

KOMPETENTNE URZĘDY

**- SZKOLENIA I DORADZTWO W ZAKRESIE
PODATKÓW I OPŁAT LOKALNYCH ORAZ
ZARZĄDZANIA NIERUCHOMOŚCIAMI DLA JST**

MATERIAŁY SZKOLENIOWE



więcej szczegółów:  facebook.com/innowacyjnejst  mtdconsulting.pl/projekty/kompetentneurzedy

Beneficjent

MTDConsulting

MTD Consulting Marcin Król

Partnerzy



Stowarzyszenie Gmin
i Powiatów Wielkopolski



Zrzeszenie Gmin
Województwa Lubuskiego



Związek Gmin
Warmińsko - Mazurskich

Biuro projektu:

MTD CONSULTING Marcin Król
ul. Naramowicka 154
61-619 Poznań
biuro@mtdconsulting.pl
tel. 61 639 4960

Temat 2: Praktyczne aspekty promocji, zbywania, dzierżawy i najmu zasobów nieruchomości

Trener: Jarosława Ejsymont

Segment 2: Zarządzanie nieruchomościami

Wrzesień 2022

Materiały szkoleniowe zostały przygotowane w ramach projektu pn. „Kompetentne Urzędy - szkolenia i doradztwo w zakresie podatków i opłat lokalnych oraz zarządzania nieruchomościami dla JST”, nr POWR.02.18.00-00-0005/21, współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Projekt realizowany przez:

BENEFICJENT

MTDConsulting

PARTNERZY



Spis treści

I. ROZDZIAŁ Transakcje inwestycyjne w Polsce i na świecie	2
1. Sytuacja inwestycyjna Polski po pandemii.....	2
2. Parametry determinujące obecne trendy na rynku nieruchomości:.....	3
3. Charakterystyka rozwoju poszczególnych segmentów rynku nieruchomości	4
a Hala i magazyny	4
b Nieruchomości handlowe	4
c Nieruchomości biurowe.....	4
d Nieruchomości mieszkaniowe – sektor living	5
4. Dlaczego kapitał obcy inwestuje w Polsce?	6
II. ROZDZIAŁ Podejmowanie decyzji zakupowych	6
1. Racjonalnie, a może emocjonalnie	6
2. Przewidywalność prognoz dla rynku nieruchomości vs. prognozowanie pogody.....	7
III. ROZDZIAŁ Marketing nieruchomości	7
1. Gdzie ludzie/inwestorzy szukają nieruchomości ?.....	7
2. Narzędzia analityczne mierzenia skuteczności działań reklamowych	8
3. Przygotowanie oferty -	9
4. Przygotowanie nieruchomości	10
5. Materiały marketingowe – aplikacja canva	12
IV. Kanały marketingowe	13
1. Portale internetowe	13
2. Social media.....	13
3. Offline.....	13
4. Mail i wysyłka ofert tradycyjnymi środkami – poczta	13

I. ROZDZIAŁ Transakcje inwestycyjne w Polsce i na świecie

1. Sytuacja inwestycyjna Polski po pandemii

Wartość transakcji inwestycyjnych na rynku nieruchomości komercyjnych w Polsce w 2021 roku wyniosła 5,71 mld euro.

Całoroczna wartość w 2021 roku odnotowała wzrost o 7 proc. rok do roku. Szacuje się, że wartość transakcji inwestycyjnych w 2022 roku może wynieść ok. 6,5-7 mld euro.

Panująca obecnie niepewność gospodarcza zaczyna oddziaływać na aktywność inwestycyjną na europejskim rynku nieruchomości komercyjnych. Notuje się jej wysoki wzrost w Europie Środkowo-Wschodniej, Francji, Włoszech i Hiszpanii.

Przyczyny wzrostu aktywności inwestycyjnej inwestorów:

- rosnący popyt na rynku najmu obiektów biurowych i logistycznych (również firm przenoszących się zza wschodniej granicy)
- nieprzewidywalne koszty budowy oraz coraz bardziej ograniczona dostępność gruntów pod projekty komercyjne skutkują niższą podażą nowej powierzchni biurowej i logistycznej w najbliższym czasie
- potencjał do wzrostu czynszów przyniesie wyższe zwroty dla inwestorów

Pochodzenie kapitału:

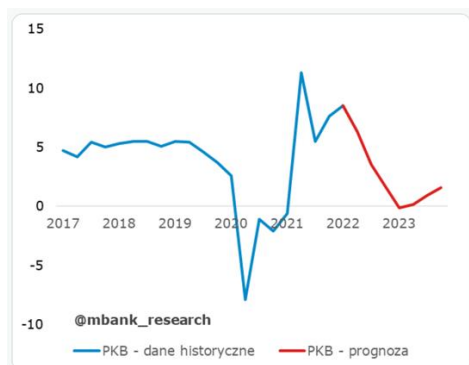
Głównym źródłem kapitału na polskim rynku inwestycyjnym w 2021 jest Europa, która stanowiła 47% całkowitego wolumenu (ponad 2,6 mld euro).

Udział polskich inwestorów to jedynie 235,5 mln euro (4%) w całej puli kapitału.

Na drugim miejscu - 23% znajduje się kapitał pochodzący z Ameryki Północnej (1,3 mld euro), 11% z Azji (640 mln euro), a 4% z Afryki (229 mln euro).

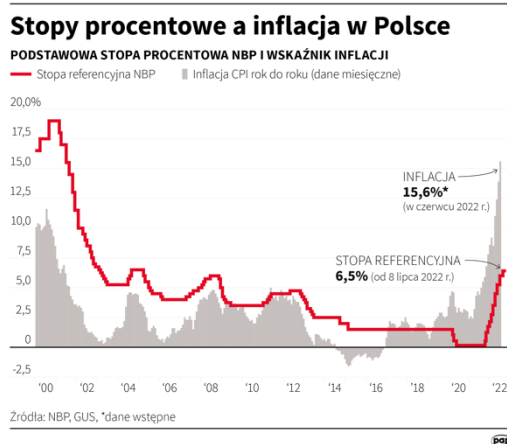
2. Parametry determinujące obecne trendy na rynku nieruchomości:

- **zmiana PKB.** Prognozy ekonomistów zakładają szybkie spowolnienie wzrostu gospodarczego w Polsce, w całym roku ma osiągnąć poziom 3-4%. Realizacja tej projekcji oznaczałaby, że pod koniec roku kwartalne tempo wzrostu PKB spadnie w okolice zera.



Źródło 1: Mbank Research

- **wysoka inflacja i raty kredytów**



Ceny żywności i napojów bezalkoholowych wzrosły o 14,1 proc.

r/r, nośników energii - wzrosły o 35,3 proc. r/r, **paliw do prywatnych**

środków transportu zwiększyły się o **46,7** proc r/r. Skutek – ograniczenie

popytu i konsumpcji w dalszej perspektywie gospodarka wejdzie w fazę

recesji.

3. Charakterystyka rozwoju poszczególnych segmentów rynku nieruchomości

a Hale i magazyny

- nowoczesne centra dystrybucyjne położone przy głównych szlakach komunikacyjnych
- obiekty typu multilet - wynajęte kilku najemcom zlokalizowane na obszarach miejskich, które wspierają obsługę obszarów miejskich
- wysoki popyt inwestorów na produkty logistyczne, najemców na powierzchnie logistyczne
- niska dostępność gruntów, stąd zdarzają się zakupy gruntów z obiektami do wyburzenia, które miały inną funkcję.
- zjawisko nearshoringu – przenoszenia produkcji i usług bliżej punktów zbytu – konsumentów końcowych.

b Nieruchomości handlowe

W ramach sektora następuje skupienie inwestorów na dwóch segmentach:

- handel lokalny, centra typu convenience – gdzie większość robi zakupy położone blisko dużych klastrów mieszkaniowych /convenience retail/
- parki handlowe

c Nieruchomości biurowe

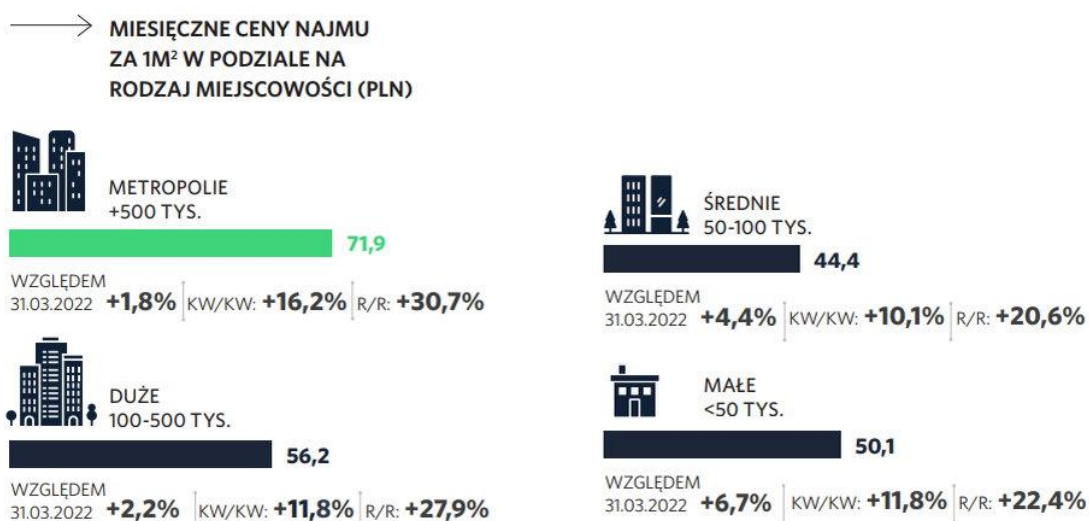
- wzmożone zainteresowanie inwestorów nowymi, nowoczesnymi powierzchniami przy ograniczonej ich podaży
- podwyżki stawek czynszów
- usztywnienie właścicieli biurowców na negocjacje dłuższych wakacji czynszowych i większą partycypację w kosztach fit-outu



- rosnące koszty za opłaty eksploatacyjne. tzw. service charge dla mniej energooszczędnych budynków biurowych mogą na początku 2023 r zaczynać się od 30 PLN/mkw.

d Nieruchomości mieszkaniowe – sektor living

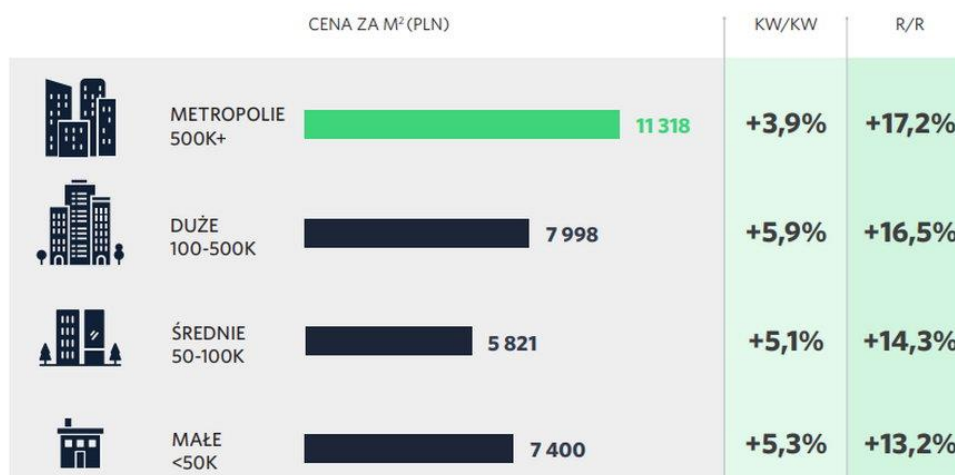
- spadek popytu ze strony nabywców indywidualnych z uwagi na wysoki koszt finansowania
- wstrzymanie nowych inwestycji przez deweloperów spowodowana nieprzewidywalnymi kosztami budowy, wysokim kosztem finansowania, wysokim kosztem gruntów i słabą ich dostępnością
- Polska na celownikach największych, światowych graczy inwestujących w sektorze PRS (ang. Private Rented Sektor) – zakupy zagranicznych funduszy inwestycyjnych
- silne wzrosty stawek najmu lokali mieszkalnych – metropolie nawet o 30%



Źródło 2: otodom.pl



→ CENY OFERTOWE MIESZKAŃ W PODZIALE NA KLASĘ MIEJSCOWOŚCI



ŹRÓDŁO: OTODOM, PRZELICZENIA WŁASNE.

Źródło 3: otodom.pl

4. Dlaczego kapitał obcy inwestuje w Polsce?

- rynek polski postrzegany jest jako stabilny z perspektywą rozwoju
- stopy kapitalizacji (potocznie rentowność, zwrot z inwestycji) jest o 1.5- 2 p.p wyższa niż w krajach UE, przy niewiele wyższym ryzyku

II. ROZDZIAŁ Podejmowanie decyzji zakupowych

1. Racjonalnie, a może emocjonalnie

Według **tradycyjnej teorii ekonomii** wybory dokonywane są racjonalnie, a ich celem jest maksymalizacja korzyści ekonomicznych. Dzięki **ekonomii behawioralnej** dowiadujemy się, dlaczego nasze decyzje znacznie odbiegają od racjonalności, a jednym z czynników, który na nie wpływa jest stan emocjonalny.

Pozytywny nastrój sprzyja pobieżnemu przetwarzaniu informacji i szybszemu dokonywaniu wyborów na podstawie stereotypów.



Negatywne emocje mogą skłaniać do większej wnikliwości i bardziej szczegółowej analizy podczas podejmowania decyzji.

2. Przewidywalność prognoz dla rynku nieruchomości vs. prognozowanie pogody

Prognozowanie na długie okresy jest bardzo trudne. Dzieje się tak, ponieważ przewidywanie pogody polega na matematycznej koncepcji zwanej **teorią chaosu**, w której bardzo małe błędy w pomiarze aktualnych warunków pogodowych mogą przeistoczyć się w duże, pozornie przypadkowe błędy w prognozach długoterminowych. Ruch skrzydeł motyla w Chinach może spowodować (lub uniemożliwić powstanie) tornada za dwa tygodnie od teraz w Kansas.

Wniosek : nawet najdrobniejsze czynniki mogą zmienić długoterminowe prognozy pogody. Obserwując prognozy ekonomiczne, prognozy dla rynku nieruchomości wyciągamy analogiczne wnioski. Prognozy te sprawdzają się w około 8%.

Większość synoptyków uważa, że dokładne prognozowanie na ponad dwa tygodnie nigdy nie będzie możliwe. Aktualnie prognozy dłuższe niż na 5-7 dni opierają się w dużej mierze na zgadywaniu i często są błędne.

III. ROZDZIAŁ Marketing nieruchomości

1. Gdzie ludzie/inwestorzy szukają nieruchomości ?

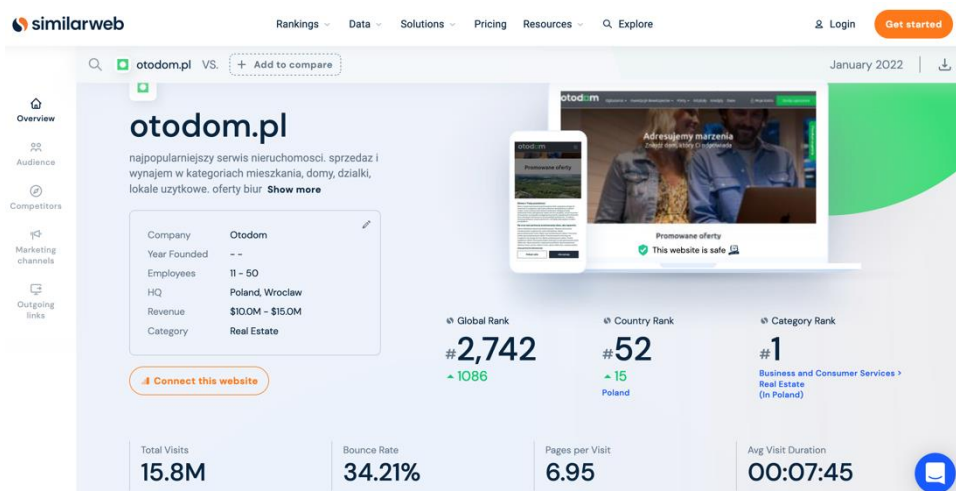
Obecnie wszechobecnym źródłem szukania nieruchomości jest internet, co nie oznacza, że tradycyjne kanały sprzedaży nie są wciąż popularne i skuteczne.

Nieruchomości o wysokich cenach – parki handlowe, grunty logistyczne, biurowce sprzedawane są zasadniczo offline – w bezpośrednich kontaktach biznesowych.

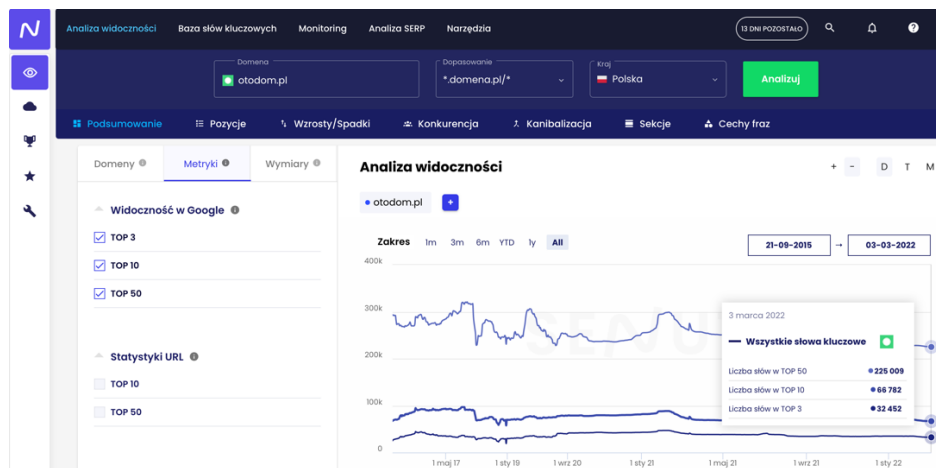


2. Narzędzia analityczne mierzenia skuteczności działań reklamowych

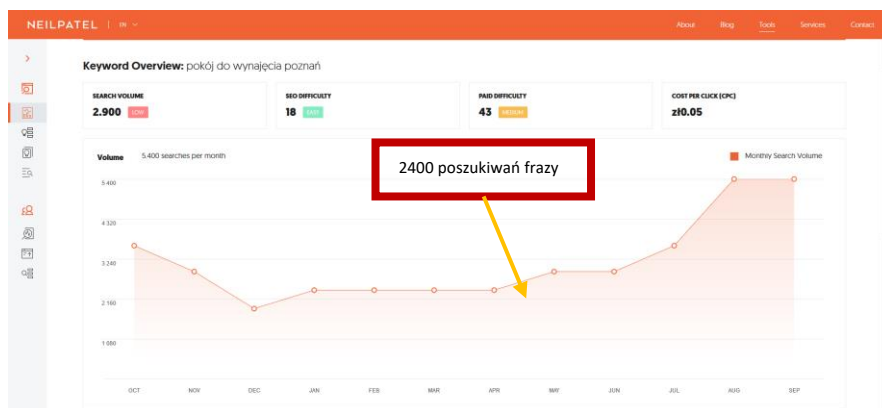
Similarweb.com – strona internetowa dostarczająca danych analitycznych, rankingów, popularności, podobieństwa i danych o stronach internetowych. Przedstawia estymowane statystyki witryn internetowych oraz aplikacji mobilnych.



Senuto.com - Senuto to **platforma analityczna (SaaS) oraz zestaw usług doradczych w zakresie SEO i marketingu w Google**, oparte o big data i autorskie algorytmy machine learning.



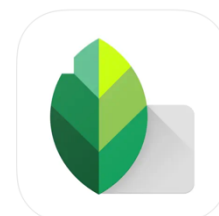
Uppersuggest.com - aplikacja



3. Przygotowanie oferty -

Profesjonalne zdjęcia - aplikacja do obróbki zdjęć – Snapseed przeznaczona do edycji zdjęć na iOS i Androida, która umożliwia użytkownikom ulepszenie zdjęć i stosowanie filtrów cyfrowych. Obecnie jest własnością Google

Przykłady zdjęć poddanych obróbce i przygotowanego wnętrza fot. J.Ejsymont.



Snapseed 4+
Google LLC
#28 in Photo & Video
★★★★★ 3.6 • 8.1K Ratings
Free

4. Przygotowanie nieruchomości

Home staging to profesjonalne przygotowanie nieruchomości niewielkim nakładem środków do sprzedaży lub najmu



Źródło: fot. Home Stagerin Senta Hoffmann - <http://www.die-home-stagerin.de> - Own work, CC BY-SA 3.0, Wikimedia Commons.

Najczęstsze przypadki nieruchomości:

- nieruchomość "zagracona" nadmiarem przedmiotów, mebli i akcesoriów dekoracyjnych
- nieruchomość wykończona, ale nieumeblowana i nieudekorowana



- nieruchomość "opuszczona", w której obecnie nikt już nie mieszka i jest pusta lub częściowo umeblowana pozostawionymi meblami
- nieruchomość "niedokończona", tzn. wystawiona na sprzedaż przed całkowitym zakończeniem prac wykończeniowych

Home staging stosowany jest ważny nie tylko w przypadku mieszkań, lecz również nieruchomości komercyjnych.

Działania:

- **uporządkowanie przestrzeni** - ułatwia to pozbycie się wielu niepotrzebnych przedmiotów, pomaga odzyskać przestrzeń, zaprowadzić porządek oraz spowodować, że miejsce będzie odbierane jako łatwiejsze do adaptacji przez nabywcę
- **Zastosowanie kolorystyki i dodatków**
- **małe remonty**
- **aranżacja przestrzeni**

KORNELIA
Gajdecka
HOME STAGING

+48 663 985 344

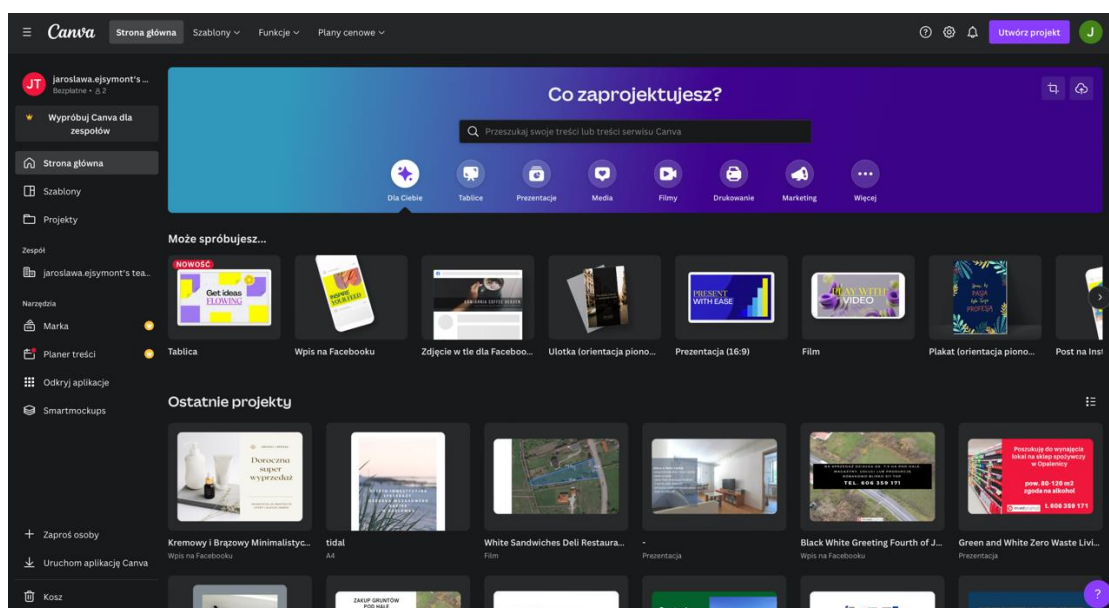
HOME STAGING REALIZACJE CENNIK DLA POŚREDNIKA BLOG SESJA ZDJĘCIOWA KONTAKT

**HOME STAGING
WROCŁAW**

Profesjonalne przygotowywanie
nieruchomości do sprzedaży

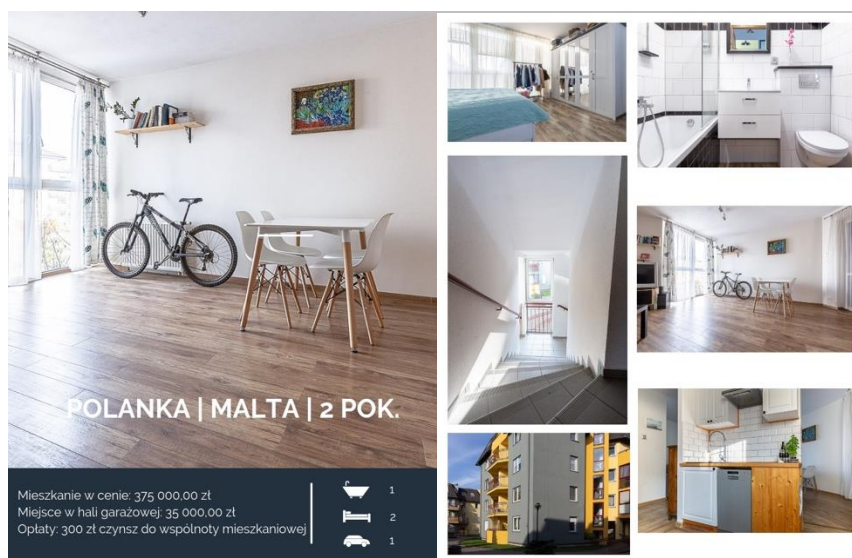
KONTAKT

5. Materiały marketingowe – aplikacja canva

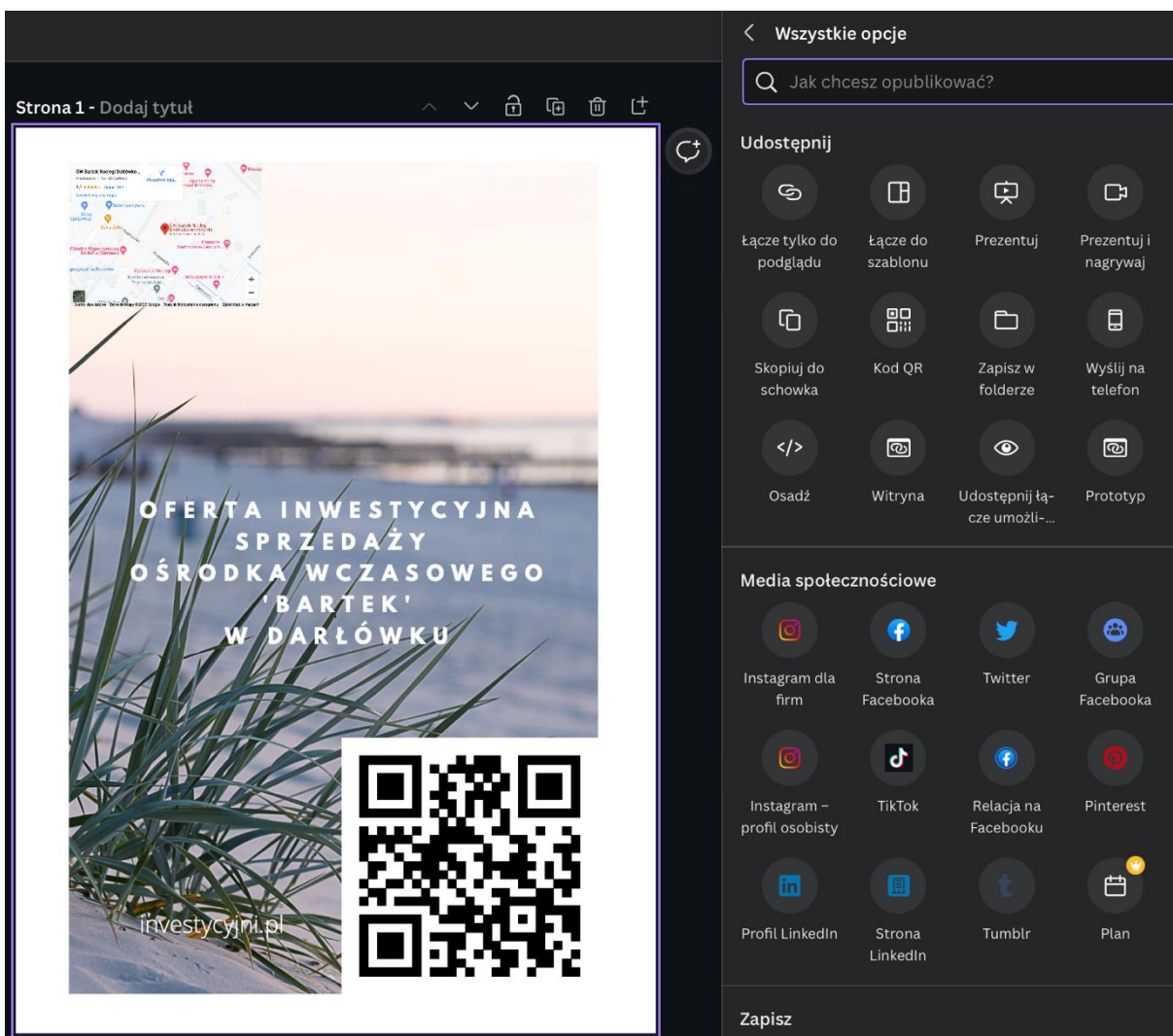


Canva to bezpłatne narzędzie do projektowania graficznego online. Z jego pomocą możesz tworzyć posty w mediach społecznościowych, prezentacje, plakaty, video.

Ulotka dla klienta



Funkcjonalność aplikacji canva -



The screenshot shows a mobile application interface. On the left, a flyer is displayed with the following text: "OFERTA INWESTYCYJNA SPRZEDAŻY OŚRODKA WZASOWEGO 'BARTEK' W DARŁÓWKU". Below the text is a QR code and the website "investycjni.pl". The flyer also features a map of the location in the top left corner. On the right, a sharing menu titled "Wszystkie opcje" is visible, containing various sharing options such as "Udostępnij" (Share), "Media społecznościowe" (Social media), and "Zapisz" (Save).

IV. Kanały marketingowe

1. Portale internetowe
2. Social media
3. Offline
4. Mail i wysyłka ofert tradycyjnymi środkami – poczta

Prawa autorskie:

Materiały szkoleniowe udostępnione zostają na zasadach wolnej licencji Creative Commons: uznanie autorstwa, na tych samych warunkach 3.0 Polska (CC BY 3.0 PL). Licencja udzielana jest nieodpłatnie. Pewne prawa zastrzeżone na rzecz autorów. Zezwala się na dowolne wykorzystanie treści pod warunkiem wskazania autorów oraz zachowania niniejszej informacji licencyjnej. Wolno m.in. kopiować, rozpowszechniać w dowolnym medium i formie, przedstawiać i wykonywać utwór. Tekst licencji dostępny jest na stronie: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/pl/>