčních nemovitostí převládají projekty orientované na bytovou výstavbu, ale výjimkou nejsou stavby rodinných domů. V některých případech developer pouze připraví stavební pozemek a následně jej prodává. Zpravidla se jedná o pozemky určené pro výstavbu rodinných domů, kde stavbu provádí sám vlastník pozemku. Součástí širokého portfolia jsou realizované projekty komerčního typu. V rámci výstavby prostor komerčního typu se zaměřuje především na výstavbu administrativních budov a skladovacích prostor (některé i pronajímá). Společnost působí převážně v Praze a Brně, kde má nejvíce realizovaných staveb v průběhu své více jak dvacetileté historie. Několik investičních výstaveb bylo provedeno v Ostravě. Nově společnost expandovala do Olomouce a Hradce Králové. Jedná se o zcela nové části realitního trhu, kdy snahou developera je snižovat riziko investiční výstavby rozšířením působnosti portfolia. V nových oblastech, kterými jsou Hradec Králové a Olomouc developer využívá služeb realitních kanceláří. Lokální realitní kanceláře znají specifika a úskalí trhu nemovitostí v daných městech a dokáží developerovi předat velmi cenné zkušenosti o dané části trhu. Vytváří tak garanta projektu zabezpečujícího rozsáhlé množství služeb.

IMOS development se soustředí převážně na pražský a brněnský trh a toto tvrzení podporuje projekt Slatina – Zelné město, který je situován v Brně. V průběhu devíti etap bylo prodáno celkem 668 bytů. Developer zároveň doplnil stávající projekt o retail park a herní centrum s kapacitou pro 600 dětí. Okolo bytových domů se rozkládá park o rozloze 20 hektarů. Z jednotlivých aktivit developera vyplývá záměrná snaha vedoucí ke zlepšení úrovně občanské vybavenosti. Přeměna městské oblasti Slatiny umožňuje plnit i ty nejvyšší nároky obyvatel.

Mezi další a opravdu zajímavé reference patří výstavba Stezky v oblacích na Dolní Moravě, která byla realizována v roce 2015. Stezka v oblacích nabízí rozhled po krajině Jeseníku s výhledem na Kralický Sněžník. Stavba tak navázala na stezku korunami stromů na Lipně. Stezku korunami stromů mohli návštěvníci poprvé navštívit v roce 2012. Součástí výstavby Stezky v oblacích na Dolní Moravě byla výstavba wellness hotelu Vista. Hotelový komplex Vista zajišťuje ubytování hostů v čtyřhvězdičkových apartmánech. V komplexu je možné využít bazén, saunu, vířivku.

V současné době společnost staví bytové domy pouze v Brně, a to Rezidenci Vranovská a Polyfunkční dům Obzor a doprodává poslední byty u zbylých projektů. U bytového domu Kociánka zbývá doprodat tři bytové jednotky. Bytový dům Stupkova v Olomouci nemá prodáno ještě dvacet procent bytových jednotek.

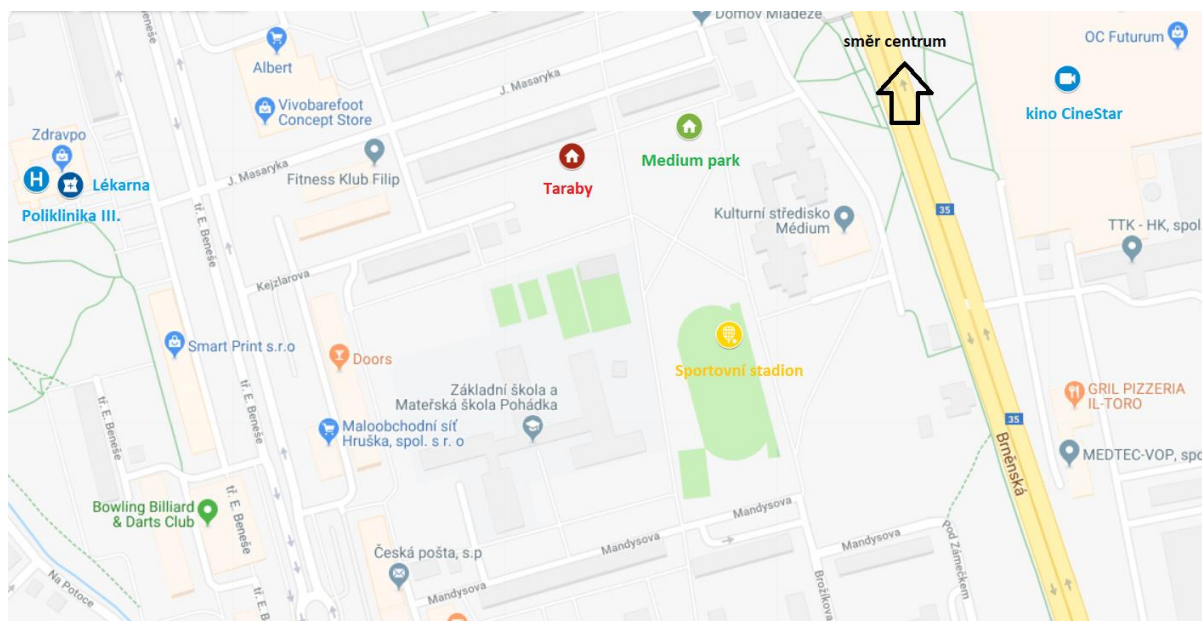
4.1.2 Fortuna

Fortuna je tým plný odborníků specializující se na prodej nemovitostí, a to především na sekundárním trhu. Výjimkou však není poskytování komplexních služeb spojených s prodejem nově realizovaných bytů. Společnost s ručením omezeným funguje na trhu nemovitostí již od roku 2004. Fortuna se specializuje především na zprostředkování prodeje, koupě a pronájmu nemovitostí různých segmentů po celé České republice. Portfolio nabídky se soustředí především na reality ve Východních Čechách. Spektrum poskytovaných služeb ze strany Fortuna je opravdu široké a zahrnuje finanční poradenství včetně možnosti zabezpečení financování prostřednictvím úvěrových produktů, kompletní zajištění právních služeb, uschování listin, zpracování znaleckého posudku. Významnou činností je technické poradenství včetně inženýrské činnosti. Jedná se o skutečnou konkurenční výhodu, kterou využívají subjekty k investiční činnosti. Na základě účasti ve výběrových řízeních společnost realizovala úspěšně prodej rezidenčního developerského projektu Taraby v Hradci Králové. Realitní kancelář zajišťovala propagační aktivity, komunikaci se zákazníky, ukázkou bytů zájemcům, realizace prodeje včetně právního zajištění a předání bytu. V současné době společnost zabezpečuje prodej projektu Medium. Podrobnější analýzou prodejů a samotnou působností společnosti při kooperaci s developerskou společností IMOS Development, se zabývá kapitola, týkající se prodejů projektu Medium park.

4.2 Lokalita projektů

Zajímavostí projektu Medium park je, že se nachází v těsné blízkosti dalšího nového developerského projektu nesoucího název Taraby (developer TOMAS DEVELOPMENT s.r.o.). Oba investoři si tedy zvolili pro výstavbu stejnou lokalitu, a to Moravské Předměstí v Hradci Králové. Oba projekty navíc sídlí de facto vedle sebe. Náplní této kapitoly je ukázat přednosti dané lokality a zhodnotit úroveň občanské vybavenosti. Moravské Předměstí je součástí jihovýchodní části města sousedící s městskými částmi Malšovice, Třebeš a Nový Hradec. Oblast Moravské Předměstí je v porovnání s okolními městskými částmi tvořena převážně rezidenční

výstavbou panelového typu. Projekt Medium park a Taraby jsou vzdáleny přibližně 3 kilometry od centra města.



Zdroj: vlastní zpracování dle [16]

Obrázek 2: Situování projektů včetně vyznačených bodů občanské vybavenosti

Situování projektu Medium park nabízí vysoce kvalitní občanskou vybavenost disponující kompletním rozsahem, tedy vším, co může majitel nemovitosti potřebovat. Lokalita kombinuje možnost rychlé dopravy do centra města s vysokou dostupností pracovních příležitostí. Obyvatelé Hradce Králové mají nově možnost nájezdu na dálnici, a to hned na kraji města. Město Hradec Králové disponuje hustou dopravní sítí městské hromadné dopravy. Nejbližší zastávka městské hromadné dopravy Futurum se nachází na obou stranách Brněnské ulice (vzdálenost maximálně 3 minuty chůze). Rodiny s dětmi určitě ocení blízkost mateřské a základní školy, která se nachází 2 minuty chůze od Medium parku. Na nedaleké třídě Edvarda Beneše je poliklinika s lékárnou. Fakultní nemocnice Hradec Králové je vzdálena 2 kilometry. Kromě městské knihovny je možné využít mnoho dalších menších knihoven a také je možné využít Studijní a vědeckou knihovnu Hradec Králové. V těsné blízkosti má svou pobočku Česká pošta, oblast nabízí nesčetné množství obchodů s potravinami (kupříkladu Albert, Billa). Nákupní centrum Futurum se nachází 3 minuty chůze od Medium parku. Přímo pod okny je k dispozici všesportovní stadion s širokým zázemím pro různé sportovní aktivity. Hradec Králové je město, které je mnohými charakterizováno jako město, které je situováno v blízkosti lesů s nesčettým množstvím cyklistických tras. Dalo by se říci, že na dotek od projektu jsou hned dvě fitness studia.

Hradec Králové skýtá široké kulturní vyžití. Probíhá zde mnoho hudebních akcí a funguje zde stabilně mnoho divadel, kdy nejznámější je Klicperovo divadlo nebo divadlo Drak. V rámci obchodního centra Futurum je k dispozici multikino Cinestar. Nejen v historickém centru je mnoho kaváren, barů a restaurací. Navíc světoznámí výrobce akustických nástrojů Petrof má své sídlo vzdálené od Medium parku tři minuty jízdy dopravním prostředkem. Nově Petrof ve svém sídle vybudoval Petrof gallery s kavárnou.

4.2.1 Vyhodnocení lokality

Při vyhodnocení umístění výstavby je nutné vyzdvihnout klady a zápory lokality, které plynou z předchozího zkoumání. Velmi důležitou výhodou lokality je vynikající dopravní dostupnost podpořená širokou možností využívání městské hromadné dopravy. Vysoká úroveň občanské vybavenosti zastoupená nedalekou mateřskou a základní školou, blízkou lékařskou péčí a velkým množstvím obchodů vytvářejících rámec lokality vhodné nejen pro rodiny s dětmi. Ukladů je nezbytné vyzdvihnout možnosti sportovních aktivit, a to jak ve vedlejším všesportovním stadionu, tak i v nedalekých lesích s dostatečným počtem tras, a to jak pro cyklisty, tak i pro pěší. Negativa lokality lze jednoznačně spatřovat v nižší prestižnosti lokality, což je dáno okolní kvalitou a historickým vývojem bytové výstavby v městské části Moravské Předměstí. Kvalita bytového fondu v rámci zkoumané lokality je negativně ovlivněna výstavbou panelového typu. Tento fakt se projevuje i ve větší rušnosti oblasti a vyšší hustotě obyvatel. Na základě provedeného zkoumání je však možné konstatovat, že se jedná o vhodnou oblast pro výstavbu rezidenčního projektu, a to především díky vysoké úrovni občanské vybavenosti lokality Moravské Předměstí. Lokalita obyvatelům nabízí vše, co vlastník bytu potřebuje pro kvalitní bydlení. Lokalita je vhodná pro rodiny s dětmi s dostatečnou kapacitou blízkých mateřských a základních škol. Projekty vytváří nabídku bytů s vysokým standardem, a to v mnoha ohledech.

4.3 Skladba bytových jednotek projektu Medium park

Hned na první pohled z tabulky 1 plyne značný rozdíl mezi nabízením množstvím velkých bytů a malých bytů, tedy rozdíl mezi nabídkou bytů 1+kk a bytů 4+kk. Převažující vyšší počet malometrážních bytů lze přičítat hned dvěma faktům, které motivují developera k vyššímu upřednostňování bytů menších dispozic při jejich zahrnování do projektů. Byty menších dispozic nabízejí vyšší zhodnocení a z tohoto důvodu se často jedná o investiční byty. Investiční byty kupují jednak podnikající subjekty a na druhé straně je kupují domácnosti s cílem zhodnocení

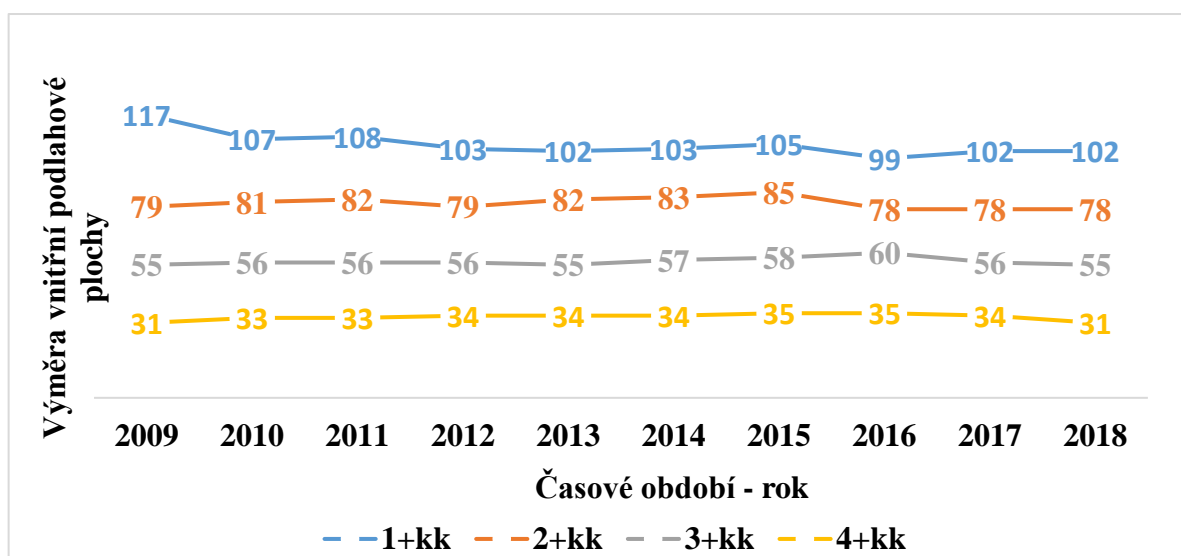
svých prostředků prostřednictvím pronajímání bytových jednotek. O byty menších dispozic mají nově i zájem začínající rodiny, a to především z důvodu nižší ceny. Segment bytů nižších dispozic má vyšší poptávku a zpravidla se rychleji prodává. Cena jednopokojového bytu se v okrese Hradec Králové pohybuje v průměru kolem částky 1 600 000 Kč. Na základě provedeného srovnání lze poukázat na současný trend upřednostňování bytů menších dispozic ve výstavbě nových developerských projektů.

Tabulka 1: Skladba bytových jednotek projektu Medium park

Typy bytů	Počet bytů	Průměrná velikost/Plocha m ²
1+kk	47	34,1
2+kk	28	53,4
3+kk	38	74,2
4+kk	4	102,4
Celkem	117	54,8

Zdroj: zpracováno dle [12]

K podrobnějšímu porovnání je vhodné srovnávat průměrnou velikost bytových jednotek situovaných u projektu Medium park s vývojem průměrné velikosti bytů. Vypovídající schopnost má také porovnání s ostatními projekty realizovanými v Hradci Králové. K dalšímu porovnání vhodnosti skladby bytů, jejich velikosti budou využity údaje developerů a data statistického úřadu.



Zdroj: upraveno dle [28]

Obrázek 3: Vývoj průměrné velikosti bytů v letech 2009–2018

V rámci statistik Českého statistického úřadu je možné se dozvědět celkovou průměrnou velikost bytu neboli výměru vnitřní podlahové plochy bytu, avšak podrobnější statistiky o složení bytového fondu z hlediska jeho struktury na webových stránkách a v statistikách ČSÚ chybí. Celková průměrná velikost nově postaveného bytu za rok 2018 dle ČSÚ činí 52 m². Touto prací zkoumaný projekt je lehce nadprůměrný. K podrobnější analýze skladby bytů projektu Medium park je vhodné využít propracovanější statistiku od developerské společnosti Central Group viz obrázek 3. Rozdíly mezi skladbou bytů společnosti IMOS development v rámci projektu Medium park a vývojem průměrné velikosti bytů postavených developerskou společností Central Group jsou zanedbatelné a nijak nevybočují od průměru dat.

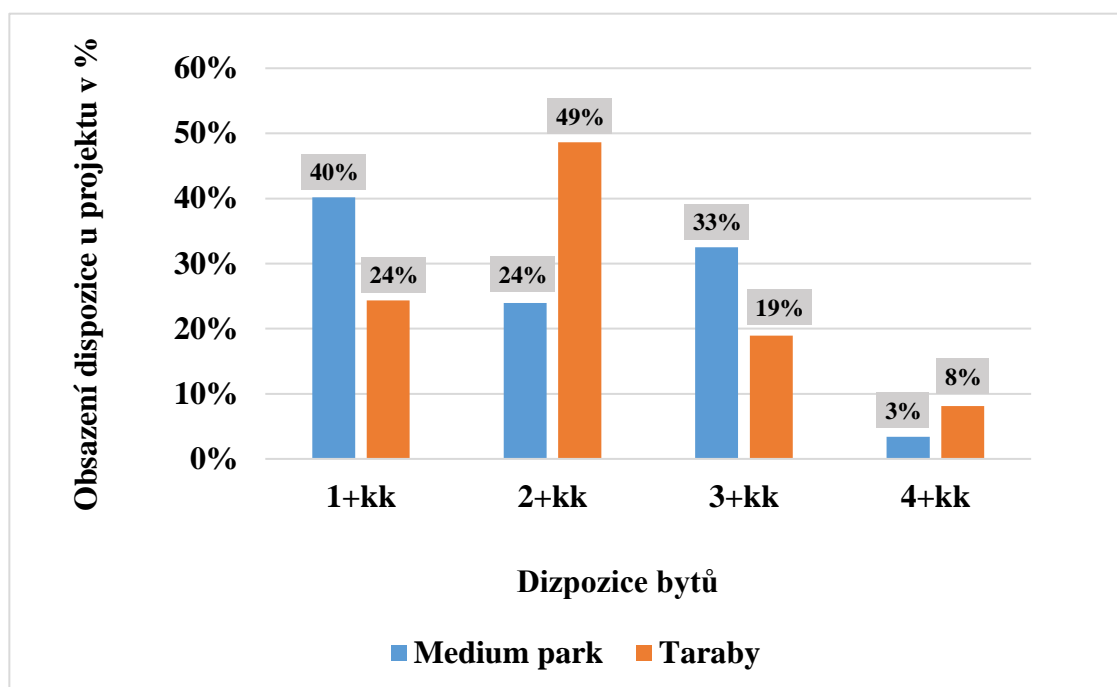
Tabulka 2: Porovnání velikosti bytů konkurenčních projektů v Hradci Králové

Developerský projekt	Průměrná velikost bytu v m²	Počet bytových jednotek	Místo projektu
Medium Park	54,1	117	Hradec Králové
Taraby	54,6	37	Hradec Králové
Rezidenční projekt Farářství	97,9	14	Hradec Králové
Rezidence Pražské Předměstí	66,2	15	Hradec Králové
Rezidence Podzámčí	80,8	32	Hradec Králové

Zdroj: zpracováno dle [12], [34], [32], [31], [30]

Z tabulky 2 jednoznačně plyne, že rezidenční projekt Medium park je srovnatelný s projektem Taraby, co se týče průměrné velikosti bytu. Ostatní developerské projekty mají průměrnou velikost bytu významně vyšší. Například Rezidenční projekt Farářství má průměrnou velikost bytu až na hranici 100 m². Neznamená to však, že se jedná o chybu developerské společnosti IMOS Development realizující projekt Medium park. Velké byty se hůře prodávají, protože poptávka je zúžena pouze na subjekty poptávající byty vyšších dispozic pouze pro účely vlastního bydlení. V případě, že se jedná o kupujícího bytu určeného k vlastnímu bydlení, tak kupující se více zajímají o dispoziční řešení bytů, kdy rozhoduje celkové řešení bytové jednotky přes plochu jednotky až po standardy provedení. Subjekt poptávající bytovou jednotku určenou pro vlastní bydlení je zpravidla více vázán na financování z cizích zdrojů, zatímco investiční byty jsou zpravidla financovány vlastními zdroji subjektů. Až 70 % subjektů financovalo nákup bytu u projektu Medium park z úvěrových produktů komerčních bank. Kupující vlastního bydlení se více zajímá o úroveň občanské vybavenosti dané lokality. Přesněji se zajímá o dostupnost mateřských a základních škol, obchodů, dostupnost lékařské péče a případně i o možnostech kulturního a společenského vyžití.

Nyní je vhodné srovnat skladbu bytů projektu Medium park s konkurenčním projektem Taraby (viz obrázek č. 4). Současná poptávka upřednostňuje byty menších dispozic, což potvrzuje graf komparace skladby bytů. Oba developeři se orientují převážně na jednopokojové či dvojpokojové byty. Zajímavá je skladba bytového domu Taraby, kdy projekt se skládal z 18 bytových jednotek o dispozici 2+kk z 37 bytů. Zatímco projekt Taraby disponoval pouze třemi byty o dispozici 4+kk. Segment bytů s dispozicí 4+kk je z hlediska vysoké ceny pro současnou poptávku nezajímavý.



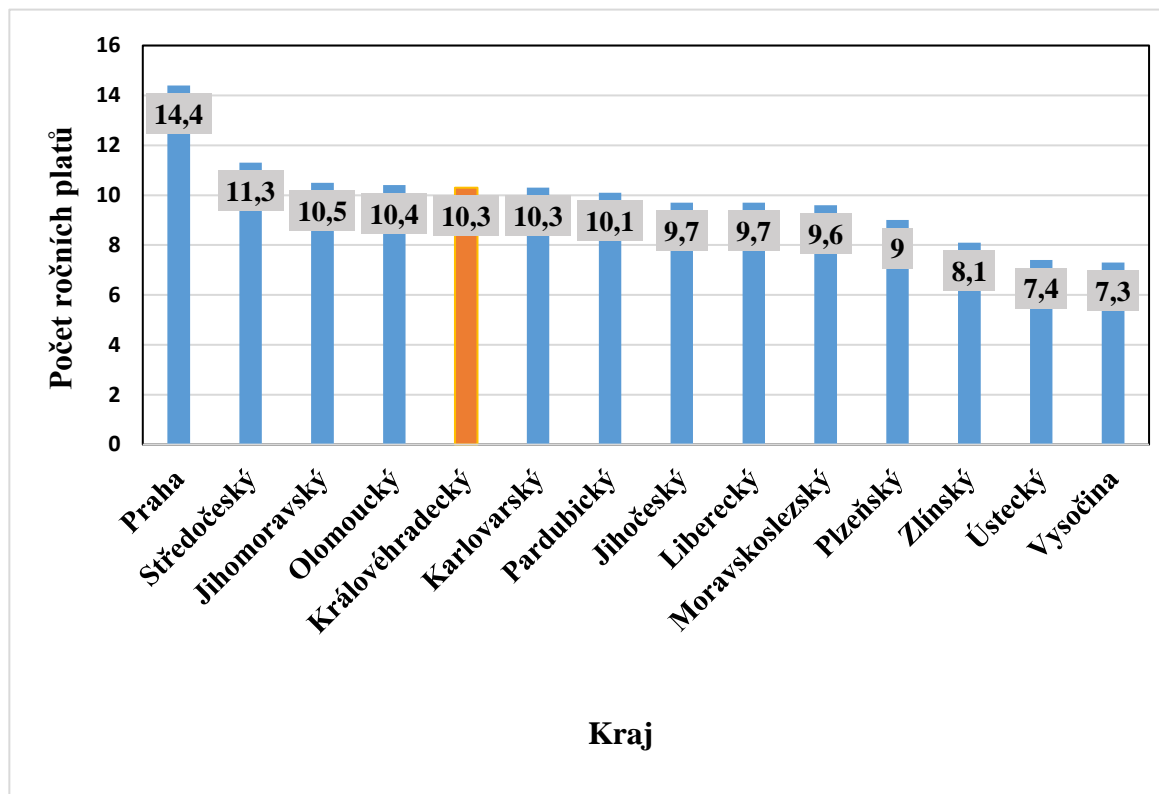
Zdroj: zpracováno dle [12], [34]

Obrázek 4: Komparace skladby bytů projektu Medium park a Taraby

4.4 Dílčí analýza rezidenčního trhu ve vybraném regionu

Cílem kapitoly zabývající se rezidenčním trhem nemovitostí v Královehradeckém kraji je nastínit jaká byla a jaká je situace na rezidenčním trhu nemovitostí v průběhu prodeje projektu Medium park (prodej zahájen ve Q4 roku 2016 a prodej stále probíhá) autorem vybraného developerského projektu. Z hlediska porovnání dostupnosti bydlení bude využito srovnání počtu vynaložených platů nutných k zabezpečení nové bytové jednotky. Srovnání je provedeno v jednotlivých krajích napříč celou Českou republikou. Nejvíce dostupné byty jsou nabízeny v Ústeckém kraji a v kraji Vysočina. Celému srovnání nejméně dostupných bytů vévodí Praha následovaná Středočeským krajem. Na třetí pozici nejhůře dostupného bydlení je Jihomoravský

kraj. V Královéhradeckém kraji je nové bydlení až páté nejhůře dostupné v celé České republice. K nákupu nového bytu zájemce v průměru potřebuje vydat až 10,3 ročního platu.

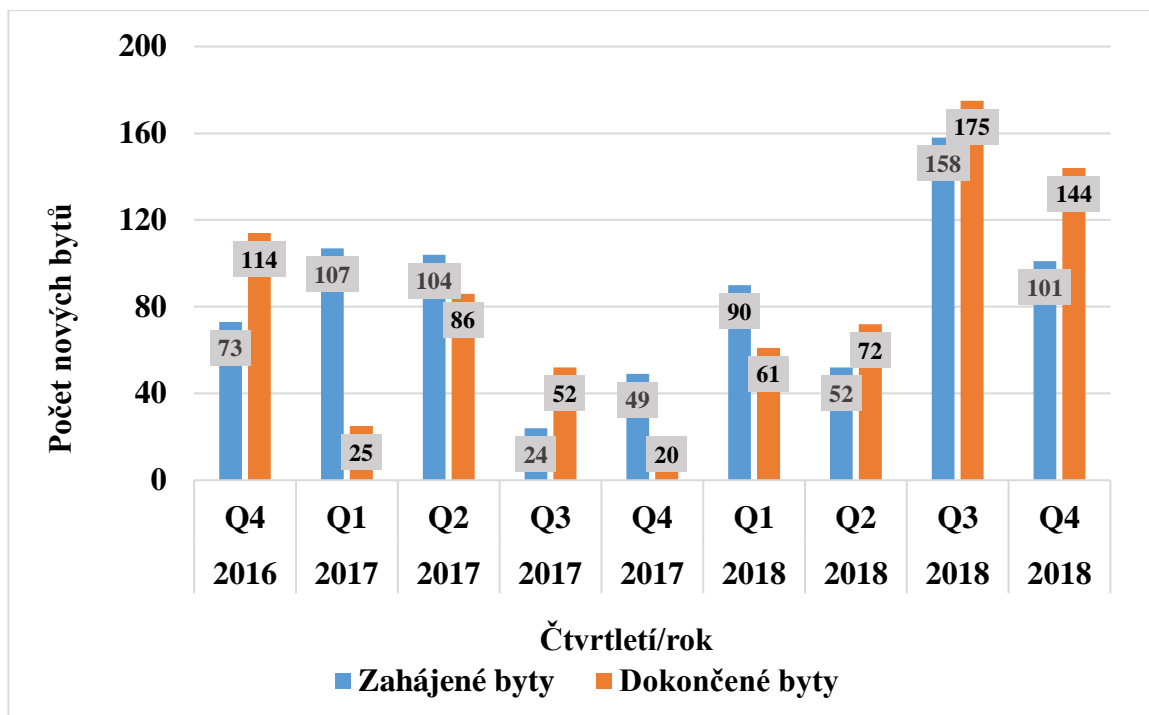


Zdroj: zpracováno dle [1]

Obrázek 5: Počet ročních platů vydaných na nákup bytových jednotek

4.4.1 Dynamika trhu s byty v průběhu prodeje projektu

Český statistický úřad vede podrobné statistiky umožňující získat údaje o počtu zahájených bytových jednotek včetně těch již dokončených. Současnou a budoucí dynamiku poptávky a nabídky je možné určit z komparace dokončených a zahájených bytů. Ke srovnání byli autorem práce cíleně využity údaje korespondující s dobou prodeje developerského projektu Medium park. Prodej bytového domu Medium park byl totiž zahájen právě v průběhu čtvrtého čtvrtletí roku 2016 a prodej stále probíhá. Právě v průběhu čtvrtého čtvrtletí roku 2016 bylo dokončeno 114 bytových jednotek v Královéhradeckém kraji.



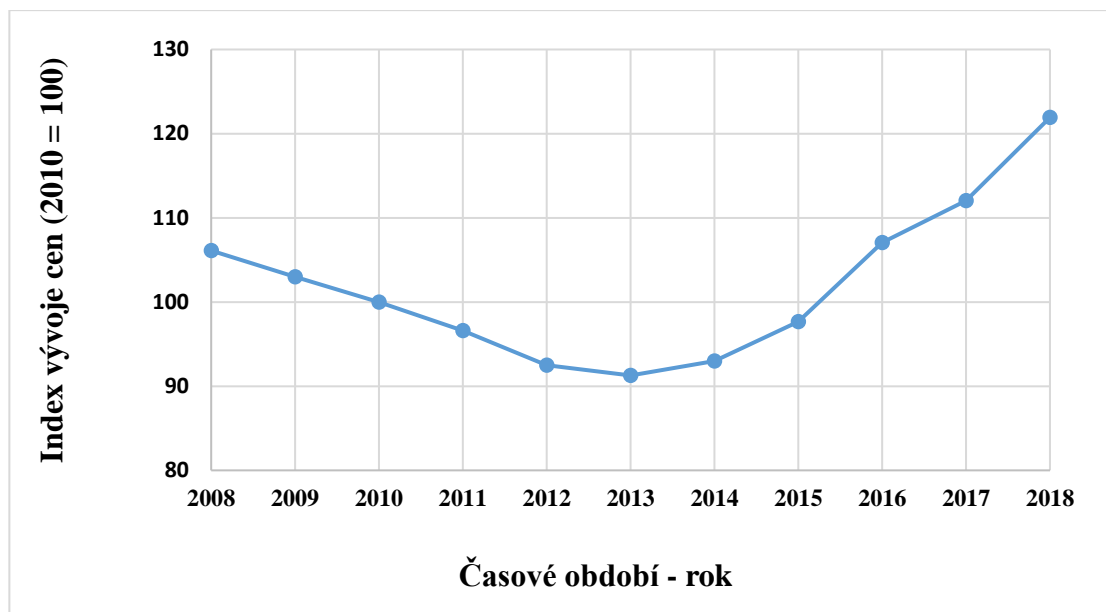
Zdroj: zpracováno dle [8]

Obrázek 6: Srovnání počtu dokončených a zahájených bytů v Královéhradeckém kraji

Nabídka na trhu nemovitostí zpravidla reaguje velmi pomalu na veškeré změny odehrávající se na trhu nemovitostí. Na základě údajů z obrázku č. 6 lze dojít k závěru, že existuje určitý soulad mezi počtem zahájených a dokončených bytových jednotek. V Královéhradeckém kraji neexistuje velká disharmonie mezi počtem dokončených a zahájených bytových jednotek, a tudíž autor očekává stabilní situaci v dlouhodobém vývoji. Na druhou stranu je nutné upozornit na zvýšenou aktivitu na trhu probíhající v závěru roku 2018. V závěru roku 2018 bylo zahájeno trojnásobné množství nových bytových jednotek v porovnání s závěrem roku 2017. V průběhu prodeje developerského projektu však počet dokončených bytových jednotek spíše stagnoval. Z vývoje dokončených bytových jednotek lze říci, že se jednalo o vhodnou dobu pro prodej bytových jednotek.

4.4.2 Vývoj cen nových bytů v ČR

Bohužel není možné dohledat prostřednictvím Českého statistického úřadu statistiky zabývající se vývojem cen nových bytových jednotek v jednotlivých krajích. V rámci statistik ČSÚ je možné využít data o vývoji cen nových bytů v celé České republice a zároveň jsou dostupné data očištěné o vývoj cen v Praze.



Zdroj: zpracováno dle [9]

Obrázek 7: Vývoj cen nových bytů v České republice vyjma Prahy

Z obrázku č. 7 lze vyčíst, že ceny nemovitostí dosáhly ve sledované periodě svého minima v roce 2013. V průběhu roku 2011 a 2012 byl pokles cen ve sledovaném období nejvyšší a ceny na trhu spadli meziročně o 3,5 %. Mezi lety 2013 až 2018 byl zaznamenán růst překračující hranici 31 %. V minulém roce ceny na trhu vzrostly o necelých 10 %.

4.4.3 Faktory ovlivňující cenu projektu Medium park

Faktory ovlivňující cenu nemovitostí se rozdělují na dvě skupiny, a to na skupinu spojenou s charakterem nemovitosti jako statku (dispoziční řešení, velikost, design, lokalita) a na skupinu ovlivněnou ekonomickým vývojem. První skupinu faktorů ovlivňující cenu nemovitostí je těžké finančně vyjádřit, přesto již práce vyhodnocovala lokalitu výstavby a shledala ji jako vyhovující místo pro výstavbu developerského projektu. Moderní vzhled bytového domu s vysokým standardem provedení se zpravidla projeví ve výsledné nabízené ceně. Dle pozitivního vývoje ekonomiky podpořené dalšími příznivě vyvíjejícími ekonomickými ukazateli lze předpokládat vyšší poptávku po bydlení. Vyšší poptávka po bydlení je však v současné době bržděna regulacemi ČNB, i přes tento fakt jsou však finanční prostředky velmi dostupné. Vysoká poptávka po bydlení stále zvyšuje ceny nemovitostí na rezidenčním trhu. Pozitivně se na poptávajících subjektech projevuje vysoká zaměstnanost společně s rostoucí průměrnou hrubou mzdou. Celkově je možné konstatovat, že od začátku prodeje se ekonomické ukazatele

vyvíjí pozitivně a mohou přispět k rychlejším prodejům. Zároveň je zřejmé, že vývoj ekonomiky s rostoucí poptávkou ovlivnil růst cen nemovitostí.

Tabulka 3: Vývoj ekonomických ukazatelů v Královéhradeckém kraji

Název ukazatele	Vývoj ukazatele v %
Průměrná hrubá mzda	+9,5 %
Regionální HDP	+10,1 %
Obecná míra nezaměstnanosti	-0,1 %

Zdroj: zpracováno dle [11]

4.5 Srovnání cen projektu Medium park

Ceny nových bytů začínají přibližně na ceně 1 450 000 Kč s dispozicí 1+kk. Naopak bytové jednotky přesahující vnitřní podlahovou plochou sto metrů o dispozici 4+kk se prodávají pod částkou 5 mil. Kč. Rezidenční bydlení je v rámci projektu Medium park nabízeno v průměrné ceně 48 846 Kč za jednotku metru čtverečního. Pozoruhodný je cenový rozdíl, kdy průměrná cena dvoupokojového bytu je nižší skoro o 3 000 Kč nižší než cena za čtyř pokojový byt. Průměrná cena nově postavených bytů v Hradci Králové se přehoupla přes hranici padesát tisíc korun českých za 1 m² a nyní se nově postavené byty v průměru prodávají za cenu 50 956 Kč za 1 m². Ceny bytů v metropoli východních Čech sice dosahují svých maxim, ale stále jsou nesrovnatelně nižší než ceny v Praze či Brně. Kupříkladu průměrná cena v hlavním městě atakovala hranici sto tisíc korun českých. I přes tento fakt rostly ceny v Hradci Králové o 14 %. Meziročně došlo také k nárůstu počtu dokončených bytů, kdy nárůst byl přesně o 18 %. Přesto nelze nazvat oblast Hradce Králové trhem, ale pouze oblastí realitního trhu. V případě krize by bylo značně obtížné prodávat nové byty.

Tabulka 4: Průměrné ceny bytů včetně cenového pásma dle dispozice

Typy bytů	Počet bytů	Průměrná cena za 1 m ²	Cenové pásmo
1+kk	47	48 903 Kč	1 450 000 Kč - 2 250 000 Kč
2+kk	28	49 550 Kč	2 100 000 Kč - 3 050 000 Kč
3+kk	38	48 717 Kč	3 450 000 Kč - 4 050 000 Kč
4+kk	4	46 930 Kč	4 750 000 Kč - 4 890 000 Kč
Celkem	117	48 846 Kč	-

Zdroj: zpracováno dle [12]

Srovnávat ceny nových bytů s cenami bytů na sekundárním trhu by poskytlo skreslující informace o stanovené ceně developerem Medium parku. Jak už bylo v textu uvedeno průměrná cena jednoho metru čtverečního u zkoumaného projektu se nachází pod průměrem nově postavených bytů v Hradci Králové. Projekt Medium park je cenově vysoce konkurenční. Za nižší cenu lze koupit pouze byty u projektů Taraby a Farářství. Naopak výrazně dražší je projekt Rezidence Podzámčí a Rezidence Pražské Předměstí. Developerský projekt Rezidence Pražské Předměstí je situován v luxusní vilové čtvrti a nejdražší byty o dispozici 4+kk stojí až 7 mil. Kč.

Tabulka 5: Cenové srovnání zkoumaného projektu s konkurenčními projekty

Developerský projekt	Průměrná velikost bytu v m ²	Průměrná cena za 1 m ²	Situování projektu
Medium park	54,1	48 846 Kč	Hradec Králové
Taraby	54,6	44 554 Kč	Hradec Králové
Rezidenční projekt Farářství	97,9	45 540 Kč	Hradec Králové
Rezidence Pražské Předměstí	66,2	62 608 Kč	Hradec Králové
Rezidence Podzámčí	80,8	52 331 Kč	Hradec Králové

Zdroj: zpracováno dle [12], [34], [32], [31], [30]

4.6 Prodej projektu Medium park

Jak už bylo zmíněno v textu práce výhradním prodejcem developerského projektu Medium park je hradecká realitní kancelář Fortuna, která vyhrála výběrové řízení týkající se výběru zprostředkovatele prodeje bytů v bytovém komplexu Medium park. Zprostředkovatel byl vybrán developerem na základě nejlépe zpracované nabídky. Realitní kancelář se zavázala zabezpečovat služby zahrnující osobní prezentaci projektu vůči potenciálním zákazníkům, zabezpečení dnů otevřených dveří v průběhu výstavby, osobní prohlídky dokončených bytů s klienty, právní servis zahrnující podpisy smluv v sídle realitní kanceláře, předání bytů klientům, výkazy provedených činností. Realitní kancelář tedy zabezpečuje komplexní služby od propagace projektu, zabezpečení prvního kontaktu s klienty, až po samotný prodej.

4.6.1 Propagační aktivity projektu Medium park

Realitní kancelář měla na starost připravit v rámci nabídky také jednotlivé propagační akce. Každá propagační akce byla schvalována zástupci developerské společnosti. Propagační akce

byli rozděleny do dvou sekcí, a to na propagační úsilí, které bylo součástí požadovaného rozsahu činností (dle výběrového řízení) a na propagační akce nad rámec požadovaných činností. Pro jednotlivé propagační akce bylo vybráno hned několik médií. Propagační aktivity u developerských projektů mají především informační charakter. Důvodem je podstata prodáváného statku, protože bydlení domácnosti vyhledávají dlouhodobě a zároveň v dlouhém časovém horizontu spoří své prostředky. Samotný nákup nemovitosti není impulzivní a danou nemovitost si zákazník vyhledá zpravidla sám. Propagační aktivity u prodeje Medium parku měly za cíl spíše zákazníkovi předat co nejvíce informací, které zákazník potřeboval k rozhodování o koupi bytové jednotky.

Tabulka 6: Propagační aktivity ze strany realitní kanceláře Fortuna

Propagace dle smluvního rozsahu	Propagace nad rámec
Dny otevřených dveří	Videa na You Tube
Osobní prohlídky bytů	Roll-up bannery
Prezentace projektu na webových stránkách	Kampaň v rádiu
Inzerce na webových portálech	Reklama ve VIP časopisech
Reklama v místním tisku	Billboard

Zdroj: zpracováno dle: [13]

Dny otevřených dveří umožňovaly v průběhu výstavby klientům nahlídnout do bytových jednotek. V průběhu prvního roku výstavby proběhly dva dny otevřených dveří a v průběhu druhého roku výstavby proběhly další dva dny otevřených dveří. Po kolaudaci prodejní tým realitní kanceláře Fortuna zabezpečoval osobní prohlídky bytů se zájemci. Samotný projekt měl a stále má své webové stránky. Webové stránky mají především informační charakter. Jednotlivé bytové jednotky byly umístěny na 84 realitních portálech včetně průběžných informací o průběhu stavby, které byly umístěny na webovém portále Fortuna.

Realitní kancelář se při výběru reklamních médií rozhodla pro kombinaci různých druhů médií. Připravená reklamní kampaň se opírala o video prezentace umístěné na You Tube prostřednictvím domény Maxvideo, roll-up banery a billboardy rozmístěné na veřejných místech nejen v Hradci Králové, prezentace projektu proběhla i na sociální síti Facebook. Dále byl připraven reklamní spot pro rádio Černá Hora a pro rádio Český rozhlas. Fortuna se pro podporu projektu rozhodla umístit tištěnou upoutávku do VIP časopisů (bulletin hokejového klubu Mounfield Hradec Králové, královský magazín Quartier).

4.6.2 Postup prodeje

První kontakt při prodeji vzniká zpravidla osobní informační schůzkou v sídle realitní kanceláře Fortuna. Zástupce realitní kanceláře se zájemcem prodiskutuje veškeré náležitosti týkající se splnění požadavků klienta a výběrem konkrétní bytové jednotky. Zástupce realitní kanceláře seznámí klienta s bytovým domem, vybranou bytovou jednotkou, standardem vybavení. Při nezávazné osobní schůzce je možné vybranou bytovou jednotku zarezervovat po dobu pěti dní. V průběhu stavby bylo možné využít dny otevřených dveří k návštěvě bytové jednotky. Aktuálně lze volné bytové jednotky navštívit dle možností klienta. Pokud zájem o bytovou jednotku přetrvává je poté vyhotoven návrh smlouvy. Prvně se podepisuje smlouva rezervační, nejdéle 30 dní od podpisu rezervační smlouvy se podepisuje smlouva o smlouvě budoucí kupní. V době dokončování stavby, kdy bude brzy docházet ke kolaudaci stavby je klient vyzván k prohlídce bytové jednotky s prodejcem a zástupcem developera. Jedná se o předpřejímku, kdy má zákazník možnost pečlivě si zkontrolovat svůj budoucí domov. V případě určitých nedostatků dochází k sepsání vad. Eventuální vady jsou do předání bytu odstraněny. Poté již je podepsána kupní smlouva a předání bytové jednotky vlastníkově.

4.6.3 Průběžné výsledky prodeje

V prosinci 2016 měly dle harmonogramu stavebních prací započat práce na výstavbě bytového domu, ale nakonec byla stavba zahájena v lednu 2017. Ještě před zahájením stavebních prací byl v listopadu 2016 zahájen prodej bytových jednotek v rámci projektu Medium park. V průběhu výstavby je pro investora důležitý i přítok finančních prostředků prostřednictvím prodeje bytových jednotek. Pro developera je tedy velmi důležité prodávat bytové jednotky už v průběhu stavby. Pokud má totiž developer dostatečný přítok finančních prostředků už v průběhu výstavby, může tak využívat méně cizích zdrojů a zároveň minimalizuje podnikatelské riziko. Už v prvním roce, kdy prakticky nebyla stavba ani zahájena, se prodalo pět bytových jednotek. Z interních rozhovorů se autorovi práce podařilo zjistit, že developerský projekt Medium park byl developerskou společností financován z vlastních zdrojů, tedy bez využití cizích zdrojů v podobě zapůjčení finančních prostředků. Tuto interní informaci potvrzuje i účetní závěrka, kdy z rozvahy plyne způsob financování rezidenční výstavby.

Developer bytového domu Medium park IMOS Development se snažil zvýšit prodeje kvalitně zpracovanými vizualizacemi, které byly umístěny na webových stránkách projektu. Zároveň realitní společnost zajistila nespočet dnů otevřených dveří projektu, kdy se kdokoli z široké

veřejnosti mohl přijít nezávazně podívat na stavbu. Na webových stránkách v sekci aktuality byly pravidelně přidávány fotky z vývoje stavebních prací. Tyto aktivity pozitivně působí na potenciální zákazníky. De facto lze říci, že vizualizace a dny otevřených dveří vzbuzují v potenciálních zákaznících vyšší důvěru v dokončení projektu. Veškeré aktivity informačního charakteru vytvářejí v zájemcích hmatatelný důkaz kvalitního developmentu daného projektu a tím pádem umožňují rychlejší průběh prodeje bytových jednotek. Rychlejší průběh znamená plynulejší přítok finančních prostředků pro developerskou společnost, což jednoznačně zlepšuje financování výstavby. Nyní se práce pokusí zmapovat rychlost prodeje jednotlivých typů bytových jednotek včetně souhrnného vyhodnocení celkových výsledků prodeje. Výsledné prodeje jednotlivých typů bytových jednotek by zároveň měly potvrdit či vyvrátit oblibu bytů menších dispozic u poptávajících subjektů.

Tabulka 7: Postup prodeje bytů dispozice 1+kk

2016 - Q4	2017 - Q1	2017 - Q2	2017 - Q3	2017 - Q4
2	5	12	7	5
2018 - Q1	2018 - Q2	2018 - Q3	2018 - Q4	2019 - Q1
6	10	Vyprodáno		

Zdroj: vlastní zpracování dle [14]

Bytové jednotky o dispozici 1+kk se vyprodaly nejrychleji, a to i přesto, že tvořily nejpočetnější skupinu bytů v celkovém složení bytových jednotek daného projektu (47 bytových jednotek dispozice 1+kk z celkových 117 bytových jednotek). Malometrážní byty o jedné obytné místnosti, se prodaly ještě před kolaudačním procesem (kolaudace proběhla na konci 3 kvartálu v roce 2018). Nejvyšší prodeje realitní kancelář zaznamenala v druhém kvartále roku 2017. I v druhém roce prodeje realitní kancelář zaznamenala nejsilnější poptávku právě v druhém kvartálu, kdy se doprodal zbytek bytových jednotek nejmenší dispozice. Prodeje bytových jednotek 1+kk lze označit za nejúspěšnější.

Tabulka 8: Postup prodeje bytů dispozice 2+kk

2016 - Q4	2017 - Q1	2017 - Q2	2017 - Q3	2017 - Q4
1	2	8	6	3
2018 - Q1	2018 - Q2	2018 - Q3	2018 - Q4	2019 - Q1
2	2	3	0	1/Vyprodáno

Zdroj: vlastní zpracování dle [14]

Skupina bytových jednotek dispozice 2+kk se dle tabulky 8 doprodala ve třetím kvartále roku 2018. Před kolaudací bylo prodáno více jak 85 % všech bytů dispozice 2+kk. Před dokončením hrubé stavby (konec roku 2017) se hradecké realitní kanceláři Fortuna podařilo doprodat 70 % bytových jednotek dispozice 2+kk. Nejúspěšnějším obdobím pro prodej bytů dispozice 2+kk byl opět druhý kvartál v roce 2017. Horší prodejní výsledky prodejce zaznamenával v prvním a čtvrtém kvartálu. Výsledky prodeje potvrzují oblibu bytů menších dispozic (bytové jednotky o dispozici 1+kk a 2+kk) u kupujících subjektů. Zároveň zdůvodňují rozdíl v upřednostnění bytů o jedné či dvou obytných místnostech v projektu oproti větším bytovým jednotkám. Na základě výsledků prodeje lze developerské společnosti pro realizaci následujících projektů jednoznačně doporučit minimálně stejné upřednostňování bytů o jedné či dvou obytných místnostech.

Tabulka 9: Postup prodeje bytů dispozice 3+kk

2016 - Q4	2017 - Q1	2017 - Q2	2017 - Q3	2017 - Q4
1	3	5	5	1
2018 - Q1	2018 - Q2	2018 - Q3	2018 - Q4	2019 - Q1
2	5	2	6	1/Zbývá 7 bytů

Zdroj: vlastní zpracování dle [14]

Z tabulky 9 je zřejmé, že prodeje dané skupiny bytových jednotek probíhaly pomaleji a současně zbývá k prodeji ještě 7 bytových jednotek z celkových 38 bytů dispozice 3+kk. Neprodaných 7 bytových jednotek znamená chybějící výnos 26 mil. Kč, což značně snižuje ziskovost developerského projektu. Neprodané bytové jednotky přinášejí další náklady na propagaci a tím dochází ke snížení zamýšleného zisku.

Tabulka 10: Postup prodeje bytů dispozice 4+kk

2016 - Q4	2017 - Q1	2017 - Q2	2017 - Q3	2017 - Q4
1	0	0	0	0
2018 - Q1	2018 - Q2	2018 - Q3	2018 - Q4	2019 - Q1
0	0	0	1	1/Zbývají 2 byty

Zdroj: vlastní zpracování dle [14]

U bytových jednotek o velikosti 4+kk nejsou ještě prodány 2 bytové jednotky z celkových 4 bytových jednotek. Před kolaudací bylo prodáno pouze 25 % bytových jednotek. Přestože byly k dispozici pouze 4 bytové jednotky ze 117 bytů, tak se prozatím prodalo pouze 50 %.

Neprodané dva byty potvrzují, že v současné době na trhu s rezidenčním bydlením není dostatek subjektů s dostatečnou kupní silou pro financování bytových jednotek vyšších dispozic jako jsou dispozice 3+kk a především dispozice 4+kk. U zkoumaného projektu Medium park se ceny bytů dispozice 4+kk pohybovaly v rozmezí 4 750 000 Kč - 4 890 000 Kč.

Tabulka 11: Postup prodeje bytů projektu Medium park

2016 - Q4	2017 - Q1	2017 - Q2	2017 - Q3	2017 - Q4
5	10	25	18	9
2018 - Q1	2018 - Q2	2018 - Q3	2018 - Q4	2019 - Q1
10	17	5	7	2

Zdroj: vlastní zpracování dle [14]

Celkové výsledky prodejů jednoznačně poukazují na skutečnost, že nejvíce bytových jednotek se prodává v průběhu druhého a třetího kvartálu. Naopak v prvním a čtvrtém kvartálu prodeje stagnovaly. Více jak 80 % bytových jednotek bylo prodáno ještě před kolaudačním procesem. Na základě tohoto výsledku lze hodnotit průběh prodeje před kolaudací jako zdařilý. Na druhé straně je nutné zmínit, že i přesto, že prodej stále probíhá, zbývá k prodeji ještě 9 bytových jednotek (z celkových 117 bytových jednotek).

4.7 Ekonomické vyhodnocení včetně financování rezidenční výstavby

Primární cíl při realizaci developerského projektu je realizace zisku. Zhodnocení investice představuje výsledek práce pro investora a je nejdůležitějším měřítkem pro hodnocení celkového provedení investiční výstavby. Velikost zisku vyjadřuje kvalitu zpracování developerského projektu. Kvalita projektu se odráží od schopnosti developera získat výhodně pozemek ve vhodné lokalitě, kvalitně připravit podklady v předprojektové fázi, dobře zpracovat projektovou dokumentaci, naslouchat poptávce v dané lokalitě, provést stavbu dle časového harmonogramu a samozřejmě prodat veškeré postavené byty a dosáhnout tak očekávaných prodejů.

4.7.1 Náklady projektu a financování rezidenční výstavby

Developerská společnost neposkytla ke zpracování práce reálně vynaložené náklady na realizaci projektu. Lze však využít způsob, jak s velkou přesností náklady stanovit. Způsob stanovení nákladů se opírá o možnost využití údajů z účetní závěrky. U rozsáhlých developerských projektů je zpravidla pro realizaci projektu vytvořen podílový fond. Takto vytvořený podílový

fond vykazuje své vlastní hospodaření. Z účetní závěrky je poté možné čerpat číselné informace. Pro realizaci projektu Medium park společnost vytvořila podílový fond nesoucí název DEPRO INVEST. Z účetní závěrky sestavené k 31.3. 2018 lze stanovit celkové investiční náklady na projekt, protože nedokončená výroba činí 118 793 000 Kč. Po přepočítání investiční náklady na jeden měsíc vychází 9 899 417 Kč. Je však nutné brát v úvahu, že reálně měsíční náklady byly proměnlivé, a to především kvůli klimatickým podmínkám. Lze však předpokládat lineární rozložení nákladů během realizace výstavby. Dle harmonogramu stavebních prací měly stavební práce probíhat po dobu 21 měsíců. Dle propočtů zpracovaných na základě číselných podkladů z účetní závěrky vycházejí celkové náklady v úhrnné částce 219 558 157 Kč včetně vynaložených prostředků na nákup pozemku. Nejzrůsáhlejší položkou jsou zpravidla stavební náklady. Stavební náklady na realizaci projektu se šplhají až k 80 % z celkových nákladů. Další významnou položkou jsou tzv. „soft costs“ náklady. Jedná se o nestavební náklady, které lze těžko dopředu stanovit. Zahrnují náklady na inženýring, právní poplatky, projektový management, stavební dohled, náklady na reklamace a finanční náklady. Součástí soft costs nákladů je i realitní činnost a marketing.

Tabulka 12: Náklady projektu

Členění nákladu	Celková částka
Stavební pozemek	11 670 400 Kč
Investiční náklady dle propočtů	207 887 757 Kč
Celkové náklady projektu	219 558 157 Kč

Zdroj: zpracováno dle [26]

Účetní závěrka také poukazuje na způsob financování developerského projektu v Hradci Králové. Dle účetní závěrky je projekt financován z interních zdrojů společnosti. Zpravidla jsou projekty takového rozsahu financovány kombinací vlastních a cizích zdrojů. Financování výstavby 117 bytových jednotek vlastními zdroji je tak velmi nezvyklou záležitostí a poukazuje na schopnost a sílu developerského subjektu. Využitím vlastních zdrojů se developerská společnost vyhne finančním nákladům spojených s využitím úvěrových produktu poskytnutých komerční bankou.

4.7.2 Výnosy projektu

Výnosy projektu už je možné bez obtíží stanovit. Výnosy zahrnují veškeré prodeje všech bytových jednotek projektu Medium park. Součástí ceny bytu je u bytového domu Medium

park alespoň jedno parkovací místo. Parkovací místo není zpravidla vždy součástí nabízené ceny u jiných developerských projektů rezidenčního typu. Kupříkladu v Praze stojí jedno vnitřní parkovací místo v rozmezí 350 tis. Kč až 500 tis. Kč. U zkoumaného projektu obsahují větší bytové jednotky dvě parkovací místa, a to většinou vnitřní a vnější parkovací místo. V průběhu prodeje už nebylo možné zakoupit další parkovací místo, jak to bývá možné u jiných developerských projektů.

Tabulka 13: Výnosy projektu

Výnosy z prodeje bytů	
Aktuální výnos z prodeje bytů	226 824 040 Kč
Maximální výnos z prodeje bytů	256 187 676 Kč

Zdroj: zpracováno dle [12]

Aktuální a maximální výnos z prodeje bytů dokázal autor stanovit na základě informací z ceníků prodaných bytů umístěných na webových stránkách projektu. Celkový výnos z prodeje bytů při prodeji všech 117 bytových jednotek činí 256 187 676 Kč.

4.7.3 Ekonomické vyhodnocení projektu

V současné době není ještě prodáno devět bytových jednotek a díky tomu je aktuální výnos z prodeje bytů o více jak 29. mil. Kč nižší. Aktuální inkasovaný výnos se zatím zastavil na částce 226 824 040 Kč. Z výnosů a nákladů vyplývá aktuální zisk projektu Medium park, který činí 7 265 883 Kč (zhodnocení projektu dosáhlo prozatím přibližně 4 procent). Aktuální zisk určitě neodpovídá požadavkům developerů. Lze však s velkou pravděpodobností předpokládat doprodání všech bytových jednotek a poté bude zisk činit 36 629 519 Kč a celkové zhodnocení projektu dosáhne přibližně 17 procent.

4.8 Výsledné shrnutí komparace projektů ve vybraném regionu

Celá kapitola č. 5 se zabývala komparací autorem zvoleného projektu s ostatními projekty. Zvolený projekt se nachází v lokalitě Moravské Předměstí. V rámci realizovaných projektů se jedná o nejrozsáhlejší projekt rezidenčního typu v Hradci Králové. Z hlediska počtu bytů výrazně přesahuje konkurenční projekty v Hradci Králové. Kupříkladu rezidenční projekt Medium park trojnásobně převyšuje rezidenční projekt Taraby z hlediska počtu bytových jednotek (podrobněji viz kapitola 4.3 týkající se skladby bytových jednotek). Autor práce shledal lokalitu

projektu jako vyhovující, a to z důvodu vysoké občanské vybavenosti. Jediným nedostatkem lokality je okolní kvalita bytového fondu, která je ovlivněna rezidenční výstavbou panelového typu. Při komparaci skladby bytových jednotek s konkurenčními projekty byl potvrzen současný trend upřednostňování bytů menších dispozic před byty větších dispozic. Při porovnávání průměrné plochy bytů všech dispozic nabývaly konkurenční projekty rozdílné hodnoty než zkoumaný projekt Medium park. Na druhou stranu průměrná velikost bytů postavených v rámci zkoumaného projektu korespondovala s průměrnými hodnotami uváděnými Českým statistickým úřadem. Lze tedy konstatovat, že developer projektu vytvořil správnou skladbu bytových jednotek. Z cenové konfrontace vyplývá, že projekt Medium park měl nastaveny přiměřené ceny. Cena za 1 m² se pohybovala dva tisíce korun českých pod krajským průměrem nově postaveného bytu a zároveň pouze dva konkurenční projekty nabízely bytové jednotky s nižší cenou.

ZÁVĚR

Nabídka nových nemovitostí je na rezidenčním trhu nemovitostí tvořena rodinnými domy a bytovými jednotkami. Nejnáročnější je výstavba rozsáhlých bytových domů. Výstavba je časově a finančně velmi náročná a každá odchylka od plánovaného záměru se významně projeví na ekonomickém výsledku projektu. Samotný výsledek závisí do značné míry na úspěšnosti prodeje jednotlivých bytových jednotek projektu.

Stanoveným cílem bakalářské práce bylo analyzovat rezidenční trh nemovitostí prostřednictvím komparace autorem zvoleného projektu s konkurenčními projekty ve vybraném regionu. Zároveň byla provedena dílčí analýza rezidenčního trhu ve vybraném regionu.

Za jeden z hlavních přínosů bakalářské práce patří teoretické vymezení trhu nemovitostí. Celý nemovitostní trh byl rozdělen na jednotlivé segmenty, u kterých byla zmíněna specifika daných částí trhů. Primární důraz byl kladen na rezidenční trh nemovitostí. Byly charakterizovány subjekty vystupující na rezidenčním trhu. Práce se dále zaměřila na faktory ovlivňující cenu nemovitostí. V druhé kapitole byly zmíněny způsoby financování nemovitostí. Poslední kapitola teoretické části práce se věnovala problematice developerské činnosti. Problematika developerské činnosti se zaměřila především na všechny fáze developerského projektu obsahující široké spektrum činností.

Čtvrtá kapitola bakalářské práce se věnovala praktickým záležitostem developerských projektů na rezidenčním trhu nemovitostí. Komparace proběhla z různých úhlů pohledů a zahrnovala srovnání většího počtu bytových domů ve vybraném regionu. Blíže byl však zkoumán autorem vybraný developerský projekt, který byl v úvodu představen společně s developerskou společností. Zároveň byl představen prodejce bytových jednotek celého projektu. Poté již následovalo vyhodnocení vhodnosti lokality blíže zkoumaného projektu, kterou autor bakalářské práce shledal na základě vysoké kvality občanské vybavenosti jako vyhovující. Následovala dílčí analýza rezidenčního trhu zaměřující se na dynamiku trhu, růst cen a dostupnosti bydlení. Komparace se zabývala skladbou bytových jednotek, rozdíly v cenách jednotlivých projektů. Na závěr bylo provedeno ekonomické vyhodnocení blíže zkoumaného projektu, které bylo negativně ovlivněno neuspokojivými výsledky prodeje bytových jednotek větších dispozic.

V závěru bakalářské práce byla využita metoda syntézy, kdy byly shrnuty poznatky získané z komparace developerských projektů.

POUŽITÁ LITERATURA

- [1] Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí. *Analýza českého trhu: nejdostupnější nové byty jsou na Vysočině, nejméně v Praze* [online]. [cit. 2019-03-21]. Dostupné z: <http://artn.cz/analyza-ceskeho-trhu-nejdostupnejsi-nove-byty-jsou-na-vysocine-nejmene-v-praze/>
- [2] Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí. *Rezidenční trh 2017* [online]. Praha, 2017 [cit. 2019-10-9]. Dostupné z: http://artn.cz/wp-content/uploads/2017/10/cz_rezidencni_trh_tr2017_web.pdf
- [3] Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí. *Rezidenční trh 2018* [online]. Praha, 2018 [cit. 2019-10-11]. Dostupné z: http://artn.cz/wp-content/uploads/2018/04/cz_03-rezidencni_trh_tr2018_web.pdf
- [4] Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí. *Trh průmyslových prostor* [online]. Praha, 2018 [cit. 2018-10-12]. Dostupné z: http://artn.cz/wp-content/uploads/2018/04/cz_06-prumysl_tr2018_web.pdf
- [5] Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí. *Trh s kancelářskými prostory* [online]. Praha, 2018 [cit. 2019-03-12]. Dostupné z: http://artn.cz/wp-content/uploads/2018/04/cz_04-kancelarsky_trh_tr2018_web.pdf
- [6] Asociace pro rozvoj trhu nemovitostí. *Trh s maloobchodními prostory* [online]. Praha, 2018 [cit. 2019-01-08]. Dostupné z: http://artn.cz/wp-content/uploads/2018/04/cz_05-maloobchod_tr2018_web.pdf
- [7] BRUEGGEMAN, W. a J. FISHER. *Real Estate Finance and Investments* [online]. 14th. New York: Douglas Reiner, 2011 [cit. 2019-01-20]. ISBN 978-0-07-337733-9. Dostupné z: <http://www.creentrepreneur.com/wp-content/uploads/2017/04/Real-Estate-Finance-and-Investments-14th-Edition-by-William-Brueggeman-Jeffrey-Fisher.pdf>
- [8] Český statistický úřad. *Bytová výstavba, stavební povolení a stavební zakázky – časové řady* [online]. [cit. 2019-03-08]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/bvz_cr Český statistický úřad. *Nejnovější ekonomické údaje* [online]. [cit. 2019-03-07]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xh/1-xh>
- [9] Český statistický úřad. *Ceny bytů* [online]. [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/ceny_bytu

- [10] Český statistický úřad. *Náklady na bydlení* [online]. [cit. 2018-10-14]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/20555415/1804120415_17.pdf/28f39a6d-97a9-4e61-9d5e-b490dac1bbf3?version=1.0
- [11] Český statistický úřad. *Nejnovější ekonomické údaje* [online]. [cit. 2019-01-17]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xh/1-xh>
- [12] Fortunae Hradec Králové. *Finální ceník Medium park*, 2016
- [13] Fortunae Hradec Králové. *Výběrové řízení na výhradního zprostředkovatele prodeje*.
- [14] Fortunae Hradec Králové. *Výsledky prodeje Medium park*, Hradec Králové, 2019.
- [15] FOTR, J., SOUČEK, I. Investiční rozhodování a řízení projektů: jak připravovat, financovat a hodnotit projekty, řídit jejich riziko a vytvářet portfolio projektů. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3293-0.
- [16] *Google Maps* [online]. [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <https://www.google.cz/maps/place/Medium+Park+Hradec+Kralov%C3%A1+ov%C3%A9/@50.1964047,15.8416897,16.75z/data=!4m5!3m4!1s0x470dd5fd40286d9b:0xb3e14c9ce0b11a75!8m2!3d50.1964019!4d15.8443006?hl=cs>
- [17] HLADÍLEK, M. *Nemovitosti jsou mé radosti*. 2. vydání. Zlín: Tigris, spol. s r.o., 2016, 133 s. ISBN 978-80-7490-096-9.
- [18] HLAVÁČEK, M., Z. PROSTĚJOVSKÁ a L. KOMÁREK. Analýza postupu prodeje rezidenčních developerských projektů. In: *Zpráva o finanční stabilitě 2010/2011* [online]. Praha: Česká národní banka [cit. 2018-10-21]. ISBN 978-80-87225-33-2. Dostupné z: https://www.cnb.cz/miranda2/export/sites/www.cnb.cz/cs/financni_stabilita/zpravy_fs/fs_2010-2011/fs_2010-2011_clanek_iii.pdf
- [19] HYBLEROVÁ, Š. *Zdroje financování bytové výstavby v České republice se zaměřením na hypoteční úvěr*. Technická univerzita v Liberci: Tribun EU s.r.o., Brno, 2010. ISBN 978-80-7372-673-7.
- [20] IMOS Development. *Realizace* [online]. [cit. 2018-12-18]. Dostupné z: <http://www.imos-development.cz/realizace>

- [21] KUDA, F. a M. LUX. *Bydlení v regionech*. Praha: Professional Publishing, 2010. 152 s. ISBN 978-80-7431-026-3.
- [22] LUX, M. a P. SUNEGA. *Jak dobře investovat do bydlení*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2006. 161 s. ISBN 80-86429-56-3.
- [23] LUX, M. a T. KOSTELECKÝ. *Bytová politika: teorie a inovace pro praxi*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2011. 229 s. ISBN 978-80-7419-068-1.
- [24] MELUZÍN, T. a V. ZEMAN. *Bankovní produkty a služby*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2014. 198 s. ISBN 978-80-214-4841-4.
- [25] Ministerstvo pro místní rozvoj. *Analýza současné situace v oblasti podnikání realitních kanceláří a návrh variant řešení* [online]. [cit. 2018-10-09]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/getmedia/58941994-c8c0-43f0-9e4e-a0fe9d7ac224/Analyza-realitni-cinnosti.pdf>
- [26] Ministerstvo spravedlnosti České republiky: eJustice. *Sbírka listin* [online]. 2018 [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=54892485&subjektId=211890&spis=910042>
- [27] POLÁKOVÁ, O. *Bydlení a bytová politika*. Praha: Ekopress, 2006. 294 s. ISBN 80-86929-03-5.
- [28] RETREND: real estate news. *Vysoké ceny bytů se propisují i do jejich velikosti. Zájem je hlavně o efektivní dispozice* [online]. 2018 [cit. 2019-01-28]. Dostupné z: <https://re-trend.cz/novinky/rezidencni-bydleni-a-hotely/vysoke-ceny-bytu-se-propisuji-i-do-jejich-velikosti-zajem-je-hlavne-o-efektivni-dispozice/>
- [29] REVENDA, Z. *Peněžní ekonomie a bankovníctví*. 5., aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2012. 374 s. ISBN 978-80-7261-240-6.
- [30] Rezidence Podzámčí. *Byty/ceník* [online]. [cit. 2019-01-10]. Dostupné z: <https://rezidencepodzamci.cz/bytycenik/>
- [31] Rezidence Pražské Předměstí. *Byty* [online]. [cit. 2019-01-10]. Dostupné z: <http://www.bytyprazskepredmesti.cz/byty/>

- [32] Rezidenční projekt Farářství. *Ceník* [online]. [cit. 2019-01-10]. Dostupné z: <http://www.fararstvi.cz/Cenik.html>
- [33] *SMART: Časopis o stavebnictví, developmentu a investicích* [online]. Praha: Deloitte, 2018, (Léto 2018) [cit. 2018-10-23]. Dostupné z: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cz/Documents/about-deloitte/smart/SmartConstruction_18leto.pdf
- [34] Taraby Hradec Králové. *Ceník* [online]. [cit. 2019-02-10]. Dostupné z: <http://www.taraby.cz/cenik-bytovy-dum-Pilot3.aspx>
- [35] URBÁNEK, T. *Marketing*. Praha: Alfa Nakladatelství, 2010. 233 s. ISBN 978-80-87197-17-2.
- [36] VALACH, J. *Investiční rozhodování a dlouhodobé financování*. 3., přeprac. a rozš. vyd. Praha: Ekopress, 2010. 513 s. ISBN 978-80-86929-71-2.
- [37] ZAMAZALOVÁ, M. *Marketing*. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-115-4.

PŘÍLOHY

Příloha A – Vizualizace projektu Medium park	58
Příloha B – Vizualizace projektu Medium park 2.....	58
Příloha C – Vizualizace projektu Medium park 3.....	59
Příloha D – Vizualizace projektu Medium park 4	59

PŘÍLOHA A – VIZUALIZACE PROJEKTU MEDIUM PARK

Bytový dům Medium park – pohled od příjezdové cesty



PŘÍLOHA B – VIZUALIZACE PROJEKTU MEDIUM PARK 2

Vizualizace zobrazující projekt z boční strany



PŘÍLOHA C – VIZUALIZACE PROJEKTU MEDIUM PARK 3

Vizualizace projektu



PŘÍLOHA D – VIZUALIZACE PROJEKTU MEDIUM PARK 4

Vizualizace projektu

