

Hyposervis

**HYPONEWS** leden '10

Newsletter ze světa hypoték a nového bydlení

## Trh v roce 2010?

### Návrat k normálnímu chování... Alespoň na straně poptávky.

**Jaký vývoj můžeme předpokládat v roce 2010? Navází na své hodnocení roku 2009 z minulého *Hyponews*, podle**

**toho, co sledujeme v posledních měsících, se vrátíme k „normálnímu chování“. Tím nemám na mysli ani ke zbrklému nákupu čehokoli, ani k bezmyšlenkovitému zadlužování, ani k překotnému růstu cen. Ale ani k neustálému odkládání rozhodnutí o řešení bydlení, ani ke spekulování, co ještě jak poklesne atd. Přizpůsobili jsme se nové realitě. A jako klienti se začínáme chovat „normálně“. Ve většině oblastí života – a tím i v bydlení.**

#### Chování klientů

Trend čekání je postupně nahrazován trendem normálního chování. Ten nejlépe dokresluje přirozené sociologické faktory, jako v loňském roce vrcholící baby boom. Řada lidí, kteří v letech 2008 nebo 2009 založili rodinu a měli již menší byt, tak odložila v loňském roce plán „výměny vlastního menšího bytu za větší“. A nyní již tuto věc začínají řešit. V tomto trendu vidíme velký podíl klientů, kteří prodávají své menší byty (většinou do 2+kk) a současně kupují rodinný, větší byt. A pro rozdíl poptávají hypotéku. A podobné je to i v oblastech privatizací bytového fondu, rekonstrukcí domů, výstavbě nových rodinných domů. Čas, který se jakoby na chvíli zastavil, se vrací k normálu a začíná mít vliv na stabilizování rezidenčního trhu. Totéž předpokládáme i po většinu roku 2010. Neočekáváme žádný propad, ani žádný překotný růst. Očekáváme pomalé zotavování a náladu podobnou roku 2005, kdy došlo k vystřízlivění z přehnaného očekávání po vstupu do EU, snížení poptávky a propadu cen. A následně se všechny parametry posouvaly směrem vzhůru velmi pomalu.

#### Celková situace na trhu bytových projektů

V minulém roce došlo k přerušení kontinuity ve výstavbě nových bytových projektů. Toto přerušení se dříve nebo později projeví. Podle všeho menší nabídka nových bytů a pravděpodobně i tím, že odhadem za rok prakticky nebudou na trhu nové, dokončené byty. Více než roční pauza v zahajování nových projektů se v čase musí projevit. Vedle toho se loni téměř výhradně doprodávaly byty dokončené nebo před dokončením. A většina se vyprodala. Dobrou zprávou je, že někteří silní developři, nezávisle na zavřeném



**Milan Roček**  
předseda představenstva Hyposervis

kohoutky projektového financování bank, své projekty opět aktivují a přicházejí s nimi postupně na trh. A podle zpráv, které z trhu máme i podle kontraktů, které uzavíráme, můžeme očekávat stejný trend po celý rok 2010. Vzhledem k tomu, že banky doposud nezměnily svůj přístup k financování bytových projektů a de facto na bytové projekty developerům peníze nepůjčují, můžeme očekávat dočasnou změnu v nastavení splátkových kalendářů kupních cen. Na nějaký čas se tak zřejmě trh vrátí k postupné úhradě kupních cen podle výstavby projektu. Jméno developera, jeho stabilita, pozice na trhu a reference budou asi hrát v tomto roce významnější roli než v letech předcházejících.

#### Chování bank

Co se týká bank, i zde očekáváme některé změny v chování. Vzhledem k očekávanému vývoji nezaměstnanosti roste i riziko nesplácených úvěrů, proto budou banky pravděpodobně ještě obezřetnější ve výběru klientů, než v minulém roce. Platební morálka bude i nadále klíčové kritérium při hodnocení bonity klienta. Na druhé straně předpokládáme, že se znovu vrátí na trh vyšší hypotéky (v poměru k hodnotě zástavy). Ještě stále asi nebudou ve všech bankách standardem 100% hypotéky, ale situace bude lepší než v první polovině roku 2009. Banky budou určitě více klást důraz na zajištění schopnosti klientů splácet hypotéku např. při ztrátě práce. V otázce vývoje úrokových sazeb ale nečekáme nic převratného. Předpokládáme, že nejméně v prvním pololetí 2010 budou sazby na přibližně stejné hranici, jako nyní. Tedy u standardní hypotéky +/- 5,0 až 5,5 % a u nestandardních typů hypoték o 1 až 3 % více.

## AKTUÁLNĚ

**„Vývoj rezidenčního trhu v roce 2009“ - přispějte, prosím, svým názorem.**

Vážení klienti, řada z Vás nám v loňském roce velmi pomohla získat pohled klientů na vývoj rezidenčního trhu. I díky tomu mohla být *studie*, kterou jsme připravili ve společném týmu s odborníky z Deloitte, tak ucelená a úspěšná. V těchto týdnech pracujeme ve stejném týmu na nové studii, která bude popisovat trh v roce 2009. Dovolují si tedy i letos požádat Vás, čtenáře našeho Hyponews a naše klienty, o zapojení do zmiňované studie. Budeme velmi rádi, pokud naleznete čas a odpovíte na několik otázek, které bychom si Vám dovolili v následujících dnech zaslat formou speciálního „Hyponews dotazníku“. Zaručujeme Vám, že veškeré odpovědi a údaje, které v něm uvedete, budou zpracovány specialisty společnosti Deloitte naprosto anonymně a nebudou použity ke komerčním účelům. Budou použity pouze jako údaje o vnímání konečných spotřebitelů pro účely zmiňované studie.

Děkuji Vám,  
Milan Roček

## Hyposervis novým partnerem RK Top One reality!

Hyposervis navázal na začátku ledna nového roku spolupráci s realitní kanceláří *Top One reality*.

Top One reality se zabývá prodejem a pronájemem všech druhů nemovitostí po celé České republice, zejména v Praze a v lokalitě Praha - západ. Je to mladá rychle rozvíjející se realitní společnost založená na profesionalitě garantované spolupráci s odborníky ve svém oboru s mnohaletou praxí. Byla založena realitními profesionály s letitými zkušenostmi na českém, ale i zahraničním realitním trhu.

Mezi jejími doplňkovými službami naleznete nejen služby nejstaršího hypotečního brokera, ale i právní servis, služby odhadců nemovitostí, daňové poradenství nebo třeba pomoc se stěhováním.

# Ondřej Roček: Proč je důležité se ptát?

**Proč vždy hrál a hraje dnes výzkum důležitou roli ve všech oblastech prodeje i služeb a proč je nedílnou součástí marketingu každé společnosti, která chce v tvrdém konkurenčním boji uspět, jsme se zeptali Ondřeje Ročka, šefa marketingu společnosti Hyposervis.**

## Jak jsou pro vaši firmu výzkumy důležité?

Výzkumu jako takovému vždy přikládáme velice důležitou roli. Na druhou stranu, je vždy důležité sbírat informace ze všech stran kolem nás. Není nic lepšího, než se zúčastnit několika jednání mezi makléřem a klientem, či se zeptat pár lidí kolem sebe, kteří v minulosti řešili nebo řeší nákup nemovitosti či jeho financování. Tyto informace jsou k nezaplacení.

## Znamená to tedy, že výzkum pro Vás není dogma?

Je tomu přesně tak. Ucelenou informaci skládáme jako mozaiku. Výzkumu přikládáme okolo 70 % důležitosti, zbytek jsou sesbírané postřehy z trhu a vlastní pocit. Kromě klientů se snažíme intenzivně komunikovat i s developery, bankéři či realitními kanceláři.

## Jak volíte ideální set otázek?

Vždy musíte opakovat určitý typ otázek, abyste mohli sledovat dlouhodobé trendy. Oproti tomu je nesmírně důležité doplnit vždy výzkum něčím novým.

## Můžete uvést konkrétní příklad?

Samozřejmě. Opět po roce opakujeme rozsáhlý výzkum napříč trhem společně se společností Deloitte. Vzhledem k tomu, že jedním z nejpálčivějších témat poslední doby je strach z možné neschopnosti splácet hypotéku, a to jak z pohledu klientů, tak z pohledu bank. I proto jsme o několik otázek tohoto typu výzkum obohatili.

## Toto téma se stává u vás tak trochu evergreenem.

Částečně ano, ale vždy jsme se snažili potenciálním problémům našich klientů na trhu předcházet a chránit je. Stejně tak jako byla v loňském roce největší diskuze ohledně refinancování, respektive změně úrokové sazby při konci fixace, tak letošním nejvíce horkým tématem bude právě stoupající trend nespáčených úvěrů – klientů, kteří budou mít tzv. škraloup v záznamu registrů. To může být pro většinu klientů i bank velký problém.

## Co to je registr, jak to souvisí s vaším výzkumem?

Právě, že to souvisí maximálně. V jedné z otázek v připravovaném výzkumu se budeme ptát klientů, jak moc si monitorují svoje případné historické prohršky v oblasti opožděných plateb, a jestli vůbec tuší, kde se taková informace dá sehnat. Každý klient si dnes může za několik desítek korun zjistit, jestli je „čistý“ či ne. Je to podobné jako u bodového systému dopravní policie.

## Pokud nebudou „čistí“, co to pro ně může v budoucnu znamenat?

Těch problémů může být pochopitelně více. Z našeho pohledu brokera jsou dvě nejzásadnější rizika.

1. Klient s takovýmto záznamem má velice malou

## Kdo je Ondřej Roček

- ředitel obchodu a marketingu společnosti Hyposervis a.s.
- člen představenstva Hyposervisu
- jednatel společnosti HypoShop
- ve společnosti působí od července roku 2008
- dříve působil v mezinárodních firmách v oblasti rychloobrátkového zboží na pozici Marketing Director

nadějí, že dostane od jakékoliv banky nový úvěr. Musí se tak často obracet na mimobankovní sektor, který nese vždy určitá rizika či nevýhody.

2. V případě, že bude chtít klient při konci fixačního období přejít k jiné bance (například z důvodu nespokojenosti s jeho novou sazbou od banky stávající), tak o něj nebudou mít jiné banky zájem, „problematických“ klientů se dnes banky snaží spíše zbavit. Klient tak může čekat automaticky poměrně razantní navýšení sazby pro další období.

## Kolik výzkumů za rok děláte?

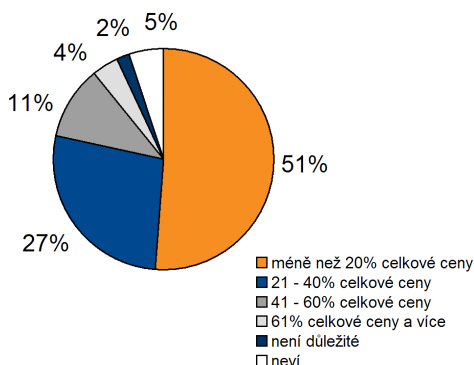
V průměru se jedná o dva velké a dva menší výzkumy. Snažíme se vždy oslovit okolo 5 000 klientů, kteří mají s hypotečním či realitním trhem nějakou zkušenost, či plánují nákup nebo úvěr.

## Kdy můžeme čekat další výzkum?

Jak již bylo zmíněno, v lednu budeme dělat další podrobný výzkum se společností Deloitte, takže naši klienti mohou očekávat dotazníky pravděpodobně již v tomto týdnu.

## HYPOSERVIS MONITOR

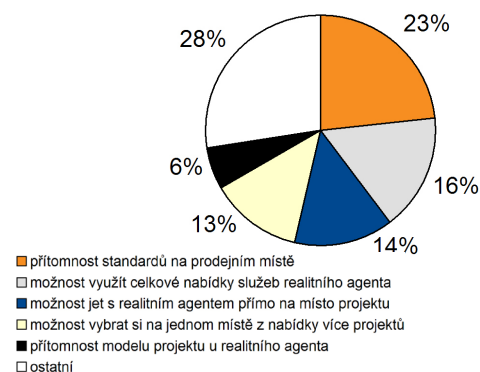
Jakou maximální část celkové ceny nové nemovitosti byste byl(a) ochoten(a) zaplatit v průběhu výstavby?



**Jakou část celkové ceny nemovitosti byste byl(a) ochoten(a) zaplatit v průběhu výstavby a Okolnost, která by ovlivnila rozhodování, zda využít nebo nevyužít realitního agenta.**

Na první pohled ne zcela důležitá, ale ve skutečnosti podstatná fakta, která je třeba znát u své cílové skupiny klientů. Tyto ukazují, co všechno je třeba znát před výběrem realitní kanceláře, která bude nemovitosti z rezidenčního projektu prodávat, a jakému splátkovému kalendáři klienti dávají přednost.

Okolnost, která by ovlivnila rozhodování, zda využít nebo nevyužít realitního agenta.



**Chybí vám zde obvyklá prezentace našich rezidenčních projektů? Připravujeme pro vás zcela nový newsletter věnovaný pouze developerským projektům!**