

Vlastníte nemovitost? Nechte ji vydělávat!

aneb *Jak pronajmout chatu/chalupu/domek bez rizika, s minimem starostí a ještě pomoci rodinnému rozpočtu*



**Komplexní průvodce krátkodobými pronájmy vycházející z
25 let zkušeností v oboru**



Obsah

1.	Trocha povídání o historii - aneb jak to všechno vzniklo?	1
2.	Nový TREND v cestování!	2
3.	Výdělek bez vstupních investic!	3
4.	Kratší pronájem = vyšší zisk!	3
5.	Faktory zvyšující týdenní výši nájemného	4
6.	Kolik to může vydělat?	5
6.1.	Modelová situace č.1 - Chata blízko vody.....	5
6.2.	Modelová situace č.2 - Chalupa na samotě	5
6.3.	Modelová situace č.3 - Velký moderní objekt s bazénem	5
7.	Některé zásady a předpoklady pronájmu	6
7.1.	Poloha	6
7.2.	Voda	6
7.3.	Pronájem celého objektu	6
7.4.	Čistota	6
7.5.	Vytápění	6
7.6.	Týdenní turnusy	7
7.7.	Cena	7
7.8.	Energie	7
7.9.	Živnostenské oprávnění	8
8.	Způsob pronájmu - zprostředkovaně, nebo napřímo?	8
8.1.	Popis objektu.....	8
8.2.	Kvalitní fotodokumentace.....	9
8.3.	Prezentace na internetu/v katalogu	10
8.4.	Komunikace s klientem	13

8.5.	Správa objednávek.....	13
8.6.	Správa plateb	13
8.7.	Zisk z pronájmu	14
8.7.1.	Cena pronájmu.....	14
8.7.2.	Cena energií	14
8.7.3.	Cena prezentace	14
8.7.4.	Složka za riziko úrazu	14
8.7.5.	Složka za riziko krádeže.....	14
8.7.6.	Složka za riziko poškození objektu	15
8.7.7.	Náklady na komunikaci s klienty	15
8.7.8.	Náklady na správu objednávek a plateb	15
8.7.9.	Náklady na reklamace/soudní spory.....	16
8.7.10.	Kvalitní popis a fotodokumentace	16
8.7.11.	Souhrn všech složek ceny	16
8.8.	Vyřizování stížností/reklamací	17
8.9.	Riziko úrazu klienta	18
8.10.	Riziko krádeže	18
8.11.	Riziko poškození objektu.....	18
8.12.	Riziko poškození image	19
8.13.	Reálné příběhy	20
9.	Shrnutí.....	21
10.	Závěr.....	26

1. Trocha povídání o historii - aneb jak to všechno vzniklo?

Již za minulého režimu u nás existovala dlouholetá tradice "chataření". Hned v pátek po skončení pracovní doby se města začala vylidňovat, rodiny odjížděly relaxovat do přírody, **na chatu** či na venkov za babičkou, aby unikli ruchu a prašnému prostředí měst. V rekreačních oblastech u řek, rybníků a lesů vznikly celé "chatové kolonie" , s vlastními "víkendovými" pravidly, navazovaly se zcela nové sousedské vztahy, výlety, koupání, opalování, sběr lesních plodů, večer pak společné posezení u táboráků i posezení v místní hospodě. Také **aktivní odpočinek** patřil k vyhledávaným činnostem, jako zvelebování chaty a jejího pozemku, údržba zahrad a jiná fyzická práce, která očistila duši od stresu a často sedavého zaměstnání.

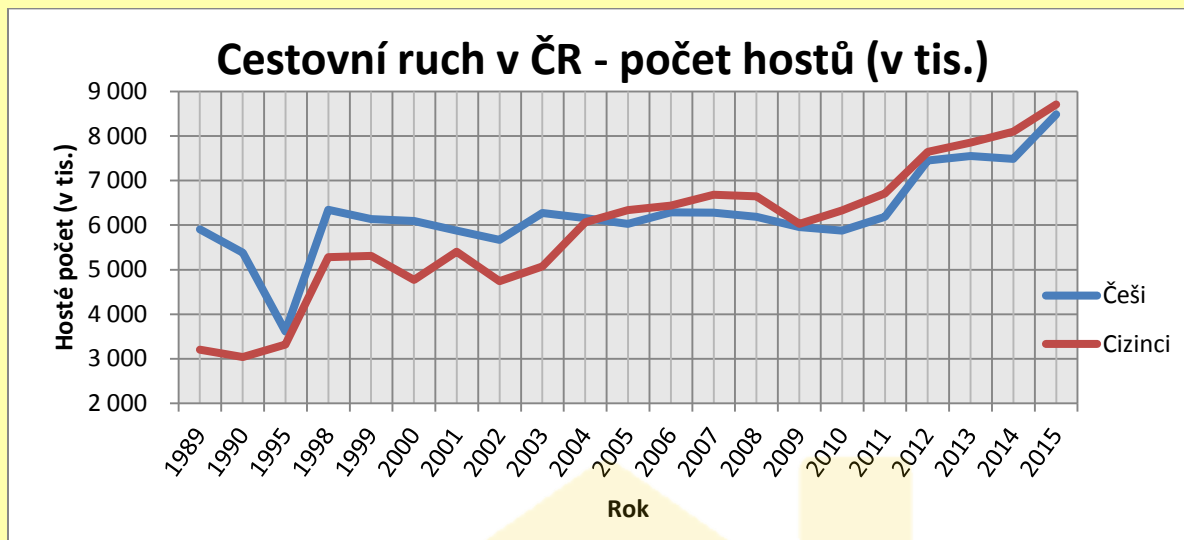
Po pádu komunistického režimu se našim občanům otevřely hranice a lidé hladově začali jezdit do zahraničí, ať už po Evropě **vlastním autem**, nebo letecky za poznáním exotiky. "Chataření" dosáhlo jakéhosi útlumu a mnozí stáli - a stále stojí - před rozhodnutím, zda svoji méně využívanou nemovitost prodat či nikoliv. Pro mnohé je **možnost pronájmu** vítaným kompromisem.

Na chatu si mohou zajet například na jeden až dva týdny, po zbytek sezóny může chata **vydělávat**, mohou se zde rekreovat jiní a svému majiteli takový pronájem finančně přispěje na zvelebování chaty a tím i zhodnocení své nemovitosti. Navíc takový pronájem přinese i nezbytné **finance** do rozpočtu, třeba právě na tu exotickou dovolenou.



2. Nový TREND v cestování!

Máte pochyby ohledně dostatečného zájmu Čechů nebo cizinců o dovolenou v naší vlasti? Data hovoří jasně, trend dovolených v tuzemsku je dlouhodobě na vzestupu!



Graf zobrazující počty ubytovaných hostů za jednotlivé roky
Autor: Agency InterBohemia s.r.o.
Zdroj dat: Český statistický úřad

Můžeme se pouze dohadovat, co je toho důvodem, zda zvyšující-se **nebezpečí** v různých zahraničních destinacích, nebo určitá "**nabaženost**" po touze opětovně vycestovat na dovolenou za hranice naší země, nicméně fakt ohledně zvyšujícího-se zájmu o dovolenou v Čechách hraje do karet všem, kteří uvažují o **pronájmu** své chaty, chalupy, domku či jiné rekreační nemovitosti - **do**ba nikdy nebyla **vhodnější!**



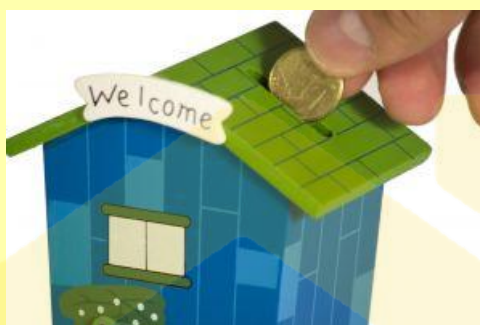
Tím se dostáváme k tomu, že velmi početná skupina osob vlastní chatu nemá a dalekého cestování se již nabažila. Navíc je exotika **drahá**, riziko **nebezpečí** v zahraničí roste a proto se u nás rozmohl "domácí cestovní ruch", kdy turisté hledají nové destinace v naší krásné vlasti, snaží se vyhýbat masovému turismu, preferují

soukromí, klid a pohodu, které nalézají spíše na chatě či chalupě, než v hotelích, penzionech nebo různých jiných rekreačních areálech, které jsou nuceni sdílet s dalšími rekreaanty.

3. Výdělek bez vstupních investic!

Pokud vlastníte chatu/chalupu/jinou nemovitost, která slouží primárně jako víkendové sídlo, nebo místo odpočinku v letních měsících a v době dovolených, s největší pravděpodobností máte objekt vybavený k okamžitému užívání a tedy odpadá nutnost pořizovat **nákladné** vybavení, jako je tomu u jiných druhů investic.

Je dobré mít na paměti, že vaši klienti stejně jako vy potřebují **funkční** vybavení, teplou vodu, čistý interiér, na druhou stranu je zbytečné investovat do mramorových koupelňových obkladů, hi-tech vybavení v podobě 4k UHD LCD televize, nebo prémiového kuchyňského vybavení.



4. Kratší pronájem = vyšší zisk!

Tato rovnice možná odporuje obecně zažitě pravdě přímé úměry, opak je však pravdou! **Krátkodobý** pronájem rekreačních chat a chalup je finančně **zajímavější**, než dlouhodobý pronájem za účelem bydlení.

Vysoká poptávka po rekreačních objektech v létě (hlavní sezóně) a v době dovolených značně zapůsobila na **růst** cen pronájmů a můžeme tak obecně konstatovat, že krátkodobé týdenní nájemné rovná se měsíčnímu nájemnému při dlouhodobých pronájmech nemovitostí.



5. Faktory zvyšující týdenní výši nájemného

Tak jako v jiných oborech, i zde máme určité faktory a atributy, které mají přímý účinek na výši týdenního inkasovaného nájemného.

Rozhodujícím prvkem je **velikost** objektu a počet **ložnic**, tedy kolik vlastně lidí můžeme ubytovat. Dobře vybavený objekt disponující veškerým běžně užívaným vybavením (nádobí, spotřebiče, povlečení aj.) je zajisté velmi atraktivní.

Dalším důležitým atributem je **poloha**, klienti preferují objekty v blízkosti vody (rybník, jezero, vodní nádrž), samostatně stojící objekty na samotě/u lesa, statky s uzavřeným nádvořím apod. Rozhodně by objekt **neměl** být situován v blízkosti **frekventované** dopravní komunikace/tratě, továrny, nebo například kamenolomu.

V horkých letních měsících hledáme osvěžení na každém kroku, leckdy i u objektů v blízkosti vody je významným pomocníkem vlastní **bazén** s pískovou filtrací, nebo ještě lépe zapuštěný. Tyto objekty jsou obsazovány 2 až 3x rychleji, než ostatní objekty bez bazénů, zpravidla jsou rezervovány a **vyprodány** ihned zkraje nového roku (počátku objednávací sezóny), a to během velmi krátké doby.

Nesmíme opomenout ani rodiny s dětmi, které tvoří velkou část klientely, jednoznačně plusovými body je pak pískoviště, skluzavka či houpačka a další podobné vybavení.



6. Kolik to může vydělat?

Otázka, která zcela pochopitelně zajímá každého nejvíce, kolik to vlastně může "hodit"? Záleží na mnoha faktorech, stanovení ceny pronájmu na týden je skutečně v každém případě **individuální**, nicméně pro názornost uvažujeme 3 modelové situace, v každém situaci obsazení "právě a pouze" hlavní sezony, která v naší situaci bude čítat celkem 9 týdnů:

6.1. Modelová situace č.1 - Chata blízko vody

Menší chata v blízkosti vody (rybník, jezero, přehrada), příjemně zařízená, se 3-mi ložnicemi pro 6 osob v cenovém rozmezí nákupní ceny 6 000 - 8 000,- Kč pro majitele za týden pronájmu, **roční příjem** se tak může pohybovat v rozmezí 54 000 - 72 000,- Kč.

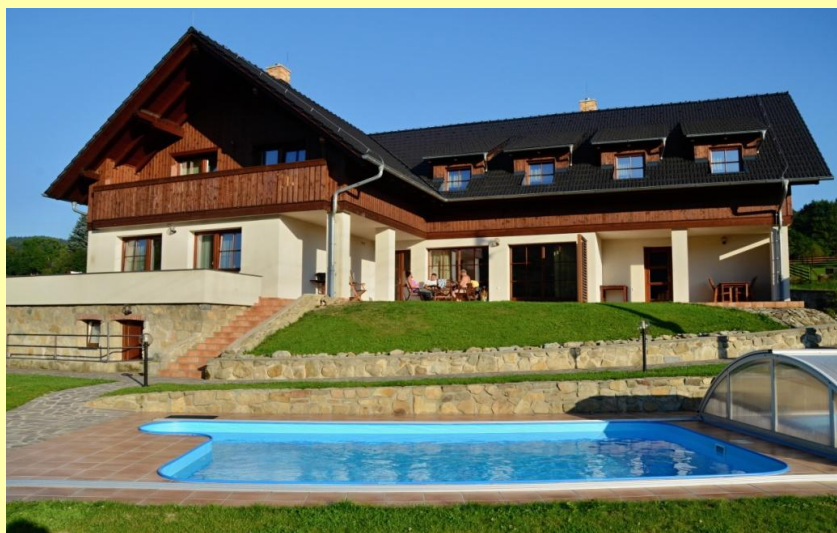
6.2. Modelová situace č.2 - Chalupa na samotě

Chalupy volně stojící na samotě, nebo u lesa, se 3-mi ložnicemi a 8-mi lůžky, nákupní cena v intervalu 8 500 - 10 500,- Kč za týden pro majitele, při pronájmu na 9 letních týdnech bude roční zisk v rozmezí 76 500 - 94 500,- Kč.

6.3. Modelová situace č.3 - Velký moderní objekt s bazénem

Pěkný a luxusně vybavený dům/objekt, novostavba, často s vnitřním či venkovním bazénem, 4 ložnice pro 12 osob s možností přistýlky, nákupní cena pro majitele v letní sezoně v rozpětí 20 000 - 25 000,- Kč za týden, celkový roční zisk při pronájmu v 9-ti hlavních týdnech bude v intervalu 180 000 - 225 000,- Kč.

Všechny výše uvedené situace jsou pouze **modelové**, a skutečná výše týdenní ceny pronájmu je v každém jednotlivém případě odlišná a závisí na mnoha faktorech, proto všechny modelové situace nejsou nijak/žádným způsobem závazné a slouží pouze k lepší **orientaci** a představě čtenáře.



7. Některé zásady a předpoklady pronájmu

Jsme v bodě, kdy uvažujeme o pronájmu naší nemovitosti, zbývá si tedy odpovědět na několik podstatných **předpokladů**, které jsou s pronájmem spojeny, představují běžné standardy a splňují tak klientovy představy o hezké a spokojené dovolené.

7.1. Poloha

- jak jsme si již zmínili výše, rozhodující je umístění objektů v klidném prostředí bez rušivých elementů, které celkový zážitek z dovolené **výrazně** snižují

7.2. Voda

- objekt by měl být vybaven tekoucí vodou (ideálně **pitnou**, užitková snižuje množství potenciálním zájemců), sprchou a splachovacím wc



7.3. Pronájem celého objektu

- klienti poptávají různé formy ubytování, někdy si vystačí i s pronájmem "pouze" části objektu, drtivá **většina** všech však požaduje pronájem celého objektu

7.4. Čistota

- nezbytným předpokladem pro spokojenost na obou stranách je udržovaný, **čistý** objekt a to včetně zahrady/pozemku k němu náležícímu

7.5. Vytápění

- některé chaty/chalupy mohou být i bez zdroje tepla za předpokladu, že jsou nabízeny pouze v hlavní sezóně (v létě), ideálním způsobem je pak přítomnost **krbu/kamen**, která je finančně přívětivá a úžasným způsobem dotváří atmosféru pronajímaného objektu

- některé objekty bývají standardně vybaveny kotlem na tuhá paliva, **nevhodným** způsobem se pak jeví dlouhodobé vytápění elektřinou pro své vysoké náklady, přesto by však elektrický přímotop v objektu neměl chybět

7.6. Týdenní turnusy

- stejně jako v případě dovolených v zahraničí (letních/zimních/letecky/autem), se i u nás zpravidla pronajímá na **týdenní** bázi s příjezdem a odjezdem klientů vždy v Sobotu, někteří objednávají více než 1 týden pobytu, novinkou pro užší okruh zájemců jsou pak víkendové pobyty, po kterých v posledních letech vzrostla poptávka

- po příjezdu klientů je majitel seznámí s objektem a jeho okolím, podepíše předávací protokol a vyžádá si **kauci** na hrazení případných vzniklých **škod** a odečet energií na konci pobytu

- nájemné za objekt je možné inkasovat od klientů po jejich příjezdu na místo v hotovosti, mnohem příjemněji se však jeví alternativa peněz **předem** zaslaných na účet pronajímatele, jak je dnes již běžnou praxí

7.7. Cena

- pro stanovení optimální ceny nájemného je ideálním řešením **expertní** odhad na základě analýzy všech dostupných informací při návštěvě objektu a konzultaci s pronajímatelem , posouzení celkové situace a srovnání s celkovou tržní nabídkou

- obecným pravidlem je, že vyšší cena odradí méně majetné a přiláká velmi **náročné** klienty, nebo větší skupiny osob, které zpravidla objednávají **později** a na kratší časový úsek, rizikem pro pronajímatele je pak "**neobsazenost**" některých termínů



7.8. Energie

- hradit veškeré, klientem spotřebované energie, nebo naopak vše naúčtovat? Ideální je něco mezi!

- hradit "neomezenou" klientovu spotřebu energií výsledný zisk značně **snižuje** a svým způsobem klienta vede k nehospodárnosti se svěřenými zdroji, naopak při vystavení celkového účtu spotřebovaných energií při odjezdu klienta a jeho nevěřícímu pohledu na danou skutečnost máte téměř zaručeno, že jste jej viděli **naposledy**

- ideální je tak dopředu stanovit určitý základní **fixní** objem běžné spotřeby energií obsažený v ceně pobytu a veškerou spotřebovanou energii nad určitý rámec pak strhnout z klientovy kauce

7.9. Živnostenské oprávnění

- živnostenské oprávnění k pronájmu vaší chaty/chalupy/objektu nepotřebujete, tím Vám však neodpadá povinnost zahrnout příjmy do daňového přiznání, dalším požadavkem ze strany úřadů je turistický poplatek místnímu úřadu za každou ubytovanou osobu nad 18 let, výši poplatku si každá obec stanovuje sama v obvyklé výši EUR 0,5-1,- tedy ca. 12-27,- Kč

8. Způsob pronájmu - zprostředkovaně, nebo napřímo?

Dostáváme se do klíčového bodu, a to kde a jakým způsobem sehnat **klienty**? Zde si každý pronajímatel musí dopředu stanovit **priority**, které při pronájmu objektu upřednostňuje a **rizika**, která je ochoten podstoupit, popřípadě přeměrovat na někoho jiného. Než se dostaneme k finálnímu srovnání, je nezbytné popsat potřebné **úkony**, které jsou s pronájmem objektu spojené a mají přímý dopad na obsazenost/oblíbenost pronajímaného objektu.



8.1. Popis objektu

Prvním důležitým bodem před samotnou prezentací objektu je tvorba jeho popisu. Ať již klient na nabídku narazí na internetu, nebo v katalogu, hraje popis **klíčovou** roli v jeho rozhodování o pronájmu.



Je několik faktů, které je potřeba jednoznačně uvést oproti mnoha skutečnostem, které nejsou až tak významné, respektive nehrají příliš velkou roli při rozhodování zákazníka a **zbytečně** tak rozšiřují samotný text.

Rozdíl mezi kvalitním a špatným popisem pronajímaného objektu může v očích zákazníka znamenat odmítnutí nabídky i ve více než **50%** případů.

Pokud chcete pronajímat napřímo a nevíte si s popisem rady, hledejte pomoc a doporučení u znalců v oboru.

V případě pronájmu pomocí cestovní agentury (CA) vyžadujte **preciznost**, profesionál vždy osobně navštíví objekt (často i opakovaně), bez čehož nikdo není schopen sestavit **kvalitní** a kompletní popis obsahující vše důležité, právě díky absenci analýzy a **komplexních** informací získaných při osobní návštěvě.

8.2. Kvalitní fotodokumentace

Samotná fotodokumentace pronajímané nemovitosti je ještě **důležitější**, než její popis. Pro toto tvrzení existuje hned několik vysvětlení.

Výběr dovolené je z širšího pohledu pro majoritu osob věcí **emocionální**, určitě ve větší míře, než volbou racionality. Jejich **tuha** po prožití krásné dovolené má určité předpoklady, které postupně zhmotňují v určitou svou představu/vizi. Pak již nezbývá, než tuto vizi **uskutečnit**.

Zřejmě již tušíte, kam tím míříme - při prohlížení prezentace nabízených chat/chalup/domků si nakonec s největší pravděpodobností vyberou právě ten objekt, který se nejvíce **blíží** jejich představě.

Nesporná **výhoda** kvalitní a věrné fotografie objektu je právě v její schopnosti přenést **vjem** idealizace krásné dovolené do mysli potencionálního klienta. A pak je již z části vyhráno. Z části uvádíme záměrně, protože následuje ještě výše zmíněný popis a samozřejmě cena.

V mnoha případech však **věrně** zdokumentované prostředí, ve kterém se objekt nachází mnohdy **ospravedlňuje** leckdy i vyšší cenu, kterou je zákazník ochoten v případě splnění své ideální představy zaplatit.

S tím je však spojeno i jedno zásadní negativum. Fotografie objektu musí **zaujmout** na první pohled! Pokud objekt klienta nezaujme napoprvé, šance, že se bude dále probírat danou nabídkou je již velmi malá, ne-li mizivá.



Tvorba precizní fotodokumentace má samozřejmě určitá svá specifika. Vysoké **nároky** nejsou kladeny pouze na **techniku**, ale i **zkušenosti** a znalosti fotografa, polohu objektu, úhlu focení, denní době, která je k nafocení ideální a mnoho dalšího. A nejvíce zásadním předpokladem krásné fotografie je jak jinak než pěkné **počasí!**

8.3. Prezentace na internetu/v katalogu

Máme připravený ideální popis i fotodokumentaci a vystává otázka, kde objekt prezentovat.

První možností je tvorba vlastních webových stránek. Toto je určitě dobré řešení, nicméně má však několik omezení. Za prvé je nutné sehnat **programátora/grafika**, který vám vaše stránky vytvoří a bude průběžně spravovat. To si vyžádá určité náklady. Pokud si stránky děláme sami a nejsme zrovna experty v oboru, je zde v očích klienta pochyba o určité **důvěryhodnosti** nabízeného objektu.

Dále vystává otázka, jak získat dostatečnou **návštěvnost** svých stránek, aby jsme plně obsadili sezónu. Z prvního pohledu se naskýtá možnost "zdarma" pomocí fulltextového vyhledávání v největších vyhledávačích Seznam.cz a Google.cz .

Záměrně uvádíme zdarma do uvozovek, ano, tato varianta je opravdu zdarma, ale vyžaduje profesionální **optimalizaci** stránek na určitá, předem definovaná slovní spojení, která jsou nejčastěji vyhledávaná v daném oboru a to již vyžaduje zapojení **specializovaných** firem zabývajících se tzv. **SEO** optimalizací, která si klade za cíl posunout stránky na přední pozice při hledání klientem.

Je třeba zdůraznit, že ve většině již existujících oborů je značná **konkurence**, a šance na přední pozice tím výrazně klesá ruku v ruce s nemalými finančními **náklady** na tým expertů, kteří samotnou optimalizaci budou provádět.

Dále je možné využít **placené** reklamy na velkých internetových serverech, nebo sociálních sítích. Zde již máme přímé náklady, které se odvíjejí od **zájmu** klientů o váš objekt, respektive o vaši reklamu, která musí mít určité své charakteristiky, jako je vhodné slovní spojení/kombinace, originalita, dále dostatečný rozpočet.

Největším nedostatkem je správné **zacílení** na vaše potenciální klienty. Pokud nedosáhnete dostatečného **konverzního** poměru (počet lidí, které kliknou na vaši stránku vs. počet lidí, kteří skutečně objednají), hrozí, že náklady na reklamu převýší možný zisk. I na tuto činnost je ve většině případů ideální najmout specializovanou firmu zabývajících se danou problematikou.



Druhou možností je registrace svého objektu do různých internetových **katalogů** a srovnávačů. Tato možnost má své výhody zejména v absenci nákladů na výše uvedené zdroje návštěvníků nezbytných v případě webových stránek (vyhledávače a placená reklama). Po uhrazení administrativního poplatku je váš objekt zařazen do nabídky a vy již pouze čekáte na potenciální zájemce.

Nevýhodou je pak zpravidla značný počet objektů v nabídce katalogu, z důvodu čehož se snižuje pravděpodobné množství zájemců, kteří si v obsáhlé nabídce vyberou právě váš objekt a existuje zde tak **riziko** prázdných termínů a ztráty možného zisku, protože váš objekt takřkajíc "**zapadl**" v nabídce.

Ruku v ruce s tím jde další skutečnost ohledně určité **důvěryhodnosti**, kdy provozovatel katalogu zpravidla nenese žádnou **odpovědnost/záruku** na straně pronajímatele, ani na straně klienta. Mnoho klientů plánuje/může si dovolit pouze jednu dovolenou ročně v určitém, přesně daném termínu (dovolená v práci, děti mají prázdniny) a přirozeně zde existují určité **obavy** ohledně jejího uskutečnění, průběhu a naplnění.

Značná část zájemců vyhledává/požaduje určité **záruky**, za které je ochotna si připlatit. Jednu z takových představuje reference a image objektu, která se dlouho a náročně buduje v horizontu mnoha let, převážně na základě spokojených klientů a s jejíž absencí významně **klesá** množství zájemců o nabízený objekt.



Dalším záporným faktorem jsou **negativní** zkušenosti, kdy jediná špatná recenze mnohdy "**přebije**" řadu předchozích pozitivních a odradí tím množství dalších zájemců.

Existují zde mnohá další rizika, například **újma** na zdraví klientů v samotném objektu, riziko **odcizení** některého vybavení, riziko **poškození** objektu, riziko **nezaplacení** pobytu a mnohá další, která si podrobněji popíšeme níže a která **nese** v celém rozsahu pronajímatele.

Třetí možnost je využití **služeb** specializovaných cestovních kanceláří a agentur. Výhodou pro pronajímatele je **zajištění** všech služeb a činností souvisejících s pronájmem na náklady agentury.

Většina seriózních a spolehlivých agentur se vyznačuje **dlouholetou** činností v oboru, mají **rozsáhlé** zkušenosti jak se zákazníky, tak s pronajímateli a budou dobře vědět, které náležitosti pro úspěšný pronájem chat a chalup jsou podstatné a které nikoliv.

Za dobu své existence mají vybudovanou určitou klientskou **základnu** a **renomé**, měly by tedy dobře vědět, který typ zákazníků vyhledává právě váš objekt.



Spolehlivé agentury nemají zájem na poškození svého **dobrého** jména a zpravidla si tedy vybírají objekty, které zařadí do své nabídky. Tím je nastavená určitá **úroveň** nabídky, kdy každý objekt splňuje daný standard a je jednoznačným přínosem pro klienta, který má **jistotu**, že jeho výběr nedopadne špatně.

To je zároveň **výhodou** i pro pronajímatele v případě, že je jeho objekt zařazen do nabídky. Existuje zde **vysoká** pravděpodobnost **plného** obsazení hlavní sezóny právě díky specifické klientské poptávce a faktu, že nabídka cestovní agentury je svým způsobem omezená a exkluzivní. Pronajímatel si tak může být jist, že jeho objekt "**nezapadne**" jako v případě nekonečně široké nabídky různých internetových katalogů, které mají naopak zájem o co nejširší nabídku, **nejsou** odpovědné za svou pověst, proto v závěru inzerují prakticky **cokoliv**.



Další výhodou pro pronajímatele je, že seriózní cestovní agentura **přebírá** odpovědnost sama na sebe a zbavuje tak pronajímatele rizik spojených s pronájmem, což je v konečném důsledku zásadní plus.

Zdánlivou nevýhodou je nižší zisk z pronájmu snížený o provizi agentuře, zpravidla však bývá cena tvořena "**naopak**", po analýze objektu a celkové situace, stanovena na základě přání pronajímatele (za předpokladu realistické výše), a až poté navýšena o provizi cestovní agentury.

Důležité je zmínit i fakt, že provize seriózní agentury v sobě **zahrnuje** náklady na krytí rizik spojených s pronájmem, a v případě pronájmu napřímo, kdy na sebe majitel objektu tato rizika **přebírá**, je příhodné tuto skutečnost **zohlednit** v ceně a navýšit původní požadovanou částku právě o složku ceny, která tato rizika plně **kompensuje**.

8.4. Komunikace s klientem

Trh cestovního ruchu je založen na poskytovaných službách a s tím souvisí potřeba **časté** komunikace s klientem, ve své podstatě by mělo být prioritním zájmem **spokojenost** klienta s našimi službami, abychom docílili jeho opakovaného nákupu.

Klienti se často před samotným pobytem **doptávají** na mnohé informace a okolnosti, je potřeba s nimi být v kontaktu v celém procesu od doby objednání zájezdu až po úspěšný návrat z příjemně strávené dovolené. K méně příjemným záležitostem patří řešení **nezaplacených** pobytů, požadavek **stornování** a vracení zaplacených pobytů/záloh a především pak řešení případných vzniklých stížností a **reklamací**.

Zejména poslední jmenovaný bod je relativně **choulostivé** téma a při jeho řešení je zapotřebí být maximálně **obezřetný**, stále udržovat příjemnou notu hovoru a snažit se v každém případě záležitost **vyřešit** ke spokojenosti obou stran, především pak ke spokojenosti klienta. V opačném případě nejen, že u nás již znovu nenakoupí, ale je zdrojem **negativní** reklamy, která má bohužel mnohem širší dopad, než reklama pozitivní.

Hovorů s klienty proběhnou během jedné sezony desítky, možná i stovky a záleží pouze na Vás, zda máte dostatek **času** a **energie** vyhrazenou na tuto činnost, nebo zda opět tyto záležitosti budete v celém rozsahu delegovat na zprostředkující agenturu.

8.5. Správa objednávek

Během celého roku je nutné udržovat základní **databázi** objednaných pobytů (objednávací sezona startuje společně s Novým rokem), kdy musíme mít **přehled** o objednaných termínech, o volných termínech, o zaplacených zálohách/celých pobytech, o kontaktech na klienty pro veškeré dotazy apod. Je **nezbytné** počítat s tím, že i tato činnost nám zabere nějaký čas a je potřeba **bezchybnost**, abychom omylem neprodali 1 týden 2x, nebo naopak neměli neobsazené termíny z důvodu například špatně označeného data.



8.6. Správa plateb

Databáze provedených plateb se vede ruku v ruce s databází objednaných pobytů. Je zapotřebí **průběžně** kontrolovat provedené platby, dále pak upomínat klienty, kteří se s platbou opozdí.

8.7. Zisk z pronájmu

Na první pohled **atribut**, ve kterém vítězí kategorie pronájmů napřímo, kde pronajímatel může vydělat více díky absenci provize cestovní agentuře. To je a zároveň není pravda.

Podstatným aspektem potřebným pro správné pochopení tohoto faktu je **tvorba** samotné ceny, která v sobě má zahrnuto několik složek, které se na výsledné ceně podílejí:

8.7.1. Cena pronájmu

- základní složku ceny pobytu tvoří **cena** samotného pronájmu, ve kterém je obsažena požadovaná cena pronajímatelem za 1 pronajatý týden, dále tato cena v některých případech obsahuje úklid objektu po odjezdu klientů/před příjezdem dalších klientů

8.7.2. Cena energií

- další složku ceny tvoří množství zahrnutých spotřebovaných **energií**, které jsou buď úplně, částečně, nebo nejsou zahrnuty v ceně pronájmu



8.7.3. Cena prezentace

- významnou složkou výsledné ceny jsou náklady na **reklamu** a propagaci objektu (prokliková reklama na Seznam.cz, AdWords.com, dalších hojně navštěvovaných webech typu Novinky.cz apod., bannerová reklama, prezentace v rádiu, dále fulltextová propagace v největších vyhledávačích atp.) které se v konečném důsledku promítají do **finální** ceny

8.7.4. Složka za riziko úrazu

- složka ceny, která **kompensuje** riziko úrazu klienta při pobytu v objektu, jako například uklouznutí před bazénem, pád ze schodů, z balkónu a podobně, kdy musíme počítat s možností stížnosti klienta na nedostatečně zabezpečený objekt a jeho části a s případnou **částkou** kompenzující úraz klienta, pobyt v nemocnici, nemožnost pracovat, v nejhorším případně pak soudní spor

8.7.5. Složka za riziko krádeže

- složka ceny, která kompenzuje případné **odcizení** různých částí a celků vybavení objektu klientem, kterých se mnohdy při předávání objektu a odjezdu klientů díky nedostatečné závěrečné kontrole nevšimneme, pro tento druh zpravidla **neexistuje** ani pojištění díky nemožnosti jednoznačně specifikovat veškeré vybavení objektu (i drobné předměty kuchyňského náčiní atp.), a tak nezbývá, než tuto skutečnost "**rozmělnit**" mezi

veškeré pronajímané týdny v průběhu let a určitou **přirážku** ke každému pronajímanému týdnu

8.7.6. Složka za riziko poškození objektu

- ani zde zpravidla nestačí **běžné** pojištění objektu a domácnosti, jelikož do pojištění spadá pouze využití pro vlastní potřebu a krátkodobé pronajímání **třetím** osobám tak musíme uvažovat v rámci námi podstupovaného rizika (pojišťovny mají relativně propracovaný systém odhalování pojistných podvodů pro zjištění neadekvátního využití pojištěné nemovitosti)



8.7.7. Náklady na komunikaci s klienty

- v této části musíme uvažovat náklady spojené s **komunikací** s klienty (zpravidla opakovanou), kam řadíme nejen náklady na telefonní hovory/emailovou komunikaci/online chat, které jsou v dnešní době oproti předchozím dekádam již minimální, ale zejména **čas** jedince strávený zajištěním této komunikace (objednávací proces, všeobecné informace, platby, reklamace a stížnosti), mnohé cestovní agentury mají zaměstnance **vyhrazené** pro tuto činnost, pokud pronajímáme napřímo, musíme uvažovat strávený čas, který jsme mohli **adekvátně** využít v jiné práci, dále pak **psychická** odolnost a trpělivost, která je občas potřeba a která se nákladově vyčíslit nedá :D

8.7.8. Náklady na správu objednávek a plateb

- další složka ceny, která je tvořena časem stráveným **správou** databází objednávek a plateb, jejich průběžnou kontrolou a aktualizací, upomínkami klientů a nezaplacených



platbách, zpracováním a vyřizováním příchozích objednávek, v rámci zprostředkovatelů jsou pro tuto činnost opět **vyhrazení** určití zaměstnanci, v případě pronájmu napřímo musíme uvažovat stejně, jako v předchozím případě, tedy alternativním využitím našeho **času** například v

práci, s rodinou apod

8.7.9. Náklady na reklamace/soudní spory

- tyto náklady představují v první fázi **stížnosti** klientů, kteří **požadují** adekvátní finanční kompenzaci, případně reklamace celého pobytu a požadavek na vrácení celkové zaplaceného ceny, v druhé fázi v případech, kdy se strany vzájemně nedohodnou pak náklady na **soudní řízení**, právního zástupce, **čas** strávený řešením daného soudního sporu a přítomnost u soudu



8.7.10. Kvalitní popis a fotodokumentace

- tyto náklady uvažujeme pouze na počátku při **nové** počínající spolupráci, o to však důležitější pro samotnou prezentaci nabízeného objektu jsou (vzbuzení dostatečného zájmu klienta), nicméně v rámci seriózních zprostředkovatelů jsou opět k dispozici **profesionálové** v oboru, kteří se touto tvorbou zabývají, jejich nákladem je pak strávený čas, ujetá vzdálenost za pronajímatelem atp.

8.7.11. Souhrn všech složek ceny

Pro přehlednost si shrňme jednotlivé části výsledné ceny:

- 1) požadovaný týdenní nájem pronajímatelem
- 2) náklady na energie
- 3) náklady na prezentaci
- 4) náklady spojené se zajištěním rizika úrazu
- 5) náklady spojené se zajištěním rizika krádeže
- 6) náklady spojené se zajištěním rizika poškození objektu
- 7) náklady na komunikaci s klienty

8) náklady na správu objednávek a plateb

9) náklady na reklamace, soudní spory

10) náklady na tvorbu precizního popisu a fotodokumentace

Z výše uvedeného vyplývá, že do finální požadované ceny za pronájem objektu na týden spadá **mnoho** jednotlivých složek ceny a můžeme konstatovat, že při rozhodování o pronájmu s využitím služeb cestovní agentury versus pronájmu objektu napřímo v podstatě rozhoduje **rizikový** profil pronajímatele, který si sám musí stanovit, zda je rizika a úsilí spojené s pronájmem objektu ochoten podstupovat **sám** za sebe (zda provize zprostředkovatele nad rámec ceny požadované pronajímatelem, která v případě pronájmu napřímo zůstává majiteli, plně **vystačí** na pokrytí a eliminaci veškerých rizik), nebo zda je převede na subjekt zprostředkující cestovní agentury.

8.8. Vyřizování stížností/reklamací

K méně příjemným činnostem při pronájmu chaty, chalupy či jiného podobného rekreačního objektu patří **stížnosti** klientů a reklamace.

Nejčastěji se setkáte se stížnostmi ohledně **kvality** vody (máte studnu a je dlouhodobé sucho), dále většinou na **špínu** a nepořádek, klienti rovněž vznášejí námitky v případě **chybějícího** vybavení, které bylo původně zmíněno, nebo jeho **nefunkčnosti**, občas bývají problémy s kvalitou vody v bazénu, nebo nefunkční filtrací a podobně.

Někdy se vše dá vyřešit dohodou, někteří klienti však požadují kompenzaci a minimálně částečné **vrácení** peněz, někteří pak požadují vrácení **celkové** zaplacené ceny a záleží pouze na Vás, do jaké míry dokážete klienta přesvědčit o jeho nemístné stížnosti, kam až jste ochotni zajít s **rizikem** případného soudního sporu v těch **závažnějších** případech.

Stížnosti bohužel patří k těm psychicky **nejnáročnějším** činnostem v procesu nalezení **optimálního** řešení a nesou sebou značnou míru rizika ohledně nejistého výsledku a postupu při vyjednávání a záleží opět pouze na Vás, zda chcete být s těmito činnostmi **konfrontován**, nebo zda řešení těchto starostí opět **přesměrovat** na zprostředkující cestovní agenturu.



8.9. Riziko úrazu klienta

Klienti si v rámci dovolené užívají a mnohdy nedbají o svou **bezpečnost**, o to snáze může někdo přijít k úrazu.

Mezi nejzávažnější příčiny úrazů patří bezpečností **chyby** na samotném objektu, jako například nedostatečně zabezpečené schodiště, uvolněné zábradlí, nedostatečně zabezpečený bazén, neupevněná houpačka aj.

Pokud klient přijde k **úrazu** v rámci pobytu, a zjistí se **pochybení** ze strany pronajímatele ohledně nedostatečného zabezpečení různých částí objektu, nebo jeho celku, má případná žaloba u soudu ze strany klienta šanci na úspěch a **náklady** spojené s úrazem klienta (pobyt v nemocnici, pracovní neschopnost a další) jdou na vrub majitele nemovitosti.

Opět stojí za zvážení, zda zodpovědnost převzít na sebe, nebo přesměrovat na jiné.

8.10. Riziko krádeže

Bohužel se občas stane, že pronajímatel není jediný, komu se **vybavení** objektu líbí a klient si tak z dovolené přiveze "suvenýr", který pronajímatele může stát **mnoho** peněz.

Toto riziko se částečně řeší výběrem **kauce** před samotným předáním objektu klientům, nicméně ve všech vážnějších případech je nutnost mít další formu **pojištění**, kterým můžeme toto riziko **eliminovat**. V mnoha případech pak bývá složité a časově náročné klienta vůbec zkontaktovat, případně vše předat příslušné advokátní kanceláři k řešení a následnému vymáhání.

8.11. Riziko poškození objektu

Již mnohokrát se stalo, že klienti ať už vědomým či nedbalostním zaviněním způsobili menší či větší **poškození** objektu (rozbitá okna, dveře, ulomené kliky, zničené rošty, nábytek, zničené obrazy, poškozené vybavení objektu, poškozená elektronika, znečištěný bazén, popraskané obklady, poškozená fasáda objektu a mnoho dalšího).

Ani zde případná předem vybraná kauce zpravidla **nestačí** a následné kontaktování klienta po skončení jeho dovolené je velmi obtížné, ne-li nemožné, znovu je tak potřeba mít v záloze **alternativní** způsob jistění, jakým můžeme eliminovat případné vzniklé ztráty poškozením části nebo celého objektu.



8.12. Riziko poškození image

Asi nejdůležitějším prvkem každého pronajímatele je jeho "**vizitka**", tedy určité hodnocení z pohledu klientů. Klienti zpravidla **hodnotí** nejen samotný objekt, polohu, vybavení, ale i srovnání skutečnosti s popisem (text vč. fotodokumentace), zejména pak i osobu majitele a jeho **přístup** (zvláště pak při řešení různých nepříjemností).

Ke klientům je zapotřebí vždy přistupovat **zdvořile**, snažit se vše vyřešit k jejich **maximální** spokojenosti, velkým **plusovým** bodem může být nabídnutí ochutnávky určité místní speciality (pokrm, nápoj) po příjezdu klienta.

Pokud však klient **nebude** se vším spokojen, nebo nebude skutečnost dle jeho očekávání (na základě popisu), může do budoucna udělit objektu **negativní** hodnocení, tím spíše v případech, kdy nedojde ke zdárnému vyřešení vzniklých problémů mezi jím a pronajímatelem.

Stačí 1 nebo 2 takto negativní reference mezi ostatními pozitivními a mnoho dalších potenciálních klientů je **ztraceno**, při jednání s klienty je tak nasnadě být maximálně obezřetný a vážit každého slova.



V případě inzerce objektu prostřednictvím různých katalogů je reference zpravidla **jediným** klientovým vodítkem a jedna či dvě negativní zásadním způsobem ovlivňují další **zájem**, rovněž bývá problém s eliminací negativních referencí.

V případě pronájmu přes cestovní agenturu mají její zástupci **široké** zkušenosti s řešením veškerých problémů a dovedou **jednoznačně** určit, ve kterých případech vyjít klientům vstříc a kdy je stížnost neopodstatněná. Zároveň se zde negativní reference mezi všemi ostatními

nabízenými objekty snáze "ztratí" zvláště při **včasném** odstranění chyb pronajímatelem, **riziko** ztráty image se tak výrazně snižuje.

V každém případě je vždy na místě se snažit být **maximálně** zdvořilý, vstřícný, jednat s klientem férově a **uznat** případné nedostatky. V opačném případě se můžete snadno stát v očích dalších potenciálních zákazníků **nesolidními** a rychle se rozhodnou dovolenou strávit jinde.

8.13. Reálné příběhy

Níže uvádíme 2 příběhy z praxe, smutnou realitou v obou případech byla **nedostatečná** pronajímatelova znalost všech prvků rizika souvisejících s pronájmem objektu, díky které zcela **zbytečně** přišli o peníze a prožili psychickou zátěž:

1)

Paní K. vlastní nádherný, nový a velký dům ve východních Čechách. Rozhodla se dům pronajímat a vybavila ho novým nábytkem, pořídila nové kuchyňské vybavení, nové matrace, lůžkoviny, televizi.... V den příjezdu hostů dům vyčistila, navoněla, upekla bábovku, do lednice dala vychladit nápoje. Na louce natrhala kvítí, které naaranžovala do vázy. S velkým nadšením netrpělivě očekávala své první hosty.

Klienti nakonec dorazili až navečer. S hrůzou zjistila, že přijela větší skupina osob, než bylo původně domluveno. Všichni byli v mírně podroušeném stavu. Paní K. s rozpačitostí předala klíče a nadšené vítání hostů raději oželela. Po skončení týdenního pronájmu s hrůzou zjistila, že nové vybavení pronajímaného objektu bylo z velké části poničené a umazané. Když požadovala náhradu za škody, hosté se jí jen vysmáli a odjeli.

Paní K. neměla související rizika ošetřená a zbytečně tak doplatila na svou nevědomost. Ani soudní spor, který ve výsledku musela podstoupit, a který se táhl nepřiměřeně dlouhou dobu jí nepřinesl žádné finanční odškodnění, jelikož o těchto rizicích nikdy neuvažovala, neměla s nimi zkušenosti a nebyla na ně dostatečně připravena.

Přitom šlo tomuto nepříjemnému excesu jednoduše předejít, díky předchozímu dodržení několika jednoduchých zásad a adekvátní pojistné složce, zahrnuté v ceně týdenního pronájmu.

2)

Pan S. pronajal svoji chatu u rybníka a jelikož mu hosté připadali sympatičtí, nabídnul jim zdarma k používání jeho pramici. Když po týdnu přijel chatu převzít, nenašel v objektu ani hosty, ani pramici. Z vyprávění sousedů se dozvěděl, že hosté loďku "utopili" a zřejmě z obavy před postihem z objektu odjeli. Pan S. splakal nad výdělkem, jelikož ani celá částka za pronájem a spotřebovanou energii, zdaleka nepokryla náklady na pořízení nové loďky.

Pan S., stejně jako v případě paní K. z neznalosti problematiky podcenil možná rizika spojená s pronájmem "napřímo" která si bohužel předem nijak neošetřil.

Proto znovu a znovu doporučujeme se před samotným započítáním pronájmu **seznámit** se všemi skutečnostmi a možnými problémy, které mohou nastat a adekvátně se **zajistit** pro jejich případné řešení.

9. Shrnutí

Ke konci této publikace se dostáváme ke shrnutí všech výše uvedených poznatků. Pronajímání vlastní chaty, chalupy, domku s bazénem či jiného rekreačního objektu sebou přináší **mnoho** výhod, mezi které se jednoznačně řadí zajímavý způsob dodatečného **příjmu** do rodinného rozpočtu, v případě vlastnictví více takových nemovitostí se může stát **hlavním** zdrojem příjmu.

Za druhé je **jednoznačným** plusem fakt, že mnoha ostatním lidem (naším klientům) nabízíme možnost strávit u nás dovolenou plnou nezapomenutelných zážitků, na kterou budou mít krásné vzpomínky.



Pro všechny budoucí zájemce o jiný způsob investice, respektive zhodnocení vlastních volných finančních prostředků, se pronájem chaty nebo chalupy může stát vítanou **alternativou**, a při nákupu rekreační nemovitosti a jejím pronájmu je zpravidla dosahováno **návratnosti** čítající vyšší jednotky procent ročně z celkové kupní ceny nemovitosti.

Jednoznačným faktem v případě investice do rekreační nemovitosti je **vysoká** pravděpodobnost dosažení značně vyššího **výnosu**, než například s pomocí bankovních produktů a dalších běžně dostupných finančních instrumentů, které naopak s nízkým výnosem přinášejí v dnešní době relativně vysokou míru **rizika**.

Rizikovost samotné investice do rekreačního objektu oproti finančním instrumentům s ohledem na možnou ztrátu investované částky je **minimální**, v případě **pojištění** nemovitosti téměř nulová, protože i v případě např. požáru o svou investovanou částku **nemůžeme** přijít.

Zároveň zde ve značné míře odpadá i riziko **neplacení**, které je například v případě **dlouhodobých** pronájmů bytových jednotek značně vysoké. Nájemce bytu i přes existenci nájemní smlouvy nezaplatí/rozhodne se neplatit a proces jeho **vystěhování** s využitím soudní cesty a vydáním exekučního příkazu zabere v horizontu minimálně 1-2 let (reálná zkušenost) a vy tak přicházíte o **nezanedbatelné** finanční prostředky, ke kterým ve finální fázi musíme **připočíst** náklady na soudní řízení, náklady na advokáta, náklady na exekutora aj.

V případě krátkodobých pronájmů se výše uvedená skutečnost stát v podstatě **nemůže**, jelikož klienti si objekt pronajímají na určitou, předem jasně stanovenou dobu (nemají zájem o **dlouhodobý** pobyt na daném místě) a celý pobyt je rovněž zaplacen s **předstihem**. Nemůže se tak stát, že by jste za své služby nedostali zaplacené. V případě včasného stornování pobytu klientem je také **dostatek** prostoru pro nalezení nového klienta a v případě stornování krátce před zahájením pobytu se vrací určitá **poměrná** část, která s blížícím se začátkem pronajímaného termínu dosahuje **minimální** výše vrácené částky, často až nulové.



Nevýhod při pronajímání chaty nebo chalupy je na rozdíl od výhod značně **méně**, mezi největší patří především **rozhodnutí** o způsobu pronájmu objektu, jeho prezentaci, **shánění** klientů a také rozhodnutí, kdo bude podstupovat zbývající **rizika** spojená se samotným pronájmem - neobsazenost, úraz, krádež, poškození, nezaplacení pobytu, stížnost, reklamace, soudní spor.

Pro lepší orientaci je souhrn všech činností a rizik spojených s pronájmem v tabulce níže, která poměruje **rozdíl** mezi využitím jednotlivých variant pronájmu objektu (zprostředkovaně vs. napřímo), respektive na které straně převažují **výhody** pro koncového pronajímatele:

	Převažující výhody pro pronajímatele	
	Zprostředkovatel	Pronájem svépomocí
Popis objektu	✓	✗
Kvalitní fotodokumentace	✓	✗
Prezentace na internetu/v katalogu	✓	✗
Komunikace s klientem	✓	✗
Správa objednávek	✓	✗
Správa plateb	✓	✗
Zisk z pronájmu	✗	✓
Vyřizování stížností/reklamací	✓	✗
Riziko úrazu klienta	✓	✗
Riziko krádeže	✓	✗
Riziko poškození objektu	✓	✗
Riziko poškození IMAGE	✓	✗

Z tabulky výše jednoznačně vyplývají **převažující** výhody pro pronajímatele při **využití** služeb cestovní agentury. Spolehlivá a seriózní cestovní agentura zařídí **veškeré** úkony spojené s tvorbou prezentace pronajímaného objektu tak, aby byl v očích potenciálních zákazníků

dostatečně **atraktivní**, zároveň obstará kompletní proces počínající vyhledáním klienta, vyřízením všech náležitostí spojených s pronájmem, zajištěním úhrady objednaného pobytu, končící naplněním klientovy dovolené.

Zároveň **vyřídí** veškeré případné reklamace a stížnosti ze strany klienta ke spokojenosti všech stran, zejména na základě **dlouholetých** zkušeností a **jednoznačné** profesionality zúčastněných pracovníků. Během spolupráce s pronajímatelem na sebe seriózní cestovní agentura zpravidla **převezme** veškerá rizika plynoucí ze sjednávání týdenních pronájmů, zejména riziko úrazu klienta, riziko krádeže, riziko poškození objektu, nebo jeho částí, riziko případného soudního sporu a riziko poškození image nabízeného objektu.



Veškeré činnosti a **rizika** související s pronájmem objektu napřímo nese v plné výši **pronajímatel** (internetové katalogy, srovnávače aj). Při pronájmu napřímo je nezbytné vyčíslit jednotlivá rizika, stanovit velikost možných **ztrát**, stanovit částku odpovídající všem činnostem, které jsou s pronájmem spojené a jsou nutné pro zabezpečení **bezproblémového** chodu celého procesu pronájmu.

Výsledným součtem pak získáme částku, kterou připočteme k původní výši požadovaného týdenního nájemného. **Zákon** pravděpodobnosti zde hovoří jasně! V rámci jednoho jediného pronajímaného týdnu vše může proběhnout v pořádku a bez problémů, s přibývajícím časem a množstvím pronajatých týdnů v průběhu jednotlivých sezon se však téměř jistě setkáte s výše uvedenými problémy, které si ve výsledku vyžádají **náklady** na jejich eliminaci, které nám právě **pokryjí** dodatečné příjmy plynoucí z **rizikové složky** připočtené ke každému pronajatému týdnu. Ve výsledku tak můžete být zcela bez obav z případných budoucích ztrát, na které již bude připravena **pojistná** rezerva.

Ze stejného důvodu jednoznačně doporučujeme tyto případné **náklady** a **rizika** předem vyčíslit a **připočíst**, v opačném případě se v případě jednotlivých problémů zbytečně připravíte o svůj vlastní zisk a celkový pronájem vaší chaty nebo chalupy tak **ztrácí** efektivitu a smysl.

Jedinou **zdánlivou** výhodou pronájmu napřímo je vyšší zisk pro pronajímatele. Zdánlivou uvádíme záměrně, jelikož to ve výsledku výhoda není. Proč? Protože pronajímatel dostane při pronájmu s pomocí cestovní agentury **stejně** peníze, jako v případě pronájmu napřímo, jelikož **sám** nejprve určí požadovanou výši týdenního nájemného, ke kterému si následně cestovní agentura připočte svou odměnu.

Výsledek pro pronajímatele je tak při využití jednotlivých cest pronájmu objektu pokaždé **stejný**. Cenový výsledek pro koncového klienta bude ať už v případě pronájmu přes cestovní agenturu, či pronájmu napřímo v obou případech také stejný, ne-li **horší** ve variantě napřímo a to z jednoduchého důvodu:

Cestovní agentura nabízí týdenní pobyt za cenu požadovanou pronajímatelem, navýšenou o svou odměnu.

Celková cena pobytu = **týdenní nájemné** + **odměna cestovní agentuře**

Cena požadovaná pronajímatelem v případě pronájmu napřímo bude spíše vyšší, než v případě cestovní agentury.

Celková cena pobytu = **týdenní nájemné** + **riziková složka pronajímateli**

Vysvětlení:

Vyšší cena v případě pronájmu napřímo oproti cestovní agentuře má své opodstatnění.

CA operuje ve **velkém** rozsahu, s velkým počtem klientů i pronajímatelů a v rámci daného objemu dosahuje značných **úspor** z rozsahu při pokrývání nákladů jednotlivých rizikových složek.

Veškerá tato rizika jsou již v provizi cestovní agentuře **zahrnuta**, na rozdíl od koncového pronajímatele, který při celkovém vyčíslení jednotlivých rizik žádných úspor z rozsahu dosáhnout **nemůže** a jím nabízená výsledná cena tak bude logicky vyšší.

Bonusem pro klienta je nejen nižší cena týdenního pronájmu nabízená cestovní agenturou, ale zejména **komplexní** poskytované služby CA, pojištění a především pak **záruka** jistoty při výběru dovolené, kdy všechny nabízené objekty jsou prověřené a klient má tak jistotu, že jeho výběr nebude **špatný**.



10. Závěr

Závěrem bychom Vám chtěli poděkovat za přečtení této publikace a věříme, že obsažené informace pro Vás byly **přínosem**, že se povedlo Vám přiblížit oblast pronájmu chat a chalup v Čechách. Váš zájem o informace na základě přečtení této publikace pouze a znovu potvrzuje **rostoucí** trend zájmu o dovolenou v ČR - pronájem chat a chalup, který je blíže popsán v 2. kapitole.

Ať již budete svůj objekt nabízet s **využitím** služeb cestovní agentury, nebo jej budete inzerovat napřímo, doporučujeme se držet výše uvedených **zásad** a pravidel - vyvarujete se tak zbytečným nepříjemnostem, které Vás v konečném důsledku nebudou stát zbytečné **peníze** z Vaší kapsy, ani Vás nevedou nijakým zásadním způsobem do psychické nepohody.



Na vaší budoucí cestě pronájmu své chaty, chalupy či domku Vám přejeme mnoho úspěchů, **minimum** starostí a **maximum** spokojených klientů - to je ostatně jeden z důvodů, proč v této oblasti úspěšně fungujeme již 27 let, počínaje rokem 1990. Není pro nás lepší odměny, než spokojený, pravidelně se vracející klient.

Samotná dlouholetá existence naší společnosti již za uplynulá léta dostatečně **prověřila** naše schopnosti dopřát klientům nezapomenutelnou dovolenou, na kterou budou ještě dlouho jejich návratu domů rádi vzpomínat, případně se znovu a **opakovaně** rádi vrátí, stejně tak jako majitelům chat, chalup, domků s bazénem a jiných rekreačních objektů úspěšně zprostředkováváme možnost **zisku** v této atraktivní, stále se rozvíjející oblasti cestovního ruchu v České Republice. Všechny tyto poznatky a **zkušenosti** nejen ze strany klientů, ale i ze strany pronajímatelů umožnily vznik této publikace, která si klade za cíl uceleným způsobem shrnout informace, zkušenosti, rady a doporučení pro oblast krátkodobých pronájmů.

Po celou dobu existence naší společnosti pro pronajímatele zajišťujeme:



Komplexní služby

Zakládáme si na osobním kontaktu s každým pronajímatelem, zařídíme kompletní tvorbu prezenčních materiálů



Komunikace s klienty

Jsmo neustále k dispozici pro naše klienty, vyřizujeme veškeré dotazy a náležitosti spojené s pronájmem objektu



Prezentace objektu

Zajišťujeme komplexní propagaci objektů v naší nabídce, využíváme efektivní formy reklamy a marketingové komunikace



Zajištění úhrady pobytu

*Vyřídíme všechny náležitosti spojené s úhradou pobytu, peněžní prostředky zasíláme na účet pronajímatele vždy **předem***



Neseme odpovídající rizika

Zajišťujeme veškerá rizika související s pronájmem, přebíráme odpovědnost za plynulý průběh celého pronájmu



Vyřizujeme veškeré reklamace a stížnosti

Případné reklamace a stížnosti řešíme ihned po jejich vzniku, dbáme na dodržení stanovených lhůt a v maximální možné míře snižujeme dopad možných sankcí včetně případné inspekce ze strany ČOI

Jsmo rodinná firma s tradicí od roku 1990. Preferujeme **přímý** a otevřený přístup ke všem klientům a zakládáme si na **osobním** kontaktu s každým pronajímatelem. Věříme, že pouze tímto způsobem lze dosáhnout patřičné synergie v dlouhodobé, efektivní a oboustranně

výhodné spolupráci. Pokud i Vy chcete patřit mezi naše dlouhodobé a spokojené pronajímatele, rádi s Vámi po vyplnění dotazníku dohodneme osobní schůzku.



Váš Tým Agency InterBohemia s.r.o.



InterBohemia

Šíření, kopírování, publikování či reprodukce jakékoliv části nebo celého dokumentu je bez předchozího písemného souhlasu autora, společnosti **Agency InterBohemia s.r.o** zakázáno.