EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE

OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo: 102002/B/2021/36122161593059844

FAKTORY OVPLYVŇUJÚCE PODNIKANIE NA REALITNOM TRHU

Bakalárska práca

2021 **Jana Migrová**

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE

OBCHODNÁ FAKULTA

FAKTORY OVPLYVŇUJÚCE PODNIKANIE NA REALITNOM TRHU

Bakalárska práca

Študijný program: Podnikanie v obchode

Študijný odbor: Ekonómia a manažment

Školiace pracovisko: Katedra marketingu

Vedúci záverečnej práce: Ing. Jozef Orgonáš, PhD., MBA

Bratislava 2021 **Jana Migrová**

Ekonomická univerzita v Bratislave
Obchodná fakulta

ZADANIE ZÁVEREČNEJ PRÁCE

Meno a priezvisko študenta: Jana Migrová
Študijný program: podnikanie v obchode (Jednoodborové štúdium, bakalársky I. st., denná forma)
Študijný odbor: ekonómia a manažment
Typ záverečnej práce: Bakalárska záverečná práca
Jazyk záverečnej práce: slovenský
Sekundárny jazyk: anglický

Názov: Faktory ovplyvňujúce podnikanie na realitnom trhu.

Anotácia: Práca bude obsahovať prehľad podnikateľských aktivít v rámci podnikania na realitnom trhu so zameraním na špecializované skutočnosti, ktoré fungujú v tomto sektore podnikania a faktorov, ktoré ovplyvňujú podnikanie na realitnom trhu. Na príklade konkrétnej spoločnosti spracuje návrh zlepšení.

Vedúci: Ing. Jozef Orgonáš, PhD., MBA
Oponent: Ing. Marián Čvirik, PhD.
Katedra: KMr OF - Kat. marketingu OF

Spôsob sprístupnenia elektronickej verzie práce:
bez obmedzenia

Dátum zadania: 26.05.2020

Dátum schválenia: 15.06.2020 prof. Ing. Eva Hanuláková, PhD.
vedúci katedry

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že záverečnú prácu som vypracovala samostatne a že som uviedla všetku použitú literatúru.

Dátum:

.....

Jana Migrová

Poďakovanie

Touto cestou by som sa chcela poďakovať vedúcemu mojej bakalárskej práce Ing. Jozefovi Orgonášovi, PhD., MBA za jeho cenné rady, odborný prístup a usmernenia pri vypracovaní mojej záverečnej práce. Moja vďaka patrí taktiež vedeniu realitnej agentúry Centrum prenájmu s. r. o. za poskytnutie potrebných informácií o ich spoločnosti. V neposlednom rade ďakujem všetkým respondentom, ktorí mi pomohli s vyplnením dotazníka.

ABSTRAKT

MIGROVÁ, Jana: *Faktory ovplyvňujúce podnikanie na realitnom trhu*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra marketingu. – Vedúci záverečnej práce: Ing. Jozef Orgonáš, PhD., MBA. – Bratislava: OF EU, 2021, 52 s.

Cieľom záverečnej práce je na základe získaných teoretických vedomostí, skúmaných prvkov makroprostredia a mikroprostredia realitnej agentúry zhodnotiť jej činnosť a dať návrh na zlepšenie jej podnikateľskej činnosti.

Práca je rozdelená do štyroch kapitol. Obsahuje 14 grafov, 4 tabuľky a 1 obrázok. Prvá kapitola je venovaná definovaniu základných teoretických pojmov z oblasti trhu s nehnuteľnosťami. Pri jej vypracovaní sme využili množstvo knižných a internetových zdrojov. V ďalšej časti sa charakterizuje hlavný cieľ práce a čiastkové ciele. Záverečná kapitola sa zaoberá opisom dosiahnutých výsledkov práce. V tejto časti sme sa zamerali na navrhnutie možných opatrení pre objekt nášho skúmania, ku ktorým sme dospeli po zhromaždení a analýze primárnych a sekundárnych údajov. Výsledkom riešenia danej problematiky je súbor návrhov pre realitnú agentúru, ktorými sa môže v budúcnosti inšpirovať na zlepšenie jej podnikateľskej činnosti.

Kľúčové slová:
realitný trh, realitná kancelária, nehnuteľnosť, reality

ABSTRACT

MIGROVÁ, Jana: The Factors Influencing the Entrepreneurship on Real-estate Market. – University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Department of Marketing. – Advisor: Ing. Jozef Orgonáš, PhD., MBA. – Bratislava: OF EU, 2021, 52 pages.

The aim of my final thesis is to evaluate the activities of the chosen real estate agency based on gained theoretical knowledge and analysed elements of the macro and micro-environment. The next step will be to make a proposal to improve its business activities.

The thesis is divided into four chapters. It contains 14 charts, 4 tables and 1 figure. The first chapter is dedicted to the definition of the basic theoretical concepts from the field of real estate market. For its elaboration we used a number of different books and internet sources. In the next part we characterised the main and partial goals of our work. The final chapter deals with a description of our gained results. In this part we specified on proposing possible measures for the object of our research, which we gained by collecting and analysing primary and secondary data. The result of solving this issue is a collection of proposals for the real estate agency, which can be used in the future for improving its business activities.

Keywords:

the real estate market, real estate agency, real property, real estate

OBSAH

Úvod **8**
1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí **10**
1.1 Definícia základných pojmov 10
1.2 Realitné agentúry 11
1.2.1. Realitný maklér 12
1.3 Dopyt, cena, ponuka 13
1.4 Druhy nehnuteľností 14
1.5 Výnos, riziko, likvidita 15
1.5.1. Výnos 15
1.5.2. Riziko 16
1.5.3. Likvidita 18
1.6 Lokalita nehnuteľnosti 18
1.7 Hospodárska kríza v roku 2008 a realitná bublina 20
1.8 COVID-19 a jeho vplyv na realitné trhy 21
2 Cieľ práce **22**
3 Metodika práce a metódy skúmania **23**
3.1 Charakteristika objektu skúmania 23
3.2 Spôsob získavania údajov a ich zdroje 23
3.3 Použité metódy vyhodnotenia a interpretácie výsledkov 23
4 Výsledky práce a diskusia **25**
4.1 Charakteristika vybranej spoločnosti 25
4.1.1. Makroprostredie firmy 25
1.1.1 Organizačná štruktúra spoločnosti Centrum prenájmu s. r. o. 30
4.1.2. Služby 32
2.1.1 Komunikácia/inzercia ponúk 34
4.2 Výsledky prieskumu 36
4.2.1. Charakteristiky respondentov 36
3.1.1 Vyhodnotenie otázok z prieskumu 39
4.3 SWOT analýza spoločnosti Centrum prenájmu s. r. o. 44
4.4 Odporúčania pre spoločnosť Centrum prenájmu s. r. o. 45
Záver **48**
Zoznam použitej literatúry **50**

Úvod

Bývanie je neodmysliteľnou súčasťou základných ľudských potrieb. Na realitnom trhu sa stretávajú subjekty s rôznymi zámermi. Pôsobia tu obyvatelia, ktorí sem prichádzajú s cieľom uspokojenia tejto potreby, ako aj fyzické a právnické osoby, ktoré vidia v nehnuteľnostiach investičnú alebo podnikateľskú príležitosť. Veľký počet subjektov či už na strane ponuky, alebo dopytu po nehnuteľnostiach má menej skúseností a znalostí o tomto trhu. Z tohto dôvodu využívajú služby realitných kancelárií, ktorých podnikateľská činnosť je zameraná na realitný trh. Svojim zákazníkom okrem sprostredkovania prenájmu, predaja, alebo ubytovania poskytujú aj využitie znalostí nadobudnutých z pôsobenia na tomto trhu, ako aj zabezpečenie právnych, prípadne iných služieb spojených s uzatvorením nájomnej alebo kúpno-predajnej zmluvy.

Ako pri investovaní, tak aj pri podnikaní na trhu s týmito komoditami je dôležité neustále sledovanie faktorov, ktoré vo výraznej miere ovplyvňujú úspešnosť ich činnosti. V predkladanej bakalárskej práci sa zameriavame na opis hlavných činiteľov pôsobiacich na danom trhu v teoretickej rovine, ako aj v praktickej na príklade konkrétnej realitnej agentúry.

V teoretickej časti tejto práce sa zameriavame na objasnenie základných teoretických pojmov spätých s realitným trhom a faktorov, ktoré vo výraznej miere ovplyvňujú pôsobenie podnikateľských subjektov, ako aj súkromných osôb, ktoré sa zameriavajú na túto oblasť. V závere tejto časti sa snažíme priblížiť udalosti z minulého, ako aj súčasného obdobia, ktoré podľa nášho názoru tento trh vo výraznej miere ovplyvnili.

Druhá kapitola je zameraná na definovanie základného cieľa bakalárskej práce, ktorým je zhodnotiť činnosti spoločnosti pôsobiacej v tejto oblasti a dať návrh na zlepšenie jej podnikania. Taktiež sme si určili parciálne ciele, ktoré boli potrebné na dosiahnutie hlavného cieľa.

Pri písaní záverečnej práce sme využili viacero odborných metód pri získavaní primárnych, ako aj sekundárnych údajov, ktoré spomenieme v tretej kapitole.

Praktická časť je venovaná skúmaniu makroprostredia a mikroprostredia konkrétnej spoločnosti. V úvode sa zameriavame na stručnú charakteristiku vybranej realitnej agentúry. Následne skúmame vývoj základných externých faktorov v okolí jej pôsobenia. Po zhromaždení sekundárnych údajov nasleduje zhrnutie a vyhodnotenie primárnych údajov získaných formou dopytovania.

V závere bakalárskej práce sa zameriavame na zhrnutie zistených poznatkov a navrhnutých riešení pre objekt nášho skúmania.

1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

V nasledujúcej kapitole sa zameriavame na vysvetlenie základných pojmov ako sú podnik, podnikanie, podnikateľ a trh. Taktiež bližšie charakterizujeme nehnuteľnosti a ich lokalitu, ako aj činnosti vykonávané na realitnom trhu. V závere kapitoly bližšie opisujeme udalosti, ktoré ovplyvnili situáciu ako na realitnom trhu, tak aj v celej ekonomike.

1.1 Definícia základných pojmov

Na pojem trh možno nazerať z viacerých uhlov pohľadu. Ján Lisý vo svojej knihe definuje trh ako: „ *mechanizmus realizácie záujmov jednotlivých trhových subjektov, t. j. mechanizmus, prostredníctvom ktorého kupujúci a predávajúci na seba navzájom pôsobia, aby určili ceny a množstvá tovarov“* (Lisý, 2016). „*Z marketingového hľadiska je trh zoskupenie existujúcich a potenciálnych kupujúcich produktu*“ (Kita, 2017). Zatiaľ čo definícia z ekonomickej teórie v sebe zahŕňa aj kupujúcich aj predávajúcich a vzťahy, ktoré medzi nimi na trhu vznikajú, marketing sa sústreďuje v prvom rade na zákazníka.

Na trhu sa obchoduje s veľkým množstvom rôznych druhov tovarov a služieb. Jedným z týchto tovarov sú práve nehnuteľnosti, s ktorými sa obchoduje na realitnom trhu. Tu sa stretávajú kupujúci, ktorí majú záujem o určitú nehnuteľnosť s predávajúcimi, ktorí majú tento druh tovaru vo vlastníctve.

Tieto dva hospodárske subjekty častokrát využívajú služby realitných agentúr, teda podnikov, ktoré pôsobia na realitnom trhu. Pojem podnik je charakterizovaný ako: „ *súbor hmotných, ako aj osobných a nehmotných zložiek podnikania. K podniku patria veci, práva a iné majetkové hodnoty, ktoré patria podnikateľovi a slúžia na prevádzkovanie podniku alebo vzhľadom na svoju povahu majú tomuto účelu slúžiť“* (Zákon č. 513/1991 Zb. z. Obchodný zákonník). Medzi hmotné zložky realitných agentúr možno zaradiť kancelárske vybavenie, budovy, pozemky a pod. Medzi nehmotné patrí napríklad obchodné meno, pod ktorým vykonáva svoju podnikateľskú činnosť, vybudované dobré meno spoločnosti, know-how a iné.

Pojem podnikanie je vymedzený ako: „ *sústavná činnosť vykonávaná samostatne podnikateľom vo vlastnom mene a na vlastnú zodpovednosť za účelom dosiahnutia zisku“* (Zákon č. 513/1991 Zb. z. Obchodný zákonník). Ako už z danej definície vyplýva, základným cieľom vykonávania tejto činnosti je byť ziskový. Aby výnosy spoločnosti prevyšovali náklady v dlhodobom horizonte je veľmi dôležité, aby podnikateľ mal nielen

dostatok vedomostí, ale tiež prehľad o aktuálnej situácií a predpoklad o budúcom vývoji trhu, aby prispôsobil svoju činnosť na dostatočné uspokojenie spotrebiteľských potrieb.

„Podnikateľom sa rozumie:

- *osoba zapísaná v obchodom registri,*
- *osoba, ktorá podniká na základe živnostenského oprávnenia podľa osobitných predpisov,*
- *fyzická osoba, ktorá vykonáva poľnohospodársku výrobu a je zapísaná do evidencie podľa osobitných predpisov"* (Zákon č. 513/1991 Zb. z. Obchodný zákonník).

Parkin (2016) definoval pojem podnikateľ ako iniciátora ekonomického pokroku, ktorý vyvíja nové nápady, čo a ako vyrábať, robí obchodné rozhodnutia a znáša riziká, ktoré z týchto rozhodnutí vyplývajú.

1.2 Realitné agentúry

Ako sme spomenuli v predchádzajúcej podkapitole, realitné agentúry sú sprostredkujúcim medzičlánkom medzi kupujúcim alebo nájomcom a predávajúcim, prípadne prenajímateľom nehnuteľnosti. Základným predmetom podnikania týchto spoločností je teda sprostredkovanie predaja, prenájmu a kúpy nehnuteľností (realitná činnosť). Služby realitných agentúr zahŕňajú v prvom rade vyhľadávanie vhodného predávajúceho alebo kupujúceho pre danú nehnuteľnosť a tiež zabezpečovanie činností spojených s uskutočňovaním tohto predaja. Veľký počet týchto spoločností rozširuje sortiment svojich služieb o realitné „developerstvo" (výstavba bytov, domov, zmena zelených lúk na stavebné parcely a pod.), ale aj výkup a následný predaj nehnuteľnosti so ziskom. Pod realitný biznis sa zvyknú najmä v zahraničí zaradovať aj činnosti spojené so správou a údržbou nehnuteľností, ktoré sú nazývané aj ako „facility management" (Plavec, 2020).

Vstup na trh je realitným agentúram na Slovensku zabezpečený buď založením živnosti alebo spoločnosti s ručením obmedzením, prípadne aj založením akciovej spoločnosti. Ak chce fyzická alebo právnická osoba vykonávať túto činnosť, musí splniť podmienky ustanovené zákonom.

Pri živnosti sa vyžaduje splnenie všeobecných podmienok a osobitných podmienok prevádzkovania živnosti.

„Medzi všeobecné podmienky patrí:

- *dosiahnutie veku 18 rokov,*
- *spôsobilosť na právne úkony,*
- *bezúhonnosť* (Zákon č. 455/1991 Zb. z. Živnostenský zákon).

Medzi osobitné podmienky patrí:

- *vysokoškolské vzdelanie ekonomického alebo právnického alebo -stavebného alebo architektonického smeru -alebo*
- *úplné stredné vzdelanie s maturitnou skúškou, 2 roky praxe v odbore a osvedčenie o absolvovaní akreditovaného vzdelávacieho programu vydané vzdelávacou inštitúciou akreditovanou Ministerstvom školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky"* (Príloha č. 2 k zákonu č. 455/1991 Zb. v znení neskorších predpisov).

Spoločnosť s ručením obmedzeným môže založiť jedna osoba, najviac však 50 spoločníkov (Zákon č. 513/1991 Zb. z. Obchodný zákonník). Obe formy majú svoje výhody aj nevýhody. Základnou výhodou pri živnosti je hlavne malá kapitálová a administratívna náročnosť vzniku. Pri spoločnosti s ručením obmedzením je síce minimálna výška základného imania 5000 € (Zákon č. 513/1991 Zb. z. Obchodný zákonník), ale veľkou výhodou hlavne z hľadiska zabezpečenia dlhodobej životnosti podniku je obmedzené ručenie. To znamená, že konateľ alebo spoločník za záväzky spoločnosti neručí svojím osobným majetkom, ale len do výšky svojho nesplateného vkladu zapísaného v obchodnom registri.

1.2.1. Realitný maklér

Realitného makléra možno definovať ako osobu, ktorá v mene realitnej agentúry zabezpečuje činnosti spojené s kúpou alebo prenájmom nehnuteľností. Medzi ich aktivity možno zaradiť inzerovanie ponúk, vyhľadávanie potencionálnych kupujúcich alebo nájomcov, ako aj voľných nehnuteľností, oslovovanie nových klientov, administratívne činnosti, vykonávanie obhliadok nehnuteľností a mnoho ďalších. Práca realitného makléra vyžaduje hlavne schopnosť práce s ľuďmi a taktiež mať tzv. obchodného ducha, aby sa zabezpečila spokojnosť na oboch stranách obchodného styku. Samotná výška príjmu realitného makléra závisí najmä od toho, aký počet obchodov za daný mesiac zrealizuje, výšky provízie za daný obchod a taktiež od percenta, ktoré realitná agentúra prizná z tejto

provízie maklérovi. Mesačný príjem tohto pracovníka sa odvíja v prevažnej miere hlavne od jeho vlastnej iniciatívy a šikovnosti. Na to aby bol vo svojej práci úspešný, mal by mať požadované vedomosti, skúsenosti a neustále by sa mal v danej oblasti vzdelávať. Pri tejto činnosti by sa nemalo zabúdať na to, že veľmi dôležitú rolu hrá komunikácia s klientmi. Nedostatočná informovanosť, prípadne neprofesionalita môže poškodiť meno celej spoločnosti.

1.3 Dopyt, cena, ponuka

Medzi základné faktory, ktoré ovplyvňujú nielen realitný trh, patria práve dopyt, cena a ponuka.

„Dopyt prestavuje množstvo statku, ktoré sú kupujúci ochotní kúpiť v závislosti od ceny. Vyjadruje taktiež závislosť medzi množstvom požadovaných tovarov a služieb a ich cenou“ (Lisý, 2016). V prostredí realitného trhu vytvárajú dopyt v prípade krátkodobého alebo dlhodobého nájmu nájomcovia a v prípade kúpy kupujúci. Cena, ktorú sú ochotní za danú nehnuteľnosť zaplatiť je ovplyvňovaná v prvom rade množstvom finančných prostriedkov, ktoré majú k dispozícii. Väčšina slovenského obyvateľstva využíva pri kúpe hypotekárny úver, teda dlhodobý úver zabezpečený záložným právom na nehnuteľný majetok dlžníka a používa sa na výstavbu, rekonštrukciu alebo kúpu nehnuteľnosti (Beňová, 2005). Lehota splatnosti je 4 až 30 rokov. Aktuálne je možné čerpať hypotekárny úver maximálne do výšky 80 % z ceny nehnuteľnosti. Tento pomer je vyjadrený rizikovým ukazovateľom Loan to value (LTV) ako medzi výškou úveru a hodnotou zakladanej nehnuteľnosti. Zvyšnú čiastku uhrádzajú kupujúci z vlastných finančných prostriedkov, prípadne využívajú na dofinancovanie ďalšie pôžičky ako sú spotrebné úvery, medziúvery a stavebné úvery zo stavebných sporiteľní či tzv. P2P pôžičky, pri ktorých je ale výrazne kratšia doba splatnosti a taktiež treba rátať so zvýšenými nákladmi na kupujúcu nehnuteľnosť (Tonka, 2020).

„Ponuka vyjadruje množstvo statkov (t. j. tovarov a služieb), ktoré sú predávajúci ochotní predať v závislosti od ceny. Predstavuje súhrn všetkých zamýšľaných predajov, s ktorými výrobcovia prichádzajú na trh s cieľom predať statky za určitú cenu“ (Lisý, 2016). Na realitnom trhu vystupujú na strane ponuky realitné agentúry prípadne jednotlivci, ktorí majú záujem o predaj alebo zabezpečenie prenájmu.

Cena vzniká pôsobením ponuky a dopytu, teda na mieste, kde sa krivka dopytu a ponuky pretnú. Čím je ponuka v našom prípade nehnuteľností vyššia, tým je nižšia ich

cena. Opačne to platí v prípade dopytu, kedy vyšší dopyt so sebou prináša vyššiu cenu. To znamená, že ak na určitom trhu, v určitom čase bude veľmi veľký záujem o kúpu nehnuteľností a zároveň bude nedostatok ponuky, teda dopyt prevýši ponuku, vlastníci nehnuteľností budú automaticky ponúkanú cenu navyšovať. Opačný prípad nastane, ak ponuka prevýši dopyt. V tom prípade ak budú chcieť osoby danú nehnuteľnosť predať, cenu budú musieť stanoviť na nižšej úrovni. Pojem rovnovážna cena možno charakterizovať ako cenu, pri ktorej sa ponúkané množstvo tovaru rovná požadovanému množstvu tovaru. Pri rovnovážnej cene nevzniká ani nedostatok, ani prebytok tovaru. V praxi ale tento stav býva veľmi ojedinelý. Pri cene je tiež dôležité spomenúť, že zmena na realitnom trhu prebieha pomalšie a nie tak výrazne ako pri iných trhoch. Jedným z dôvodov je dlhší čas vynaložený na realizáciu kúpy alebo predaja tohto druhu majetku. Cena môže alebo nemusí mať vzťah k hodnote, ktorú veci prisudzujú iné osoby.

1.4 Druhy nehnuteľností

Nehnuteľnosti zaraďujeme do dlhodobého majetku, nakoľko ich doba použiteľnosti je dlhšia ako jeden rok. Typickou vlastnosťou nehnuteľností je hlavne ich stabilita a dlhodobá životnosť. Významnou súčasťou je taktiež možnosť predať nehnuteľnosť počas celej doby, počas ktorej ju má majiteľ vo vlastníctve a to spravidla za vyššiu cenu než za akú ju subjekt obstaral (Rejnuš, 2016). Občiansky zákonník definuje v § 119 ods. 2 pojem nehnuteľnosti ako: *„pozemky a stavby spojené so zemou pevným základom. "* Podľa tejto definície možno konštatovať, že sa jedná o pôdu, ktorá môže plniť funkciu výrobného faktora pre poľnohospodársku produkciu, alebo sa môže jednať o pozemok určený na stavebné účely.

Na základe toho, ktorú z týchto funkcií plní, ju možno rozdeliť na:

- poľnohospodárske pozemky,
- stavebné pozemky,
- ostatné pozemky.

Podľa toho, na aký účel je nehnuteľnosť určená, rozlišujeme dva druhy segmentov:

- nehnuteľnosti určené na bývanie - tieto typy sú označované aj ako rezidenčné. Patria sem rôzne druhy obytných priestorov ako napríklad domy, byty, chaty, vily,

– nehnuteľnosti na podnikanie - základnou funkciou týchto nehnuteľností je zdroj príjmu. Pomenovanie pre tento druh je komerčná nehnuteľnosť. Možno sem zaradiť skladové objekty, kancelárske priestory, obchodné centrá a iné (Árendáš, 2018).

1.5 Výnos, riziko, likvidita

Investovanie do nehnuteľností či už právnickými ako aj fyzickými osobami sa stáva stále viac obľúbené. Základnými kritériami, ktoré sledujú veritelia aj dlžníci sú výnos, riziko a likvidita. Ideálny stav by predstavoval investíciu s maximálnym výnosom a likviditou a minimálnym rizikom, ale maximalizovať uvedené kritéria je možné len ťažko. Vo všeobecnosti platí, že maximálny výnos možno dosiahnuť pri vysokom riziku resp. nízkej likvidite a naopak, ak chceme investovať s nízkym rizikom a vysokou likviditou je treba počítať s nižším výnosom (Sivák, 2015).

1.5.1. Výnos

„Výnos predstavuje všetky príjmy, ktoré plynú z investície od chvíle, keď do nej vložíme prostriedky, až do termínu posledného možného príjmu z tejto investície. Je to teda odmena investora“ (Sivák, 2015). Pri investovaní do nehnuteľností sa získava výnos:

a) Z rozdielu kúpnej a predajnej ceny

V tomto prípade investor očakáva, že danú nehnuteľnosť, ktorú kúpil za nižšiu cenu v budúcnosti predá za vyššiu. Možnosťou ako docieliť zhodnotenie nehnuteľnosti je rekonštrukcia. Ak osoba plánuje zhodnotiť svoje úspory týmto spôsobom, je veľmi dôležité zhotoviť rozpočet nákladov spojených s rekonštrukciou vo vzťahu k budúcim výnosom, ktoré z danej investície budú plynúť. Niektoré realitné agentúry zameriavajú svoju činnosť práve na túto oblasť. Odkupujú staré priestory, zabezpečia rekonštrukciu a ďalej ich predávajú, prípadne sami vo vlastnej réžií zabezpečujú prenájom. Ďalším faktom, ktorý stojí za rozdielom medzi kúpnou a predajnou cenou je samotný trh. V súčasnosti je dlhodobým trendom nárast cien nehnuteľností. V nasledujúcej tabuľke môžeme vidieť cenu bytov od roku 2015 až po rok 2019. Podľa daných číselných údajov možno pozorovať, že v priebehu posledných piatich rokov ceny nehnuteľností na bývanie v SR každoročne rástli.

Tabuľka č. 1 : Vývoj cien bytov na Slovensku v rokoch 205 - 2019

Rok	Cena v €/m2	Medziročná zmena v %
2015	1 240	1,7
2016	1 301	4,9
2017	1 388	6,7
2018	1 464	5,5
2019	1 574	7,5

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa https://www.nbs.sk/sk/statisticke-udaje/vybrane-makroekonomicke-ukazovatele/ceny-nehnutelnosti-na-byvanie/vyvoj-cien-nehnutelnosti-na-byvanie-v-sr

b) Z nájmu

Nájom predstavuje peňažnú sumu, ktorú platí nájomca prenajímateľovi väčšinou pravidelne každý mesiac za to, že mu poskytne danú nehnuteľnosť do užívania. Vzťah medzi nimi vzniká na základe uzatvorenia nájomnej zmluvy, a to buď na dobu určitú alebo na dobu neurčitú. Túto zmluvu uzatvárajú okrem realitných agentúr aj fyzické osoby. V niektorých prípadoch domácnosti prenajmú na dlhšie obdobie kúpenú nehnuteľnosť a z toho plynúce nájomné využijú na splatenie hypotéky. Z praxe vyplýva, že úspešnosť prenájmu je zabezpečená pri 60-percentnej obsadenosti za rok.

Odporúča sa kombinácia obidvoch vyššie uvedených spôsobov získania výnosu, nakoľko okrem občasných poklesov cena nehnuteľností rastie. Perspektívne sa javí prenajať daný majetok na dlhšie obdobie, kedy príjem predstavuje nájomné. V neskoršom období, kedy je situácia na trhu pre predávajúcich priaznivá, predá túto nehnuteľnosť a príjmom mu bude rozdiel medzi kúpnou a predajnou cenou. Dôležitým faktom je, že majetok sa časom a taktiež používaním opotrebováva. Aby sa predišlo znehodnoteniu, odporúča sa vykonávanie pravidelnej rekonštrukcie (Matis, 2019).

1.5.2. Riziko

„Riziko vždy vyjadruje určitý stupeň neistoty týkajúci sa očakávaných výnosov. Predstavuje nebezpečenstvo pre investora, že nedosiahne očakávaný výnos“ (Sivák., 2015). Je veľké množstvo faktorov, ktoré môžu spôsobiť, že príjmy z daného majetku budú omnoho nižšie ako investor plánoval. Za veľmi rizikové sa považuje investovanie do nehnuteľností obstaraných prostredníctvom úveru. Rizikom v tomto prípade je v prvom rade strata zamestnania alebo choroba, kedy napriek výrazne nižšiemu príjmu sú osoby stále viazané uhrádzať rovnakú výšku splátok. V prípade prenájmu je rizikom neobsadenosť priestoru, poškodenie nehnuteľností, prípadne zvýšenie cien energií. Výrazné zníženie príjmu

spôsobujú aj zmeny v zákonodarstve a lokalite. V roku 2020 dane pri všetkých typoch nehnuteľností na Slovensku výrazne vzrástli. Pri bytoch na bývanie sa zvýšili v priemere až o 52 percent a za rodinné domy o 50 percent (Investujem.sk, 2020). Vyššie dane znamenajú rast nákladov na bývanie a taktiež o tento rozdiel klesá príjem z prenájmu. Aktuálne najviac v spoločnosti riešeným rizikom je koronavírus, ktorý viac rozoberieme v ďalšej kapitole. Určitý stupeň rizika je pri každom druhu investície. Dôležité je to, aby mal investor prehľad o rozličných okolnostiach, ktoré na trhu môžu nastať a premyslený plán, ako na ne reagovať. Určitými postupmi možno odstrániť alebo eliminovať príčinu vzniku rizika, alebo znížiť nepriaznivý dôsledok rizika. Medzi najdôležitejšie spôsoby znižovania rizika patria:

a) Diverzifikácia

„Týmto spôsobom sa zabezpečuje redukcia rizika jeho rozložením na čo najväčšiu základňu“ (Majdúchová, 2018). Realitné agentúry môžu prekryť pokles záujmu o domy, zvýšeným záujmom o byty, prípadne ak klesne celkový dopyt po prenájmoch, môžu svoje činnosti rozšíriť napríklad o zabezpečenie výstavby nových nehnuteľností, alebo činností spojených s kúpou nehnuteľností. Ak situácia v lokalite kde spoločnosť pôsobí je nepriaznivá, môže využiť geografickú diverzifikáciu.

b) Flexibilita

„Vyjadruje pružnosť podniku, teda čas za ktorý je podnik schopný reagovať na zmeny trhu“ (Majdúchová, 2018). Flexibilitu možno zabezpečiť tým, že spoločnosť namiesto kúpy nehnuteľnosti, ktorú bude ďalej prenajímať, ju bude mať len v prenájme, čo jej zabezpečí menšiu viazanosť finančných prostriedkov.

c) Delenie rizika

„Predstavuje spôsob, pri ktorom sa riziko delí medzi dvoch alebo viacerých účastníkov, ktorí sa výlučne podieľajú na realizácii určitého podnikateľského projektu alebo podnikateľskej činnosti“ (Majdúchová, 2018). Ako príklad možno uviesť spoluprácu realitných agentúr a stavebných spoločností, ktoré sa spoločne podieľajú na realizácií developerských projektov. Každý podnik sa zameriava na oblasť, v ktorej pôsobí a výsledný zisk z danej podnikateľskej činnosti spolu s možným rizikom neúspechu znášajú spoločne.

d) Transfer

„Transfer rizika znamená presunutie rizika na dodávateľov, odberateľov, prípadne iné ekonomické subjekty“ (Majdúchová, 2018). Spôsobom znižovania rizika v tomto prípade môže byť uzatvorenie dlhodobých zmlúv s obchodnými partnermi, prenajímateľmi kancelárskych priestorov, alebo s nájomcami danej nehnuteľnosti. Vopred dohodnuté podmienky v zmluve môžu zabezpečiť, že prípadné zmeny na trhu neovplyvnia očakávané príjmy alebo výdavky daných subjektov.

e) Poistenie rizika

Na základe vopred dohodnutých podmienok v poistnej zmluve poisťovňa za platené poistné úplne alebo čiastočne preberá riziko za poisteného (Majdúchová, 2018). Príkladom je poistenie zodpovednosti pri výkone realitnej činnosti. Poisťovňa v tomto prípade uhradí klientom realitnej agentúry škodu, ktorá im bola spôsobená

1.5.3. Likvidita

„Likvidita znamená rýchlosť, s akou sme schopní naše investície premeniť späť na hotové peniaze pri čo najnižších transakčných nákladoch“ (Sivák, 2015). Likvidita nehnuteľností je vo všeobecnosti veľmi nízka. Nakoľko ide o nákladnejšiu investíciu, investori by si mali dobre premyslieť jej návratnosť a taktiež činnosti spojené s uskutočnením kúpy alebo predaja sú zdĺhavejšie a komplikovanejšie ako pri iných druhoch aktív. Samotná nehnuteľnosť sa považuje za strednodobú až dlhodobú investíciu a rušenie plánovanej investičnej stratégie môže viesť k finančnej strate. Likvidita nehnuteľnosti je rozhodujúca aj v prípade, ak ju chcú osoby využiť ako zabezpečenie hypotéky. Najobstojnejším je zabezpečenie bytom, kde je likvidita vyššia ako napríklad pri chatách, ktoré banky financujú vo výrazne menšej miere. Aby sa v budúcnosti daný majetok premenil v čo najkratšom čase na peniaze, je potrebný správny výber lokality, ako aj konkrétneho druhu nehnuteľnosti.

1.6 Lokalita nehnuteľnosti

Lokalita danej nehnuteľnosti je jedným z hlavných faktorov, ktorý ovplyvňuje perspektívnosť danej investície. Lokalitu možno zaradiť k prvému a základnému kritériu, ktoré majú záujemcovia pri kúpe určitého typu nehnuteľnosti.

Peter Árendáš (2018) zaraďuje medzi faktory pri výbere lokality konkrétnej nehnuteľnosti napríklad:

- služby v blízkosti nehnuteľnosti (doprava, zdravotné zariadenia, školy, obchody a pod.),
- vzdialenosť od metropoly,
- škála priemyslu a zamestnávateľská základňa,
- demografický profil (typológia daného obyvateľstva).

Toto kritérium treba chápať na jednotlivých úrovniach. Dôležité je skúmať aká je situácia v najbližšom okolí konkrétnej nehnuteľnosti, na konkrétnej ulici, časti mesta, kraji a taktiež krajine, eurozóne alebo celosvetovo. Na Slovensku je iné prostredie na realitných trhoch ako v ostatných častiach sveta. Jednotlivé krajiny sa od seba líšia ako dostupnosťou bývania, tak aj cenami alebo ponúkanými druhmi nehnuteľností, čo je spôsobené rôznou vyspelosťou daných ekonomík, spôsobom života, kultúrou a mnohými inými faktormi.

Podmienky obstarania vlastného bývania pre občanov Slovenska sa v jednotlivých regiónoch od seba výrazne líšia. V závislosti od priemernej výšky príjmu možno určiť štatistiku, ktorá porovnáva dostupnosť nadobudnutia bytu alebo domu do svojej držby. Napriek tomu, že obyvatelia hlavného mesta disponujú vyššou priemernou mzdou, vlastné bývanie je pre nich takmer dvakrát menej dostupné ako pre ľudí z Trenčianskeho alebo Banskobystrického kraja (NARKS, 2020a). Bratislavský trh je v súčasnosti najviac dynamický a možno ho považovať aj za samostatnú kategóriu. Disponuje veľmi dobre rozvinutou infraštruktúrou, množstvom pracovných príležitostí, širokou ponukou voľnočasových aktivít, nákupných centier, ako aj neustálou realizáciou perspektívnych projektov developerských spoločností. Jedným z dôvodov vysokej ceny nehnuteľností v tomto regióne je práve fakt, že obyvatelia s vyšším príjmom sú ochotní a schopní si za bývanie v takejto výhodnej lokalite priplatiť. Aj v tomto prípade sa potvrdzuje teória týkajúca sa dopytu, ponuky a ich vplyvov na cenu. V súčasnosti rastie dopyt po obytných priestoroch v tomto meste, ale ich ponuka je nepostačujúca. Hlavný analytik Bencont Investments sa vyjadril: „Z dlhodobého hľadiska kvôli zdĺhavým a náročným povoľovacím procesom a nedostatku stavebných povolení očakávame prehĺbenie problému nedostatku bytov v Bratislave, čo bude vyháňať obyvateľov do okrajových lokalít mesta a satelitov. Z tohto dôvodu v horizonte 2 - 3 rokov skôr vidíme priestor na ďalší rast cien, ktorý sa môže pohybovať na úrovni okolo 5 % ročne.“ To znamená, že ponuka prevyšujúca dopyt bude ceny bytov stále navyšovať alebo minimálne udržiavať na súčasnej úrovni, kým nebude

zaznamenané zvýšenie ponuky prípadne pokles dopytu (SITA, 2020). Za zvýšením ceny stoja aj takzvané vyvolané investície, ktorú mesto alebo mestská časť žiada od developerských spoločností. Túto čiastku je developer povinný zaplatiť, ak chce získať povolenie na stavbu. Zahŕňa v sebe investície do verejnej infraštruktúry, v posledných rokoch hlavne na rekonštrukciu križovatiek (SME, 2020).

1.7 Hospodárska kríza v roku 2008 a realitná bublina

Na vzniku hospodárskej krízy sa vo veľkej miere podieľali finančné transakcie spojené s obstarávaním nehnuteľností. Americká ekonomika v rokoch 1992 - 2000 zažívala najdlhšie obdobie hospodárskeho rastu. Veľké množstvo voľných finančných prostriedkov smerovalo na akciové trhy hlavne s technologickými akciami, ktoré investori považovali za veľmi perspektívnu príležitosť, keďže hodnota jednotlivých akcií bola nadpriemerne vysoká. V marci 2001 však došlo k prasknutiu „Dot-com bubliny“. Investori hľadali nové možnosti investovania na trhu. Investície začali prúdiť do nehnuteľností. Americká vláda znižovala úrokové miery až na 1 % a taktiež podporovala poskytovanie takzvaných „subprime hypoték“ pre ľudí, pri ktorých bolo veľké riziko nesplatenia danej hypotéky, teda pre tých, ktorí si to za iných okolností nemohli vôbec dovoliť. Ratingové agentúry zamerané na hodnotenie platobnej schopnosti jednotlivých dlžníkov bolo možné podplatiť za účelom získania dokladu o potrebnej výške príjmu. Banky sa vo veľkej miere spoliehali len na výsledky ratingov a potrebné dokumenty ani neoverovali. Hypotéky boli poskytované s pohyblivou úrokovou mierou. Z týchto poskytnutých pochybných hypoték sa vytváral väčší balík, ktorý sa rozdelil na menšie podľa miery rizika s rôznou výškou výnosu. Obyvatelia nakupovali domy a investori aj banky mali výnosy z úrokov. Už v roku 2005 však začali v mnohých častiach USA ceny jednotlivých nehnuteľností klesať. V priebehu rokov 2006 až 2007 začal veľký nárast počtu nesplácaných a predčasne ukončených hypoték, predaj nových nehnuteľností taktiež poklesol a ich zásoby narastali. Nesplácanie úverov viedlo ku krachu 25 inštitúcií, ktoré ich poskytovali. Najväčší bankrot bol zaznamenaný 15. september 2008, keď skrachovala v tom čase štvrtá najväčšia investičná banka v USA Lehman Brothers. Na finančných trhoch kvôli vzrastajúcej nedôvere pokleslo medzibankové úverovanie, čo viedlo k poklesu likvidity. Vysoký podiel nesplatených úverov, z toho vyplývajúce problémy finančných inštitúcií, viedli k globálnej ekonomickej kríze, ktorá vypukla v roku 2008. Kríza z USA sa najrýchlejšie šírila do krajín prepojených finančným sektorom ako bola Veľká Británia, Írsko, Švajčiarsko, Holandsko, Belgicko,

Luxembursko a v menšej miere Francúzsko a Nemecko. Rovnako na tom boli aj krajiny závislé od dovozu, otvorené ekonomiky, krajiny orientované na vývoz poľnohospodárskych surovín a ropy (Ondrovič, 2017).

1.8 COVID-19 a jeho vplyv na realitné trhy

„Pandémia Koronavírus“ zasiahla všetky oblasti života a neobišla ani realitný trh. Veľké množstvo podnikov z dôvodu redukcie nákladov prerušilo prenájom kancelárskych priestorov. Ako príklad možno uviesť bratislavský trh, kde síce v širšom slova zmysle dopyt a teda aj zároveň cena nehnuteľností dlhodobo rastie, no záujem o kancelárske priestory klesá. „Miera neobsadenosti sa na bratislavskom kancelárskom trhu zvyšuje už od roku 2018. V prvom polroku 2020 sa síce úspešne dokončilo niekoľko rozpracovaných prípadov, ale celkový nový záujem vplyvom pandemickej situácie výrazne ubudol,” uviedol pre agentúru SITA realitný expert Róbert Michalica. Ako aj väčšina firiem, tak aj realitné agentúry sa z dôvodu preventívnych opatrení snažia vykonávať väčšinu svojich činností prácou z domu. Situácia si vyžiadala hlavne posilnenie internetovej komunikácie. Záujem o osobné obhliadky nehnuteľnosti poklesol (NARKS, 2020b). Neistota ohľadom udržania príjmov záujemcov o nehnuteľnosť sa odrazila v odklade kúpy hlavne od polovice marca, kedy predaje bytov prudko klesali. Podľa hlavného analytika Bencont Investments Rudolfa Bruchánika bol tento pokles najvýraznejší hlavne v apríli 2020, ale nakoľko je kúpa bytu vnímaná ako dlhodobá a bezpečná investícia, sa už od mája záujem kupujúcich opäť začal zvyšovať. V danej situácií je dôležitá opatrnosť pri začatí realizácie nových zámerov. Na druhej strane sa developerské spoločnosti snažili čo najskôr dokončiť projekty, ktoré boli v štádiu rozpracovanosti. Na trhu sú určité riziká spojené s neznámym dopytom, ktorý sa bude vyvíjať podľa ekonomickej situácie, dostupnosti úverov, nezamestnanosti, výške príjmov. Napriek tomu sa hlavne na bratislavskom trhu očakáva, že cena bytov neklesne. Dôvodom je dlhodobo nedostatočná ponuka v porovnaní s dopytom a momentálne ani nie je na trhu výhľad na jej zvýšenie. Tento fakt odlišuje danú situáciu od tej, ktorá nastala v rokoch 2008 až 2009, kedy developeri mali v dôsledku presýteného trhu v zásobe množstvo dokončených a nepredaných bytov. Podniky majú vďaka vyššiemu dopytu, ktorý prevyšuje aktuálnu ponuku možnosť počkať s predajom, až kým situácia na trhu nebude ešte perspektívnejšia (Poláš, 2020).

2 Cieľ práce

Cieľom bakalárskej práce je na základe získaných teoretických vedomostí, skúmaných prvkov makroprostredia a mikroprostredia realitnej agentúry, zhodnotiť jej činnosť a dať návrh na zlepšenie jej podnikateľskej činnosti.

Pre dosiahnutie hlavného cieľa sme stanovili nasledujúce čiastkové ciele:

- systematizovať teoretické poznatky o podnikateľskej činnosti a realitnom trhu,
- identifikovať situáciu v makroprostredí, v ktorom firma pôsobí a činností, ktoré sa v danej oblasti vykonávajú,
- identifikovať situáciu v mikroprostredí firmy,
- zrealizovať primárny prieskum zameraný na zistenie preferencií vybranej skupiny zákazníkov,
- zhodnotiť silné a slabé stránky, príležitosti a hrozby konkrétnej spoločnosti s komparáciou s existujúcim makroprostredím jej pôsobenia.

3 Metodika práce a metódy skúmania

Na získavanie, zhromažďovanie a interpretáciu primárnych, ako aj sekundárnych údajov bolo potrebné využitie viacerých metód. Tretia kapitola je zameraná na stručnú charakteristiku objektu skúmania, opisu pracovných postupov, spôsobu získavania údajov a použitých metód interpretácie a vyhodnotenia výsledkov predkladanej bakalárskej práce.

3.1 Charakteristika objektu skúmania

Za skúmaný objekt výskumu tejto bakalárskej práce sme si zvolili realitnú agentúru spoločnosť Centrum prenájmu s. r. o. so sídlom v Trnave. Hlavným zameraním tejto spoločnosti je sprostredkovanie ubytovania a prenájmu v nehnuteľnostiach.

3.2 Spôsob získavania údajov a ich zdroje

V bakalárskej práci sme získavali primárne ako aj sekundárne údaje.
Primárne údaje zahrnuté v praktickej časti sme získali prostredníctvom nami realizovaného anonymného dotazníkového prieskumu. Objektom skúmania bolo 156 respondentov, ktorí spĺňali základnú podmienku a to, že v čase realizácie prieskumu boli študentmi a tým sa zaraďovali do skupiny potenciálnych zákazníkov objektu nášho skúmania.

Sekundárne údaje, ktoré sme zahrnuli ako v teoretickej, tak aj v praktickej časti bakalárskej práce sme zozbierali z dostupných knižných a internetových zdrojov od zahraničných a domácich autorov.

3.3 Použité metódy vyhodnotenia a interpretácie výsledkov

V záverečnej práci sme využili viacero metód:

Empirické metódy:

1. **metóda pozorovania** – zhromažďovanie empirického materiálu. Táto metóda bola použitá pri skúmaní súčasnej a minulých situácií na realitnom trhu,
2. **dopytovanie** - zhromažďovanie informácií na základe odpovedí respondentov. Túto metódu sme využili na zistenie preferencií respondentov pri ubytovaní.

Teoretické metódy:

1. **metóda abstrakcie** - odhliadnutie vlastností, súvislostí a vzťahov skúmaného javu, ktoré sťažujú prenikanie do skúmaného problému. Túto metódu sme využívali najmä pri definovaní základných teoretických pojmov,

2. **metóda analýzy** - rozčleňovanie skúmanej ekonomickej skutočnosti na jednotlivé časti. Táto metóda bola v práci použitá pri rozčlenení jednotlivých faktorov pôsobiacich na realitnom trhu v teoretickej. ako aj v praktickej časti,
3. **metóda syntézy** - spájanie jednotlivých časti do určitého celku, nám umožnila vytvoriť si vlastný myšlienkový postup,
4. **metóda indukcie**- postup, na zovšeobecňovanie jednotlivých poznatkov. Využívali sme ju najmä v závere tejto práce,
5. **metóda dedukcie**- vytváranie konkrétnych tvrdení zo všeobecných záverov. Túto metódu sme používali v našej záverečnej práci veľmi často,
6. **metóda komparácie** – porovnávanie, stanovenie zhody a odlišnosti skúmaných javov. Používali sme ju predovšetkým pri porovnávaní hospodárskych ukazovateľov v jednotlivých lokalitách.

Štatistické metódy

Zo štatistických metód sme využívali v tejto bakalárskej práci prevažne grafické a matematické metódy na sprehľadnenie výsledkov dotazníkového prieskumu a percentuálnu početnosť.

4 Výsledky práce a diskusia

V tejto časti sa v súlade s hlavným cieľom bakalárskej práce zameriavame na činnosti spoločnosti Centrum prenájmu s. r. o. pôsobiacej na realitnom trhu. Poskytneme bližšiu charakteristiku tejto realitnej agentúry, objasníme jej zameranie a taktiež bližšie opíšeme konkrétne prostredie, v ktorom pôsobí, služby, ktoré v súčasnosti poskytuje a charakterizujeme zákazníkov, ktorí tieto služby využívajú. Na základe údajov získaných z nášho výskumu sa pokúsime dať návrh na možné zlepšenie činnosti tejto firmy.

4.1 Charakteristika vybranej spoločnosti

Spoločnosť Centrum prenájmu s. r. o. vznikla v roku 2011 ako viazaná živnosť vtedy ešte pod historickým názvom TT-Rental. Ako spoločnosť s ručením obmedzeným bola zapísaná do obchodného registra v roku 2013. Spoločnosť sídli na ulici Ferka Urbánka v Trnave. Jej hlavným zameraním je prenájom bytov, domov, obchodných, kancelárskych a skladových priestorov. Je prvou a jedinou realitnou agentúrou v Trnave a okolí zameranou výhradne na prenájom nehnuteľností, poskytovanie ubytovania pre firmy, personálne agentúry, ako aj súkromné osoby, čo o spoločnosti napovedá aj samotný názov.

4.1.1. Makroprostredie firmy

V súčasnosti realitná spoločnosť zameriava svoju činnosť hlavne na prenájom nehnuteľností v Trnave a blízkom okolí. Z hľadiska makroprostredia sa zameriavame na opis demografického, technologického a ekonomického prostredia v Trnavskom kraji a porovnávame ho s ostatnými krajmi Slovenska.

Demografické prostredie

K decembru 2019 bol počet obyvateľov Trnavského kraja na úrovni 564 917 osôb. Jeho podiel na celkovom počte obyvateľov Slovenskej republiky bol v danom roku na úrovni len 10,4 %, čo predstavuje najmenšiu hodnotu spomedzi všetkých krajov. Táto skutočnosť je vo výraznej miere ovplyvnená práve rozlohou približne 4,1 miliárd metrov štvorcových, teda najnižšou hneď po Bratislavskom kraji. Hustota obyvateľstva v roku 2019 na úrovni 136 obyvateľov na 1 km² predstavovala druhú najvyššiu hodnotu hneď po Bratislavskom kraji s 324 obyvateľmi na 1 km^2.

Priemerný vek obyvateľov v Trnavskom kraji bol 42 rokov. Najvyššie percento, a to 68,23 % tvorila skupina ľudí v produktívnom veku.

Technologické prostredie

Technologické prostredie ovplyvňujúce vznik nových technológií, výrobkov, služieb a s tým spojených príležitostí je pre firmu dôležité sledovať. Ako na iných typoch trhov, tak aj na realitnom vznikajú postupne stále nové technológie, ktoré pre firmu predstavujú možnosť zvýšenia konkurenčnej pozície a odlíšenia sa od iných realitných spoločností. V posledných rokoch sa stále viac dostáva do povedomia využívanie virtuálnej prehliadky nehnuteľnosti prevažne prostredníctvom technológie Matterport. Tento nástroj poskytuje reálny obraz o nehnuteľnosti, čo umožní, že o osobnú obhliadku sa budú uchádzať potenciálni nájomcovia prípadne kupujúci s reálnym záujmom, čo prinesie úsporu času realitným maklérom. Virtuálna prehliadka je aj významným marketingovým nástrojom, ktorý umožňuje danú ponuku odlíšiť od ostatných a viac zaujať. Táto technológia poskytuje aj do určitej miery riešenie poklesu osobných obhliadok v dôsledku protiepidemiologických opatrení.

Táto metóda sa v súčasnosti stále rozvíja. Jej cena závisí od mnohých faktorov, z ktorých medzi najdôležitejšie možno zaradiť počet štvorcových metrov snímanej nehnuteľnosti. V dôsledku pomerne vyšších nákladov je jej využívanie efektívne skôr pre veľké developerské spoločnosti, pre ktoré táto investícia predstavuje v dôsledku rozsiahleho objemu realizovaných obchodov pomerne zanedbateľnú nákladovú položku. Možno však očakávať, že v priebehu niekoľkých rokov sa tento spôsob prezentácie nehnuteľnosti pri propagácií priestorov v digitálnom svete stane štandardom.

Ekonomické prostredie

Do ekonomického prostredia možno zaradiť faktory, ktoré ovplyvňujú výdaje obyvateľov. Jedným z významných činiteľov je mzda obyvateľov, ktorá má vplyv hlavne na cenu, ktorú sú ochotní a schopní za nehnuteľnosť zaplatiť pri jej kúpe, ako aj na sumu mesačného nájomného. V nasledujúcej tabuľke uvádzame dostupné údaje o priemernej hrubej mzde za 1. 2. a 3. kvartál roku 2020 a priemernú mzdu za rok 2019 (1., 2., 3. a 4. kvartál).

Tabuľka č. 2: Priemerná hrubá mzda podľa krajov SR v roku 2019 a 2020

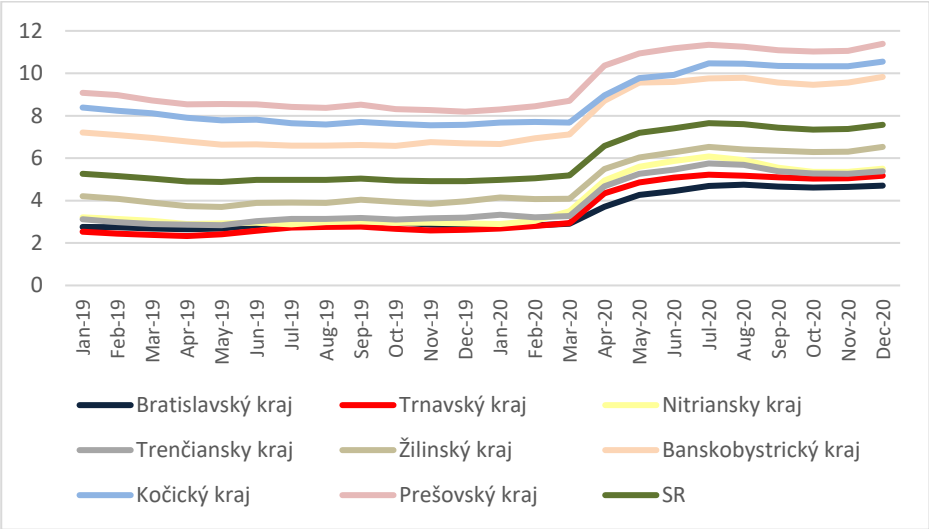
Kraj	**2020 (1Q - 3Q)**		**2019 (1Q - 4Q)**	
Bratislavský	1 373 €	125,27 %	1 359 €	124,45 %
Trnavský	1 027 €	93,70 %	1 025 €	93,86 %
Trenčiansky	1 008 €	91,97 %	1 015 €	92,95 %
Nitriansky	915 €	83,49 %	909 €	83,24 %
Žilinský	959 €	87,50 %	981 €	89,84 %
Banskobystrický	953 €	86,95 %	943 €	86,36 %
Prešovský	850 €	77,55 %	844 €	77,29 %
Košický	990 €	90,33 %	1 003 €	91,85 %
SR	1 096 €	100 %	1 092 €	100 %

Zdroj: vlastné spracovanie podľa: http://datacube.statistics.sk/#!/view/en/VBD_SK_WIN/np3112qr/v_np3112qr_00_00_00_en

Ako vyplýva z údajov v tabuľke, situáciu v lokalite pôsobenia spoločnosti možno hodnotiť pozitívne. Priemerná hrubá mzda v Trnavskom kraji ako v roku 2020, tak aj v roku 2019 predstavovala vyše 90 % v porovnaní s celoslovenským priemerom, teda bola na druhom mieste hneď po Bratislavskom kraji.

Významným ukazovateľom charakterizujúcim ekonomické prostredie je taktiež miera nezamestnanosti. V Trnavskom a Bratislavskom kraji tento ukazovateľ dosahoval v priebehu posledných dvoch rokov v priemere najnižšie hodnoty spomedzi všetkých krajov Slovenska. Jej najvýraznejší rast bol v priebehu daného obdobia zaznamenaný medzi marcom a aprílom 2020 v čase vypuknutia pandémie COVID 19. V 3. a 4. kvartáli toho roku sa nárast nezamestnanosti opäť spomalil. Dané údaje sú zobrazené na grafe č. 1.

Graf č. 1: Mesačný vývoj miery nezamestnanosti v krajoch Slovenska od januára 2019 po december 2020



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa https://www.upsvr.gov.sk/statistiky/nezamestnanost-mesacne-statistiky.html?page_id=1254

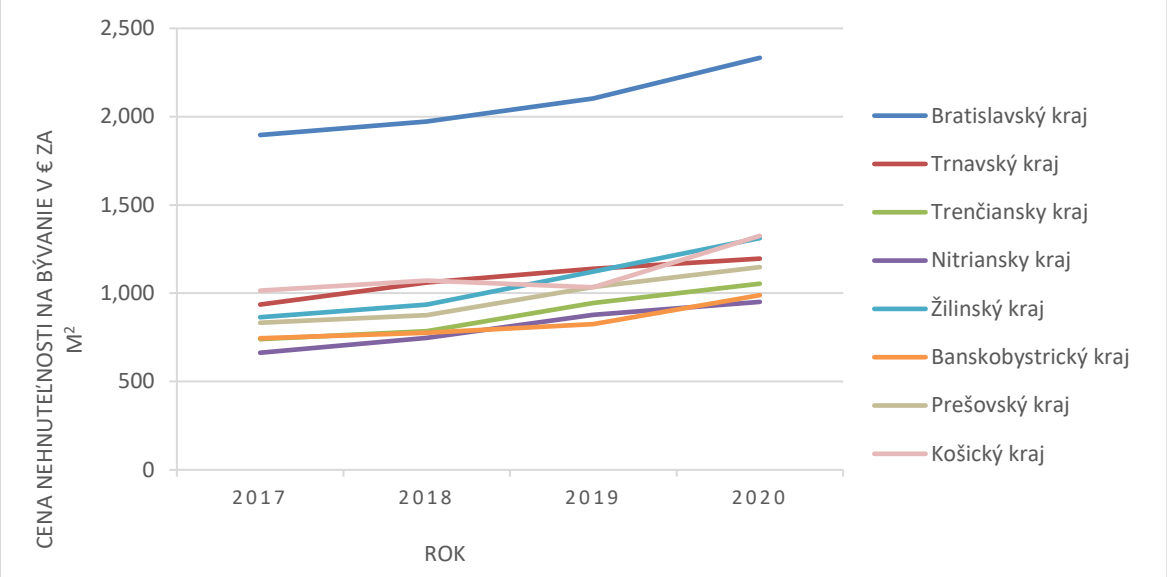
Trnavský kraj ako súčasť Slovenskej republiky s výrazne zastúpeným automobilovým priemyslom poskytuje množstvo pracovných pozícií v tomto sektore. Jednou z automobiliek je firma PSA Peugeot Citroën Slovakia, ktorá sídli v Trnave. Okrem tuzemských pracovníkov tu pracuje veľký počet zahraničných pochádzajúcich zo Srbska, Ukrajiny, Rumunska či Bulharska. Táto skupina zamestnancov vo veľkej miere využíva na bývanie rôzne firemné ubytovacie zariadenia, prípadne vyhľadáva prenájom izieb, s ktorými sú spojené výrazne nižšie náklady, a tým predstavuje jednu z cieľových skupín, na ktorú spoločnosť Centrum prenájmu s. r. o. zameriava svoju podnikateľskú aktivitu. V Trnavskom kraji okrem automobilového priemyslu ponúka širokú škálu pracovných príležitostí aj mnoho iných priemyselných a poľnohospodárskych podnikov, medzi ktoré patrí aj logistické centrum spoločnosti Amazon v Seredi. Ekonomickú situáciu pozitívne ovplyvňuje rozvinutá infraštruktúra, blízkosť k hlavnému mestu a taktiež k susedským štátom ako je Rakúsko a Česko.

Cena nehnuteľností

Jedným z faktorov, ktoré vo výraznej miere ovplyvňujú príjem danej realitnej agentúry je výška mesačného nájomného a provízie. Cenu stanovuje spoločnosť s ohľadom na aktuálnu situáciu na danom trhu so zreteľom na špecifiká konkrétnej nehnuteľnosti ako je jej lokalita, stav, vybavenosť a iné.

Cena nehnuteľností na bývanie bola v Trnavskom kraji v roku 2020 na úrovni 1 196 € za m^2, čo predstavovalo štvrtú najvyššiu cenovú úroveň spomedzi krajov Slovenska. Dlhodobo najvyššia cenová úroveň bola v Bratislavskom kraji, v danom roku na úrovni až 2 333 € za m^2 a druhá v Košickom na úrovni 1 325 € za m^2. Trnavský kraj prevýšili aj ceny v Žilinskom kraji, kde medziročne vzrástli až o 16,8 %, zatiaľ čo v Trnavskom len o 5,1 %. Zásadným dôvodom rastu cien v Žilinskom kraji je nedostatok bytov v tejto lokalite aj napriek masívnejšiemu „devolopingu“. Dané údaje sú spracované na grafe č. 2.

Graf č. 2: Cena nehnuteľností na bývanie podľa krajov v rokoch 2017 - 2020

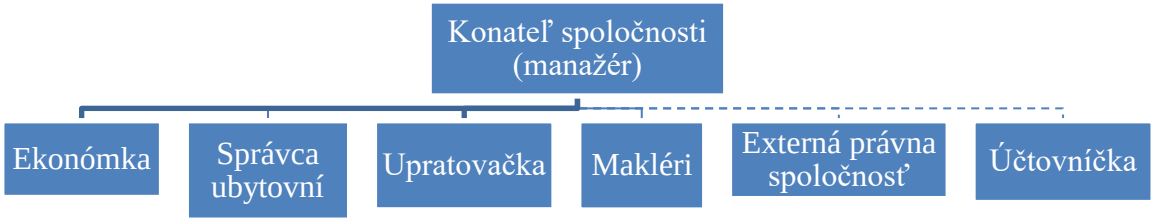


Zdroj: vlastné spracovanie podľa https://www.nbs.sk/sk/statisticke-udaje/vybrane-makroekonomicke-ukazovatele/ceny-nehnutelnosti-na-byvanie/ceny-nehnutelnosti-na-byvanie-podla-krajov

1.1.1 Organizačná štruktúra spoločnosti Centrum prenájmu s. r. o.

Organizačná štruktúra podniku Centrum prenájmu s. r. o. je jednoduchá, keďže disponuje menším počtom zamestnancov. Má len jedného nadriadeného, a to konateľa spoločnosti, ktorý vystupuje v právnych vzťahoch a zodpovedá za riadny chod firmy. Môžeme tvrdiť, že zastupuje funkciu manažéra, pretože organizuje svojich zamestnancov, rozdeľuje kompetencie, riadi procesy, určuje ciele, prináša inovácie a plánuje. Pod ním sú zamestnanci, medzi ktorých patria makléri, správca ubytovne, ekonómka a upratovačka. Okrem zamestnancov je pre firmu dôležitá spolupráca s externými spoločnosťami pri zabezpečovaní činností v právnej, účtovnej, ako aj marketingovej oblasti.

Obrázok č. 1: Organizačná štruktúra spoločnosti Centrum prenájmu s. r. o.



Zdroj: Vlastné spracovanie podľa informácií získaných od spoločnosti Centrum prenájmu s. r. o.

Makléri

Náplňou práce maklérov je monitorovanie a vyhľadávanie nehnuteľností podľa požiadaviek klienta, zadávanie ponúk prenájmu realít v masmediálnom prostredí a na základe toho vytváranie databázy klientov a nehnuteľností. Ďalej ide o vykonávanie pravidelných obhliadok nehnuteľností a vedenie obchodných rokovaní s potenciálnymi klientmi, ako aj o kompletnú administratívnu agendu (vrátane zabezpečovania potrebných dokumentov na prípravu zmluvnej dokumentácie) spojenú s prenájmom nehnuteľností. V neposlednom rade ide aj o aktívne monitorovanie trendov a noviniek v realitnom odvetví a pravidelné reportovanie a vedenie štatistík o stave realitného trhu.

Makléri pracujú na živnosť a ich odmena spočíva v systéme bodového hodnotenia a províznom systéme. Pokiaľ maklér prenajme nehnuteľnosť, má nárok na províziu, ktorá sa vyráta na základe určeného % z celkového jednomesačného nájmu a zároveň získa body, ktoré sa každomesačne sčítavajú a na ich základe sa maklérom poskytne ďalšia finančná odmena. Pracovníci na tejto pozícií sú po prijatí interne zaškolení konateľom spoločnosti. V súčasnosti má spoločnosť len 1 makléra.

Správca ubytovní

Zamestnanec na pozícií správcu ubytovní má na starosti celkový servis, teda správu všetkých ubytovacích zariadení. Jeho práca spočíva v prvom rade v monitoringu, kontrole a odstraňovaní porúch a poškodení spôsobených opotrebovaním alebo nedbalosťou nájomcov. Správca je v spoločnosti zamestnaný na trvalý pracovný pomer a svoju prácu vykonáva hlavne podľa aktuálnej potreby.

Upratovačka

Upratovačka má na starosti pravidelné udržiavanie všetkých nehnuteľností, ktoré má spoločnosť v správe, ako aj firemnej kancelárie. Upratovačka nie je v práci každý deň. Jej pracovná náplň je stanovená na 3 dni v týždni a ďalej podľa potreby. Momentálne spoločnosť zamestnáva jednu pracovníčku na trvalý pracovný pomer.

Ekonómka

Jej náplňou je v prvom rade vytváranie reportov, cenových ponúk, evidencia a správa interných dokumentov podniku. Okrem uvedeného vybavuje úradnú korešpondenciu, taktiež komunikuje so záujemcami o ubytovanie. Ekonómka je zamestnaná vo firme na trvalý pracovný pomer a jej pracovný čas je stanovený na základe otváracích hodín prevádzky.

Účtovníčka

Spoločnosť spolupracuje pri zabezpečení účtovníckeho servisu so samostatnou živnostníčkou. Práca účtovníčky spočíva vo vedení jednoduchého a podvojného účtovníctva a pripravovaní účtovných a štatistických výkazov, účtovných závierok, zúčtovaní a daňových priznaní, vyúčtovaní pracovných ciest. Taktiež posudzuje správnosť uzatvorených zmlúv, faktúr z daňového a účtovného hľadiska. Pre spoločnosť vypracováva pravidelné mesačné, štvrťročné a ročné uzávierky a pripravuje podklady pre Štatistický úrad. Zabezpečuje komunikáciu s kontrolnými, daňovými úradmi, audítormi a ostatnými inštitúciami.

Externá právna spoločnosť

Pri riešení právnych záležitostí spoločnosť Centrum prenájmu s. r. o. spolupracuje s externou právnou spoločnosťou. Týmto spôsobom si zabezpečuje predovšetkým

spracovávanie nájomných zmlúv a iných rôznych písomných materiálov z právneho hľadiska podľa potreby spoločnosti.

4.1.2. Služby

Realitná agentúra ponúka svoje služby či už na strane ponuky prenájmu nehnuteľností, ako aj na strane dopytu po nich.

Ponuka prenájmu

V prípade, ak zákazník vlastní nehnuteľnosť a rozhodne sa ju využiť na získanie sekundárneho príjmu z jej prenájmu, spoločnosť mu ponúka dve možnosti, a to buď sprostredkovanie prenájmu prostredníctvom spoločnosti tretím osobám, alebo možnosť prenajať nehnuteľnosť samotnej spoločnosti.

a) Zabezpečenie sprostredkovania prenájmu tretím osobám

V tomto prípade spoločnosť zaobstará uskutočnenie všetkých činností od vyhľadania vhodného nájomcu, až po podpis nájomnej zmluvy. V začiatočnej fáze na základe informácií zistených pri stretnutí s majiteľom nehnuteľnosti a jej obhliadke kladie realitná agentúra dôraz na zistenie všetkých špecifík danej nehnuteľnosti, očakávaní a požiadaviek majiteľa. Taktiež poskytuje poradenstvo pri príprave nehnuteľnosti pred jej prenajímaním a stanovením ceny mesačného nájmu. Na obhliadke zabezpečia vytvorenie pútavých fotografií, ktoré v spracovanom inzeráte zaradia do ponuky na prenájom. Propagáciu uskutočňujú okrem svojej webovej stránky aj na sociálnych sieťach a inzertných portálov, čo zvyšuje okruh potenciálnych nájomcov. Záujemcovia sú starostlivo vyberaní, aby spĺňali požiadavky kladené jednotlivými prenajímateľmi. Interná databáza s klientami spoločnosti umožňuje urýchliť proces vyhľadávania. Vedenie obhliadok je v relácií spoločnosti, čo prináša prenajímateľom úsporu času. Zároveň je zabezpečená pravidelná informovanosť majiteľa nehnuteľnosti o procese výberu a plánovaných návštevách. Po nájdení vhodných nájomcov zabezpečí realitná agentúra podpis nájomnej zmluvy, odovzdávacieho protokolu a následné odovzdanie bytu. Počas celej doby nájmu je zákazníkom poskytnutá bezplatná právna podpora pri zhotovovaní dodatkov k nájomnej zmluve, upomienok za omeškané platby nájomného a iné. Spokojnosť klientov so sprostredkovaním garantuje Centrum prenájmu aj bezplatným nájdením nových nájomcov, v prípade ak prvotní nespĺňajú podmienky stanovené prenajímateľom.

b) Priamy prenájom nehnuteľnosť samotnej realitnej agentúre

Týmto spôsobom uzatvorí nájomnú zmluvu klient na dlhšie časové obdobie s realitnou agentúrou, ktorá mu platí pravidelne mesačne dohodnuté nájomné bez ohľadu na to, či je nehnuteľnosť obsadená alebo nie. Spotreba energií je tiež prepísaná na realitnú agentúru, čo zabezpečí majiteľovi nehnuteľnosti stabilný príjem a riziko spojené s možnosťou straty príjmu z nájomného prechádza na spoločnosť. Nehnuteľnosť je udržiavaná počas doby prenájmu prostredníctvom kompletných údržieb, opráv, ako aj upratovacieho servisu. Jej stav je pravidelne kontrolovaný a v prípade poškodenia je spoločnosťou vytvorená fotodokumentácia spolu s informáciami o stave riešenia opravy ihneď zaslaná majiteľovi. Túto službu využívajú vo väčšine prípadov ľudia, ktorí momentálne žijú v zahraničí a na Slovensku vlastnia nehnuteľnosť, ktorú sa rozhodnú využiť na získanie príjmu. Počas celého trvania zmluvy sa nevyžaduje ich fyzická prítomnosť, no zároveň majú garantovanú informovanosť o stave nehnuteľnosti, ako aj pravidelný príjem z prenájmu.

Dopyt po prenájme

Realitná agentúra má na svojej stránke zverejnenú širokú ponuku rôznych typov nehnuteľností, medzi ktoré možno zahrnúť:

1. komerčné nehnuteľnosti:
   - kancelárske priestory,
   - skladové priestory,
   - obchodné priestory,
2. rezidenčné nehnuteľnosti:
   - byty,
   - domy.

Spoločnosť taktiež zahŕňa do svojej ponuky špeciálnu kategóriu, a to ubytovanie. Táto sekcia obsahuje byty, domy, prípadne väčšie objekty, ktoré sú vhodné pre ubytovanie študentov, firmy, alebo iných pracujúcich. V tejto kategórií majú zákazníci na výber izby., apartmány a bytové jednotky, prípadne celé objekty. V nasledujúcej tabuľke uvádzame počet jednotlivých druhov nehnuteľností, ktoré mala spoločnosť k 19. 12. 2020 v ponuke nehnuteľností.

Tabuľka č. 3: Počet jednotlivých druhov ponúkaných nehnuteľností k 19. 12. 2020

Druh nehnuteľnosti	Počet	Z toho prenajaté
Rodinné domy	1	0
1 izbové byty	4	4
2 izbové byty	8	8
3 izbové byty	19	7
Kancelárske priestory	12	0
Obchodné priestory	8	1
Skladové priestory	3	1

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa https://centrumprenajmu.sk/nehnutelnosti/

Z údajov uvedených v tabuľke č. 2 možno poznamenať, že veľký počet prenajatých nehnuteľností odráža schopnosť podniku rýchlo vyhľadať vhodných nájomcov na realitnom trhu. Na druhej strane však treba poznamenať, že noví klienti, ktorí hľadajú nehnuteľnosť majú v ponuke tým pádom len obmedzený počet voľných nehnuteľností na prenájom, prípadne z niektorých druhov žiadny.

2.1.1 Komunikácia/inzercia ponúk

Spoločnosť Centrum prenájmu s. r .o. využíva pre reklamu a komunikáciu s ľuďmi viacero spôsobov, najmä online marketing. Pri zabezpečovaní tejto oblasti spolupracuje so spoločnosťou OnlineHouse, s. r. o.

Webová stránka

Najvyužívanejší spôsob komunikácie vo firme je webová internetová stránka, ktorá sa zobrazuje používateľovi prostredníctvom webového prehliadača a internetu. Slúži na prezentáciu nehnuteľností na prenájom. Realitná agentúra sa zameriava na to, aby bola prehľadná, čo umožní zákazníkom rýchle zorientovanie sa a nájdenie požadovanej služby. Jednotlivé kategórie sú pomenované stručne. Ak má klient záujem prenajať svoju nehnuteľnosť, v ponuke má 2 kategórie: chcem prenajať a prenajmite nám. V prípade záujmu klienta o nájdenie prenájmu má k dispozícií kategóriu ubytovanie, alebo ponuka nehnuteľností, kde si následne môže vyfiltrovať ponuku podľa zvolených kritérií, ako sú

cena, lokalita, počet izieb a iné. Na webovej stránke sú poskytnuté aj kontaktné informácie, informácie o makléroch, sídle, opise a histórii spoločnosti.

Sociálne siete

Zo sociálnych sietí spoločnosť využíva Facebook a Instagram, kde pravidelne inzeruje nové ponuky nehnuteľností. Taktiež tu uverejňuje nové informácie spojené so svojou činnosťou. Túto formu marketingovej komunikácie si spravuje vo vlastnej réžii.

Google reklama

Google reklama je v súčasnosti spoločnosťou najviac využívanou formou marketingovej komunikácie. Podľa rozpočtu stanoveného firmou Centrum prenájmu s. r. o. spúšťa firma OnlineHouse, s. r. o. viacero reklamných kampaní, ktoré sa následne podľa ich efektivity upravujú. Každý mesiac posiela report s prehľadom o organickej návštevnosti, ako aj o výkonnosti kľúčových slov. Na základe zmeny, teda pozitívneho prírastku alebo negatívneho úbytku, sa následne jednotlivé reklamné kampane upravujú.

Okrem vyššie uvedených, využíva spoločnosť na inzerovanie ponúk ubytovania aj stránku Bazos.sk. Platené inzertné portály v súčasnosti spoločnosť Centrum prenájmu s. r. o. nevyužíva.

4.2 Výsledky prieskumu

V tejto podkapitole budeme prezentovať výsledky, ktoré sme získali z prieskumu prostredníctvom dopytovania. Z vybranej skupiny zákazníkov danej realitnej agentúry sme vybrali študentov a pripravili dotazník zameraný na zistenie ich preferencií pri výbere ubytovania. Tento prieskum sme realizovali komplexne , preto sme nezamerali dotazník len na našu predmetnú spoločnosť, ale snažili sme sa získať odpovede, ktoré nám umožnili zistiť, čo je pre danú skupinu rozhodujúce a z pohľadu zamerania na túto skupinu zákazníkov dať návrh, na aké oblasti sa má daná realitná agentúra zamerať.

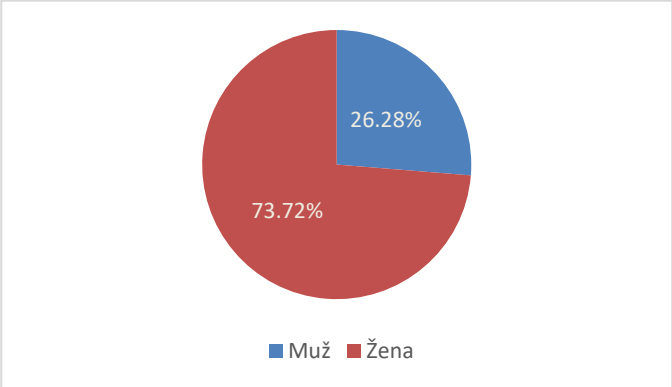
4.2.1. Charakteristiky respondentov

Ako prvú filtračnú otázku sme zvolili, či respondent študuje. V prípade ak ich odpoveď bola záporná, dotazník sa ukončil a odpoveď nebola započítaná. Nášho dotazníka sa zúčastnilo 156 respondentov, ktorí spĺňali túto podmienku.

Pohlavie respondentov

Z celkového počtu 156 respondentov sa do nášho výskumu zapojilo 115 žien, čo činí 73,72 % a 41 mužov, čo činí 26,28 %. Nasledujúci graf zobrazuje tento pomer v percentuálnom vyjadrení.

Graf č. 3: Pohlavie respondentov



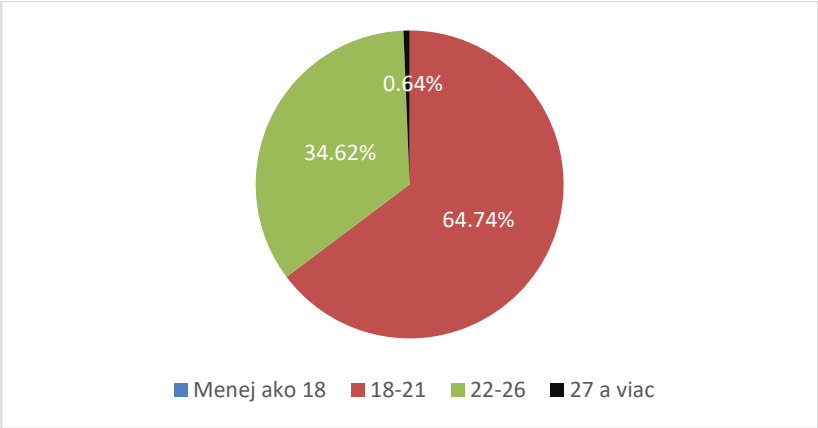
Zdroj: Vlastné spracovanie

Vek respondentov

Rozsahy vekových kategórií sme stanovovali na základe toho, v akom veku verejnosť študuje. Najpočetnejšia veková kategória bola 18 - 21, tvorila až 64,74 %. Druhou najpočetnejšou kategóriou bola 22 - 26 so zastúpením 34,62 %. Najmenej zastúpená

kategóriu bola kategória s vekom nad 27 rokov, a to len 0,64 %. Od respondentov vo veku menej ako 18 rokov neboli zaevidované žiadne odpovede. Graf číslo 2 zobrazuje vekovú štruktúru respondentov v percentách.

Graf č. 4: Vek respondentov

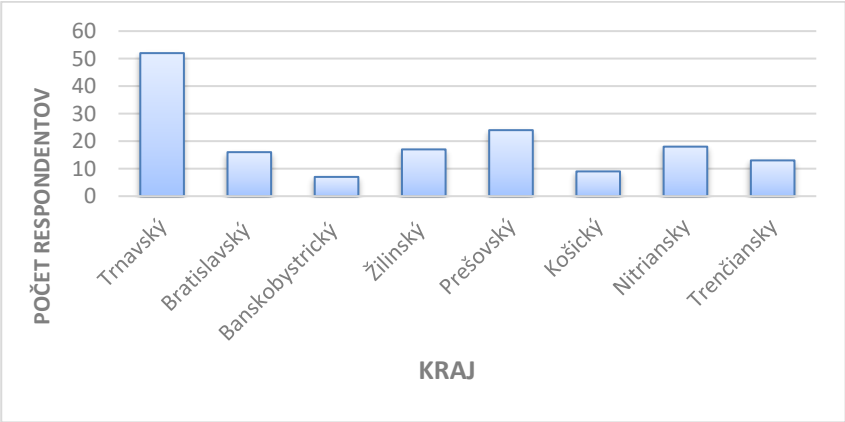


Zdroj: Vlastné spracovanie

Kraj, z ktorého respondenti pochádzajú

Najväčšie percento z odpovedí, a to 33,33 % sme získali od respondentov pochádzajúcich z Trnavského kraja, kde firma pôsobí. 15,38 % respondentov pochádzalo z Prešovského kraja, 11,54 % z Nitrianskeho, 10,90 % zo Žilinského, 10,26 % z Bratislavského, 8,33 % z Trenčianskeho. Z Košického kraja pochádzalo 5,77 % respondentov. Najmenej respondentov pochádzalo z Banskobystrického kraja a tvorilo 4,49 %. Nasledujúci graf predstavuje zastúpenie jednotlivých respondentov podľa pôvodu v percentách.

Graf č. 5: Kraj z ktorého respondenti pochádzajú

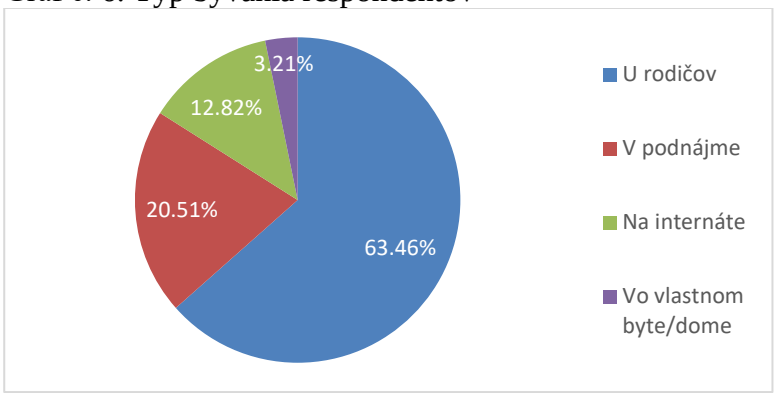


Zdroj: Vlastné spracovanie

Typ bývania respondentov

V ďalšej otázke nás zaujímalo, kde respondenti v súčasnosti bývajú. Najväčší počet respondentov, a to 63,46 % bývalo u rodičov. Druhú najväčšiu skupinu v zastúpení 20,51 % tvorili študenti bývajúci v podnájme. Na internáte bývalo 12,82 % respondentov. Najmenej odpovedí, a to 3,21 % sme zaznamenali od študentov bývajúcich vo vlastnom byte alebo dome. Uvedené odpovede sú spracované v grafe č. 4.

Graf č. 6: Typ bývania respondentov

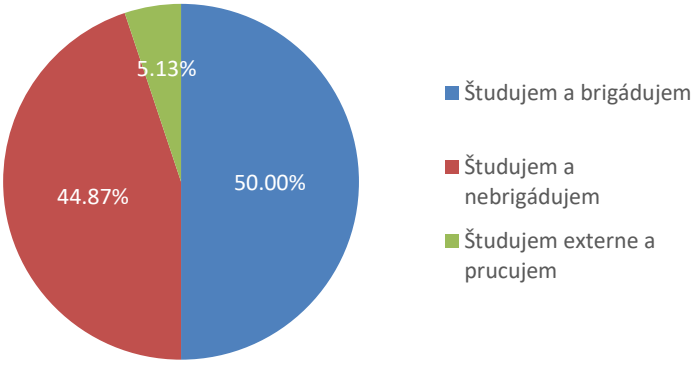


Zdroj: Vlastné spracovanie

Pracovný pomer respondentov

V poslednej klasifikačnej otázke sme sa zamerali na zistenie toho, či sú respondenti študentmi denného alebo externého štúdia a zároveň, či popri štúdiu pracujú, prípadne brigádujú. Tieto údaje nám taktiež umožňujú získať obraz o tom, koľko z daných respondentov disponuje vlastným príjmom. Najväčší počet, a to 50,00 % respondentov študovalo a zároveň brigádovalo, nebrigádovalo 44,87 %. Len 5,13 % odpovedí bolo zaznamenaných od študentov externého štúdia, ktorí zároveň pracovali, čo predstavovalo 5,13 % z celkového počtu respondentov.

Graf č. 7: Typ štúdia a pracovný pomer



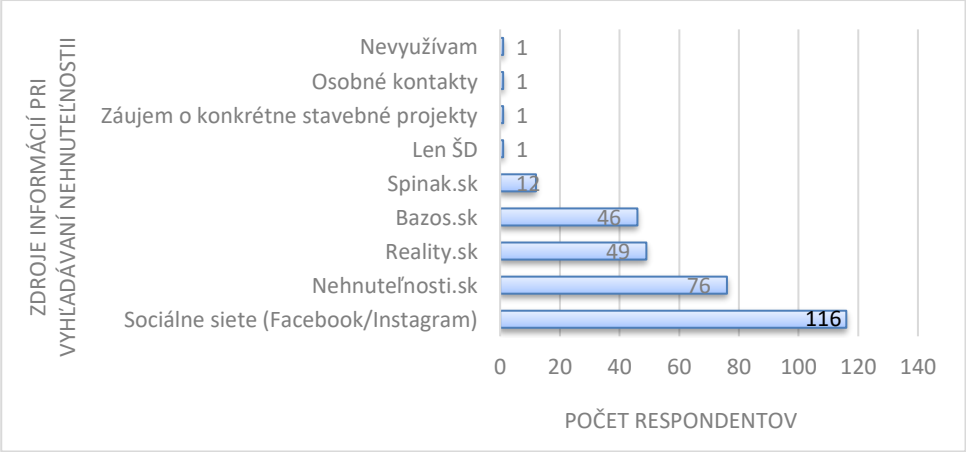
Zdroj: Vlastné spracovanie

3.1.1 Vyhodnotenie otázok z prieskumu

Internetové stránky využívané pri vyhľadávaní nehnuteľnosti

Medzi prvými informáciami, ktoré sme sa snažili našim prieskumom zistiť bolo, aké stránky sú najviac využívané študentami pri vyhľadávaní nehnuteľnosti. Študenti tu mali možnosť vybrať viac odpovedí a taktiež mali možnosťou dopísať vlastnú odpoveď. Z celkového počtu 156 respondentov najviac, a to 116 (74,36 %) využívalo pri vyhľadávaní sociálne siete. Druhou najpoužívanejšou stránkou bola stránka Nehnuteľnosti.sk. Túto možnosť zvolilo 76 respondentov (48,72 %). Stránku Bazos.sk využívalo 46 (29,49 %) respondentov. Spinkaj.sk používalo 12 (21,43 %) opýtaných. 1 respondent (1,79 %) uviedol, že využíva na ubytovanie len študentský domov, taktiež 1 respondent uviedol, že sa zaujíma o konkrétne stavebné projekty, ďalší hľadá nehnuteľnosti prostredníctvom osobných kontaktov a 1 respondent nevyužíva internetové stránky pri vyhľadávaní požadovanej nehnuteľnosti.

Graf č. 8: Zdroje informácií pri vyhľadávaní nehnuteľností

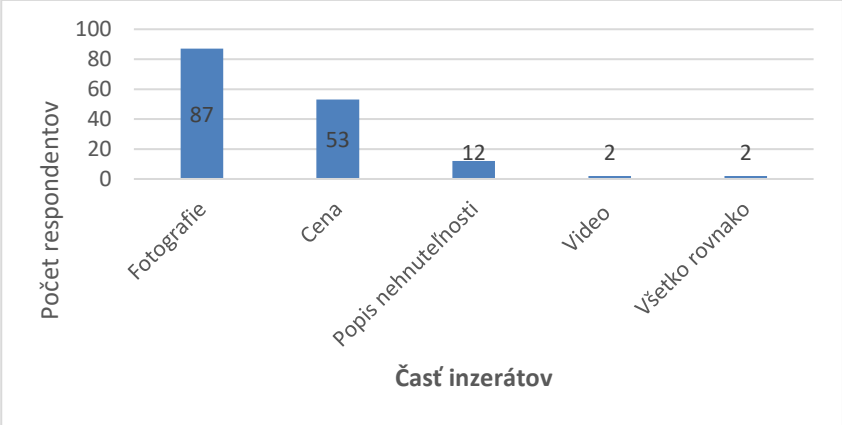


Zdroj: Vlastné spracovanie

Rozhodujúce časti z inzerátov s ponukami ubytovania

Nasledujúcou otázkou sme zisťovali, na čo by mala firma dbať pri inzerovaní svojich ponúk. Respondentov sme sa pýtali, čo ich z týchto inzerátov najviac osloví. Najviac, a to až 87 (55,77 %) z opýtaných sa vyjadrilo, že ich oslovia hlavne fotografie. Na druhom mieste bola cena, ktorá osloví 53 (33,97 %). študentov. Popis nehnuteľnosti osloví 12 (7,69 %) respondentov, video 2 (1,28 %) respondentov. A 2 (1,28 %) respondenti sa vyjadrili, že ich zaujme všetko z uvedených rovnako. Uvedené informácie v percentuálnom vyjadrení sú spracované v grafe č. 7.

Graf č. 9: Rozhodujúce časti z inzerátov s ponukami ubytovania

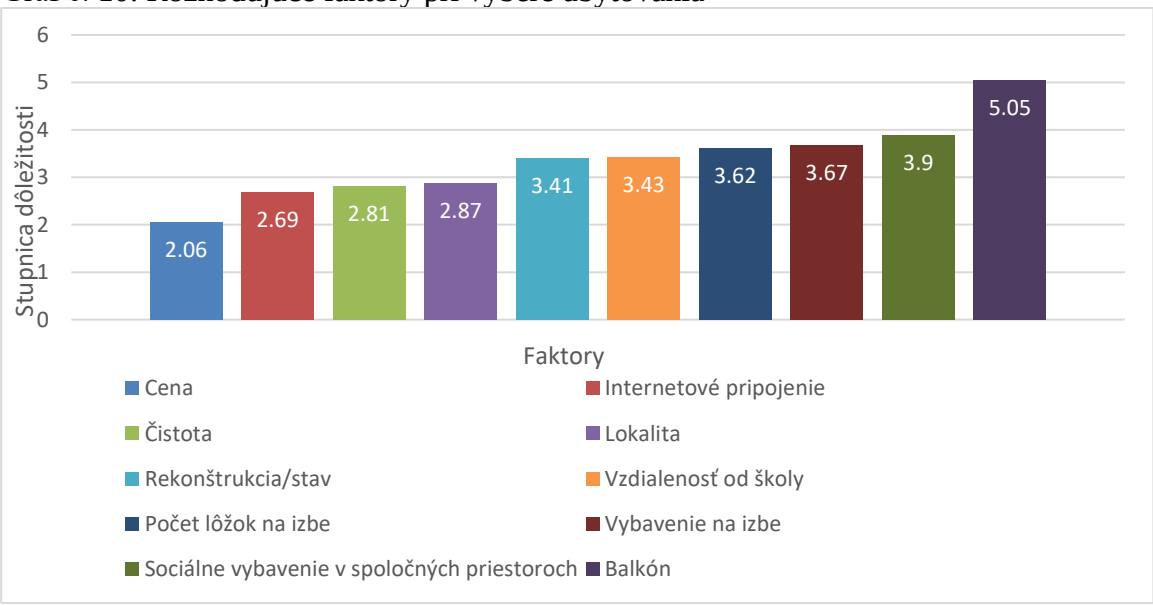


Zdroj: Vlastné spracovanie

Rozhodujúce faktory pri výbere ubytovania

Cieľom ďalšej otázky bolo zistiť, ako sú jednotlivé faktory pre študentov dôležité pri výbere ubytovania. V tejto otázke bolo uvedených 10 faktorov a respondenti mali ku každému faktoru priradiť, ako je pre nich dôležitý na stupnici od 1 po 10, pri čom 1 bol najdôležitejší a 10 bol najmenej dôležitý. Dosiahnuté hodnoty pri jednotlivých faktoroch sme spriemerovali a následne zistili, že najdôležitejším faktorom pre väčšinu respondentov je cena s priemernou hodnotou 2,06. Druhým najdôležitejším faktorom bolo internetové pripojenie (2,69). Ďalej nasledovala čistota (2,81), lokalita (2,87), rekonštrukcia (3,41), vzdialenosť od školy (3,43), počet lôžok (3,62), vybavenie na izbe (3,67). Sociálne vybavenie v spoločných priestoroch dosiahlo hodnotu 3,9. Najmenej dôležitým pre respondentov bol podľa výsledkov balkón (5,05). Tieto hodnoty sú zobrazené na grafe č. 8.

Graf č. 10: Rozhodujúce faktory pri výbere ubytovania

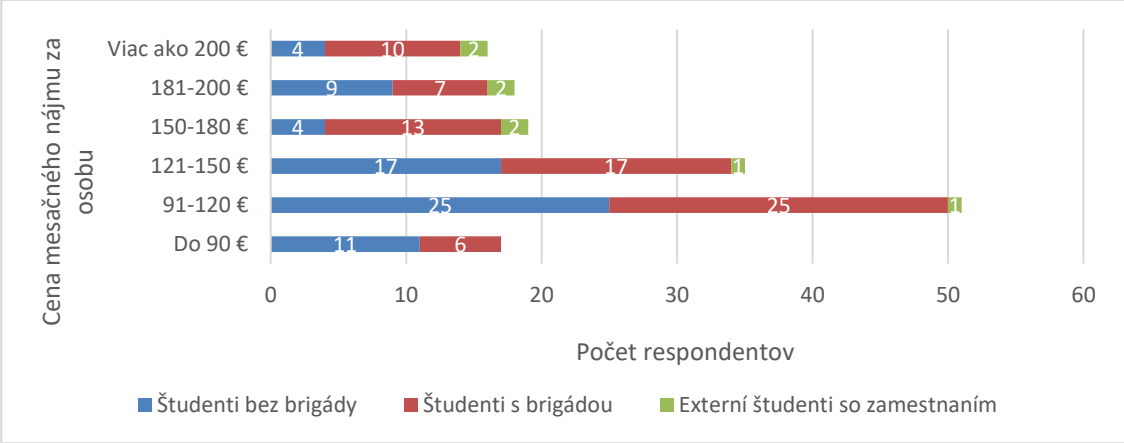


Zdroj: Vlastné spracovanie

Cena prijateľná pre študentov za ubytovanie v podnájme

V nasledujúcej otázke sme sa zamerali na zistenie ceny, ktorú by boli študenti ochotní a schopní zaplatiť mesačne za ubytovanie. Najviac respondentov, a to 51 (32,69 %) sa vyjadrilo, že za ubytovanie v podnájme by boli ochotní zaplatiť v rozmedzí medzi 91 až 120 €. Druhú najväčšiu skupinu tvorili 35 (22,44%) respondenti, ktorí by boli za ubytovanie ochotní zaplatiť 121 - 150 €. 150 - 180 € by boli ochotní zaplatiť 19 (12,8 %) respondenti. 18 (11,54 %) respondenti v rozmedzí 181 - 120 €. Do 90 € by zaplatili 17 (10,90 %) respondenti. Najmenej respondentov, a to 16 (10,26 %) sa vyjadrilo, že by za ubytovanie zaplatili viac ako 200 €. Odpovede respondentov sme rozdelili do 3 kategórií na študentov s brigádou, bez a študentov externého štúdia, ktorí pracujú. Tieto údaje sú zobrazené na grafe č. 9.

Graf č. 11: Cena prijateľná pre študentov za ubytovanie v podnájme € / mesiac/osoba



Zdroj: Vlastné spracovanie

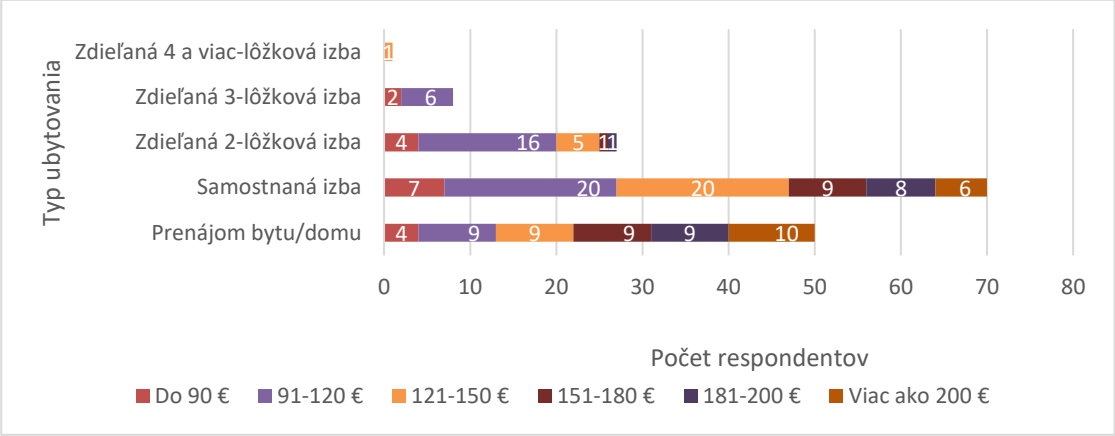
Preferovaný typ ubytovania

Ďalšou dôležitou informáciou, ktorú sme sa naším výskumom snažili zistiť bolo, o aký typ ubytovania majú študenti záujem. Najviac, a to 70 (44,87 %) respondentov sa vyjadrilo, že najväčší záujem by mali o samostatnú izbu. Druhú najväčšiu skupinu respondentov tvorili 50 (32,05 %), ktorí by preferovali prenájom bytu alebo rodinného domu. O zdieľanú 2 - lôžkovú izbu by malo záujem 27 (17,31 %) respondentov. 8 (5,13 %) študentov by preferovalo 3 - lôžkovú izbu. Iba 1 (0,64 %) respondent by preferoval zdieľanú 4 a viac - lôžkovú izbu.

Pre lepšie vyhodnotenie týchto informácií sme sa rozhodli využiť odpovede z predošlej otázky, a to koľko by študenti boli ochotní zaplatiť za ubytovanie. Za samostatnú izbu hlasovalo najviac, a to 20 respondentov, čo tvorí 28,57 % z tejto skupiny, ktorí by boli

ochotní platiť 91 - 120 € a rovnaký počet respondentov, ktorí by boli ochotní platiť 121 - 150 €. Najviac odpovedí pri preferencií prenájmu bytu alebo rodinného domu bolo zaevidovaných od 10 (20 %) študentov ochotných platiť viac ako 200 €. Za zdieľanú 2 - lôžkovú izbu bolo najviac hlasov 16 (59,26 %) od tých, ktorí by boli ochotní zaplatiť 91 - 120 €. Pri zdieľanej 3 - lôžkovej izbe by až 6 z 8 respondentov (75 %) zaplatilo 91 – 120 €. A 1 respondent hlasujúci za zdieľanú 4 a viac – lôžkovú izbu uviedol, že by bol ochotný zaplatiť v rozhraní 121 - 150 €. Dané údaje v hodnotovom vyjadrení sú zobrazené na grafe č. 10.

Graf č. 12: Preferovaný typ ubytovania u študentov

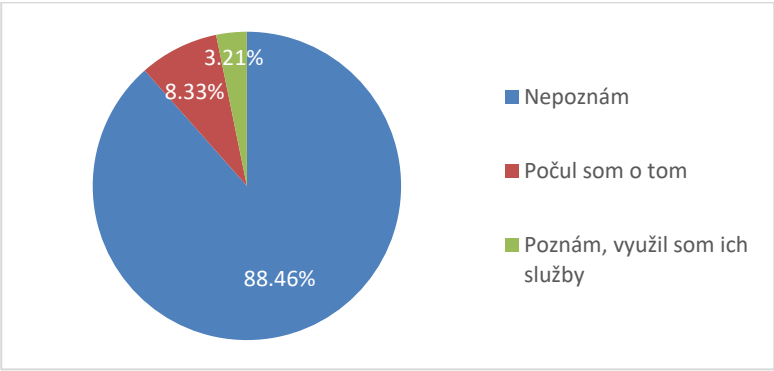


Zdroj: Vlastné spracovanie

Vedomosti o spoločnosti Centrum prenájmu s. r. o.

V ďalšej otázke sme sa zamerali na zistenie toho, či študenti poznajú spoločnosť Centrum prenájmu s. r. o., prípadne aj využili jej služby. Väčšina respondentov, a to až 138 (88,46 %) túto spoločnosť nepoznali. O tejto spoločnosti počuli 13 (8,33 %) a 5 (3,21 %) respondenti využili jej služby. Uvedené odpovede sú spracované v grafe č. 11.

Graf č. 13: Vedomosti o spoločnosti Centrum prenájmu s. r. o.

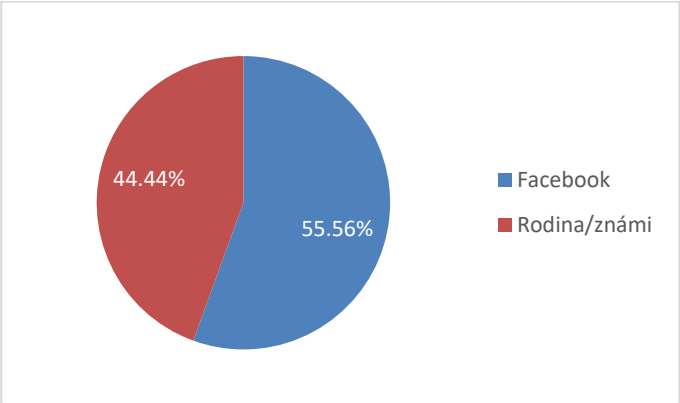


Zdroj: Vlastné spracovanie

Zdroj informácií o spoločnosti Centrum prenájmu s. r. o.

Od 18 respondentov, ktorí v otázke či poznajú spoločnosť Centrum prenájmu s. r. o odpovedali kladne, sme následne zisťovali, odkiaľ sa o tejto spoločnosti dozvedeli. Väčšina, a to 10 (55,56 %) respondentov sa o tejto spoločnosti dozvedela prostredníctvom Facebooku a zvyšní 8 (44,44 %) od rodiny alebo známych.

Graf č. 14: Zdroj informácií o spoločnosti Centrum prenájmu s. r. o.



Zdroj: Vlastné spracovanie

Hodnotenie spokojnosti so službami spoločnosti Centrum prenájmu s. r. o.

Ďalšie 3 otázky boli určené pre respondentov, ktorí využili služby spoločnosti Centrum prenájmu s. r. o.

V prvej z týchto otázok mali ohodnotiť spokojnosť s jej poskytovanými službami na škále od 1 po 10, pričom 1 = veľmi spokojný, 10 = veľmi nespokojný. Priemer ich hodnotení dosiahol 3,75. Čo hodnotíme ako vyhovujúce.

Následne sme sa týchto respondentov pýtali, čo sa im na poskytovaných službách najviac páčilo. Z týchto respondentov vyjadrili 2 najvyššiu spokojnosť s ochotou a 1 respondent s profesionálnym postojom.

Tejto skupine respondentov bola taktiež ponúknutá otázka, kde mali možnosť dať návrh, čo by na službách navrhovali zlepšiť. Všetci respondenti sa však vyjadrili, že nemajú žiadny návrh na zlepšenie.

4.3 SWOT analýza spoločnosti Centrum prenájmu s. r. o.

Z dostupných informácií o makroprostredí a mikroprostredí poskytnutých spoločnosťou sme určili silné stránky, slabé stránky, príležitosti a hrozby danej realitnej agentúry a zaznamenali ich do prehľadnej SWOT analýzy.

Tabuľka č. 4: SWOT analýza spoločnosti Centrum prenájmu s. r. o.

Silné stránky	**Slabé stránky**
• špecifické zameranie spoločnosti • marketing • kvalitné vedenie a školenie pracovníkov • profesionálny a rýchly 24 hodinový prístup k zákazníkom • prenájom na vysokej kvalitatívnej úrovni • zabezpečenie prenájmu pre rôzne sociálne skupiny	• užší rozsah poskytovaných sprostredkovateľských služieb • menšia ponuka nehnuteľností • obmedzený počet realitných maklérov • menšia výnosnosť v dôsledku ubytovania v nehnuteľnosti v cudzom vlastníctve
Príležitosti	**Hrozby**
• rozšírenie trhových oblastí pôsobenia • spolupráca s uzavretými hotelmi a penziónmi k využitiu prenájmu • využívanie nových technologických inovácií pri poskytovaní služieb	• vstup konkurenčnej firmy s rovnakým zameraním. • hospodárska kríza spôsobená pandémiou COVID.

Zdroj: Vlastné spracovanie

Jednou zo skutočností, ktoré spoločnosť Centrum prenájmu s. r. o. považuje za významnú konkurenčnú výhodu je jej zameranie výhradne na prenájom a poskytovanie ubytovania. Svoju činnosť nezameriava na sprostredkovanie kúpy nehnuteľnosti. To ju na jednej strane odlišuje od konkurenčných podnikov, nakoľko je prvou a jedinou výlučne „prenájmovou“ agentúrou. Na druhej strane je dôležité poznamenať, že takéto zameranie možno vnímať aj negatívne z pohľadu potenciálnych zákazníkov, ktorí majú zo strany tejto firmy obmedzenú ponuku služieb. Zároveň existuje riziko vstupu novej spoločnosti, ktorá by mala svoje zameranie totožné s danou spoločnosťou.

4.4 Odporúčania pre spoločnosť Centrum prenájmu s. r. o.

V tejto časti sme sa zamerali na poskytnutie súboru možných spôsobov zlepšenia činnosti spoločnosti Centrum prenájmu s. r. o. založených na získaných primárnych a sekundárnych údajoch.

Návrhy získané z údajov z primárneho prieskumu

Na základe nami realizovaného prieskumu sme získali odpovede od vybranej skupiny potenciálnych zákazníkov, a to študentov. Z týchto údajov sme zrealizovali isté odporúčania pre spoločnosť Centrum prenájmu s. r. o., ktorými sa môže v budúcnosti inšpirovať.

V podnikateľskom prostredí je pre firmu dôležité využívať hlavne svoje silné stránky, ktoré ju vo veľkej miere odlišujú od konkurenčných podnikov. Ako sme spomenuli v predchádzajúcej podkapitole, naša predmetná spoločnosť má v ponuke službu, kedy osoby prenajmú nehnuteľnosť tejto samotnej realitnej agentúre. Spoločnosť zaplatí osobe určitú čiastku bez ohľadu na to, koľko osôb v tejto nehnuteľnosti ubytuje. Táto služba jej umožní ako správcovi stanoviť prístupnejšie cenové úrovne, ktoré by boli relevantné pre študentov, nakoľko ako vyplynulo z nášho prieskumu, práve cena je pre nich rozhodujúcim faktorom.

Firma by mohla ako priestor využiť staršiu, mierne zrekonštruovanú nehnuteľnosť s menšou výbavou na izbách a v spoločných priestoroch, bez balkónov, nakoľko tieto faktory boli pre väčšinu študentov na posledných miestach na stupnici dôležitosti. To by jej taktiež umožnilo redukciu nákladov, a tým možnosť zníženia ceny mesačného nájmu.

Ako vyplynulo z nášho prieskumu, najviac študentov by malo záujem o samostatné izby. Cenu mesačného nájmu v tomto prípade by študenti očakávali v rozhraní 91 - 150 € za osobu. V porovnaní s dvojlôžkovou izbou, kedy by bola prijateľná cena 91 - 120 € za osobu sa firme viac oplatí realizovať prenájom minimálne dvojlôžkových izieb.

Odporúčame realizovať inzerciu ponúk naďalej prostredníctvom sociálnych sietí, ktoré ako uviedli respondenti, bolo vo väčšine prípadov zdrojom povedomia o danej spoločnosti. Na týchto platformách by mohli byť realizované rôzne súťaže, pri ktorých by účastníci mali zdieľať stránku danej spoločnosti, čo by pomohlo rozšíriť povedomie o nej. Taktiež vidíme príležitosť vo využívaní platených platforiem ako sú nehnuteľnosti.sk a reality.sk. V týchto inzerovaných ponukách by mala byť najvýraznejšia pútavá fotografia, zobrazená cena a kratší opis ponúkanej nehnuteľnosti.

Návrhy založené na získaných informáciách z makroprostredia a mikroprostredia firmy

Okrem vyššie uvedených odporúčaní uvádzame aj tie, ku ktorým sme dospeli na základe skúmania súčasnej situácie v makroprostredí a mikroprostredí firmy. Medzi tieto návrhy možno zaradiť nasledovné.

1. Spolupráca s penziónmi a hotelovými zariadeniami

Situácia spôsobená Pandémiou koronavírus viedla k pozastaveniu prevádzkovania hotelierskych zariadení. V dôsledku opatrení tieto spoločnosti nemôžu poskytovať ubytovanie za štandardných podmienok a vo veľkom množstve prípadov sa aj v prípade čiastočného uvoľnenia opatrení majiteľom týchto zariadení neoplatí prijímať hostí v dôsledku toho, že by náklady na prevádzku boli vyššie ako znížený príjem. Veľké množstvo má finančné problémy, a tým sa naskytá aj príležitosť realinej agentúre na poskytnutie návrhu, ktorý by im mohol pomôcť zvládnuť súčasnú situáciu a predísť hroziacemu krachu.

Spoločnosť by mohla osloviť tieto zariadenia či už v Trnave alebo blízkom okolí s ponukou sprostredkovania krátkodobého, prípadne aj dlhodobého ubytovania rodinám, jednotlivcom alebo zamestnancov spoločností.

2. Rozšírenie pôsobenia na nové geografické oblasti

Na základe aktuálnej situácie na Slovensku by bolo v prípade rozšírenia pôsobenia spoločnosti výhodné jej zameranie na Bratislavský kraj. Tento trh je v súčasnosti najviac prosperujúci z hľadiska viacerých ekonomických ukazovateľov a taktiež sa vyznačuje najvyššou cenou nehnuteľností, ako aj sumou platených nájmov. Taktiež je to pre firmu dostupná lokalita vzhľadom na jej sídlo a doterajšie pôsobenie v Trnave. Pre firmu vidíme prínos aj v jej skúsenostiach s poskytovaním ubytovania tuzemským ako aj zahraničným pracovníkom zamestnaným v automobilovom, elektrotechnickom sektore, ako aj v logistike. Na tomto trhu by príležitosťou bolo poskytovanie ubytovania pracovníkom firmy VOLKSWAGEN SLOVAKIA, a.s.

Bratislavský kraj sa vyznačuje nielen pozitívom v zmysle podnikateľských príležitostí, ale taktiež negatívom v dôsledku zvýšenej konkurencie. Spoločnosť má v súčasnosti dobrý marketing a taktiež jedinečné podnikateľské zameranie, čo by jej mohlo umožniť presadenie sa aj v tejto lokalite. V počiatočnej fáze by sme spoločnosti odporúčali hlavne zviditeľnenie na tomto trhu a rozšírenie počtu zamestnancov na pozícií realitných

maklérov. Tieto pozície by bolo vhodné obsadiť pracovníkmi pochádzajúcimi z Bratislavského kraja, nakoľko ich účasť v sídle spoločnosti je minimálna a komunikácia s týmito zamestnancami by sa mohla vykonávať aj prostredníctvom online komunikačných portálov. Reprezentatívne sídlo v Bratislave by sme navrhovali zriadiť až po aspoň čiastočnom zviditeľnení na tomto trhu a jeho hĺbkovom preskúmaní, nakoľko samotné investície na marketing, služobné autá a iné nákladové položky by vyžadovali značné finančné prostriedky.

3. Využívanie nových technológií pri poskytovaní služieb

Z moderných technológií by sme spoločnosti v súčasnosti navrhovali zvažovať zavedenie virtuálnej prehliadky nehnuteľnosti. Realizácia tohto návrhu by mohla čiastočne vyriešiť problémy vznikajúce v dôsledku „covid opatrení“, kedy klesá množstvo realizovaných obhliadok. Taktiež posilňuje marketing a umožňuje poskytnúť záujemcom reálnejší prehľad o konkrétnej nehnuteľnosti. Jej zavedenie by sme pre spoločnosť navrhovali v závislosti od budúceho zamerania. V prípade ak by sa realintá agentúra Centrum prenájmu s. r. o. rozhodla v budúcnosti sústrediť výhradne na poskytovanie ubytovania v samostatných izbách, toto riešenie by pre ňu nebolo nákladovo efektívne. Vhodné by bolo v prípade zaznamenávania dokumentačného materiálu o väčších objektoch, ideálne v prípade ich predaja, prípadne prenájmu nehnuteľností s vyššími úrovňami platených mesačných poplatkov za ubytovanie. Zavedenie virtuálnej prehliadky by sme odporúčali aj v prípade vstupu spoločnosti na trh s nehnuteľnosťami v Bratislavskom kraji a taktiež pri rozšírení ponuky poskytovaných služieb. V každom prípade realitnej agentúre odporúčame sledovať technologické trendy rozvíjajúce sa na tomto trhu, nakoľko je možné, že práve virtuálna prehliadka sa stane za niekoľko rokov až desaťročí neodmysliteľnou súčasťou každého inzerátu a jej absencia bude v očiach potenciálnych kupujúcich alebo nájomcov znižovať dôveryhodnosť danej nehnuteľnosti.

Záver

Cieľom bakalárskej práce bolo zhodnotiť činnosť spoločnosti pôsobiacej na realitnom trhu a spracovať návrh riešení, ktorými by sa mohla v budúcnosti inšpirovať. Práca bola aplikovaná na realitnú agentúru Centrum prenájmu s. r. o., ktorá zameriava svoju podnikateľskú aktivitu na sprostredkovanie prenájmu a ubytovania v Trnave a blízkom okolí.

Pri spracovaní odporúčaní sme sa v úvode výsledkov práce zamerali na skúmanie súčasného stavu makroprostredia objektu nášho skúmania. Analyzovali sme vývoj základných ukazovateľov a trendov v ekonomickom, demografickom a technologickom prostredí v Trnavskom kraji a porovnávali sme ich s ostatnými krajmi Slovenska. Získané údaje sme spracovali a zaznamenali do grafov a tabuliek. Na základe získaných poznatkov sme určili lokalitu, ktorá je podľa nás perspektívna a taktiež sme určili návrhy, ktoré možno aplikovať aj pri pôsobení v aktuálnom regióne. Následne sme sa zamerali na opis mikroprostredia realitnej agentúry. Bližšie sme charakterizovali organizačnú štruktúru spoločnosti a opísali služby, ktoré poskytuje.

Pri podnikaní je pre firmu nevyhnutné poznať dopyt. V samostatnej podkapitole sme sa zamerali na zistenie preferencií vybranej skupiny potenciálnych klientov realitnej agentúry, a to študentov. Pri zhromažďovaní informácií sme využili dopytovanie formou dotazníka a následne sme získané odpovede analyzovali. Na základe zistených údajov sme spracovali návrh, ktorý odzrkadľuje preferencie opýtaných. Určili sme stav nehnuteľnosti, vybavenosť priestoru, cenu prijateľnú pre túto skupinu a taktiež najvhodnejší spôsob inzercie ponuky tohto ubytovania.

Záverom práce môžeme konštatovať, že spoločnosť Centrum prenájmu s. r. o. má v súčasnosti na trhu perspektívne postavenie, čo dokazuje aj zhotovená SWOT analýza. Jej zameranie je výlučne na prenájom a poskytovanie ubytovania, čo ju vo výraznej miere odlišuje od konkurenčných podnikov. Tento fakt a dlhoročné pôsobenie v danej oblasti môže taktiež zvýšiť dôveru potenciálnych zákazníkov v profesionalitu jej vedenia. Treba však podotknúť, že s týmto zameraním sú spojené určité riziká a nevýhody, ku ktorým patrí hlavne vstup nového konkurenčného podniku s identickým zameraním.

Pre náš objekt skúmania, ale taktiež aj pre ostatné subjekty pôsobiace na realitnom trhu je nevyhnutnosťou sledovať faktory pôsobiace v makroprostredí a mikroprostredí, nakoľko vo výraznej miere ovplyvňujú úspešnosť ich činnosti. Neznalosť informácií o aktuálnom vývoji a trendoch môže zhoršiť pozíciu podniku na trhu. Objavenie a vhodné

využitie naskytnutých príležitostí prináša podniku posilnenie postavenia v konkurenčnom boji a zlepšenie jeho budúcich hospodárskych výsledkov.

Z globálneho hľadiska si myslíme, že ciele, ktoré sme si v práci stanovili boli úspešne splnené a predkladaná bakalárska práca predstavuje prínos v teoretickej oblasti a taktiež v praktickej pre konkrétnu spoločnosť v podobe súboru navrhovaných riešení, ktorými sa môže pri svojich budúcich aktivitách inšpirovať.

Zoznam použitej literatúry

Knižné zdroje

ÁRENDÁŠ, P. a kol. *Investovanie na trhu komodít a reálnych aktív.* Praha: Wolters Kluwer ČR, a. s., 2018. 368 s. ISBN 978-80-7598-186-8.

BEŇOVÁ, E. a kol. *Financie a mena.* Bratislava: IURA EDITION, 2005. 373 s. ISBN 80-8078-031-5.

KITA, J. a kol. *Marketing.* Bratislava: Wolters Kluwer, 2017. 419 s. ISBN 978-80-8168-550-7.

LISÝ, J. a kol. *Ekonómia.* Praha: Wolters Kluwer, 2016. 621 s. ISBN 978-7552-275-7.

MAJDÚCHOVÁ, H. a kol. *Podnikové hospodárstvo.* Bratislava: Wolters Kluwer, 2018. 422 s. ISBN 978-80-8168-806-5.

PARKIN, M. *Economics.* Harlow: Pearson Education Limited, 2016, 822 s. ISBN 978-0-13-387227-9

REJNUŠ, O. *Finanční trhy.* Praha: Grada Publishing, a.s. 2016. 384 s. ISBN 978-80-247-5871-8.

SIVÁK, R. a kol. *Financie.* Bratislava: Wolters Kluwer, 2015. 457 s. ISBN 978-80-8168-232-2.

Odborné časopisy, zákony, odborné publikácie

SME. *Ceny bytov zdvíhajú aj vyvolané investície.* In: SME. Bratislava: Petit Press a.s., 2020, roč. 28, č. 234, s. 20. ISSN 1335-440X.

Zákon č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník

Zákon č. 455/1991 Zb. Zákon o živnostenskom podnikaní (živnostenský zákon)

Príloha č. 2 k zákonu č. 455/1991 Zb. v znení neskorších predpisov

Zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník

Internetové zdroje

Investujem.sk. *Väčšina slovenských miest zvýšila dane z nehnuteľností* [online]. 20.2.2020. [cit. 20.8.2020] Dostupné na: https://www.investujeme.sk/kratke-spravy/vacsina-slovenskych-miest-zvysila-dane-z-nehnutelnosti

MATIS, P. *Rezidenčná nehnuteľnosť ako investičná príležitosť* [online]. 30.9.2019. [cit. 21.8.2020] Dostupné na: https://www.sora.sk/nehnutelnost-ako-investicia

Národná banka Slovenska. *Vývoj cien nehnuteľností na bývanie v SR* [online]. [cit. 27.9.2020] Dostupné na: https://www.nbs.sk/sk/statisticke-udaje/vybrane-makroekonomicke-ukazovatele/ceny-nehnutelnosti-na-byvanie/vyvoj-cien-nehnutelnosti-na-byvanie-v-sr

Národná realitná agentúra. *Ceny sú rekordné, no rast sa má spomaliť* [online]. 19.6.2020. [cit. 1.10.2020] Dostupné na: https://www.narks.sk/ceny-su-rekordne-no-rast-sa-ma-spomalit

Národná realitná agetúra. *Záujem o kancelárske priestory v Bratislave dlhodobo klesá, pandémia situáciu zhoršuje* [online]. 16.8.2020. [cit. 28.9.2020] Dostupné na: https://www.narks.sk/zaujem-o-kancelarske-priestory-v-bratislave-dlhodobo-klesa-pandemia-situaciu-zhorsuje

ONDROVIČ, A. *Inštitucionálne príčiny globálnej ekonomickej krízy* [elektronický zdroj]. Bratislava : Ekonomický ústav Slovenskej akadémie vied, 2017. 112 s. ISBN 978-80-7144 285-1. Dostupné na: http://www.ekonom.sav.sk/uploads/journals/375_pdf_verzia_na_web_eu_sav_ondrovic%CC%8C_mono_final_20122017-5.pdf

PLAVEC, M. *Ako začať podnikať s realitami* [online]. [cit. 30.9.2020] Dostupné na: https://www.sora.sk/ako-zacat-podnikat-s-realitami

POLÁŠ, M. *Čakať na pád cien bytov sa nemusí oplatiť. Realita sa ukáže na jeseň: Pandémia dočasne znížila záujem o nehnuteľnosti, no pokles cien sa vzhľadom na obmedzenú ponuku neočakáva. Úrokové sadzby pri úveroch na bývanie, naopak, mierne rastú* [online]. Bratislava: Trend PRIME, 8.7.2020, ISSN 1336-2674 Dostupné na https://reality.trend.sk/byvanie/cakat-pad-cien-bytov-nemusi-oplatit-realita-ukaze-jesen

SITA. Ceny bytov v Bratislave napriek koronakríze dosiahli nový rekord: *Realitný trh v Bratislave pocítil vplyv pandémie najmä v apríli* [online]. Bratislava: SME.sk, 24.7.2020, ISSN 1335-4418 Dostupné na: https://ekonomika.sme.sk/c/22453468/ceny-bytov-v-bratislave-napriek-koronakrize-dosiahli-novy-rekord.html

TONKA, J. *Financovanie kúpy nehnuteľnosti* [online]. 15.6.2020. [cit 28.10.2020] Dostupné na: https://www.finax.eu/sk/blog/financovanie-kupy-nehnutelnosti