

1 Úvod do problematiky

1. 1 Situácia na trhu s nehnuteľnosťami

Trh s nehnuteľnosťami na Slovensku zaznamenal rozmach v 90. rokoch. V tomto období došlo vďaka prechodu k trhovej ekonomike k zmene podmienok na trhu s nehnuteľnosťami. Vzniklo množstvo nových súkromných firiem a podnikov.

Do roku 1989 bol spôsob obchodovania s nehnuteľnosťami odlišný, pretože sa uskutočňoval bez sprostredkovateľských firiem. Kúpa a predaj nehnuteľností sa uskutočňovali priamo medzi občanmi. Toto obdobie je charakteristické vysokou intenzitou výstavby bytových jednotiek a rodinných domov.

Typické realitné kancelárie začali vznikať až po roku 1989. Náplňou ich činnosti je sprostredkovanie kúpy, predaja, nájmu a prenájmu bytových a nebytových priestorov, rodinných domov a pozemkov. Pre nášho občana ide o činnosti zo začiatku neobvyklé a nové. Preto bolo od prvej chvíle potrebné, aby si realitné kancelárie prostredníctvom svojej činnosti získali dôveru širokej verejnosti.

Trh s nehnuteľnosťami sa začal štrukturovať. Zmenené právne podmienky podnikania umožnili vznik nového segmentu trhu tvoreného firmami v súkromnom vlastníctve. Ich potreby sa líšili od potrieb občanov. Vznikol záujem o priestory na podnikanie. K nim patria na jednej strane kancelárske a obchodné priestory v centrách miest, veľké výrobné a skladovacie priestory, haly v priemyselných zónach na okrajoch miest a podnikateľské objekty s kompletným vybavením ako hotely alebo reštauračné zariadenia. Požiadavky občanov sa naproti tomu sústreďujú na kúpu, predaj, prenájom, bytov a rodinných domov, stavebných pozemkov, záhrad a rekreačných chatiek.

Na trh s nehnuteľnosťami už vstúpil aj štát a mestá, ktoré na základe zákona o predaji bytov a nebytových priestorov tieto priamo odpredávajú občanom.

Realitné kancelárie sa zameriavajú na uspokojovanie potrieb firiem a občanov.

V súčasnej dobe na trhu pôsobí pomerne veľké množstvo realitných kancelárií. Konkurenčný boj stále silnie a preto sú realitné kancelárie neustále nútené zlepšovať svoju činnosť, aby si udržali postavenie na trhu. Dôležitým predpokladom úspechu je neustále sledovanie trhovej situácie a starostlivé plánovanie činnosti.

Pomôckou pri rozhodovaní je podrobne a pravdivo vypracovaný podnikateľský plán.

1. 2 Účely vypracovania podnikateľského plánu

Podnikateľský plán má svoj význam nielen na začiatku podnikania, ale aj v už existujúcich firmách, ktoré vykonávajú svoju činnosť dlhší čas.

Na začiatku podnikania sa podnikateľský plán vypracúva zvyčajne ako podklad na poskytnutie pôžičky bankou. Účelom plánu je zhodnotenie situácie na trhu, slabých a silných stránok firmy aj konkurencie, dôkaz o schopnosti uspieť na trhu, dosiahnuť zisk a tým zabezpečiť návratnosť požičaných finančných prostriedkov. V existujúcich firmách slúži podnikateľský plán hlavne ako nástroj plánovania a kontroly. Pri zmene podmienok na trhu je potrebné inovovať ho tak, aby zodpovedal novým skutočnostiam.

Vypracovávanie podnikateľského plánu je v podnikaní dôležitou a v našich podmienkach nedocenenou oblasťou. Preto je nutné venovať sa problematike podrobnejšie. Dobrou metódou na tento účel je prieskum názorov a skúseností s podnikateľským plánom u subjektov na trhu s nehnuteľnosťami.