



20^{lat}

ASM - CENTRUM BADAŃ I ANALIZ RYNKU



Raport końcowy

ANALIZA RYNKU NIERUCHOMOŚCI

W ZAKRESIE LOKALI UŻYTKOWYCH

Spis treści

Spis treści	2
1. Skróty użyte w opracowaniu	3
2. Wstęp	4
3. Metodologia	6
4. Specyfika procesów rewitalizacyjnych w kontekście kształtowania programu lokali użytkowych na obszarze rewitalizacji w Słupsku	12
4.1. Specyfika atrakcyjnych ulic handlowych	17
4.2. Zarządzanie centami miast i ulicami handlowymi – koncepcja Town Centre Management	21
5. Warunki prowadzenia działalności handlowo-usługowej w Słupsku	25
6. Sytuacja gospodarcza	32
6.1. Koniunktura w przemyśle i budownictwie	33
6.2. Stopa bezrobocia	35
6.3. Kondycja budownictwa niemieszkalnego – trend lokalny i regionalny	39
6.4. Regionalna podaż powierzchni handlowych	50
6.5. Regionalna podaż powierzchni biurowych	52
6.6. Kondycja i perspektywy dla handlu ulicznego	52
7. Rynek wynajmu i sprzedaży lokali użytkowych w Słupsku	55
7.1. Pogłębiona diagnoza lokali użytkowych na przykładzie lokali komunalnych	56
7.2. Analiza ofert wynajmu lub sprzedaży lokali prywatnych	61
7.3. Analiza ofert sprzedaży bądź wynajmu lokali komunalnych	76
8. Rekomendacje dla programu dotyczącego lokali usługowych	85
9. Spis tabel	96
10. Spis wykresów	97
11. Spis rysunków	98
Załącznik nr 1 – lokale użytkowe na terenie Słupska	99
Załącznik nr 2 – kwestionariusz ankiety CAWI z przedstawicielami podmiotów zarządzających budynkami wielorodzinnymi	103

1. Skróty użyte w opracowaniu

GUS – Główny Urząd Statystyczny

GUNB – Główny Urząd Nadzoru Budowlanego

NSP – Narodowy Spis Powszechny

CAWI – Computer Assisted Web Interview

PAPI – Paper and Pencil Interview

PRB – produkt regionalny brutto

2. Wstęp

Celem niniejszego opracowania jest analiza rynku nieruchomości w zakresie lokali użytkowych oraz diagnoza społeczno-gospodarcza miasta Słupska wraz ze szczególnym uwzględnieniem terenów poddanych rewitalizacji.

Rewitalizacja, zgodnie z art. 2 ust. 1 *Ustawy o rewitalizacji z dnia 9 października 2015 r.* to: *proces wyprowadzania ze stanu kryzysowego obszarów zdegradowanych, prowadzony w sposób kompleksowy, poprzez zintegrowane działania na rzecz lokalnej społeczności, przestrzeni i gospodarki, skoncentrowany terytorialnie, prowadzony przez interesariuszy rewitalizacji na podstawie gminnego programu rewitalizacji.*

Rewitalizacja i związane z nią działania wpisują się w *Krajową Strategię Rozwoju Regionalnego 2010-2020*, a także *Koncepcję Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030*. Działania rewitalizacyjne stanowią również ważny aspekt *Krajowej Polityki Miejskiej 2023*.

Zgodnie z uchwałą nr XXVI/318/16 Rady Miejskiej w Słupsku przyjętą w dniu 28 czerwca 2016 roku rozpoczęły się prace związane z opracowaniem Gminnego Programu Rewitalizacji Miasta. Program rewitalizacji dla miasta został przygotowany w odniesieniu do ustaleń Uchwały nr XXIII/276/16 Rady Miejskiej w Słupsku z dnia 30 marca 2016. Rewitalizacja obejmie trzy obszary:

- Śródmieście (ul. Długa/ul. Jaracza - 2 387 zameldowanych, Plac Zwycięstwa/ul. Tuwima - 1 261 zameldowanych, ul. 8 Wojska Polskiego - 2 861 zameldowanych, ul. Reymonta/ul. Prusa - 4 502 zameldowanych, ul. Niemcewicza/ul. Kopernika - 3 050 zameldowanych,)
- Podgrodzie (ul. Partyzantów - 2 886 zameldowanych, ul. Sierpinka/ul. św. Piotra - 1 376 zameldowanych),
- Stare Miasto (Stary Rynek - 2 666 zameldowanych).

Rewitalizacja i związane z nią działania można uznać za jeden z kluczowych elementów rozwoju współczesnych miast. Jej zadaniem jest stymulowanie rozwoju społeczno-

gospodarczego, przywrócenie ładu przestrzennego oraz zwiększenie atrakcyjności obszaru.

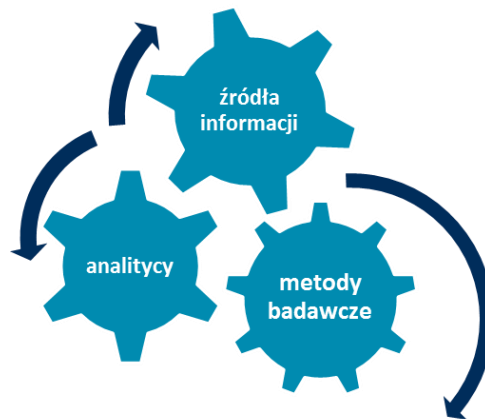
Punktem wyjścia do analizy przedmiotowej jest zaprezentowanie ogólnych danych, dotyczących budownictwa niemieszkalnego, ze szczególnym uwzględnieniem województwa pomorskiego. Przechodząc do zagadnień szczegółowych, dokonano zestawienia ofert sprzedaży i wynajmu lokali użytkowych znajdujących się na terenie miasta. Ostatecznie umożliwiło to określenie oferty jaką dysponuje lokalny rynek nieruchomości niemieszkalnych. Nie sposób analizować tematu nieruchomości użytkowych w oderwaniu od analizy gospodarczej miasta i regionu – co stanowi kolejną część raportu. Ostatecznie, w części podsumowującej dokonano zestawienia wniosków i rekomendacji dotyczących polityki kształtowania rynku lokali użytkowych oraz stymulowania popytu na tego typu lokale.

Na tym etapie należy również wskazać że poruszane w raporcie zagadnienia dotyczące lokali użytkowych są ściśle związane z zagadnieniami gospodarczymi oraz społecznymi. Ponieważ są one przedmiotem odrębnej, szczegółowej analizy, będą przywoływane w ograniczonym zakresie, tak aby nie powielać zakresów obydwu analiz, a jednocześnie uczynić zrozumiałym prowadzone wnioskowanie.

3. Metodologia

Zważywszy na zakres przedmiotowy projektu zastosowana została **triangulacja metodologiczna**. Takie podejście umożliwiło uchwycenie różnych aspektów badanego przedmiotu, pozwoliło też wykorzystać mocne strony każdej metody przy wzajemnej neutralizacji ich słabości. Uzyskany w ten sposób materiał z jednej strony pozwolił na statyczną analizę danych, z drugiej zaś umożliwił zebranie pogłębionych informacji o charakterze wyjaśniającym.

Rysunek 1 Triangulacja metodologiczna



Źródło: ASM-Centrum Badań i Analiz Rynku Sp. z o.o.

Idea triangulacji rozumiana jest jako zwielokrotnienie:

- metod i technik badawczych,
- źródeł informacji,
- perspektyw badawczych osób realizujących badanie.

Triangulacja metod i technik badawczych polega na zwielokrotnieniu stosowanych technik badawczych. W ramach przedmiotowego projektu zastosowane zostaną

ilościowe pozyskane w toku badań pierwotnych i wtórnych. W ramach przedmiotowego projektu Wykonawca wykorzystał techniki: desk research, CAWI.

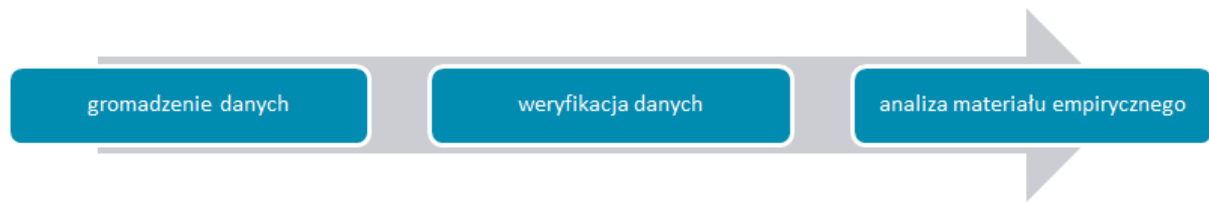
Triangulacja źródeł informacji polega na wykorzystywaniu i porównywaniu danych pochodzących od różnych osób, z różnych miejsc i czasu. W przedmiotowym projekcie zwielokrotnione zostaną nie tylko źródła pierwotne, ale również wtórne poprzez eksplikację pozyskanych danych i informacji pochodzących z różnych instytucji, urzędów oraz opracowań naukowych.

Triangulacja analityczna polega na zróżnicowaniu i porównaniu wyników, do których dochodzi wielu badaczy. Dzięki temu pozyskane informacje interpretowane są z wykorzystaniem różnych dziedzin wiedzy. Zespół ASM - Centrum Badań i Analiz Rynku porównuje tym samym dane wykorzystując wiedzę socjologiczną, ekonomiczną i statystyczną. W ramach przedmiotowego projektu powołany został zespół ekspercki, w ramach którego szczegółowo opisane zostały kompetencje oraz sposób organizacji pracy poszczególnych jego członków.

Desk research to technika badawcza opierająca się na analizie danych zastanych, nazywana również analizą danych wtórnych. To metoda badań służąca zebraniu i analizie danych dotyczących wybranego problemu bez konieczności podejmowania pracy „w terenie”. Pomocne są dane udostępniane na specjalną prośbę przez rozmaite instytucje, takie jak urzędy statystyczne, jednostki samorządu terytorialnego, czy organizacje branżowe. Wszystkie materiały przed włączeniem do badań zostały poddane sprawdzeniu pod kątem ich rzetelności, wiarygodności i aktualności. Desk research zapewnia spojrzenie na problem z wielu perspektyw ze względu na korzystanie z różnych źródeł danych.

Proces badawczy przedmiotowego projektu rozpoczął się od etapu analizy danych zastanych (desk research). Proces zbierania i analizy danych przebiegał w następujących etapach:

Rysunek 2 Schemat analizy danych desk research



Źródło: ASM-Centrum Badań i Analiz Rynku Sp. z o.o.

W ramach analizy desk research Wykonawca zgromadził i poddał pogłębionej analizie dane pochodzące z różnych źródeł, a w tym przede wszystkim:

- dane statystyczne pochodzące z **Głównego Urzędu Statystycznego**, w tym m. in. informacje pochodzące z publikacji:
 - Ludność, ruch naturalny i migracje w województwie pomorskim w 2015 r.,
 - Mieszkania w województwie pomorskim. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011,
 - Gospodarstwa domowe i rodziny w województwie pomorskim. Charakterystyka demograficzna. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011,
 - Ludność i gospodarstwa domowe w województwie pomorskim. Stan i struktura społeczno-ekonomiczna. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011,
 - Zamieszkane budynki w województwie pomorskim. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011,
- dane pochodzące z **Głównego Urzędu Nadzoru Budowlanego**,
- dane pochodzące z **dokumentów/opracowań/raportów administracyjnych**:
 - Strategia Rozwoju Województwa Pomorskiego 2020,
 - Gminny Program Rewitalizacji Miasta Słupska 2017-2025+,
 - Strategia Rozwoju Miasta Słupska 2017-2022,

- Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego miasta Słupska,
- wykaz obowiązujących miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego dla miasta Słupska,
- Program opieki nad zabytkami województwa pomorskiego na lata 2016-2019,
- Wieloletni Program Inwestycyjny Miasta Słupska na lata 2017-2020,
- oraz innych dokumentów wewnętrznych Urzędu Miasta Słupska,
- dane pochodzące z portali ogłoszeniowych publikujących oferty za pośrednictwem Internetu,
- dane pochodzące z **Biuletynu Informacji Publicznej**,
- informacje zamieszczone w literaturze z zakresu rewitalizacji oraz urbanistyki:
 - K. Janas, W. Jarczewski, W. Wańkowicz, 2010, Model rewitalizacji miast, Instytut Rozwoju Miast, Kraków (seria: Rewitalizacja Miast Polskich, tom 10),
 - R. Knap, A. Staniszevska, P. Zimolzak, 2014, Ulice handlowe: analiza, strategia, potencjał,
 - M. Dębek, 2014, Handel w przestrzeni zurbanizowanej – zarys form i ich funkcji z perspektywy ludzkich potrzeb, w: R. Masztalski (red.), Współczesne funkcje handlowe wybranych małych miast województwa dolnośląskiego, Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław,
 - M. Dębek, 2014, Towards people's experiences and behaviours within their worlds: The integrative-transactional framework for studying complex people-environment interactions, w: Social Space,
 - P. Kotler, D. H. Haider, I. Rein, 1993, Marketing places: Attracting investment, industrie, and tourism to cities, states and nations, Free Press, New York,

- dane pochodzące z raportów obrazujących rynek lokali użytkowych oraz atrakcyjność inwestycyjną regionów:
 - raporty Colliers International (w tym m.in. Raport Pomorski rynek nieruchomości komercyjnych 2015, Colliers International),
 - raporty Cushman & Wakefield,
 - JLL, Rynek handlowy w Polsce, I kwartał 2017 r.
 - Raport Knight Frank, Polska- Rynek komercyjny, I kwartał 2017,
 - Ulice handlowe. Analiza, strategia, potencjał. Perspektywy rozwoju ulic handlowych w 8 największych miastach w Polsce. BNP Paribas, Polska Rada Centrów Handlowych, 2014
 - Raport: Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2016, Województwo pomorskie,
- dane pochodzące ze skategoryzowanej ankiety osobistej, którą przeprowadzono w 2009 roku wśród studentów Wyższej Hanzeatyckiej Szkoły Zarządzania w Słupsku. Do badanych osób skierowano kwestionariusz ankiety zbudowany z dwunastu merytorycznych pytań zamkniętych oraz trzech zamkniętych pytań metryczkowych. W sumie otrzymano 387 wypełnionych ankiet.

Ponadto, na potrzeby przygotowania raportu wykorzystano **badania ankietowe realizowane przy pomocy technologii internetowej**. Jest to technika ilościowa, w której pytania przekazywane są respondentowi za pośrednictwem Internetu. Kwestionariusze mogą być adresowane do wybranych grup docelowych. Głównymi zaletami tych wywiadów są ograniczenie czasu i kosztów przygotowania badania oraz bieżący dostęp do uzyskanych danych. Badanie CAWI wsparte zostało stałym monitoringiem telefonicznym jednostek/instytucji/podmiotów, które stanowią mogą dostawcę kluczowych z punktu widzenia badania informacji.

Badanie CAWI zostało zrealizowane wśród:

- deweloperów,
- zarządców prywatnych budynków czynszowych,

- spółdzielni,
- Towarzystw Budownictwa Społecznego,
- Wspólnot Mieszkaniowych.

Ankiety CAWI zostały wysłane do ponad 130 podmiotów i były wspierane monitami telefonicznymi.

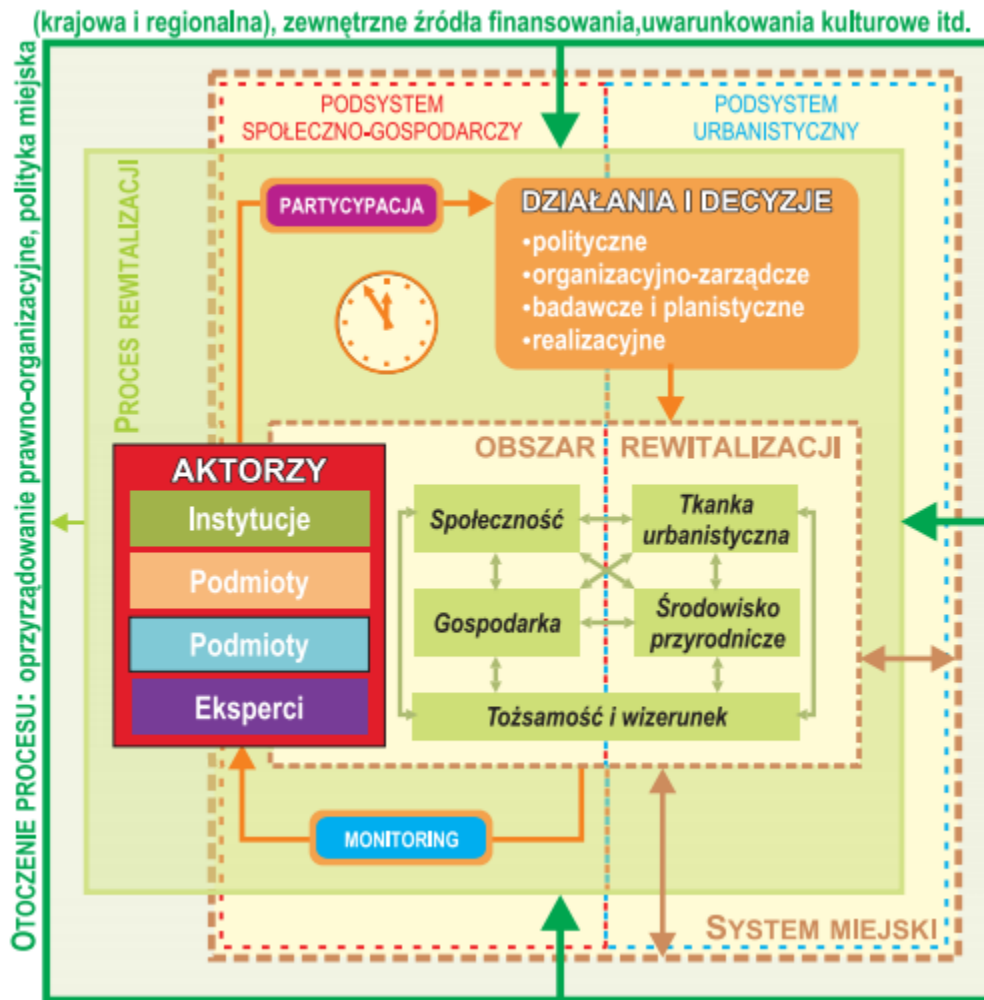
W raporcie wykorzystano również wyniki badań PAPI oraz IDI przeprowadzone na potrzeby raportu „Wykonanie pogłębionej diagnozy gospodarczej dla obszaru rewitalizacji miasta Słupska”, przygotowanej przez dra. Jakuba Grabowskiego.

4. Specyfika procesów rewitalizacyjnych w kontekście kształtowania programu lokali użytkowych na obszarze rewitalizacji w Słupsku

W działaniach rewitalizacyjnych istotne jest, by obszar rewitalizacji nie traktować jedynie jako zdegradowanego fragmentu tkanki urbanistycznej, na którą składają się budynki i infrastruktura, lecz nade wszystko jako system, w skład którego wchodzi mieszkańcy i użytkownicy odnawianej przestrzeni. Jest to istotne spostrzeżenie, które wynika z wczesnych projektów rewitalizacyjnych prowadzonych w Stanach Zjednoczonych czy krajach zachodnioeuropejskich. Jak wskazują podejmowane tam przedsięwzięcia rewitalizacyjne, zwrócenie uwagi jedynie na przestrzenny wymiar rewitalizacji prowadzić może do błędnych, powierzchniowych, opartych jedynie na pierwotnych przyczynach zjawisk, wniosków. **Stąd konieczność podjęcia wielowymiarowych analiz rewitalizowanego obszaru, które będą uwzględniać m.in. system gospodarczy, kulturę czy strukturę społeczną (w miarę możliwości z uwzględnieniem uwarunkowań zewnętrznych). Co zatem istotne, każde działanie, które zostanie zaplanowane, a w konsekwencji przeprowadzone w ramach projektu rewitalizacji, powinno być powiązane z płaszczyzną społeczną, gospodarczą, jak i tożsamościowo-wizerunkową.**

Rewitalizacja jest zatem złożonym procesem, na który wpływa wiele czynników (Rysunek 2). Za jego kluczowe elementy można uznać te, które są związane z relacjami między lokalnymi użytkownikami przestrzeni a dostępnymi im zasobami związanymi m.in. ze środowiskiem pracy oraz konsumpcji, tj. podstawowymi składowymi sfery gospodarczej miasta.

Rysunek 3 Model koncepcyjny procesu rewitalizacji



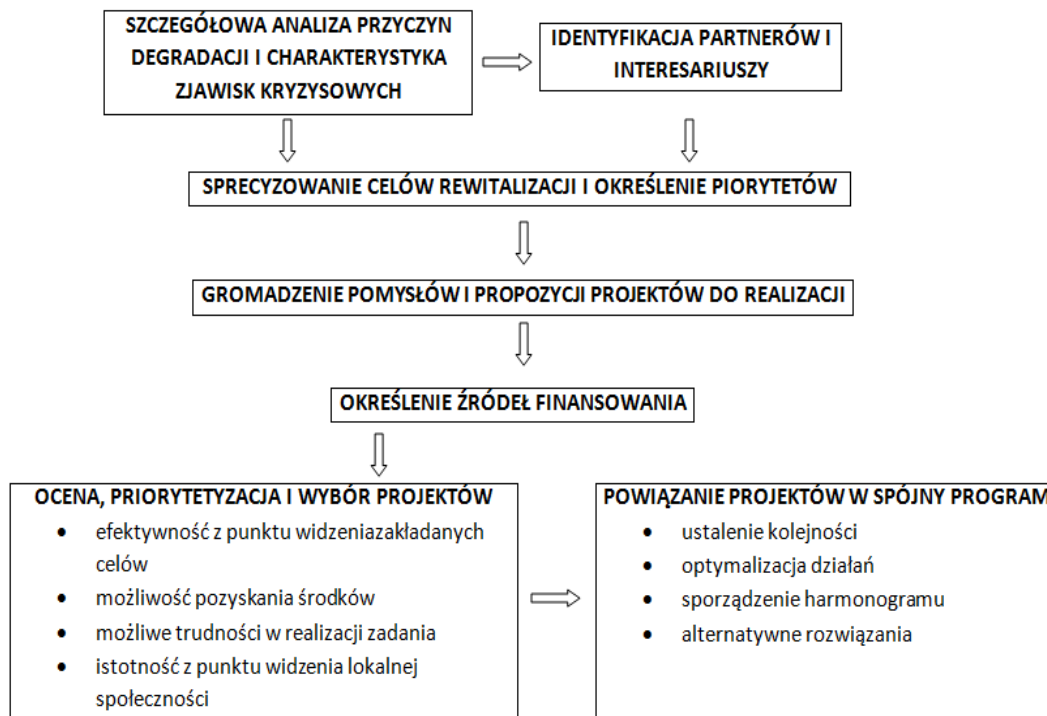
Źródło: K. Janas, W. Jarczewski, W. Wańkowicz, 2010, Model rewitalizacji miast, Instytut Rozwoju Miast, Kraków (seria: Rewitalizacja Miast Polskich, tom 10)

Przygotowanie niniejszego opracowania na potrzeby Miasta Słupska wynika z założenia, że władza lokalna jest jednym z głównych aktorów społecznych powołanych do procesu programowania oraz koordynowania działań rewitalizacyjnych – także w aspekcie gospodarowania zasobami dotyczącymi wspomnianego środowiska – pracy i konsumpcji.

Biorąc pod uwagę zaprezentowany niżej schemat działań rewitalizacyjnych, stwierdzić należy, że zadaniem samorządu jest nie tylko staranne przeprowadzenie analiz, które

dotyczyłyby przyczyn deprywacji obszaru wsparcia, ale też dokonanie identyfikacji interesariuszy oraz partnerów do działania, którzy byłiby niczym katalizator w procesie poprawy walorów gospodarczych rewitalizowanego obszaru, a następnie wskazanie propozycji działań, jakie wspólnie z interesariuszami można podjąć (Rysunek 3).

Rysunek 4 Schemat działań rewitalizacyjnych



Źródło: K. Janas, W. Jarczewski, W. Wańkowicz, 2010, *Model rewitalizacji miast*, Instytut Rozwoju Miast, Kraków (seria: *Rewitalizacja Miast Polskich*, tom 10)

Jak już wspomniano, jedną z form realizacji zadań spoczywających na samorządzie i opisanych na powyższym schemacie, jest identyfikacja i efektywne wykorzystanie zasobów gospodarczych oraz możliwych do zagospodarowania wolnych przestrzeni (działek, budynków, lokali użytkowych) w celu promowania oraz wspierania działalności gospodarczej na terenie miasta, a zarazem poprawy warunków wizerunkowych i gospodarczych na obszarach podlegających rewitalizacji. **Niniejszy raport koncentruje się na jednym z aspektów oddziaływania samorządu na sferę gospodarczą, jakim jest**

kształtowanie programu funkcjonalnego lokali użytkowych na rewitalizowanym obszarze. Podejmowana tam działalność gospodarcza – oprócz wymiernych efektów w postaci lokalnej, a nawet ponadlokalnej gospodarki (płaszczyzna gospodarcza) – może wpłynąć na redukcję poziomu bezrobocia, co z kolei znajdzie swoje wymierne konsekwencje w poprawie jakości i poziomu życia mieszkańców (płaszczyzna społeczna). Aby jednak tak się stało, konieczne jest podjęcie działań zapewniających wysoką atrakcyjność oferty handlowej i usługowej dla jej potencjalnych odbiorców.

Niniejszy raport koncentruje się zatem na analizie rynku nieruchomości pod kątem sprecyzowania celów rewitalizacji i określenia priorytetów, a także gromadzenia pomysłów i propozycji projektów, które mogą ożywić sferę usługowo-handlową na obszarze rewitalizacji Miasta Słupska. Ukierunkowanie treści raportu pod tym kątem umożliwia:

- wyłonienie fragmentów obszaru rewitalizacji, w których projekty te są najbardziej pożądane i mają największą szansę na sukces,
- efektywne planowanie wykorzystania zasobów społecznych, gospodarczych, lokalowych, naturalnych etc.,
- dokonanie oceny, ustalenie priorytetów oraz wybór projektów służących uruchomieniu i tworzeniu potencjału wyżej wymienionych fragmentów obszaru rewitalizacji poprzez działania na dostępnych zasobach.

Z tego powodu niniejszy raport nie tylko opisuje zasób lokali użytkowych dostępnych na terenie słupskiego obszaru rewitalizacji, ale też stara się zarysować program funkcjonalny, który może:

- być atrakcyjny dla osób zaspokajających na obszarze rewitalizacji swoje potrzeby konsumenckie,
- zapewnić trwałość działalności gospodarczej prowadzonej w w/w lokalach.

Systematyczna analiza uwarunkowań i możliwości wykorzystania wyżej wymienionych zasobów pozwala zatem na zidentyfikowanie potencjału, szans oraz zagrożeń wynikających z działań rewitalizacyjnych na obszarze Słupska, co w konsekwencji może przyczynić się do efektywnego przeprowadzenia procesu rewitalizacji na wyznaczonym obszarze wsparcia, szczególnie pod względem gospodarczym. W powyższym kontekście można więc stwierdzić, że niniejsza analiza ma na celu:

- **wyzwalanie istniejącego potencjału miejsca**, który wynika z materialno-przestrzennych zasobów rewitalizowanego terenu; zazwyczaj dotyczy obiektów zabytkowych, które w wyniku rewaloryzacji mogą być dostosowane do nowych funkcji i stanowić element charakterystyczny danego obszaru;
- **zaspokajanie popytu** poprzez działania realizowane w ramach tkanki urbanistycznej, które powinny wynikać z zapotrzebowania na określoną infrastrukturę z równoczesnym uwzględnieniem i dostosowaniem infrastruktury, która jest z nią powiązana; niekiedy zaspokajanie popytu sprowadza się do usuwania barier i ograniczeń, które pojawiają się na skutek wdrażania inwestycji;
- **usuwanie barier i ograniczeń**, tj. działania, które zależą od specyfiki rewitalizowanego obszaru; mogą one dotyczyć niedorozwoju infrastruktury technicznej, czy rekultywacji silnie degradowanego obszaru; pominięcie tego elementu może tworzyć poważną barierę ograniczającą kompleksowy rozwój terenu poddanego pod inwestycje; niekiedy wiąże się z koniecznością podjęcia ponadlokalnych działań, szczególnie jeśli problemem jest słaba dostępność odnawianego obszaru;
- **odnowę fizyczną zintegrowaną z celami społeczno-ekonomicznymi**, która polega na priorytetowej ocenie projektów społecznych, gospodarczych, czy tożsamościowo-wizerunkowych względem przestrzenno-materialnych; niekiedy działania w płaszczyźnie urbanistycznej są komplementarne względem wyznaczonych społeczno-ekonomicznych celów.

Bezpośrednią analizę służącą wyłonieniu szczególnie istotnych fragmentów obszaru rewitalizacji poprzedza zarysowanie kontekstu zewnętrznego, na który składa się m.in. ogólna sytuacja na krajowym i pomorskim rynku nieruchomości i budownictwa. Taki zabieg ułatwia sprecyzowanie potencjalnych działań rewitalizacyjnych, szczególnie, że są one ściśle związane ze sferą społeczną i gospodarczą miasta, które funkcjonuje w szerszym kontekście regionalnym i krajowym.

4.1. Specyfika atrakcyjnych ulic handlowych

Jak już zauważono wcześniej, istotnym podmiotem rewitalizacji w aspekcie gospodarczym jest samorząd lokalny. Jednak z punktu widzenia działań polegających na gospodarczym ożywieniu wyznaczonego obszaru wsparcia, a także funkcjonalnego programowania lokali użytkowych, kluczową rolę odgrywają także publiczni i prywatni inwestorzy – przede wszystkim lokalni przedsiębiorcy i rzemieślnicy, ale też m.in. globalne sieci handlowe. Ze względu na wagę ich decyzji dotyczących kierowania mechanizmami rynkowymi oraz przestrzennej alokacji działalności są oni istotnymi aktorami wytwarzania przestrzeni, a jako podmioty prawne mogą tworzyć dwustronne partnerstwa kształtujące przebieg rewitalizacji. Bez ich działalności praktycznie niemożliwe jest tworzenie tzw. ulic handlowych, które stanowią alternatywną, wobec sklepów wielkopowierzchniowych, przestrzeń zaspokajania potrzeb konsumenckich. Ulice te zazwyczaj są ulokowane w centrum usług i handlu danego miasta oraz stanowią atrakcyjną, pod względem turystycznym, przestrzeń urbanistyczną. Tym, co charakteryzuje ulice handlowe są m.in.¹:

- prestiżowa lokalizacja i reprezentacyjny charakter,
- doskonała ekspozycja witryn,
- znaczny udział w sektorze branżowym sektora gastronomicznego,
- rozdrobnienie najemców, zarządców i właścicieli,

¹ R. Knap, A. Staniszevska, P. Zimolzak, 2014, *Ulice handlowe: analiza, strategia, potencjał*.

- dominujący udział lokali o powierzchni do 150 m²,
- lokalizacja wzdłuż ciągów pieszych lub pieszo-jezdnym o intensywnym ruchu pieszych i kołowym, zazwyczaj z doskonałym dostępem do transportu publicznego,
- częste ograniczenia konserwatorskie i parkowania.

Historycznie o prestiżu ulic handlowych decydowało tempo rozwoju miasta. W Polsce po 1989 r., niektóre z ulic handlowych podupadły na przypisywanym im niegdyś prestiżu (przykład ulicy Świdnickiej czy Piłsudskiego we Wrocławiu). Przyczyn tego stanu należy upatrywać m.in. w zmieniających się oczekiwaniach użytkowników tych miejsc². Szczególnie znaczenie dla tej przestrzeni ma handlowo-rekreacyjna funkcjonalność. Z badań przeprowadzonych przez Michała Dębka wynika, że najistotniejsze dla użytkowników przestrzeni handlowych jest wygoda zakupów i poruszania się. Tym, co wyróżnia ulice handlowe jest występowanie zróżnicowanych sklepów, możliwość dokonywania nieoczywistych zakupów, miła atmosfera, a niekiedy możliwość udanej zabawy. Tym, co wpływa na niekorzystną percepcję ulic handlowych jest zmienność pogody, problemy komunikacyjne (w tym brak parkingów). Ważnym wnioskiem z badań okazuje się, że jeżeli w niedalekim sąsiedztwie znajduje się przestrzeń alternatywna w postaci np. galerii handlowej, to będzie ona wybierana jako preferowane miejsce zakupów³. Wynika to z neutralizacji chociaż jednego z czynników, które zostały zdefiniowane przez badanych jako negatywne cechy głównych ulic handlowych. Wyzwaniem dla ulic handlowych są nie tylko centra handlowe. Do pozostałych czynników można zaliczyć⁴:

²M. Dębek, 2014, *Handel w przestrzeni zurbanizowanej – zarys form i ich funkcji z perspektywy ludzkich potrzeb*, w: R. Masztalski (red.), *Współczesne funkcje handlowe wybranych małych miast województwa dolnośląskiego*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław.

³ *Ibidem*.

⁴ R. Knap, A. Staniszevska, P. Zimolzak, 2014, *Ulice handlowe: analiza, strategia, potencjał*.

- problemy w koordynacji, komunikacji i porozumienia w kwestii ulic handlowych przez ustawodawców, władze samorządowe, inwestorów i właścicieli nieruchomości oraz najemców,
- ograniczenia prawne dotyczące możliwości dostosowania powierzchni handlowo-usługowych do wymagań najemców,
- niedostateczne działania marketingowe, zarówno w sferze konsumenckiej, jak i te skierowane do najemców, którzy mogliby zdecydować się na rozwój przy ulicach handlowych,
- konkurencja ze strony handlu w sieci, którego roczne tempo wzrostu sięga 20-25%.

Pomimo wyżej wymienionych czynników, należy uwzględnić elementy świadczące o ukrytym potencjale ulic handlowych, do których należą:

- unikalna oferta handlowa i usługowa,
- przyjazne dla ludzi i środowiska zagospodarowanie oraz ład przestrzenny,
- funkcja integracyjna i miastotwórcza.

Eksperti z branży nieruchomości handlowych wskazują na kluczowe elementy, mające na celu rozwój potencjału ulic handlowych. Zaliczyć do nich można⁵:

- opracowanie wizji – strategiczne, wielopłaszczyznowe planowanie,
- stworzenie miejsca wyjątkowego,
- stworzenie atrakcyjnej przestrzeni publicznej,
- proaktywny marketing i wynajmu wg. optymalnego składu branżowego,
- dostępność komunikacyjną oraz możliwość parkowania,
- porządek, czystość i bezpieczeństwo,
- wsparcie legislacyjne i podatkowe.

⁵ *Ibidem.*

Warto podkreślić, że o atrakcyjności ulic handlowych świadczy tożsamość, na którą składają się m.in. cechy fizyczne (kolorystyka, architektura, forma przestrzenna itp.) oraz funkcje realizowane na terenie miasta, a także materialne i duchowe zasoby dziedzictwa kulturowego. W przypadku niektórych, zdegradowanych miejsc można próbować nadać im tożsamość poprzez np. organizowanie różnego rodzaju cyklicznych spotkań nawiązujących do historii i kultury danego obszaru. Istnieje także drugie rozumienie tożsamości – tożsamość terytorialna, czyli emocjonalne przywiązanie do danego obszaru ze względu na możliwość zaspokajania tam swoich potrzeb, czy też wyrażania własnej tożsamości poprzez identyfikację z danym miejscem oraz obecność w nim. Poza tożsamością miejsca i terytorialną, można również mówić wizerunku miejsca. Nie ma jednej, powszechnie obowiązującej definicji wizerunku. W skrócie można założyć, że podstawą wizerunku są subiektywne, mentalne reprezentacje rzeczywistości (miejsca, miasta). Co istotne, wizerunek jest uważany za stan mentalny oraz za dynamiczny proces, który wynika ze złożonych relacji człowiek-środowisko⁶. Według Philipa Kotlera i jego współpracowników, wizerunek jest jednym z wielu istotnych czynników w projektowaniu złożonego układu strategicznego marketingu miejsc, które polega na nieustannym podnoszeniu atrakcyjności i konkurencyjności miejsc dla mieszkańców, turystów oraz potencjalnych inwestorów (producentów, twórców i dostawców usług, handlu, podmiotów świata finansów)⁷. Wyznaczonym obszarom wsparcia towarzyszy zazwyczaj negatywny wizerunek, który wynikać może z różnych czynników – politycznych, ekonomicznych, społecznych czy kulturowych. Z tego względu wydaje się zasadne podjęcie działań mających na celu polepszenie sytuacji społecznej, ekonomicznej czy środowiskowej rewitalizowanego terenu, lecz również wizerunkowej. Nieoceniona w tym zakresie może być rola mediów oraz promowanie pozytywnych zmian jakie zachodzą w danym miejscu.

⁶ M. Dębek, 2014, *Towards people's experiences and behaviours within their worlds: The integrative-transactional framework for studying complex people-environment interactions*, w: *Social Space*.

⁷ P. Kotler, D. H. Haider, I. Rein, 1993, *Marketing places: Attracting investment, industrie, and tourism to cities, states and nations*, Free Press, New York.

4.2. Zarządzanie centrami miast i ulicami handlowymi – koncepcja Town Centre Management

Rozwiązaniem, które może okazać się pomocne do poprawy sytuacji gospodarczej obszaru rewitalizacji w zakresie handlu i usług, a także do podnoszenia atrakcyjności tego obszaru w oczach konsumentów, jest koncepcja Zarządzania Centrami Miast (Town Centre Management).

Idea Town Centre Management (TCM) powstała w Wielkiej Brytanii pod koniec lat 80. XX w. Została ona zaczerpnięta z modeli zarządzania dużymi centrami handlowymi, zlokalizowanymi na peryferiach, które skutecznie przyciągały klientów oraz przedsiębiorców z branży handlowej. TCM miało na celu poprawę sytuacji w tradycyjnych centrach angielskich miast. W ten sposób próbowano poradzić sobie z negatywnymi przemianami i degradacją miast, które były efektem zmian zachodzących w brytyjskiej gospodarce, a także gospodarce miast. Idea TCM miała być także odpowiedzią na rosnącą konkurencję ze strony centrów handlowych, które stanowiły zagrożenie gospodarcze dla głównych ulic miast oraz starych rynków. Koncepcja zarządzania miała więc służyć wzmacnianiu konkurencyjności i atrakcyjności przedsiębiorstw głównie związanych z handlem detalicznym, instytucji, organizacji, a także prywatnych inwestorów, którzy wypadają słabiej w porównaniu z nowymi centrami handlu wielkopowierzchniowego, i przynosić im wymierne korzyści.

W kolejnych latach koncepcja TCM została rozwinięta w kierunku działań na rzecz rozwoju sektora publicznego i prywatnego oraz przestrzeni centrów miast, które podejmowane były z inicjatywy i przy zaangażowaniu partnerów pochodzących z sektora publicznego, prywatnego oraz sfery społecznej (prywatni właściciele nieruchomości, mieszkańcy, organizacje pozarządowe).

Współcześnie Town Centre Management jest jedną z najbardziej rozpowszechnionych metod zarządzania centrami miast, która realizowana jest poprzez formalne lub/i nieformalne partnerstwo publiczno-prywatne, skoncentrowane na formułowaniu

i realizowaniu konkretnej wizji oraz strategii rozwoju, promujące aktywne uczestnictwo różnych partnerów w zarządzaniu centrum. Koncepcja TCM jest elementem systemu zarządzania rozwojem miasta jako odpowiedź na spadek atrakcyjności i konkurencyjności podmiotów funkcjonujących w centrach miast, a jej uwaga skoncentrowana jest na rewitalizacji i wzmacnianiu przedsiębiorczości w zdegradowanych centrach miast. TCM pełni ponadto funkcję gromadzenia i wymiany informacji o rynku, informacji o potrzebach użytkowników i mieszkańców miast. W ramach TCM odbywa się formalne i nieformalne, wzajemne komunikowanie się i budowanie sieci, relacji społecznych i gospodarczych.

W ramach TCM ma być więc realizowana skoordynowana, proaktywna polityka rewitalizacji, która ma na celu stworzenie z centrum miasta miejsca pożądanego i atrakcyjnego. Podkreśla się tu szczególną rolę partnerstwa sektora publicznego i prywatnego opartego na wspólnocie interesów.

Modele TCM są natomiast bardzo zróżnicowane i dostosowane do indywidualnego charakteru miast, uwarunkowań prawnych, społecznych i gospodarczych miejsc, w których są wdrażane⁸.

Town Centre Management, czyli zarządzanie centrami miast:

- TCM to metoda zarządzania centrami miast, wdrażana w krajach europejskich od ok. 20 lat,
- TCM to metoda zarządzania, której celem jest zwiększenie atrakcyjności gospodarczej, społecznej i kulturalnej centrum miasta - dla przedsiębiorstw i użytkowników,
- TCM działa poprzez formalne lub/i nieformalne partnerstwo publiczno-prywatne, skoncentrowane na wizji i strategii, promujące aktywne uczestnictwo różnych partnerów w zarządzaniu, marketingu, dostarczaniu zasobów,

⁸ <http://liberte.pl/town-centre-management-utopijna-idea-zarzadzania-strach-zmianami-niechec/>
[dostęp: 01.06.2017]

- TCM jednoczy partnerów różnych sektorów i ułatwia współpracę, zrozumienie i działanie,
- TCM jest finansowane przez sektor publiczny i prywatny,
- TCM jest proaktywne, innowacyjne, łatwo adaptuje się do zmian w mieście i środowisku, wykorzystując badania naukowe i rozwój nowych metod pracy,
- Menedżer miejski koordynuje współpracą wszystkich podmiotów działających na terenie śródmieścia, zarówno publicznych, jak i prywatnych, przy uwzględnieniu potrzeb społeczności i władz lokalnych.

Ideą przewodnią Town Centre Management jest stworzenie dobrze prosperującego centrum, gdzie w jednym miejscu świadczone są różne usługi (pocztą, bank, restauracja, biuro podróży), handel detaliczny (sklep, apteka), jak również mają miejsce imprezy kulturalne.

Town Centre Management jest szansą na:

- podniesienie roli centrum miasta,
- ożywienie śródmieścia,
- zachowanie istniejących i utworzenie nowych miejsc pracy,
- rozwój partnerstwa między sektorem prywatnym i publicznym przy uwzględnieniu interesu mieszkańców,
- rozwój gospodarczy miasta,
- rozwiązanie problemów komunikacyjnych,
- rozwój rynku nieruchomości,
- promocję i marketing⁹.

Zaprezentowane w niniejszym opracowaniu analizy bazują na założeniach koncepcji Town Centre Management, wskazując kierunki zarządzania lokalami handlowymi i usługowymi na obszarze rewitalizacji Słupska. Punktem wyjścia dalszych analiz jest zarysowanie ogólnej sytuacji gospodarczej w kontekście krajowym, regionalnym

⁹ Wprowadzenie do koncepcji TCM na stronie Urzędu Miasta Toruń: <http://www.torun.pl/pl/co-jest-tcm> [dostęp: 01.06.2017]

i miejskim. Kondycja ta wskazuje bowiem realne szanse na powodzenie i skuteczność działań podejmowanych przez samorząd w celu poprawy warunków gospodarczych na obszarze rewitalizacji, a także uatrakcyjnienie tego obszaru dla potencjalnych konsumentów. Pozwala również zidentyfikować te rodzaje działalności, których wprowadzenie bądź wsparcie na rewitalizowanych terenach może przynieść oczekiwane skutki dzięki korzystnej koniunkturze gospodarczej.

5. Warunki prowadzenia działalności handlowo-usługowej w Słupsku

Pozycja poszczególnych regionów, województw czy miast w kontekście atrakcyjności gospodarczej jest determinowana przez dostępne na jej obszarze warunki do inwestowania oraz rozwoju. Zespół cech, które określają możliwości w jakich podmioty gospodarcze mogą funkcjonować, czyli jakość otoczenia gospodarczego oraz instytucjonalnego tworzą klimat inwestycyjny. Klimat inwestycyjny tworzony jest przez szereg czynników, do których zaliczyć można m.in.:

- **uwarunkowania makroekonomiczne** (wielkość rynku, stabilność gospodarczą i polityczną, charakter prowadzonej polityki fiskalnej, dostępność do zasobów),
- **jakość instytucji państwowych** (sądownictwo, prawo, regulacje, współpraca z władzami),
- **jakość infrastruktury** (drogi, telekomunikacja).

Wspomniane trzy składowe determinują, po pierwsze, stopień zaspokojenia potrzeb lokalnych. Wpływa to na wizerunek miasta w oczach jego mieszkańców i pozostałych użytkowników. To ich oczekiwania decydują o tym, w jaki sposób kształtować ofertę usługowo-handlową, która może spotkać się z zainteresowaniem odbiorców, a zarazem osiągnąć cele stawiane m.in. procesom rewitalizacyjnym.

W tym kontekście zauważyć należy, że na charakter oczekiwań konsumenckich może w dużej mierze wpływać proces starzenia się ludności miejskiej. Biorąc pod uwagę wyniki badań pozyskanych w toku ankietowania mieszkańców terenów rewitalizowanych na potrzeby analizy mieszkaniowej (N=102), zebrane opinie wskazują na zbyt małą liczbę punktów handlowych oraz usługowych. Ze wspomnianych badań wynika, że tereny rewitalizowane mają duży potencjał w zakresie zapotrzebowania na drobne usługi, takie jak: fryzjer czy salon urody. Programując ofertę handlowo-usługową na obszarze rewitalizacji trzeba jednak pamiętać, że Słupsk – podobnie jak inne polskie miasta – boryka się z niżem demograficznym. Rośnie odsetek osób w wieku

poprodukcyjnym, a także stosunek osób w wieku nieprodukcyjnym do osób w wieku produkcyjnym. Wpływa to na zapotrzebowanie na lokale użytkowe – np. większe zapotrzebowanie na apteki, potrzebę lokowania punktów handlowych bliżej miejsc zamieszkania, tak aby były one łatwo dostępne dla osób starszych. Obecne trendy demograficzne z pewnością natomiast utrudniają zapewnienie rentowności lokalom gastronomicznym, rozrywkowym czy odzieżowym (szczególnie o profilu ekskluzywnym). Tego rodzaju usługi kierowane są przede wszystkim do ludności w wieku produkcyjnym (o stosunkowo wysokiej sile nabywczej), która – według aktualnych trendów demograficznych – koncentruje się przede wszystkim w największych ośrodkach miejskich.

Tabela 1 Ludność w Słupsku w 2016 roku

przedprodukcyjnym (0-17 lat)	produkcyjnym (18-59/64 lata)	poprodukcyjnym (60/65 lat i więcej)	ludność w wieku nieprodukcyjnym na 100 osób w wieku produkcyjnym
14 629	55 706	21 600	65,0

Źródło: Biuletyn Statystyczny województwa pomorskiego, GUS

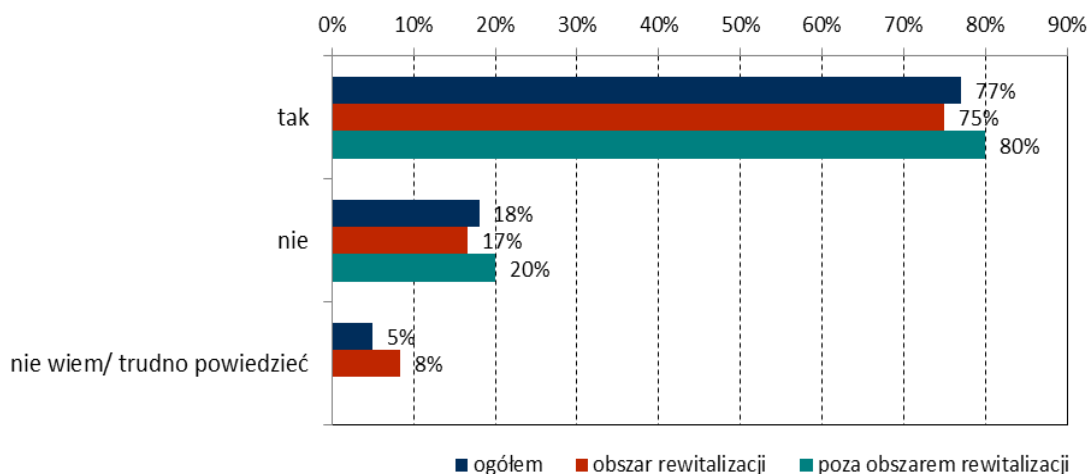
Uwarunkowania makroekonomiczne, jakość instytucji państwowych i jakość infrastruktury determinują również zainteresowanie określonymi lokalizacjami ze strony potencjalnych inwestorów, takich jak lokalni przedsiębiorcy znający specyfikę obszaru, ale też kapitał zewnętrzny, poszukujący dogodnego miejsca na lokalizację swojego biznesu. Biorąc pod uwagę pozytywne trendy gospodarcze, jak i spodziewany wzrost znaczenia ulic handlowych, warto więc zwrócić uwagę na program funkcjonalny, który może się spotkać z pozytywnym odzewem potencjalnych klientów. Stąd bardzo ważne jest tworzenie wizerunku, który zachęca przedsiębiorców do lokowania działalności na obszarze Słupska.

Z badań zrealizowanych w 2009 roku wśród studentów Wyższej Hanzeatyckiej Szkoły Zarządzania wynika, że dla 53,0% ankietowanych wizerunek miasta jest dobry. Warto jednak zwrócić uwagę na duży odsetek wskazań świadczących o trudności w określeniu

jednoznacznej opinii co do tego, jak odbierane jest miasto. Częściej niż co trzeci badany (36,0%) wskazał, że wizerunek miasta nie jest ani dobry, ani zły. Odpowiednio dla 8,0% był on zły. Wartość poznawcza badań zrealizowanych wśród tej grupy jest znacząca – osoby studiujące w mieście w przyszłości mogą decydować o tym, czy pozostaną w mieście oraz jaka będzie ich aktywność na jego terenie. Warto zwrócić uwagę nie tylko na ocenę samego wizerunku miasta, ale także na bariery jakie prezentowana grupa widzi w rozwoju miasta – **prawie co czwarty badany wskazał, że czynnikiem hamującym rozwój Słupska jest brak przygotowania budynków pod działalność gospodarczą, przede wszystkim w aspekcie kosztów wynajmu.**

Jak wskazują poniższe dane, problemu nie stanowi sama dostępność lokali. Należy bowiem podkreślić, że trzy czwarte przedsiębiorców uczestniczących w badaniu zrealizowanym w ramach diagnozy społeczno-gospodarczej na potrzeby rewitalizacji Słupska, uważa swoje potrzeby w tym zakresie za zaspokojone. Jedynie co 5-6 respondent (18% w skali Słupska i 17% w obszarze rewitalizowanym) wskazał na możliwość pozyskania przestrzeni na potrzeby swojej działalności.

Wykres 1 Zaspokojenie potrzeb lokalowych firm w Słupsku

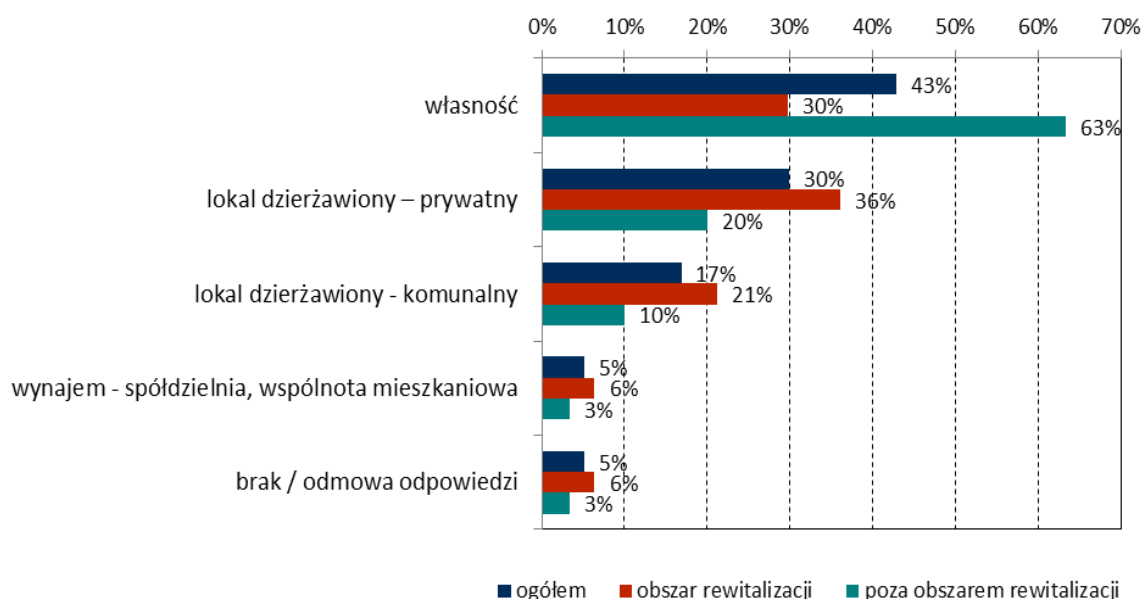


Źródło: wywiady z przedsiębiorcami, na podstawie badań ASM– Centrum badań i analiz rynku

Zaspokojenie potrzeb lokalowych może wynikać z faktu, że w większości przedsiębiorcy posiadają swoje lokale na własność. Podstawowa jednak różnica, jaka zachodzi

między firmami działającymi na obszarze rewitalizowanym, a pozostałą częścią Słupska polega na większym udziale lokali dzierżawionych, głównie od właścicieli prywatnych. Tego rodzaju formę własności wskazało w sumie 57% przedstawicieli firm z obszaru rewitalizowanego. Istnieje zatem po stronie firm gotowość do ponoszenia tego rodzaju opłat dzierżawnych, a ich obniżenie w wyniku polityki władz miasta zmierzającej do aktywizacji społeczno-gospodarczej obszaru rewitalizowanego może spotkać się z przychylnym odbiorem ze strony przedsiębiorców.

Wykres 2 Formy własności lokali, w których przedsiębiorcy prowadzą swoją działalność gospodarczą



Źródło: wywiady z przedsiębiorcami, na podstawie badań ASM – Centrum badań i analiz rynku

W kontekście potrzeb lokalowych trzeba zatem podkreślić, że zgodnie z opiniami respondentów już teraz istnieje podaż możliwych do wykorzystania przestrzeni lokalowych. Można tu jednak wskazać istotny problem związany z niewystarczającym potencjałem rozwojowym wielu podmiotów gospodarczych, szczególnie w kontekście wysokich czynszów w lokalach oferowanych przez miasto i osoby prywatne na rewitalizowanym obszarze. Sprawia to, że znaczna część pojawiających się w różnych miejscach nowych firm po jakimś czasie kończy działalność, ponieważ - z racji

stosunkowo słabego kapitału - nie jest w stanie ponosić kosztów związanych z wynajmem lokali.

Myślę, że przestrzeni raczej nie brakuje. Jest sporo też lokali takich do wynajęcia, pustostanów, które już od jakiegoś czasu są nieużytkowane.

IDI_P_OR_2

Są takie miejsca i zjawisko jest dla mnie bardzo zaskakujące i dziwne, ponieważ coraz więcej miejskich lokali jest pustych. Wiem też od osób, które prowadziły działalność w takich lokalach i to przez wiele lat, że zrezygnowały z powodu wysokich czynszów, a w tej chwili mam informacje, że te lokale są wystawione do sprzedaży. I efekt jest taki, że w centrum miasta jest ileś takich lokali przy różnych ulicach. Przy ul. Mostnika jest już kilka punktów wolnych zupełnie.

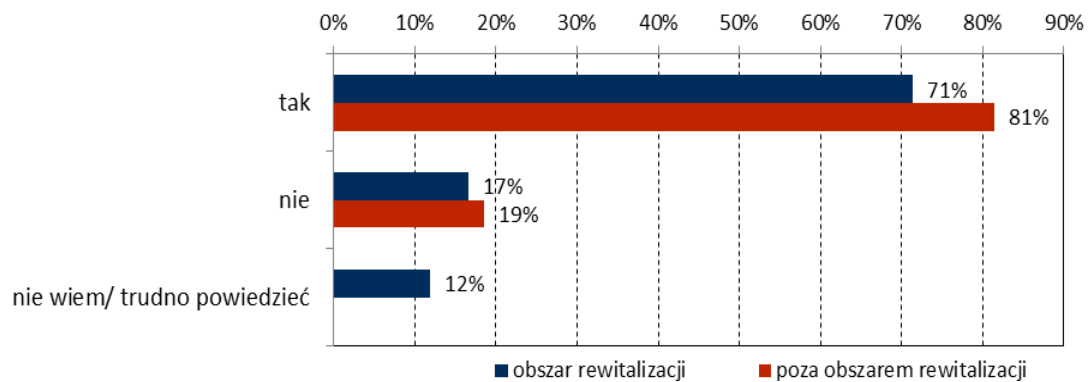
IDI_P_PR_1

Jest mnóstwo lokali, które stoją puste. Dużo lokali należy do prywatnych właścicieli, którzy również zakończyli działalność i teraz przeznaczyli ją na wynajem i też nie mogą znaleźć najemców. Miasto próbuje, miasto chce. Wydaje mi się jednak, że stawki, które miasto proponuje są za wysokie do możliwości czy powiedzmy do perspektyw prowadzenia pewnych działalności.

IDI_P_OR_3

Problem ten jest szczególnie dotkliwy w przypadku osób prowadzących jednoosobowe działalności gospodarcze, co obrazuje zaprezentowany niżej wykres. Jakkolwiek większość ma w swojej ocenie zaspokojone potrzeby lokalowe, to jednak w przypadku obszaru rewitalizowanego występuje to w mniejszym stopniu niż w pozostałej części Słupska.

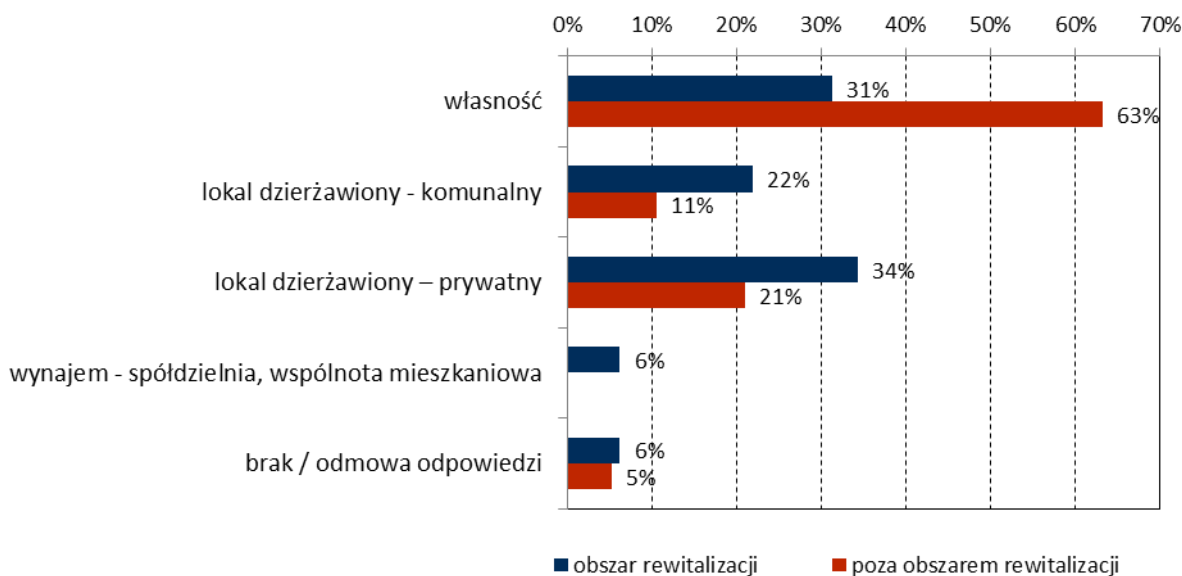
Wykres 3 Zaspokojenie potrzeb lokalowych jednoosobowych działalności gospodarczych na terenie obszaru rewitalizowanego w porównaniu z pozostałą częścią Słupska



Źródło: wywiady z przedsiębiorcami, na podstawie badań ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku

Dodatkowo, jak wynika z badania, tylko co trzecia firma posiada lokal na własność, a pozostałe dzierżawią lokale, w większości od właścicieli prywatnych lub spółdzielni/wspólnot mieszkaniowych. Taki rozkład danych sugeruje, że koordynowany przez władze miasta program inicjujący obniżkę czynszów mógłby spotkać się z dużym zainteresowaniem, a zarazem przyczynić się do obniżenia kosztów wynajmu w budynkach prywatnych.

Wykres 4 Formy własności lokali, w których prowadzone są jednoosobowe działalności gospodarcze na terenie obszaru rewitalizowanego w porównaniu z pozostałą częścią Słupska



Źródło: wywiady z przedsiębiorcami, na podstawie badań ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku

Bez wspomnianych działań zaradczych, zasoby lokali użytkowych, które oferuje Słupsk, należy uznać za niewystarczające, nawet jeśli sama podaż na to nie wskazuje. Zachodzi bowiem niedopasowanie oferty lokalowej do faktycznych potrzeb i możliwości potencjalnych najemców. Problem ten wydaje się tym istotniejszy, że był obserwowany przez grupę ludzi młodych.¹⁰ Oznacza to, że rynek lokali użytkowych wymaga większej uwagi, szczególnie w kontekście planowanych działań rewitalizacyjnych. Rewitalizacja może bowiem stanowić okazję nie tylko do poprawy warunków społecznych, gospodarczych czy przestrzennych na rewitalizowanym terenie, ale też do zaspokojenia wymagań podmiotów gospodarczych w zakresie dostępności lokali użytkowych. Sprzęgnięcie obu kwestii ułatwia prowadzenie działań rewitalizacyjnych, ponieważ treść tych działań odpowiada konkretnym potrzebom lokalnego systemu gospodarczego.

¹⁰ Zajkowska M., *Wizerunek Słupska w świetle przeprowadzonych badań*, Zeszyty naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, *Ekonomiczne Problemy Usług* nr 56, Szczecin 2010.

6. Sytuacja gospodarcza

Starając się oszacować klimat dla działalności handlowo-usługowej w Słupsku, warto na wstępie podkreślić, że próba ta nie powinna ograniczać się do sytuacji ekonomicznej samego miasta. Stanowi ono bowiem centrum obsługi regionalnej, toteż na szanse rozwoju nowych podmiotów gospodarczych wpływa również kondycja ekonomiczna okolicznych powiatów. Dla uproszczenia analizy za jeden z punktów odniesienia przyjęto województwo pomorskie, przywołując kluczowe dane na temat jego sytuacji społeczno-gospodarczej.

Stopień rozwoju gospodarczego województwa pomorskiego na tle pozostałych regionów plasuje się bardzo wysoko. Wśród pozostałych obszarów kraju, Pomorskie zajmuje trzecią lokatę pod względem atrakcyjności inwestycyjnej. Pozycja województwa pomorskiego jest również zadowalająca w zestawieniu z regionami europejskimi – 116 miejsce wśród 273 regionów unijnych. Przemawia za tym zarówno jego położenie, sprzyjające rozwojowi gospodarki morskiej, jak i turystyki. Na obszarze województwa funkcjonują także dwie Specjalne Strefy Ekonomiczne: Pomorska oraz Słupska. Na terenie Słupska funkcjonują dwie podstrefy Słupskiej SSE - Słupsk-Włynkówko oraz Słupsk-Westerplatte. Atutem województwa pomorskiego jest także duży dostęp do wykwalifikowanego kapitału ludzkiego.¹¹

Ogólna sytuacja gospodarcza – zarysowana w kolejnej części rozdziału bardziej szczegółowo – skłania do postawienia tezy, że aktualne warunki ekonomiczne sprzyjają podejmowaniu aktywności rewitalizacyjnej na polu gospodarczym. Świadczą o tym rozpatrywane zarówno w aspekcie krajowym, jak i regionalnym oraz miejskim, kwestie klimatu koniunktury w budownictwie oraz sytuacji na rynku pracy.

¹¹ Raport :Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2016, Województwo pomorskie

6.1. Koniunktura w przemyśle i budownictwie

Wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury w przemyśle w 2016 roku w skali kraju wahał od -2,6 (w grudniu 2016 roku) do 5,4 (w kwietniu 2016 roku), przy czym przez pierwsze 10 miesięcy 2016 roku wskaźnik znajdował się na dodatnim poziomie, dopiero dwa ostatnie miesiące roku przyniosły ujemny spadek wartości.

Nastroje przedsiębiorców w przemyśle w I kwartale 2017 roku kształtowały się pozytywnie, w kwietniu wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury przedsiębiorstw w województwie pomorskim wynosił 10,5, podczas gdy wskaźnik ogólnopolski wynosił 9,6.

I kwartał 2017 roku przyniósł też poprawę nastrojów w branży budowlanej, choć dodatnie wartości wskaźników pojawiły się dopiero w kwietniu.

W województwie pomorskim miesięczne wskaźniki ogólnego klimatu koniunktury w przemyśle w porównaniu do całego kraju znajdowały się na nieco wyższym poziomie (minimalna wartość wynosiła 4,9 w grudniu 2016 roku, zaś maksymalna – 15,1 w marcu 2016 roku).

Tabela 2 Wskaźniki ogólnego klimatu koniunktury w przemyśle i budownictwie w Polsce i województwie pomorskim w ujęciu miesięcznym w latach 2016 - 2017

dane miesięczne	Polska		województwo pomorskie
	przemysł	budownictwo	przemysł
I 2016	0,8	-12,7	5,1
II 2016	3,0	-9,1	12,2
III 2016	4,9	-6,9	15,1
IV 2016	5,4	-2,4	10,8
V 2016	5,0	-1,1	9,0
VI 2016	5,2	-1,4	7,9
VII 2016	3,1	-1,9	11,2
VIII 2016	4,8	-3,3	9,0
IX 2016	3,3	-5,4	5,0
X 2016	1,0	-9,1	7,4
XI 2016	-1,8	-12,3	5,5

dane miesięczne	Polska		województwo pomorskie
	przemysł	budownictwo	przemysł
XII 2016	-2,6	-17,4	4,9
I 2017	2,7	-9,8	3,9
II 2017	4,5	-6,8	8,7
III 2017	6,4	-1,4	11,4
IV 2017	9,6	2,7	10,5

Źródło: GUS

Na ten pozytywny obraz z pewnością wpłynęła wielkość produkcji sprzedana przemysłu, która w 2016 roku w województwie pomorskim osiągnęła (w cenach bieżących) wartość 78 836,6 mln zł i była wyższa zarówno w odniesieniu do zanotowanej w roku poprzednim, jak i w 2010 r. – odpowiednio o 5,3% i o 43,5%. W skali kraju w omawianym okresie produkcja sprzedana przemysłu zwiększyła się odpowiednio o 3,1% i o 24,0%.

Pozytywna sytuacja gospodarcza przełożyła się również na wzrost przeciętnych wynagrodzeń. W 2016 roku w województwie pomorskim przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w sektorze przedsiębiorstw osiągnęło poziom 4 358,51 zł i było wyższe niż w roku poprzednim o 4,5%. W kraju przeciętne wynagrodzenie brutto wyniosło wówczas 4 277,03 zł, co oznacza wzrost o 3,8% w odniesieniu do zanotowanego przed rokiem. Pod względem wysokości przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto województwo pomorskie uplasowało się na 4 miejscu w kraju, po województwach: mazowieckim, śląskim i dolnośląskim. Do innych pozytywnych konsekwencji ożywienia gospodarczego zaliczyć można spadek bezrobocia, czemu poświęcono odrębny podrozdział.

Analizując tematykę klimatu inwestycyjnego, istotna jest również prezentacja danych odnoszących się do rynku wewnętrznego województwa pomorskiego.¹² Zgodnie z danymi udostępnionymi przez Główny Urząd Statystyczny, w kwietniu br. **sprzedaż**

¹² Prezentowane dane odnoszą się do całego województwa. Dane nie są agregowane przez statystykę publiczną na niższym poziomie – tj. na poziomie powiatów, czy gmin (w tym Słupska).

detaliczna realizowana przez przedsiębiorstwa handlowe, jak i niehandlowe wzrosła o 15,4% w porównaniu z analogicznym miesiącem roku 2016. Najbardziej aktywne w analizowanym obszarze okazały się podmioty, których główna działalność jest związana ze sprzedażą pojazdów samochodowych i motocykli (wzrost o 49,0%). W drugiej kolejności do wzrostu przyczyniły się przedsiębiorstwa oferujące sprzedaż m.in. farmaceutyków (o 19,6%). Na dalszych miejscach znalazły się podmioty zajmujące się sprzedażą paliw (wzrost o 18,0%). Sprzedaż detaliczna osiągnęła w kwietniu 2017 roku wartość wyższą również w porównaniu z marcem br. (o 0,5%). Pozytywna tendencja dotyczyła również handlu hurtowego – w stosunku do kwietnia 2016 roku odnotowano wzrost sprzedaży o 18,2% w przypadku przedsiębiorstw handlowych oraz o 14,9% w przedsiębiorstwach hurtowych.

Na podstawie danych przedstawionych danych, biorąc pod uwagę wpływ czynnika wojewódzkiego, można oszacować, że sytuacja panująca na obszarze lokalnym (Słupsk) będzie zbliżona do sytuacji występującej na poziomie wojewódzkim.

6.2. Stopa bezrobocia

Stopa bezrobocia w województwie pomorskim w poszczególnych miesiącach 2016 roku była niższa niż w analogicznych miesiącach 2015 roku. Z końcem 2016 roku **stopa bezrobocia w województwie pomorskim była na poziomie 7,3%, przy czym wskaźnik ogólnokrajowy wynosił 8,3%.**

Tabela 3 Stopa bezrobocia w Polsce, województwie pomorskim i Słupsku w latach 2011 - 2016

Wyszczególnienie	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Polska	12,4	12,5	13,4	13,4	11,4	9,7	8,3
województwo pomorskie	12,3	12,5	13,4	13,2	11,1	8,9	7,3
Słupsk	12,3	11,5	12,0	12,2	11,1	7,9	5,9

Źródło: GUS

W 2016 roku w województwie pomorskim liczba nowo zarejestrowanych bezrobotnych wyniosła 122 400 osób i była niższa zarówno od zanotowanej przed rokiem (o 11 000, tj. o 8,2%), jak i w porównaniu z 2010 r. (o 56 400, tj. o 31,5%). Z ewidencji bezrobotnych w województwie pomorskim w ciągu 2016 r. skreślono 135 900 osób, tj. mniej niż przed rokiem (o 10,9%) i mniej niż w analogicznym okresie 2010 roku (o 22,0%). **Powiatowe urzędy pracy w województwie pomorskim w ciągu 2016 roku miały do dyspozycji 108 300 ofert pracy, więcej o 24,4% niż rok wcześniej.**

Przeciętne zatrudnienie w sektorze przedsiębiorstw w województwie pomorskim w 2016 roku ukształtowało się na poziomie 301 900 osób, tj. o 5,1% wyższym w stosunku do poprzedniego roku. W skali kraju w tym okresie odnotowano wzrost przeciętnego zatrudnienia o 2,8%.

Tabela 4 Przeciętne zatrudnienie w sektorze przedsiębiorstw w Polsce i województwie pomorskim w latach 2010 - 2015

Wyszczególnienie	2010	2015	2016
Polska	5372,6	5601,6	5760,2
województwo pomorskie	277,8	287,4	301,9

Źródło: GUS

Wspomniany spadek stopy bezrobocia w 2016 roku odnotowano we wszystkich powiatach województwa pomorskiego. W powiecie słupskim stopa bezrobocia na koniec 2016 roku wynosiła 12,3%, zaś w samym mieście Słupsk wskaźnik bezrobocia wyniósł 5,9% i był o 2% niższy niż przed rokiem. Mimo, że w pozostałych miastach na prawach powiatu województwa pomorskiego wskaźniki stopy bezrobocia na koniec 2016 roku kształtowały się na niższym poziomie (Gdańsk – 3,6%, Gdynia – 4,0%, Sopot – 2,9%), to jednak osiągnięty wynik jest bardzo dobry zarówno w skali kraju (8,1%), województwa (7,0%), jak i podregionu (10,%).

Tabela 5 Bezrobotni zarejestrowani i oferty pracy w I kw. 2017 roku w Słupsku

Bezrobotni zarejestrowani		Stopa bezrobocia
Ogółem	Kobiety	zarejestrowanego w %
2 205	1 179	5,8

Źródło: Biuletyn Statystyczny województwa pomorskiego, GUS

Najliczniejszą grupę bezrobotnych stanowią osoby w wieku produkcyjnym, w wieku od 25 do 34 lat. Szczegóły przedstawia poniższa tabela.

Tabela 6 Bezrobotni zarejestrowani wg wieku w Słupsku w I kw. 2017 roku

Wiek	Liczba osób	Udział w strukturze
poniżej 25 lat	214	9,7%
25-34	609	27,6%
35-44	510	23,1%
45-54	364	16,5%
55 i więcej lat	508	23,1%
ogółem	2 025	

Źródło: Biuletyn Statystyczny województwa pomorskiego, GUS

Wśród bezrobotnych zarejestrowanych w Urzędach Pracy największy odsetek stanowią osoby z wykształceniem gimnazjalnym i niższym. Jest to występująca w całym kraju tendencja – osoby o najniższych poziomach wykształcenia mają największe trudności z pozyskaniem zatrudnienia. W najbardziej korzystnej sytuacji na rynku pracy znajdują się osoby posiadające wykształcenie średnie oraz wyższe. W kontekście poruszonego w niniejszym raporcie zagadnienia podkreślić należy, że najniższe bezrobocie wśród osób lepiej wykształconych jest sygnałem pozytywnym. Osoby te chętniej bowiem korzystają z oferty handlowej i rozrywkowej w miastach, wydatnie przyczyniając się do rozwoju tego rodzaju działalności.

**Tabela 7 Bezrobotni zarejestrowani wg poziomu wykształcenia w Słupsku
w I kw. 2017 roku**

wyższe	średnie- zawodowe	średnie ogólnokształcące	zasadnicze zawodowe	gimnazjalne i niższe
355	480	328	485	557

Źródło: Biuletyn Statystyczny województwa pomorskiego, GUS

W 2016 roku w porównaniu do roku 2015 odnotowano spadek wartości nakładów inwestycyjnych poniesionych przez przedsiębiorstwa mające siedzibę na terenie województwa pomorskiego. W ujęciu rocznym zwiększyła się wartość kosztorysowa inwestycji rozpoczętych, natomiast zmniejszyła się liczba nowych inwestycji.

Nakłady inwestycyjne na nowe obiekty majątkowe oraz ulepszenie istniejących, poniesione w 2016 roku przez badane przedsiębiorstwa mające siedzibę na terenie województwa pomorskiego, wyniosły 6 135,4 mln zł (5,1% wartości krajowej) i były niższe o 11,5% od poniesionych rok wcześniej.

W 2016 roku w województwie pomorskim z ogólnej wartości nakładów inwestycyjnych (zrealizowanych przez przedsiębiorstwa mające siedzibę na terenie województwa pomorskiego) na budynki i budowle wydatkowano 2 610,1 mln zł (o 24,7% mniej niż rok wcześniej), na zakup maszyn, urządzeń technicznych i narzędzi – 2 663,2 mln zł (wzrost o 0,8%), a na zakup środków transportu – 847,8 mln zł (o 6,2% więcej). **Wartość zakupów inwestycyjnych osiągnęła 3 511,0 mln zł i w porównaniu z rokiem poprzednim zwiększyła się o 2,0%, a udział tych zakupów w nakładach inwestycyjnych ogółem zwiększył się w skali roku o 7,6%.**

W 2016 roku inwestorzy rozpoczęli realizację 10 134 nowych inwestycji o łącznej wartości kosztorysowej 4 223,7 mln zł (w roku poprzednim 10 283 inwestycji o wartości 3 809,7 mln zł).

6.3. Kondycja budownictwa niemieszkalnego¹³ – trend lokalny i regionalny

Do analizy lokali użytkowych znajdujących się na terenie Słupska niezbędne jest wskazanie tła w postaci sytuacji panującej zarówno w kraju, jak i na obszarze województwa pomorskiego.

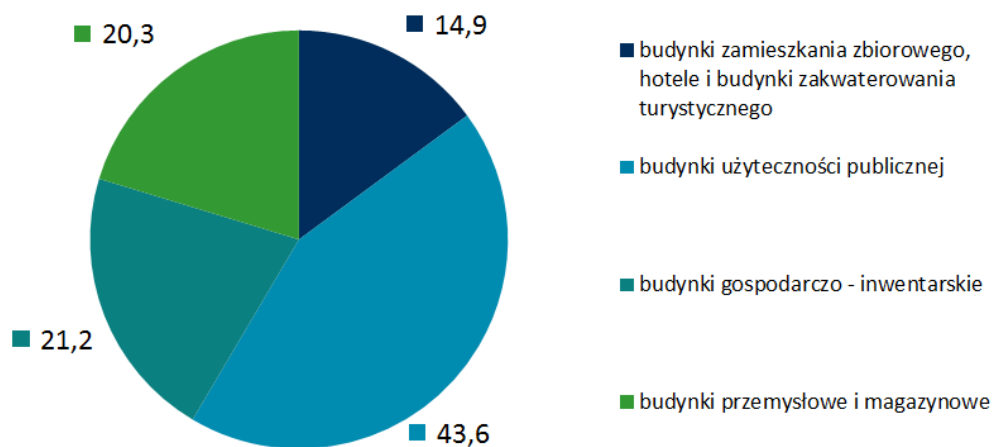
W Polsce w 2016 roku oddano do użytkowania 29 518 budynków niemieszkalnych. Odnosząc tę wartość do roku 2015, można zaobserwować spadek liczby oddawanych do użytku obiektów niemieszkalnych na poziomie -10,7%. Najbardziej aktywne pod względem oddawanych budynków niemieszkalnych w 2016 roku było województwo wielkopolskie (4 151 obiektów). Jednocześnie, najmniej tego typu inwestycji zostało podjętych w województwie opolskim (581). Ujemna dynamika liczby oddanych budynków niemieszkalnych obejmowała w 2016 roku w porównaniu do roku 2015 prawie wszystkie województwa (z wyjątkiem podkarpackiego, gdzie odnotowano wzrost na poziomie 2,3%).

W województwie pomorskim w 2016 roku przekazano do użytkowania łącznie **1 391** budynków niemieszkalnych, a w tym:

- 208 budynków zamieszkania zbiorowego, hoteli i budynków zakwaterowania turystycznego,
- 606 budynków użyteczności publicznej,
- 295 budynków gospodarczo-inwentarskich,
- 282 budynków przemysłowych i magazynowych.

¹³ Do kategorii budynków niemieszkalnych zostały zaklasyfikowane: budynki zamieszkania zbiorowego, hotele i budynki zakwaterowania turystycznego, budynki użyteczności publicznej, budynki gospodarczo-inwentarskie, a także budynki przemysłowo-magazynowe.

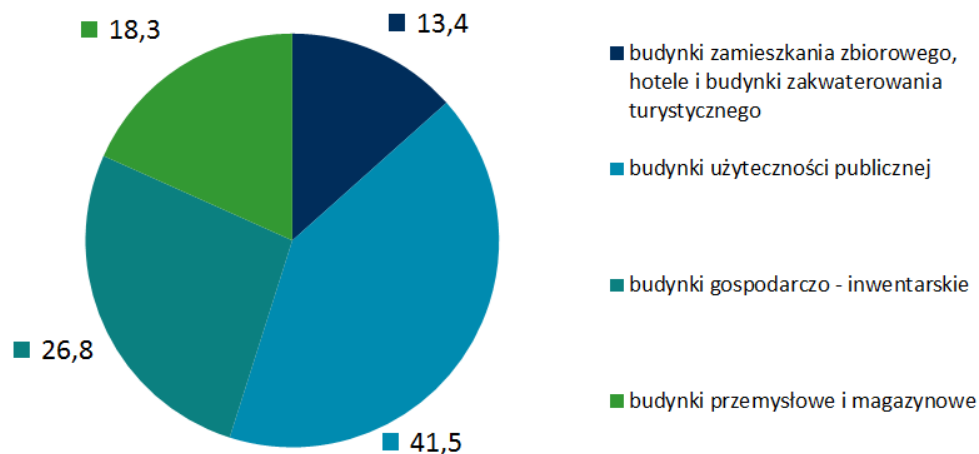
Wykres 5 Struktura budynków niemieszkalnych oddanych do użytkowania w 2016 roku w województwie pomorskim (w %)



Źródło: GUNB

W 2016 roku w całej Polsce wydano pozwolenia na budowę 42 478 obiektów niemieszkalnych. W odniesieniu do roku 2015 jest to wzrost o 7,9%. W województwie pomorskim w 2016 roku wydano pozwolenia na budowę łącznie 2 051 budynków niemieszkalnych, a w tym: 275 budynków zamieszkania zbiorowego, hoteli i budynków zakwaterowania turystycznego, 852 budynków użyteczności publicznej, 550 budynków gospodarczo-inwentarskich oraz 374 budynków przemysłowych i magazynowych.

Wykres 6 Struktura budynków niemieszkalnych, na których budowę wydano pozwolenie w województwie pomorskim (w %)



Źródło: GUNB

W 2015 roku w Słupsku oddano do użytkowania łącznie 38 nowych budynków niemieszkalnych. W porównaniu do roku 2014 oraz 2013, liczba ta wzrosła dwukrotnie, co świadczy o zwiększonej aktywności inwestorów. Warto jednak zwrócić uwagę, że pomimo dużo większej liczby oddawanych do użytkowania budynków, nastąpił spadek łącznej powierzchni użytkowej, co może świadczyć o coraz większym zapotrzebowaniu na mniejsze lokale użytkowe. Wskazują na to nie tylko dane dotyczące budynków nowych, ale również te odnoszące się do obiektów rozbudowanych.

Tabela 8 Budynki niemieszkalne oddane do użytkowania w Słupsku w latach 2013-2015¹⁴

Wskaźnik	Rok		
	2013	2014	2015
Liczba budynków niemieszkalnych ogółem	19	18	38
Kubatura budynków niemieszkalnych ogółem (w m ³)	80 888	125 884	74 519
Powierzchnia użytkowa budynków niemieszkalnych ogółem (w m ²)	13 578	18 780	13 426
Liczba rozbudowanych budynków niemieszkalnych ogółem	10	12	11
Kubatura rozbudowanych budynków niemieszkalnych ogółem (w m ³)	21 269	32 057	11 094
Powierzchnia użytkowa rozbudowanych budynków niemieszkalnych ogółem (w m ²)	4 060	3 739	2 396

Źródło: BDL

Niekorzystne zmiany dają się jednak zaobserwować w podkategorii budynków niemieszkalnych – handlowo-usługowych. W 2015 roku, w porównaniu do lat 2013-2014 liczba oddanych do użytku obiektów tego typu znacznie spadła.

Tabela 9 Budynki niemieszkalne – handlowo-usługowe oddane do użytkowania w Słupsku w latach 2013-2015¹⁵

Wskaźnik	Rok		
	2013	2014	2015
Liczba budynków	11	8	2
Kubatura budynków (w m ³)	76 119	20 640	4 918
Powierzchnia użytkowa	12 510	3 885	972
Liczba rozbudowanych budynków niemieszkalnych handlowo-usługowych	4	5	1
Kubatura rozbudowanych	6 797	10 415	9 104

¹⁴ Najnowsze dane pochodzą z roku 2015.

¹⁵ Najnowsze dane pochodzą z roku 2015.

Wskaźnik	Rok		
	2013	2014	2015
budynków niemieszkalnych handlowo-usługowych ogółem (w m³)			
Powierzchnia użytkowa rozbudowanych budynków niemieszkalnych handlowo-usługowych ogółem	1 517	1 705	2 032

Źródło: BDL, GUS

Spośród wszystkich budynków niemieszkalnych oddanych do użytku od 2013 roku wyodrębniono i bardziej szczegółowo przeanalizowano te, które pełnią funkcje handlowe, usługowe, magazynowe, produkcyjne, biurowe i inne (np. związane ze służbą zdrowia). Nie uwzględniano natomiast obiektów gospodarczych.

Tabela 10 Budynki niemieszkalne oddane do użytku od 2013 roku

Adres	Funkcje lokalu		Powierzchnia użytkowa w m2	Rok	Obszar
Słoneczna 16i	usługi	budynek usługowy	814,76	2013	Poza obszarem rewitalizacji
Jodłowa	inne	przychodnia	300,9	2013	Poza obszarem rewitalizacji
Kilińskiego	handel	budynek handlowy	1 074,90	2013	Obszar rewitalizacji
Młyńska 1a	magazyn	magazyn	63,60	2013	Obszar rewitalizacji
Poznańska 71c	inne	salon samochodowy	405,00	2013	Poza obszarem rewitalizacji
Słoneczna 16k	magazyn	hala magazynowa	400,00	2013	Poza obszarem rewitalizacji
Bałtycka 3	handel	centrum	410,22	2014	Poza obszarem

Adres	Funkcje lokalu		Powierzchnia użytkowa w m2	Rok	Obszar
		ogrodnicze			rewitalizacji
Słoneczna 166	produkcja	hala produkcyjna	4 248,94	2014	Poza obszarem rewitalizacji
Szczecińska 113	biura i handel	budynek biurowo-handlowy	374,02	2014	Poza obszarem rewitalizacji
Grottgera	magazyn	hala magazynowa	1670,40	2014	Poza obszarem rewitalizacji
Poznańska 71D	produkcja	hala produkcyjna	1942,07	2014	Poza obszarem rewitalizacji
11listopada	usługi i handel	pawilon handlowo-usługowy	1 098,00	2014	Poza obszarem rewitalizacji
Piłsudskiego	usługi	lecznica dla zwierząt	276,48	2015	Poza obszarem rewitalizacji
Braci Staniuków	magazyn	budynek magazynowy	396,55	2015	Poza obszarem rewitalizacji
Braci Staniuków	produkcja	budynek produkcyjno-magazynowy	2 304,94	2015	Poza obszarem rewitalizacji
Piłsudskiego 42	magazyn	magazyn opon	54,60	2015	Poza obszarem rewitalizacji
Szczecińska 58	magazyn	budynek magazynowy	148,00	2015	Poza obszarem rewitalizacji
Bałtycka	handel	pawilon handlowy	117,93	2015	Poza obszarem rewitalizacji
Prof. Lotha c 27a	usługi	budynek	140,15	2015	Poza obszarem

Adres	Funkcje lokalu		Powierzchnia użytkowa w m2	Rok	Obszar
		usługowy			rewitalizacji
Portowa 11a	inne	hala namiotowa	800,00	2015	Poza obszarem rewitalizacji
Portowa 11a	produkcja	hala produkcyjna	2 543,00	2016	Poza obszarem rewitalizacji
Borchardta	usługi	budynek usługowy	302,54	2016	Poza obszarem rewitalizacji
Wrocławska	magazyn	hala magazynowa	308,00	2016	Poza obszarem rewitalizacji
Szczecińska 58	usługi i handel	budynek usługowo – handlowy	2 025,69	2016	Poza obszarem rewitalizacji
Piłsudskiego 16	magazyn	budynek magazynowy	22,10	2016	Poza obszarem rewitalizacji
Braci Staniuków	biura	budynek biurowy	762,89	2016	Poza obszarem rewitalizacji
Sądowa 1	inne	budynek poczekalni	40,93	2016	Obszar rewitalizacji
Słoneczna 15a	magazyn	hala magazynowa	194,00	2016	Poza obszarem rewitalizacji
Słoneczna	produkcja i magazyn	budynek produkcyjno – magazynowy	898,44	2016	Poza obszarem rewitalizacji
Zaborowskiej 2	inne	obserwatorium astronomiczne	2,70	2016	Poza obszarem rewitalizacji
Portowa	magazyn	budynek	1 100,00	2016	Poza obszarem

Adres	Funkcje lokalu		Powierzchnia użytkowa w m2	Rok	Obszar
	magazynowy				rewitalizacji
Poznańska 71c	magazyn	budynek magazynowy	312,28	2017	Poza obszarem rewitalizacji
Św. Klary	inne	hala sportowa	6238	2017	Poza obszarem rewitalizacji
Chopina 16	magazyn	budynek magazynowy	245,65	2017	Obszar rewitalizacji
Sportowa	inne	schronisko dla zwierząt	2162,61	2017	Poza obszarem rewitalizacji
Przemysłowa 116a	magazyn	budynek magazynowy	364,10	2017	Poza obszarem rewitalizacji
Westerplatte	usługi i biura	budynek usługowo – biurowy	738,51	2017	Poza obszarem rewitalizacji
Grottgera	biura	budynek biurowy	75,21	2017	Poza obszarem rewitalizacji
Zielona	magazyn	budynek magazynowy	147,24	2017	Poza obszarem rewitalizacji

Źródło: Urząd Miasta Słupsk

Z przeprowadzonej analizy wynika, że w latach 2013-2017 oddano do użytku 39 takich obiektów o łącznej powierzchni 31 882,35 m².

W grupie tej najwięcej było obiektów magazynowych (15, w tym 1 budynek o funkcji łącznej – produkcyjno-magazynowej) i usługowych (7, w tym 2 budynki o funkcji łącznej – usługowo-handlowej oraz 1 o funkcji usługowo-biurowej). W dalszej kolejności klasyfikowały się budynki produkcyjne (4). Najmniej było budynków

biurowych (4, w tym 1 o funkcji łączonej biurowo-handlowej) oraz handlowych (3). W zestawieniu znalazło się również 7 budynków zaklasyfikowanych jako inne (przychodnia, salon samochodowy, hala namiotowa, budynek poczekalni, obserwatorium astronomiczne, hala sportowa oraz schronisko dla zwierząt).

Warto w tym miejscu zaznaczyć, że zdecydowana większość analizowanych obiektów niemieszkalnych powstała poza obszarem rewitalizacji. Na terenie objętym rewitalizacją wybudowano jedynie cztery obiekty o łącznej powierzchni 1 425,08 m². Były to obiekty o funkcji handlowej, magazynowej i zaliczonej do innych (poczekalnia). Takie proporcje wynikają częściowo ze specyfiki gęsto zabudowanego śródmieścia. Zwarta struktura przestrzenna obszaru rewitalizacji o dominującej funkcji mieszkaniowej uniemożliwia powstawanie nowych obiektów pełniących funkcję przemysłową, wytwórczą czy magazynową. Utrudnia ona również wprowadzanie tzw. obiektów wielkopowierzchniowych, co sprawia, że inwestorzy poszukują wolnych terenów na obszarach o bardziej ekstensywnej zabudowie. Poza tym, nienaturalnym jest sytuowanie tego typu obiektów w sąsiedztwie zabudowy mieszkalnej, co potwierdzają zapisy miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, uniemożliwiając prowadzenie działalności przemysłowej i uciążliwej na omawianym terenie.

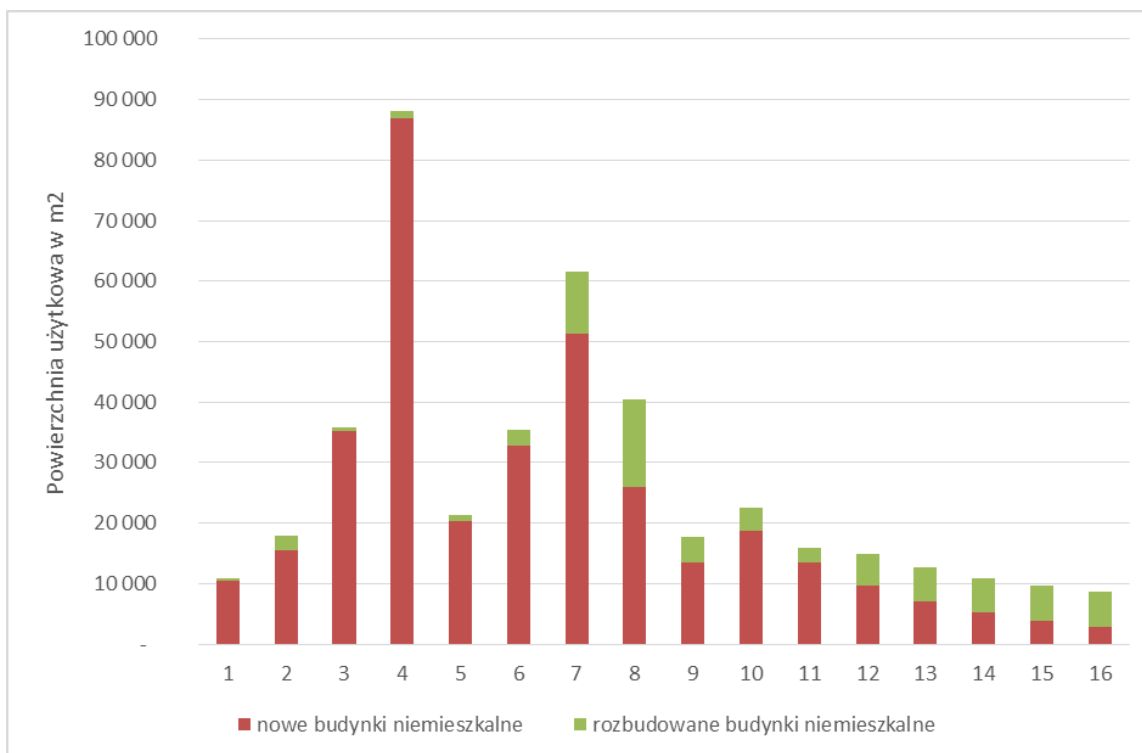
Z drugiej strony, wskazać tu należy występowanie procesów, które świadczyć mogą o niskiej atrakcyjności obszaru rewitalizacji, a także konieczności podjęcia działań zaradczych, które zatrzymałyby negatywne procesy społeczno-gospodarcze.

Po pierwsze, lokale usługowe i handlowe zaspokajające potrzeby mieszkańców (a zatem związane z dominującą na obszarze rewitalizacji funkcją mieszkaniową) również powstają głównie poza obszarem rewitalizacji. Może to sugerować, że inwestorzy preferują tereny nieobjęte rewitalizacją nie tylko z powodu dostępności gruntów, ale też dlatego, że stopniowo przesuwa się tam funkcja mieszkaniowa. W tym kontekście wzrost atrakcyjności handlowo-usługowej obszaru rewitalizacji może być ściśle związany z poprawą warunków mieszkaniowych na tym terenie oraz wprowadzeniem w

przestrzeń nowych obiektów mieszkalnych. Kwestia ta została szczegółowo omówiona w raporcie poświęconym zasobom mieszkaniowym obszaru rewitalizacji Miasta Słupska.

Po drugie, ten niekorzystny trend – tj. preferowanie przez inwestorów lokalizacji spoza obszaru rewitalizacji – dotyczy również funkcji biurowej, która z powodzeniem mogłaby funkcjonować w zwartej zabudowie śródmiejskiej. Przyczyną tego stanu rzeczy może być nie tylko niezadowalający stan zabudowy kamienicznej, ale też wspomniane już niedostosowanie lokali do potrzeb najemców (głównie w aspekcie cen wynajmu). Jednocześnie przypuszczać można, że istotnym problemem jest także metraż lokali (niekoniecznie dostosowany do potrzeb potencjalnego najemcy) oraz struktura własnościowa lokali. Jak bowiem wskazuje lokalizacja wybranych inwestycji, są one prowadzone w rejonie strefy ekonomicznej, co oznacza, że niejednokrotnie inwestorzy stawiają budynki na własne potrzeby, nie chcąc najmować powierzchni biurowych, a zarazem mogąc je w pełni dostosować do własnych potrzeb.

Wykres 7 Powierzchnia użytkowa nowych budynków niemieszkalnych i rozbudowywanych budynków niemieszkalnych w Słupsku w latach 2005-2015 oraz prognozowane zmiany w okresie 2016-2020



Do celów analitycznych i prognostycznych estymowano wartości danych za okres 2016-2020. Estymacji dokonano w oparciu o klasyczną metodę najmniejszych kwadratów. Za najlepiej dopasowaną do analizowanych danych uznano funkcję potęgowo-wykładniczą, której linearyzacji dokonano przez logarytmowanie. Oszacowano oddzielnie trendy dla poszczególnych analizowanych kategorii: powierzchni użytkowej łącznie nowych budynków i powierzchni użytkowej rozbudowanych budynków. **Można stwierdzić, że w najbliższych latach spodziewany jest systematyczny spadek inwestycji w nowe budownictwo niemieszkalne przy jednoczesnym, rosnącym zainteresowaniu rozbudową zabudowy już istniejącej.** Jest to trend, który można wykorzystać na potrzeby rewitalizacji śródmieścia Słupska. Zainteresowanie istniejącymi zasobami lokalowymi może bowiem ułatwić skierowanie uwagi inwestorów na obszar rewitalizacji, pod warunkiem wdrożenia rozwiązań charakterystycznych dla koncepcji

Town Centre Management (więcej szczegółów na ten temat zaprezentowano w podsumowaniu, zawierającym rekomendacje).

Podkreślić również należy, że procesom rewitalizacyjnym w sferze gospodarczej sprzyja ogólna koniunktura gospodarcza, która jawi się korzystnie zarówno w skali krajowej, regionalnej, jak i lokalnej. Mimo mniejszego zainteresowania wznoszeniem budynków niemieszkalnych – handlowo-usługowych, istnieje szereg pozytywnych trendów, które mogą ułatwić wdrażanie planów związanych z ożywieniem przestrzeni handlowo-usługowej na terenie słupskiej rewitalizacji.

6.4. Regionalna podaż powierzchni handlowych

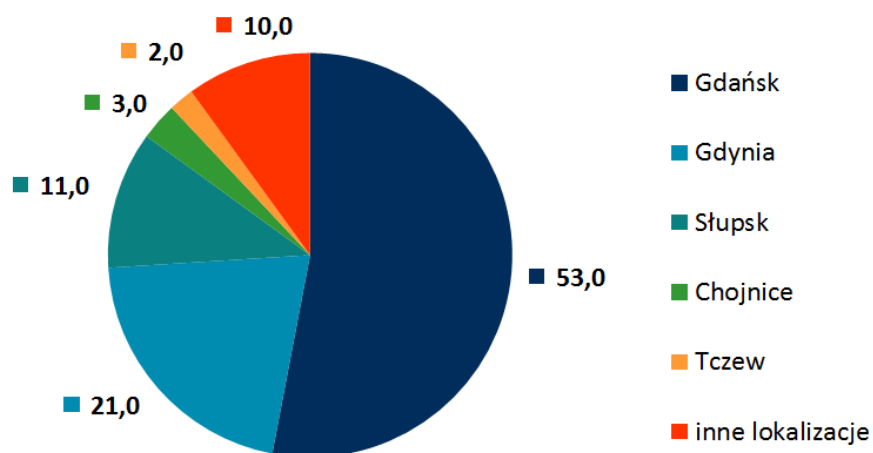
Od kilkunastu lat w Polsce obserwowany jest wzrost podaży na nowoczesne powierzchnie handlowe. Po pierwszej połowie 2016 roku rynek wspomnianych powierzchni znajdował się na poziomie 13,5 mln m². Z uwagi na stopniowe nasycanie powierzchniami handlowymi dużych aglomeracji miejskich, obserwuje się trend związany z pojawianiem się centrów oraz parków handlowych w mniejszych miastach (poniżej 100 tysięcy mieszkańców). Szacuje się, że w 2016 roku centra handlowe ulokowane w mniejszych miastach stanowiły będą około 1/5 wszystkich centrów w Polsce. Dane za rok 2011 wskazują, że wcześniej odsetek ten był niższy i znajdował się na poziomie 12,0%. Najbardziej rozwojowym typem obiektów w mniejszych miastach stają się niewielkich rozmiarów parterowe obiekty handlowo-usługowe, które dają możliwość osobnego wejścia do każdego z lokali. Wśród najczęściej pojawiających się branż oferujących swoje produkty w mniejszych centrach są: drogerie, RTV oraz AGD, obuwie, akcesoria do domu.¹⁶ Warto zwrócić uwagę na to, że najnowsze dane obrazujące rynek handlowy za pierwszy kwartał 2017 roku wskazują, że poziom nasycenia powierzchnią handlową w Polsce jest stosunkowo wysoki. Znajduje się on

¹⁶ Za: *Cushman & Wakefield*

obecnie na poziomie 247 m² na 1 000 mieszkańców (dla porównania średnia europejska wynosi 206 m² na 1 000 mieszkańców).¹⁷

W 2015 roku łączna powierzchnia centrów handlowych w województwie pomorskim znajdowała się na poziomie 847,0 tys. m². Znaczną większość tej powierzchni (81,7%) wygenerował obszar Gdańska oraz Gdyni. W analizowanym roku w Słupsku występowało największe nasycenie powierzchnią centrów handlowych¹⁸ - 995 m²/1 000 mieszkańców (podczas gdy w Gdańsku wyniosło ono 977 m²/1 000 mieszkańców). **Czynsze związane z wynajmem powierzchni handlowej są zróżnicowane, przede wszystkim w zależności od wielkości obiektu oraz jego lokalizacji. Zdecydowanie najwyższy poziom stawek jest obserwowany w lokalach związanych z branżą modową na obszarze trójmiejskim. Do najwyższych stawek można zaliczyć te, które kształtują się na poziomie powyżej 40 EUR miesięcznie za m² powierzchni.**

Wykres 8 Struktura powierzchni centrów handlowych w województwie pomorskim w 2015 roku według lokalizacji



Źródło: Colliers International

¹⁷ Za: JLL, Rynek handlowy w Polsce, I kwartał 2017 r.

¹⁸ Nasycenie powierzchnią centrów handlowych oznacza ilość powierzchni w przeliczeniu na 1 000 mieszkańców.

6.5. Regionalna podaż powierzchni biurowych

Rynek powierzchni biurowych rozwija się w całej Polsce bardzo prężnie. Dane za pierwszy kwartał 2017 roku wskazują na to, że w budowie jest obecnie 826 tys. m² nowej powierzchni biurowej. Szacuje się, że na terenie samego Trójmiasta w budowie jest około 140 tys. m² nowej powierzchni biurowej (z czego około 50 tys. m² to powierzchnie, które już znalazły swoich najemców). Analizowany okres cechuje się znaczącym popytem na powierzchnie biurowe – na obszarze Trójmiasta wyniósł on około 38 tys. m². W porównaniu do średniego zapotrzebowania na tego typu powierzchnie w latach 2012-2016 nastąpił wzrost zainteresowania, średnio o około 20 tys. m² ¹⁹. Zgodnie z przedstawionymi informacjami, pomorski rynek powierzchni biurowych jest skupiony głównie na trzech lokalizacjach: Gdańsku, Gdyni i Sopocie. **Oznacza to, że z dużym prawdopodobieństwem jego rola w procesach rewitalizacyjnych Słupska nie będzie znacząca, w przeciwieństwie do innych usług i handlu, nastawionych na bezpośredni kontakt z klientem.**

6.6. Kondycja i perspektywy dla handlu ulicznego

Jak wskazują eksperci, w Polsce naturalną przyszłością rynku handlowego jest modernizacja starszych galerii i budowa mniejszych, wyspecjalizowanych centrów, a w dalszej perspektywie także powstawanie/rozwój ulic handlowych. Znaczenie ulic handlowych, stanowiących alternatywę dla przepełnionych lub starzejących się centrów handlowych, będzie zdecydowanie rosło. W porównaniu z krajami Europy Zachodniej, gdzie historycznie ukształtowane, popularne ulice handlowe są dominującym elementem rynku sprzedaży detalicznej, a centra handlowe odgrywają rolę uzupełniającą, rozwój polskich ulic handlowych wciąż jednak można określić jako słaby. Jest to efekt, między innymi, dynamicznego wzrostu popularności sklepów wielkopowierzchniowych, które zmieniły zwyczaje zakupowe Polaków. Zdaniem

¹⁹ Za: Raport Knight Frank, Polska- Rynek komercyjny, I kwartał 2017.

specjalistów JLL, daje się zaobserwować wiele czynników wskazujących na postępujące ożywienie ulic handlowych w największych miastach Polski. Zaliczyć do nich można:

- działania rewitalizacyjne, w tym wprowadzane ograniczenia ruchu kołowego, sprzyjały tworzeniu przyjaznych dla pieszych przestrzeni miejskich, które wpływają na zwiększenie frekwencji odwiedzin w sklepach,
- poszerzająca się dynamicznie oferta lokali gastronomicznych,
- wspomniany już wcześniej wzrost siły nabywczej,
- większa skłonność polskich konsumentów do spędzenia czasu poza domem, przekładająca się na wyższe obroty w lokalach usługowych i handlowych²⁰.

Nadal jednak istnieje szereg barier, które utrudniają wykorzystywanie potencjału ulic handlowych. Dążenie do ich przekroczenia traktować można jako podstawowy kierunek działań samorządu zainteresowanego aktywizacją gospodarczą na obszarze rewitalizacji i tworzeniem atrakcyjnej oferty handlowo-usługowej. Do wspomnianych barier zaliczyć można:

- brak specjalistycznej wiedzy w zakresie wynajmu, tak żeby docierać do nowych marek czy już istniejących i zachęcać je do współpracy (w przeciwieństwie do zarządców centrów handlowych, którzy przez kilkanaście lat zdobyli duże doświadczenie w przyciąganiu zarówno nowych najemców, jak i klientów),
- trudności z przygotowaniem oferty i dostosowaniem lokali do wymogów konkretnego najemcy, np. pod względem wielkości czy wyposażenia,
- rozdrobnioną własność nieruchomości i brak doświadczeń miast w przyciąganiu konkretnych najemców²¹.

²⁰ *Ulice handlowe. Analiza, strategia, potencjał. Perspektywy rozwoju ulic handlowych w 8 największych miastach w Polsce.* BNP Paribas, Polska Rada Centrów Handlowych, 2014

²¹ <https://biznes.newseria.pl/news/zmiana-cyklu-na-rynku,p164844305> [dostęp: 01.06.2017]

Województwo pomorskie jest atrakcyjne dla przedsiębiorców. Świadczy o tym m.in. wysoka wartość produktu regionalnego brutto (PRB), a także stosunkowo niska stopa bezrobocia. Głównym motorem napędowym pomorskiej gospodarki są: usługi oraz przemysł. Słupsk, obok Trójmiasta, jest zaś jednym ze znaczących ośrodków województwa.²²

²² *Pomorski rynek nieruchomości komercyjnych / Raport 2015*

7. Rynek wynajmu i sprzedaży lokali użytkowych w Słupsku

W podrozdziale 6.3 zaprezentowano informacje dotyczące nowych budynków niemieszkalnych w Słupsku, które powstały od 2013 roku. W celu przedstawienia pogłębionej diagnozy sytuacji na rynku lokali użytkowych w Słupsku, w niniejszym rozdziale przeprowadzono dodatkową analizę, która uwzględnia m.in. takie kwestie jak stan techniczny lokali, rotację najemców, przeciętną wielkość wynajmowanych pomieszczeń, ich lokalizację, a także wiodącą funkcję.

Pogłębiona diagnoza lokali użytkowych znajdujących się na terenie miasta Słupska została

w dużej mierze ograniczona do zasobów komunalnych z racji niedostępności danych, które pozwoliłyby szczegółowo scharakteryzować lokale pozostające w rękach spółdzielczych oraz prywatnych. Z racji zbliżonego charakteru śródmiejskiej zabudowy przyjąć jednak można, że szereg cech tego rodzaju lokali – podobnie zresztą jak specyfika działalności handlowo-usługowej – będzie podobny niezależnie od formy własności budynków i analizowanych pomieszczeń. Większość analiz zaprezentowanych w niniejszym rozdziale oparto zatem na danych dostarczonych przez Urząd Miasta Słupska (w przypadku obszaru rewitalizacji szczegółowej analizie poddano zatem 34% lokali użytkowych).

W celu przynajmniej częściowego uwzględnienia w analizach lokali prywatnych i spółdzielczych, dokonano przeglądu ofert wynajmu i sprzedaży lokali użytkowych na terenie Słupska, posiłkując się nie tylko danymi urzędowymi, ale też informacjami zamieszczonymi na portalach ogłoszeniowych przez prywatnych właścicieli. W tym wypadku lokale prywatne i spółdzielcze omówiono oddzielnie od lokali komunalnych, dokonując następnie porównania obu kategorii ofert. Wspomniane analizy posłużyły jednocześnie do określenia średniej ceny wynajmu lub sprzedaży (za m²), a także oceny stanu oferowanych lokali.

Zgromadzone informacje na temat zasobów prywatnych porównano również z planami wynajmu lub sprzedaży lokali komunalnych. Główną osią porównania była cena wynajmu, a także lokalizacja oferowanych lokali. Na tej podstawie sformułowano rekomendacje dotyczące polityki czynszowej oraz programu funkcjonalnego, a także sposobu jego wdrażania w okresie realizacji projektów rewitalizacyjnych.

7.1. Pogłębiona diagnoza lokali użytkowych na przykładzie lokali komunalnych

Liczba lokali użytkowych wynosi na obszarze rewitalizacji **962** sztuki, z czego w posiadaniu Miasta Słupsk znajduje się **331** użytkowych lokali komunalnych (Miasto posiada łącznie 375 lokali, przy czym 44 są zlokalizowane poza obszarem objętym rewitalizacją).

Warto również podkreślić, że zdecydowana większość komunalnych lokali użytkowych jest zlokalizowana w budynkach będących wspólnotami mieszkaniowymi (70%), co oznacza, że tylko 30% z nich znajduje się w obiektach, które w pełni należą do Miasta Słupsk. Ma to istotne znaczenie w kontekście ewentualnych przekształceń struktury budynku pod kątem dostosowania charakteru lokalu do potrzeb potencjalnego najemcy. W świetle zebranych danych możliwości oddziaływania Miasta są w tym względzie stosunkowo ograniczone, szczególnie w sytuacji gdy pożądanym byłoby łączenie lokali lub istotna ingerencja w strukturę budynku.

79% lokali komunalnych posiada wejście od ulicy. W przypadku 21% pozostałych wejście znajduje się od strony zaplecza. Oznacza to, że większość lokali przeznaczonych na działalność usługową charakteryzuje się korzystnym usytuowaniem, ułatwiającym ekspozycję prowadzonej działalności gospodarczej. Z drugiej strony pamiętać trzeba, że tylko 64,5% lokali znajduje się na poziomie parteru. W tym kontekście warto zadbać, by pomieszczenia znajdujące się na wyższych kondygnacjach oraz posiadające wejścia od strony zaplecza były przeznaczone na działalność biurową i pozarządową, która nie wymaga wyrazistej i szybkiej komunikacji z klientem (pod warunkiem, że działalność ta nie wymaga łatwego dostępu dla osób o ograniczonych możliwościach ruchowych).

Ważne jest również, że 63% lokali przeznaczonych jest na wynajem, 9% udostępnianych jest na bazie umowy o użyczeniu, a jedynie 5% planowanych jest do sprzedaży. Oznacza to, że Miasto Słupsk zamierza na chwilę obecną zachować kontrolę nad większością posiadanego zasobu lokali użytkowych, co w przyszłości z pewnością ułatwi kształtowanie struktury handlowo-usługowej obszaru objętego rewitalizacją.

Lokale użytkowe znajdujące się w rękach miasta Słupska są użytkowane zgodnie z przeznaczeniem, za wyjątkiem tych, które wystawione są na sprzedaż lub wynajem. Dokładna charakterystyka lokali czekających na nowych użytkowników znajduje się w dalszej części niniejszego rozdziału i uwzględnia m.in. ich wielkość, przeznaczenie, a także lokalizację. Poniżej zaprezentowano natomiast strukturę funkcjonalną lokali komunalnych, które użytkowane są zgodnie z przeznaczeniem.

Jak wskazują dane pozyskane z Urzędu Miasta, wspomniana struktura funkcjonalna kształtuje się następująco:

- 4 lokale - administracja państwowa/parlamentarna,
- 3 lokale - działalność religijna,
- 78 lokali - działalność statutowa,
- 46 lokali – handel,
- 79 lokali – usługi,
- 27 lokali - usługi unikatowe (np. ginące zawody),
- 4 lokale – produkcja,
- 23 lokale – magazyn,
- 11 lokali - mieszane, głównie usługowo-magazynowe lub usługowo-handlowe.

W przypadku lokali przeznaczonych na cele statutowe, najwyższą ich koncentracją charakteryzują się ulice: Jaracza , Lutosławskiego i Sienkiewicza. Największe nagromadzenie lokali handlowych występuje przy ulicach: Mickiewicza, Wojska Polskiego, Zamenhova. Najwyższym zagęszczeniem lokali usługowych charakteryzują się

ulice: Mostnika, Jaracza, Wileńska. W przypadku usług unikatowych największe ich skupienie znajduje się przy ulicy Wojska Polskiego.

W kontekście planowanych działań rewitalizacyjnych szczególną troską warto otoczyć usługi unikatowe, związane częstokroć z tzw. ginącymi zawodami. Tego rodzaju usługi niejednokrotnie stanowią podstawę rewitalizacji miast – władze lokalne wykorzystują je bowiem do budowania unikatowego i wyjątkowego programu funkcjonalnego obszaru rewitalizacji. W przypadku Słupska, większość tego rodzaju działalności lokuje się przy ul. Wojska Polskiego oraz ulicach poprzecznych, połączonych ze wspomnianym ciągiem. W tym kontekście warto położyć nacisk na podtrzymanie tych funkcji w trakcie działań rewitalizacyjnych, eksponując je w przestrzeni ulicy, a także podejmując starania o ich utrzymanie (przykładowe instrumenty wsparcia wskazano w rozdziale zawierającym rekomendacje).

Warto podkreślić, że średnia wielkość użytkowego lokalu komunalnego wynosi 74,74 m² (na obszarze rewitalizacji 74,71 m², a poza obszarem rewitalizacji 74,86 m²). W podziale na poszczególne funkcje wygląda to następująco:

- 302,74 m² – administracja państwowa/parlamentarna,
- 158,28 m² – działalność religijna,
- 91,67 m² – działalność statutowa,
- 59,81 m² – działalność handlowa,
- 56,52 m² – działalność usługowa,
- 46,76 m² – usługi unikatowe,
- 36,36 m² – funkcja magazynowa,
- 154,15 m² – funkcja produkcyjna,
- 106,38 m² – funkcja mieszana.

Wypowiedzi respondentów zgromadzone na potrzeby przygotowania diagnozy gospodarczej sugerują, że wielkość lokali usługowych i handlowych jest zbyt duża jak na

potrzeby wielu podmiotów gospodarczych. Z drugiej strony analiza danych dostarczonych przez Urząd Miasta sugeruje, że duże lokale użytkowe (powyżej 50 m²) cieszą się takim zainteresowaniem na rynku, które pozwala je sukcesywnie zagospodarowywać. W kontekście tej rozbieżności, proces rewitalizacji warto rozpocząć od określenia funkcji wiodących poszczególnych ulic, a następnie – w drugim etapie – rozważyć ewentualność dzielenia lokali na mniejsze, ale tylko w sytuacji pojawienia się trudności ze znajdывaniem najemców o profilu zgodnym z programem funkcjonalnym opracowanym dla danej ulicy.

Rotacja najemców kształtuje się w tych lokalach następująco:

- 11% użytkowych lokali komunalnych zostało wynajętych przed 2011 rokiem,
- 42% wynajęto w 2011 roku,
- 4% w 2012 roku,
- 8% w 2013 roku,
- 9% w 2014 roku,
- 10% w 2015 roku,
- 10% w 2016 roku,
- 5% w 2017 roku.

Można zatem powiedzieć, że w przypadku 53% lokali komunalnych mamy do czynienia z najmem stabilnym, którego okres wynosi już przynajmniej 6 lat. Natomiast w przypadku 15% lokali okres najmu nie jest – jak dotąd – dłuży niż 1 rok.

W przypadku lokali wynajmowanych najdłużej struktura funkcji wygląda następująco:

- 31,25% - usługi,
- 24,37% - działalność statutowa,
- 20,62% - działalność handlowa,
- 10,62% - usługi unikatowe,
- 5,62% - magazyny,
- 2,5% - działalność administracyjna,
- 2,5% - działalność wyznaniowo-religijna,

- 2,5% - funkcja produkcyjna.

Wśród podmiotów wynajmujących lokale od 2011 roku lub wcześniej zdecydowanie przeważają osoby prywatne prowadzące działalność gospodarczą. Ten typ najemców stanowi aż 70,9%. W dalszej kolejności znajdują się związki, stowarzyszenia oraz zrzeszenia (stanowią one 15,3% w strukturze wynajmowanych lokali) oraz lokale wynajmowane przez miasto (8,9%).

W zbiorze lokali wynajmowanych najkrócej struktura funkcjonalna kształtuje się w przedstawiony niżej sposób:

- 38,46% - działalność statutowa,
- 30,76% - usługi,
- 15,38% - magazyny,
- 7,69% - handel,
- 7,69% - usługi unikatowe.

Analizując lokale wynajęte w roku 2016 lub 2017, można zaś zauważyć, że najczęstszym ich najemcą jest miasto (49,2%). W drugiej kolejności do grona najemców można zaliczyć osoby prywatne prowadzące działalność gospodarczą (30,5%), w trzeciej zaś związki, stowarzyszenia oraz zrzeszenia (13,6%).

Struktura funkcjonalna w obu kategoriach – lokalach wynajmowanych najdłużej oraz najkrócej – jest zatem stosunkowo zbliżona, za wyjątkiem funkcji handlowej. W świetle zebranych danych, odsetek nowopowstałych działalności handlowych jest znacznie mniejszy aniżeli odsetek firm handlowych, które istnieją już przynajmniej 6 lat. Może to świadczyć o stabilizacji oferty handlowej wśród najemców słupskich lokali komunalnych, w przeciwieństwie do pozostałych głównych kategorii, tj. usług i działalności statutowej. W tych kategoriach widać nie tylko dobrze zakorzenione podmioty, ale też wciąż pojawiających się nowych najemców. Oznacza to, że w przypadku kształtowania profilu

handlowo-usługowego obszaru rewitalizacji najwięcej troski może wymagać pobudzenie nowej działalności handlowej.

7.2. Analiza ofert wynajmu lub sprzedaży lokali prywatnych

Aby zobrazować sytuację na rynku prywatnych lokali użytkowych w Słupsku dokonano analizy ofert zamieszczonych na trzech portalach z ogłoszeniami:

- www.olx.pl²³,
- www.otodom.pl.
- www.gratka.pl.

W celu zbadania rynku nieruchomości, przeprowadzono analizę ogłoszeń, które zostały zamieszczone na trzech wskazanych portalach w dniach od 15.04.2017 r. do 15.05.2017 r. Według analizy przeprowadzonej na zlecenie portalu wirtualne media²⁴ w kwietniu 2017 roku, grupa OLX znalazła się na 7. miejscu w Polsce w zestawieniu właścicieli witryn, z których korzysta najczęściej internautów. Dwa pozostałe portale z ogłoszeniami zostały wybrane poprzez ich pojawienie się w przeglądarce internetowej po wpisaniu hasła „lokale użytkowe Słupsk.” Ogłoszenia zamieszczane na portalach pochodziły zarówno od właścicieli prywatnych, jak i biur nieruchomości/deweloperów.

W analizowanym okresie, tj. od 15 kwietnia do 15 maja 2017 roku:

- na portalu olx.pl zamieszczono: 58 ogłoszeń dotyczących najmu lokali użytkowych oraz 8 ofert sprzedaży tego typu lokali,
- na portalu otodom.pl zamieszczono 47 ogłoszeń dotyczących najmu lokali użytkowych oraz 18 ofert sprzedaży tego typu lokali,

²³ Strona zajmuje 9-te miejsce na liście 500 najbardziej popularnych stron internetowych w Polsce, wskazano za rankingiem: <http://www.alexa.com/topsites/countries/PL>.

²⁴ Za: wirtualnemedial.pl

- na portalu gratka.pl zamieszczono 5 ogłoszeń dotyczących najmu lokali użytkowych oraz 14 ofert sprzedaży tego typu lokali.

Jednocześnie, ważnym źródłem informacji o lokalach użytkowych na terenie miasta Słupsk były informacje przekazane przez Urząd Miejski w Słupsku.

Na wskazanych portalach internetowych w analizowanym okresie zamieszczonych zostało łącznie 150 ogłoszeń dotyczących wolnych lokali użytkowych. W znacznej mierze anonse dotyczyły wynajmu pomieszczeń/budynków (73,3%), pozostała część dotyczyła zaś ich sprzedaży (26,7%). Analizując ogłoszeniodawcę, można zauważyć, że pojawiające się w Internecie anonse pochodziły najczęściej od biur nieruchomości/biur ogłoszeń (58,7%). Pozostałe ogłoszenia były zamieszczane przez osoby prywatne (41,3%). Wśród oferowanych lokali/budynków znajdowały się przeznaczone do działalności:

- biurowej,
- handlowej,
- usługowej,
- gastronomicznej,
- hotelowej.

W przeważającej części ogłoszeniodawcy oferowali lokale na działalność usługową oraz handlową, natomiast praktycznie nieobecne były ogłoszenia odnoszące się do funkcji produkcyjnej i magazynowej. Anonse dotyczyły przede wszystkim lokali położonych na parterze (63,3%). W dalszej kolejności były to całe budynki (18,0%). Co dziesiąty lokal był ulokowany na pierwszym piętrze. Uzyskane wyniki są zgodne z ogólną tendencją odnoszącą się do lokowania działalności usługowych w miejscach najbardziej dostępnych – tj. parterach budynków.

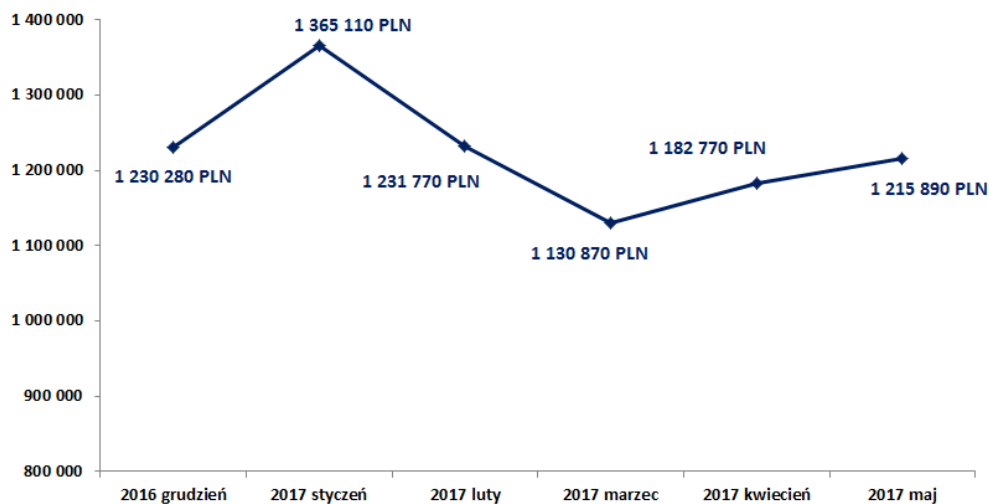
Tabela 11 Oferowane lokale użytkowe według piętra

Poziom	Udział w strukturze
parter	63,3
1 piętro	11,3
2 piętro	5,3
3 piętro	2,0
cały budynek	18,0
	100,0

Źródło: ASM - Centrum Badań i Analiz Rynku na podstawie analizy portali ogłoszeń

Zgodnie z danymi zamieszczonymi na portalu *otodom.pl* średnia cena ofertowa sprzedaży lokali użytkowych w Słupsku w maju 2017 roku znajdowała się na poziomie 1 215 890 zł (ceny wahały się od 23 000 zł do 9 900 000 zł). W województwie pomorskim średnia cena sprzedaży to 2 572 520 zł (od 4 990 do 81 400 000 zł).

Wykres 9 Średnia cena ofertowa sprzedaży lokali użytkowych w Słupsku w okresie grudzień 2016-maj 2017



Źródło: ASM - Centrum Badań i Analiz Rynku na podstawie analizy *otodom.pl*

Poziom atrakcyjności danego miejsca przeanalizowano na podstawie liczby ogłoszeń lokali użytkowych wystawionych na sprzedaż z uwzględnieniem ich cen (tab. 12).

Tabela 12 Liczba ogłoszeń lokali użytkowych wystawionych na sprzedaż ze względu na cenę

Lokalizacja	Liczba ofert	Cena sprzedaż [zł/mkw]	Cena wynajem [zł/mkw] ²⁵
sprzedaż	22	2 785,85 zł	21,08 zł
Centrum	7	2 574,89 zł	4,65 zł
Jaracza	1	4 492,51 zł	
Jaracza/Słowackiego	1	4 492,51 zł	
Konopnickiej	1	3 000,00 zł	
Kopernika	1	1 868,00 zł	
Lotha	1	2 358,97 zł	
Młyńska	1	3 996,00 zł	
Nowobramska	2	4 466,33 zł	29,33 zł
Paderewskiego	1	918,60 zł	
Poznańska	1	2 892,00 zł	
Stary Rynek	1	2 629,05 zł	
Tuwima	2	1 927,14 zł	
Wileńska	2	1 914,95 zł	29,27 zł
SUMA	22	2 785,85 zł	21,08 zł

Źródło: ASM - Centrum Badań i Analiz Rynku na podstawie własnych analiz

W granicach obszaru rewitalizacji znajdują się 22 lokale użytkowe, które zostały wystawione na sprzedaż. Najwięcej z analizowanych ogłoszeń dotyczyło lokali użytkowych znajdujących się w centrum Słupska. Średnia cena sprzedaży nieruchomości za metr kwadratowy na wyznaczonym obszarze rewitalizacji wynosiła 2 785,85 zł i jest zbliżona do średniej spoza obszaru rewitalizacji (2 534,66 zł). Największa ilość ogłoszeń oscylowała wokół kwoty od 2 000,00 zł do 3 000,00 zł/m². Takie ceny dotyczyły lokalizacji w centrum miasta, na ul. Konopnickiej, ul. Lotha, ul. Poznańskiej oraz na Starym Rynku. Najwyższe ceny sprzedaży odnotowano na ul. Jaracza oraz ul. Nowobramskiej. W tym rejonie za zakup lokalu użytkowego należało średnio wydać 4 479 zł/m².

25

Trzy z analizowanych ogłoszeń dotyczyło sprzedaży bądź wynajmu, stąd informacje dotyczące również ceny za m² wynajmu.

Wyznaczenie potencjalnych funkcji w obrębie rewitalizowanego obszaru umożliwiają dane dotyczące ogłoszeń sprzedaży lokali użytkowych z uwzględnieniem ich przeznaczenia oraz powierzchni.

Tabela 13 Podział ogłoszeń na sprzedaż lokalu ze względu na jego przeznaczenie

Lokalizacja	Liczba lokali
sprzedaż	22
centrum	7
biurowy	1
gastronomiczny, biurowy, handlowy, usługowy	1
inny	1
usługowy	2
usługowy, handlowy	2
Jaracza	1
gastronomiczny, biurowy, handlowy, usługowy	1
Jaracza/Słowackiego	1
gastronomiczny, biurowy, handlowy, usługowy	1
Konopnickiej	1
gastronomiczny, biurowy, handlowy, usługowy	1
Kopernika	1
biurowy	1
Lotha	1
usługowy, handlowy	1
Młyńska	1
usługowy	1
Nowobramska	2
gastronomiczny, biurowy, handlowy, usługowy	2
Paderewskiego	1
handlowy, usługowy	1
Poznańska	1
biurowy	1
Stary Rynek	1
handlowy, usługowy	1
Tuwima	2
usługowy, biurowy	2
Wileńska	2
handlowy	1
usługowy	1
SUMA	22

Źródło: ASM - Centrum Badań i Analiz Rynku na podstawie własnych analiz

Najbardziej różnorodna pod względem możliwości prowadzonych usług jest przestrzeń w obrębie centrum Słupska. W tym rejonie najwięcej ofert sprzedaży lokali dotyczyło usług handlowych i usługowych. Ulice Jaracza, Konopnickiej oraz Nowobramska posiadają dość ujednoliconą ofertę skupioną wokół gastronomii, handlu, usług oraz powierzchni biurowych.

Tabela 14 Średnia powierzchnia lokali na sprzedaż

Lokalizacja	Średnia powierzchnia lokalu [mkw]
sprzedaż	462,80
centrum	252,64
Jaracza	60,10
Jaracza/Słowackiego	60,10
Konopnickiej	50,00
Kopernika	589,00
Lotha	390,00
Młyńska	70,00
Nowobramska	150,00
Paderewskiego	860,00
Poznańska	3423,00
Stary Rynek	833,00
Tuwima	851,00
Wileńska	38,00
SUMA	462,80

Źródło: ASM - Centrum Badań i Analiz Rynku na podstawie własnych analiz

Średnia powierzchnia lokali na sprzedaż w obrębie rewitalizowanego terenu wynosi 462,80 m². Największa znajduje się na ul. Poznańskiej. Nie oznacza to jednak, że tak duża ilość lokali użytkowych została wystawiona na sprzedaż w tym rejonie. Przedstawiona wartość wynika z pojawienia się oferty sprzedaży budynku o przeznaczeniu biurowym, którego całkowita powierzchnia wynosi 3 423 m². Na Starym Rynku, ul. Paderewskiego oraz Tuwima można zakupić największą powierzchnię lokali użytkowych. Najmniejszą powierzchnię do sprzedania oferują właściciele lokali na ul. Jaracza, Konopnickiej oraz Młyńskiej.

Poniżej przedstawiono dane dotyczące lokali użytkowych, które wystawiono na sprzedaż bądź wynajem z uwzględnieniem ich usytuowania w budynku (tab. 14).

Tabela 15 Oferty sprzedaży lokali według poziomu, na którym się znajdują

Lokalizacja	parter	1 piętro	2 piętro	3 piętro	cały budynek	SUMA
sprzedaż	9	3	1	1	8	22
centrum	2	2			3	7
Jaracza	1					1
Jaracza/Słowackiego	1					1
Konopnickiej	1					1
Kopernika					1	1
Lotha					1	1
Młyńska	1					1
Nowobramska	2					2
Paderewskiego					1	1
Poznańska					1	1
Stary Rynek					1	1
Tuwima			1	1		2
Wileńska	1	1				2
SUMA	9	3	1	1	8	22

Źródło: ASM - Centrum Badań i Analiz Rynku na podstawie własnych analiz

Wśród ofert sprzedaży lokali, największa ich ilość dotyczy całych budynków bądź tych, które znajdują się na parterze. Wśród tej kategorii, najwięcej lokali jest zlokalizowanych w centrum Słupska. Znikoma liczba ogłoszeń sprzedaży lokali dotyczy tych, które są umiejscowione na piętrze (5 ofert sprzedaży).

W poniższej tabeli (tab. 15) zamieszczono informacje na temat lokali wystawionych na sprzedaż oraz pod wynajem z uwzględnieniem ich stanu technicznego.

Tabela 16 Oferty sprzedaży lokali z uwzględnieniem na ich stanu

Lokalizacja	Stan lokalu:	
	do remontu	gotowy
sprzedaż	7	15
centrum	2	5
Jaracza		1
Jaracza/Słowackiego		1
Konopnickiej		1
Kopernika	1	
Lotha		1
Młyńska	1	
Nowobramska	1	1
Paderewskiego		1

Poznańska	1	
Stary Rynek		1
Tuwima		2
Wileńska	1	1
SUMA	7	15

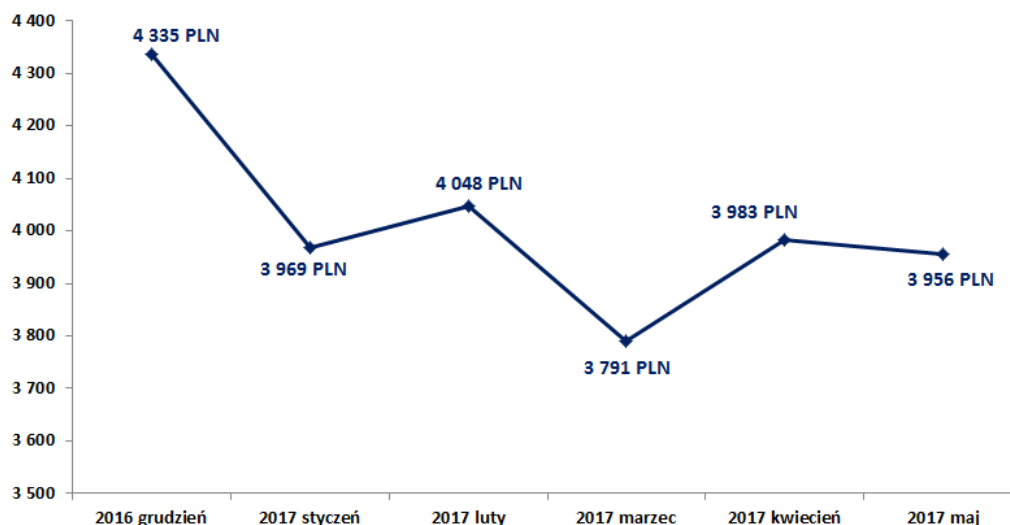
Źródło: ASM - Centrum Badań i Analiz Rynku na podstawie własnych analiz

Dwie trzecie ofert sprzedaży dotyczy lokali, które nie wymagają dodatkowych czynności remontowych. Jak wskazuje zamieszczona wyżej tabela, lokale te rozproszone są na kilkunastu ulicach, przez co trudno wskazać dominującą lokalizację lokali usługowych gotowych do zagospodarowania.

Natomiast lokale nadające się do remontu, w przypadku których udało się ustalić dokładną lokalizację, znajdują się na ul. Kopernika, ul. Młyńskiej, ul. Nowobramskiej, ul. Poznańskiej oraz ul. Wileńskiej.

W przypadku **lokal/pomieszczeń użytkowych przeznaczonych na wynajem**, można wskazać, że średnia cena wynajmu w Słupsku w maju 2017 roku kształtowała się na poziomie 3 956 zł (wartości od 240 do 36 000 zł w zależności od wielkości lokalu, jego lokalizacji oraz wyposażenia). W całym województwie pomorskim średnia cena wynajmu wynosiła zaś 9 623 zł, a średnia cena 1m² wynajmowanej powierzchni ukształtowała się zaś na poziomie 49 zł/m².

Wykres 10 Średnia cena ofertowa wynajmu lokali użytkowych w Słupsku w okresie grudzień 2016-maj 2017



Źródło: ASM - Centrum Badań i Analiz Rynku na podstawie analizy otodom.pl

Liczba lokali użytkowych jaka została wystawiona na wynajem jest ponad trzy razy większa od liczby ogłoszeń sprzedaży lokali użytkowych na rewitalizowanym obszarze. Średnia cena za jeden metr kwadratowy wynajmowanej powierzchni wynosi 42,40 zł i jest znacznie niższa od średniej spoza obszaru objętego rewitalizacją (68,61 zł).

W następnym etapie przeanalizowano liczbę ogłoszeń lokali użytkowych, z uwzględnieniem ich lokalizacji i cen wynajmu. Jest to istotna informacja, głównie ze względu na potencjał inwestycyjny wymienionych miejsc.

Tabela 17 Liczba ogłoszeń lokali użytkowych na wynajem

LOKALIZACJA	LICZBA OFERT	CENA WYNAJEM [zł/mkw]
wynajem	78	42,40 zł
centrum	34	37,89 zł
Filmowa	1	25,28 zł
Gdańska	3	21,37 zł
Kaszubska	2	67,11 zł
Kołłątaja	3	45,08 zł
Konopnickiej	1	56,25 zł
Kopernika	4	54,45 zł
Mickiewicza	2	37,50 zł
Piekietko	1	50,78 zł

LOKALIZACJA	LICZBA OFERT	CENA WYNAJEM [zł/mkw]
Plac Dąbrowskiego	1	18,01 zł
Plac Zwycięstwa	1	23,97 zł
Reymonta	1	40,00 zł
Solskiego	1	29,41 zł
Stary Rynek	5	35,61 zł
Starzyńskiego	3	84,52 zł
Śródmieście	1	50,00 zł
Tuwima	3	38,24 zł
Wileńska	3	92,22 zł
Wojska Polskiego	7	35,37 zł
Wolności	1	22,00 zł
SUMA	78	42,40 zł

Źródło: ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku, na podstawie własnych analiz

Liczba lokali użytkowych jaka została wystawiona na wynajem jest ponad trzy razy większa od liczby ogłoszeń sprzedaży lokali użytkowych na rewitalizowanym obszarze. Średnia cena za jeden metr kwadratowy wynajmowanej powierzchni wynosi 42,40 zł jest znacznie niższa od średniej spoza obszaru objętego rewitalizacją (68,61 zł). Przeważająca część z przedstawionych ofert (43,6%) znajduje się w centrum Słupska. Cena w tej lokalizacji nie przekracza 38,00 zł/m². Najdroższe powierzchnie lokalowe pod wynajem znajdują się na ul. Wileńskiej (92,22 zł/m²) oraz ul. Starzyńskiego (84,52 zł/m²). Największa ilość ogłoszeń (67%) wynajmu lokali użytkowych jest w cenie od 31,00 zł/m² do 40,00 zł/m². Dotyczy to lokalizacji w centrum, ul. Mickiewicza, ul. Reymonta, Starego Rynku, ul. Tuwima oraz ul. Wojska Polskiego. Ponad 51,00 zł/m² należy zapłacić za wynajem w obrębie ul. Kaszubskiej, ul. Konopnickiej, ul. Kopernika, ul. Starzyńskiego oraz ul. Wileńskiej. Te oferty ogłoszeń stanowią 18% wszystkich propozycji wynajmu nieruchomości lokali na obszarze wsparcia.

Tabela 18 Podział ogłoszeń na wynajem lokalu ze względu na jego przeznaczenie

Lokalizacja	Liczba lokali
wynajem	78
centrum	34
biurowy	3
biurowy, handlowy, usługowy	1
biurowy, usługowy	2
gastronomiczny, biurowy, handlowy, usługowy	1

Lokalizacja	Liczba lokali
handlowy	5
handlowy, usługowy	4
przemysłowy	2
usługowy	15
usługowy, handlowy	1
Filmowa	1
usługowy	1
Gdańska	3
usługowy	2
usługowy, handlowy	1
Kasubska	2
hotelowy	2
Kołtątaja	3
biurowy	1
handlowy	1
usługowy	1
Konopnickiej	1
usługowy	1
Kopernika	4
biurowy, handlowy, usługowy	1
biurowy, handlowy, usługowy	3
Mickiewicza	2
biurowy	1
biurowy, handlowy, usługowy	1
Piekielko	1
usługowy	1
Plac Dąbrowskiego	1
biurowy	1
Plac Zwycięstwa	1
handlowy, usługowy	1
Reymonta	1
handlowy	1
Solskiego	1
biurowy, handlowy, usługowy	1
Stary Rynek	5
gastronomiczny, biurowy, handlowy, usługowy	2
handlowy	2
usługowy	1
Starzyńskiego	3
handlowy	3
Śródmieście	1
usługowy	1
Tuwima	3

Lokalizacja	Liczba lokali
biurowy	1
handlowy	1
usługowy	1
Wileńska	3
gastronomiczny	1
handlowy	1
usługowy	1
Wojska Polskiego	7
biurowy	1
biurowy, handlowy, usługowy	1
gastronomiczny, przemysłowy, biurowy, handlowy, usługowy	1
handlowy	1
usługowy	3
Wolności	1
handlowy	1
SUMA	78

Źródło: ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku, na podstawie własnych analiz

W centrum Słupska znajduje się największa liczba lokali użytkowych na wynajem, w których można realizować funkcje: biurowe, handlowe, usługowe, gastronomiczne oraz przemysłowe. Ulice: Kołłątaja, Kopernika, Mickiewicza oraz Tuwima są dość jednorodne pod względem możliwości rozwoju obiektów biurowych lub usługowo-handlowych. W przedstawionym zestawieniu istotną przestrzenią pod względem realizacji zróżnicowanych funkcji wydaje się być ul. Wojska Polskiego. Może być ona tak zagospodarowana, aby realizować zadania związane z rozwojem usług, handlu, gastronomii oraz lokali biurowych.

Różnorodność oferowanych lokali - zarówno tych przeznaczonych na sprzedaż, jak i na wynajem, była bardzo duża. Ogłoszeniodawcy dysponowali zarówno małymi lokalami o powierzchni 9,0 m², odpowiednimi na prowadzenie mało rozbudowanej działalności gospodarczej, jak i bardzo dużymi o powierzchni ponad 6 000 m².

Tabela 19 Średnia powierzchnia lokali na wynajem

Lokalizacja	Średnia powierzchnia lokalu [mkw]
wynajem	77,84
Filmowa	58,00
Gdańska	227,67
Kasubaska	149,00
Kołątaja	33,79
Konopnickiej	80,00
Kopernika	25,42
Mickiewicza	22,00
Piekietko	21,66
Plac Dąbrowskiego	32,20
Plac Zwycięstwa	146,00
Reymonta	30,00
Solskiego	85,00
Stary Rynek	29,20
Starzyńskiego	71,33
Śródmieście	24,00
Tuwima	39,71
Wileńska	23,33
Wojska Polskiego	88,79
Wolności	25,00
SUMA	77,84

Źródło: ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku, na podstawie własnych analiz

Przeciętna powierzchnia lokalu pod wynajem na rewitalizowanym obszarze wynosi 77,84 m². Największe lokale do wynajęcia znajdują się na ul. Gdańskiej, Kaszubskiej oraz na Placu Zwycięstwa. Relatywnie małą powierzchnię do wynajmu lokalu można znaleźć na Starym Rynku, Śródmieściu, ul. Piekietko, Mickiewicza, Wileńskiej, Wolności, Kopernika oraz Reymonta.

Zdecydowana większość prezentowanych przez ogłoszeniodawców lokali przeznaczonych na wynajem była gotowa do użytku - stan po remoncie, po odświeżeniu (70,9%), jedynie 10,9% lokali wymagało remontu.

Tabela 20 Oferty wynajmu lokali według poziomu, na którym się znajdują

Lokalizacja	plac	parter	1 piętro	2 piętro	3 piętro	SUMA
wynajem	1	58	11	6	2	78
centrum	1	26	3	3	1	34
Filmowa					1	1
Gdańska		2	1			3
Kasubaska			2			2
Kołłątaja		2	1			3
Konopnickiej		1				1
Kopernika		4				4
Mickiewicza		2				2
Piekietko		1				1
Plac Dąbrowskiego				1		1
Plac Zwycięstwa			1			1
Reymonta		1				1
Solskiego		1				1
Stary Rynek		5				5
Starzyńskiego		3				3
Śródmieście		1				1
Tuwima		1		2		3
Wileńska		2	1			3
Wojska Polskiego		5	2			7
Wolności		1				1
SUMA	1	58	11	6	2	78

Źródło: ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku, na podstawie własnych analiz

Wśród ofert wynajmu lokali przeważają te, które znajdują się w parterach budynków. Stanowią one 74,0% wszystkich ogłoszeń wynajmu lokalu, z czego ponad jedna trzecia z nich jest ulokowana w centrum. 18,0% ogłoszeń dotyczy lokali znajdujących się na Starym Rynku, ul. Wojska Polskiego i ul. Kopernika. Ponad jedna czwarta ogłoszeń dotyczy lokali znajdujących się na pierwszym, drugim lub trzecim piętrze. Najwięcej z nich znajduje się w centrum Słupska. Co interesujące, jedna oferta wynajmu dotyczyła zagospodarowania placu.

Tabela 21 Oferty wynajmu lokali ze względu na ich stan

Lokalizacja	Stan lokalu:		
	brak danych	do remontu	gotowy
wynajem	16	8	54
Centrum	10	4	20
Filmowa			1
Gdańska			3
Kaszubska			2
Kołłątaja	1		2
Konopnickiej			1
Kopernika			4
Mickiewicza			2
Piekielko			1
Plac Dąbrowskiego	1		
Plac Zwycięstwa			1
Reymonta			1
Solskiego		1	
Stary Rynek		2	3
Starzyńskiego			3
Śródmieście			1
Tuwima		1	2
Wileńska	3		
Wojska Polskiego	1		6
Wolności			1
SUMA	16	8	54

Źródło: ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku, na podstawie własnych analiz

Około 70,0% lokali przeznaczonych na wynajem jest gotowych do użytkowania. Są one zlokalizowane przeważnie w centrum Słupska, na ul. Wojska Polskiego, ul. Kopernika, ul. Gdańskiej, ul. Starzyńskiego oraz na Starym Rynku. Lokale wymagające remontu stanowią nieco ponad 10,0% wszystkich ogłoszeń. Są one zlokalizowane w centrum, Starym Rynku, na ul. Solskiego oraz ul. Tuwima.

Podsumowując zaprezentowane informacje na temat sprzedaży lub wynajmu użytkowych lokali prywatnych, zauważyć należy, że:

- większość lokali przeszła remont i nadaje się do natychmiastowego użytku,

- właściciele nie narzucają funkcji, jaka może być realizowana w lokalach przeznaczonych na wynajem (dopuszczają handel, gastronomię, usługi, a także biura),
- wśród prywatnych nieruchomości objętych sprzedażą, w których można realizować wyżej wymienione funkcje, powierzchnia użytkowa wynosi od 50 m² do 252m². Przeważają jednak lokale o powierzchni wynoszącej średnio 50 m²,
- średnia cena sprzedaży lokali użytkowych na obszarze zakwalifikowanym do rewitalizacji wynosi 2 785,85 zł/m². Co jednak istotne, można wyodrębnić ulice, na których koszty zakupu są znacznie wyższe. Do miejsc, w których ceny kształtują się powyżej średniej, należą ulice Jaracza oraz Nowobramska. Ceny sprzedaży za metr kwadratowy są tam niemal dwukrotnie wyższe niż na pozostałych ulicach, wchodzących w obszar rewitalizacji, co świadczy o szczególnej atrakcyjności tych miejsc,
- średnia cena za wynajem m² powierzchni użytkowej na obszarze objętym rewitalizacją jest znacznie niższa aniżeli poza obszarem rewitalizacji. Mimo to, na rewitalizowanym obszarze można zidentyfikować lokalizacje, w których cena za wynajem – podobnie jak wspomniana już cena sprzedaży – jest znacząco wyższa od średniej obliczonej dla całego obszaru rewitalizacji. Wyższym kosztem wynajmu, przekraczającym wspomnianą średnią, charakteryzują się takie ulice jak: Kaszubska, Kopernika, Starzyńskiego i Wileńska, co świadczy o ich wysokiej atrakcyjności dla działalności handlowo-usługowej,
- dodatkowym atutem jest lokalizacja opisywanych lokali. Ich zdecydowana większość znajduje się w parterach budynków.

7.3. Analiza ofert sprzedaży bądź wynajmu lokali komunalnych

Zasady gospodarowania lokalami użytkowymi stanowiącymi własność miasta Słupsk oraz lokali miasta w budynkach zarządzanych przez zarządców (czyli podmioty zarządzające zasobem miasta Słupska w ramach podpisanej z UM w Słupsku umowy

o zarządzaniu), określa uchwała Rady Miejskiej nr XVII/229/11 z dnia 21 grudnia 2011 roku wraz ze zmianami z dnia 29 stycznia 2014 r.

W ramach uchwały gospodarowanie miejskimi lokalami użytkowymi może odbywać się we wszystkich możliwych prawnie dopuszczonych formach, w tym w szczególności, w drodze zawierania umów najmu. Lokale mogą być oddawane w najem w trybie przetargu lub w trybie bezprzetargowym. Najemcy lokali zobowiązani są do wniesienia kaucji w formie pieniężnej, w wysokości 3 – krotność miesięcznego czynszu wynegocjowanego lub osiągniętego w wyniku przetargu.

Najemcom, którzy za zgodą wynajmującego, dokonują nakładów w najmowanym lokalu, w umowie najmu może być udzielona gwarancja trwałości stosunku najmu na okres nie przekraczający 5 lat, zaś umowa najmu nie może ulec rozwiązaniu wskutek wypowiedzenia dokonanego przez wynajmującego z przyczyn leżących po jego stronie.

W ramach uchwały Miasto Słupsk posiadane lokale użytkowe może oddawać w użyczenie, m.in.: stowarzyszeniom, które w swoich statutach organizacyjnych jako jedno z zadań mają promocję Miasta Słupska i zadanie to czynnie realizują, organizacjom pozarządowym, które prowadzą działalność w sferze zadań publicznych jako działalność pożytku publicznego, spółkom prawa handlowego, w których Miasto posiada 100 % udziałów, na cele związane z wykonywaniem ich działalności statutowej.

Na chwilę obecną miasto Słupsk dysponuje 375 lokalami użytkowymi, spośród których 18 przeznaczonych jest na sprzedaż, a 30 na wynajem. Na terenach rozwojowych obszaru rewitalizacji (wskazanych w Załączniku nr 9 do Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia) znajduje się 31 lokali: 2 w rejonie ul. Ogrodowej i Długiej, 19 w rejonie Starego Rynku, a 10 w rejonie ul. Wojska Polskiego. Ich wielkość jest bardzo zróżnicowana i waha się od 14 do 188 m². Jeśli chodzi o przeznaczenie lokali przeznaczonych na sprzedaż lub wynajem, to kwestia ta kształtuje się następująco:

- 4 lokale przeznaczone na cele magazynowe,
- 1 lokal przeznaczony na działalność gastronomiczną,

- 5 lokali przeznaczonych na działalność organizacji pozarządowych,
- 4 lokale przeznaczone na handel,
- 5 lokali przeznaczonych na usługi,
- 1 lokal przeznaczony na cele produkcyjne.

Tabela 22 Lokale użytkowe znajdujące się w dyspozycji Miasta Słupsk

Adres	Przeznaczenie	Sprzedaż lub wynajem	Rok powstania obciążenia	Lokalizacja		Wielkość (w m ²)
Jaracza		sprzedaż	2017	Teren rozkowy	Okolice Ogrodowej	36
Jaracza	usługi	wynajem	2017	Teren rozkowy	Okolice Ogrodowej	43
Zamenhofa		sprzedaż	2017	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	101
Zamenhofa		wynajem	2013	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	13
Zamenhofa		wynajem	2013	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	78
Waryńskiego	usługi, handel	wynajem	2017	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	25
Sienkiewicza		wynajem	2013	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	14
Sienkiewicza		sprzedaż	2011	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	18
Sienkiewicza		sprzedaż	2014	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	20
Sienkiewicza		sprzedaż	2011	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	28
Sienkiewicza		sprzedaż	2017	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	41
Sienkiewicza	NGO	wynajem	2013	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	59

Adres	Przeznaczenie	Sprzedaż lub wynajem	Rok powstania obciążenia	Lokalizacja		Wielkość (w m ²)
Sienkiewicza		sprzedaż	2016	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	70
Sienkiewicza	NGO	wynajem	2015	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	115
Sienkiewicza	NGO	wynajem	2011	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	141
Sienkiewicza	NGO	wynajem	2015	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	142
Sienkiewicza	NGO	wynajem	2016	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	156
		sprzedaż	2015	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	188
Mostnika	gastronomia	wynajem	2017	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	130
Filmowa		sprzedaż	2013	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	62
Bema		wynajem	2016	Teren rozkowy	Okolice Starego Rynku	21
Wojska Polskiego		sprzedaż	2015	Teren rozkowy	Okolice Wojska Polskiego	32
Wojska Polskiego		sprzedaż	2017	Teren rozkowy	Okolice Wojska Polskiego	105
Wojska Polskiego	magazyn	wynajem	2015	Teren rozkowy	Okolice Wojska Polskiego	111
Wileńska	magazyn	wynajem	2011	Teren rozkowy	Okolice Wojska Polskiego	20
Wileńska		sprzedaż	2016	Teren rozkowy	Okolice Wojska Polskiego	14
Wileńska	usługi	wynajem	2014	Teren rozkowy	Okolice Wojska	21

Adres	Przeznaczenie	Sprzedaż lub wynajem	Rok powstania obciążenia	Lokalizacja		Wielkość (w m ²)
					Polskiego	
Mickiewicza	magazyn	wynajem	2017	Teren rozkowy	Okolice Wojska Polskiego	24
Mickiewicza	usługi, handel	wynajem	2016	Teren rozkowy	Okolice Wojska Polskiego	22
Mickiewicza	produkcja (piekarnia)	wynajem	2017	Teren rozkowy	Okolice Wojska Polskiego	80
Kołatąja		wynajem	2012	Teren rozkowy	Okolice Wojska Polskiego	12
Żwirki i Wigury		sprzedaż	2013	Inne		27
Westerplatte		sprzedaż	2015	Inne		91
Staszica	magazyn	wynajem	2016	Inne		0
Sierpnika		wynajem	2011	Inne		20
Poniatowskieg o	handel	wynajem	2011	Inne		36
Poniatowskieg o		wynajem	2011	Inne		42
Pobożnego		wynajem	2013	Inne		18
Pobożnego		sprzedaż	2013	Inne		22
Pobożnego		wynajem	2014	Inne		54
Niemcewicz		wynajem	2011	Inne		39
Kopernika		sprzedaż	2015	Inne		70
Kilińskiego 2		wynajem	2014	Inne		36
Kilińskiego	handel	wynajem	2011	Inne		11
Kaszukska		sprzedaż	2016	Inne		246
Gwardii Ludowej	usługi	wynajem	2011	Inne		100
Armii Krajowej		wynajem	2013	Inne		0
Armii Krajowej		sprzedaż	2016	Inne		120

Źródło: Urząd Miasta Słupsk

W celu uzupełnienia analizy lokali użytkowych dostępnych w Słupsku, oprócz weryfikacji lokali oferowanych przez prywatnych najemców, dokonano również analizy lokali oferowanych przez miasto. W tym celu posłużono się informacjami pozyskanymi z Biuletynu Informacji Publicznej. Od początku 2017 roku na stronach BIP pojawiły się dwa ogłoszenia zawierające oferty przetargów na sprzedaż lokali użytkowych:

Tabela 23 Lokale przeznaczone na sprzedaż w 2017 roku, wg ofert zamieszczonych w BIP UM w Słupsku

Lokalizacja	Nr działki/działek	Rodzaj nieruchomości	Powierzchnia [m ²]	Przeznaczenie
Jaracza 16	594	niezabudowana	225	mieszkaniowa wielorodzinna
Wita Stwosza 13	21	zabudowana	5348	produkcyjno-składowa, usługowa
Armii Krajowej	189/7	zabudowana	20	garaż
Rybacka	278/14	niezabudowana	594	mieszkaniowa jednorodzinna
Tuwima 20A		zabudowana	46,5	lokal użytkowy
Armii Krajowej 34		zabudowana	124,36	lokal użytkowy
Armii Krajowej 34/2		zabudowana	88,48	lokal użytkowy
Mostnika 7		zabudowana	61,76 + (piwnica 26,23 m ²)	lokal użytkowy
Mostnika 7		zabudowana	61,64	lokal użytkowy
Wojska Polskiego 54		zabudowana	51,77	lokal użytkowy
Niemcewicz	224/8	niezabudowana	-	mieszkaniowa wielorodzinna
Szkolna	205/7	niezabudowana	634	mieszkaniowo – usługowa
Tuwima 20A		zabudowana	29,15	lokal użytkowy
Starzyńskiego	1895	niezabudowana	1336	usługowo-mieszkaniowa
Armii Krajowej 4		zabudowana	36,53	lokal użytkowy
Kaszubska 5-7		zabudowana	244,86	lokal użytkowy
Mostnika 7		zabudowana	101,51	lokal użytkowy
Wojska Polskiego 32 (piwnica)		zabudowana	34,39	lokal użytkowy
Filmowa 5		zabudowana	61,68	lokal użytkowy
Konopnickiej	1894 i 875	niezabudowana	1222	mieszkaniowa wielorodzinna i usługowa
Piekietko		niezabudowana	800	mieszkaniowa

Lokalizacja	Nr działki/działek	Rodzaj nieruchomości	Powierzchnia [m ²]	Przeznaczenie
				wielorodzinna i usługowa
Wileńska 1	870	zabudowana	1147	mieszkaniowa wielorodzinna i usługowa
Wojska Polskiego 51		zabudowana	-	lokal użytkowy

Źródło: ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku, na podstawie: Biuletyn Informacji Publicznej UM w Słupsku

Z danych pozyskanych z Biura Informacji Publicznej wynika, że przeważająca liczba ofert sprzedaży (70,0%) dotyczy nieruchomości zabudowanych, które zazwyczaj są przeznaczone do funkcji użytkowych. Średnia powierzchnia nieruchomości przeznaczonych do sprzedaży wynosi 532 m². Ponadto jeden lokal, to piwnica (34,39 m²).

Wysokość czynszu za lokal użytkowy oddany w najem, ustala się w wysokości iloczynu powierzchni lokalu i stawki za m² powierzchni. Wysokość stawek za m² powierzchni lokalu użytkowego ustala Prezydent Miasta. Ostatnie Zarządzenie Prezydenta Miasta Słupska (Nr 87 /ZNB/ 2017) w sprawie ustalenia podstawowych stawek czynszu najmu lokali użytkowych i innych pomieszczeń oraz garaży znajdujących się w zasobach Miasta Słupska pochodzi z dnia 10 lutego 2017 r. W ramach w/w zarządzenia miesięczna stawka wyjściowa za najem lokalu użytkowego wynosi w ramach przetargu 15,00 zł. Stawka wyjściowa do przetargu za najem garażu oraz pomieszczeń magazynowych i innych pomieszczeń znajdujących się w zasobie Miasta Słupska wynosi 10,00 zł. Poza tym określone typy działalności usługowej oraz podmioty otrzymujące lokale w trybie bezprzetargowym podlegają obniżkom, szczegółowo określonym w Załączniku nr 1 i 2 do w/w zarządzenia.

Wskazane stawki nie odbiegają znacząco od kwot wyjściowych obowiązujących w innych miastach podobnej wielkości. Na przykład w Kaliszu, stawka wyjściowa za wynajem lokalu komunalnego w centrum odpowiadającym swoim charakterem ul. Wojska Polskiego wynosi 18 zł/m². Jeżeli kwota ta jest większa, to wynika z to faktu niewielkiego

metrażu lokalu (np. za lokal o powierzchni 3m² trzeba zapłacić 25 zł/m²). Warto również podkreślić, że im dalej od centrum, tym kwota najmu jest niższa (osiągając niekiedy poziom 6 zł/m²). Ulgę od kwoty wyjściowej można uzyskać w ramach tzw. projektu „Start up” skierowanego do właścicieli nowopowstających działalności gospodarczych.

Biorąc pod uwagę powyższe kwestie czynszowe oraz popyt na użytkowe lokale komunalne, a także uwzględniając ofertę przygotowaną przez prywatnych właścicieli, stwierdzić można, że:

- sama cena wywoławcza nie stanowi problemu – jawi się ona bowiem jako atrakcyjna w porównaniu z prywatnymi zasobami lokali użytkowych. Z pewnością ceny negocjowane w drodze przetargów okazują się wyższe niż cena wyjściowa, niemniej nie przekłada się to na dużą liczbę wolnych lokali użytkowych w zasobach komunalnych Słupska (na terenie całego miasta jest to 48 lokali spośród 375 znajdujących się w rękach samorządu),
- duże lokale nie czekają na najemców dłużej aniżeli lokale o mniejszej powierzchni, nie przekraczającej 20 m². Jak wskazują zgromadzone dane, to właśnie małe lokale użytkowe są niejednokrotnie wolne od kilku lat, w przeciwieństwie do lokali o powierzchni ok. 100 m²,
- w świetle powyższych danych oraz informacji zgromadzonych w trakcie wywiadów ze słupskimi przedsiębiorcami, przypuszczać można, że problemem jest raczej konieczność dostosowania lokali na potrzeby prowadzonej działalności gospodarczej, co pociąga za sobą dodatkowe koszty, stające na przeszkodzie wynajmu komunalnych lokali użytkowych,
- Miasto Słupsk prowadzi politykę wyprzedaży lokali usługowych w kluczowych miejscach obszaru rewitalizacji, jak ul. Filmowa, Wileńska czy Wojska Polskiego. Może to utrudniać kontrolę profilu prowadzonych działalności gospodarczych, a przez to uniemożliwiać skuteczne kształtowanie programu funkcjonalnego, o którym mowa w rekomendacjach,

- podobnie jak w przypadku lokali prywatnych, atutem większości omawianych zasobów komunalnych jest ich lokalizacja w piwnicach lub parterach, co ułatwia prowadzenie działalności wymagającej fizycznej obecności klientów.

8. Rekomendacje dla programu dotyczącego lokali usługowych

Centrum Słupska – rozumiane jako obszar rewitalizacji – stanowi atrakcyjny obszar dla działalności opartej na lokalach usługowych. Jest to część miasta, w której już teraz występuje rozbudowana infrastruktura handlowa i usługowa, a działania rewitalizacyjne mogą przyczynić się do podejmowania nowych inwestycji oraz zatrzymania negatywnego trendu, jakim jest odpływ handlu i usług spowodowany wysokimi czynszami czy rozwojem centrów handlowych. Skuteczności tych działań sprzyjać może ogólna koniunktura gospodarcza, a także trendy związane z coraz większym znaczeniem ulic handlowych. Aby jednak wykorzystać tę szansę, samorząd musi wdrożyć szereg działań nakierowanych na podnoszenie atrakcyjności obszaru rewitalizacji Słupska dla konsumentów oraz właścicieli podmiotów gospodarczych zainteresowanych lokalizacją swojej działalności na tym obszarze. **W ujęciu ogólnym przeprowadzona analiza przestrzenna wskazuje, że:**

- Zasadne wydaje się oparcie działań rewitalizacyjnych na wzmacnianiu funkcji handlowej i usługowej, co znajduje potwierdzenie również w świetle zaprezentowanych w pierwszej części raportu analiz makrospołecznych. Po pierwsze, w najbliższych latach nie należy spodziewać się dużego popytu na powierzchnie biurowe, co może utrudniać wdrażanie rozwiązań ożywiających obszar objęty rewitalizacją. Po drugie, w kontekście wprowadzania lub wzmacniania funkcji handlowych i rozrywkowych na wskazanych wyżej obszarach, warto uwzględnić tendencje rynkowe. Jak już podkreślano, wciąż zauważalny jest popyt inwestycyjny na obszary i obiekty przeznaczone na działalność handlową. Co jednak istotne, największe zainteresowanie przejawiają w tym względzie sieci inwestujące w obiekty wolnostojące, lecz złożone z szeregu odrębnych lokali handlowych z osobnymi wejściami. W kontekście planowanej rewitalizacji konieczne jest więc przygotowanie programu, który może zapobiec powstawaniu nadmiernej liczby takich obiektów, przy jednoczesnym wdrożeniu – wespół z właścicielami prywatnych budynków – systemu zachęcającego do

lokowania poszczególnych marek sklepowych na obszarze centrum. Rolę facylitatora odgrywać może zatrudniony przez Miasto menedżer kwartału, którego obowiązki byłyby zbliżone do menedżera centrum handlowego – odpowiedzialnego za pozyskiwanie nowych marek. Rolę tę powinna pełnić osoba o dużym doświadczeniu w branży handlowej, dobrze znająca realia związane z przyciąganiem marek sklepowych w określone miejsce. Praca takiej osoby może też pomóc Miastu sprecyzować jakiego rodzaju inwestycje należy podjąć, by podnieść atrakcyjność miejskich ulic w porównaniu z centrami handlowymi.

- Przyciąganie marek sklepowych lokujących się coraz częściej na terenie wspomnianych mniejszych centrów handlowych powinno być połączone z tworzeniem unikalnego programu funkcjonalnego, niespotykanego w innych częściach miasta bądź przyciągającego odwiedzających np. w godzinach wieczornych. Klasycznym przykładem są tu usługi gastronomiczne, przy czym – co trzeba podkreślić – nie jest to jedyny sposób na ożywienie rewitalizowanego obszaru. Biorąc pod uwagę fakt, że rewitalizacja to proces zmian społecznych, które mają aktywizować oraz integrować lokalną społeczność, warto rozważyć udostępnienie jednego z lokum organizacji pozarządowej, której zadaniem byłoby m.in. stworzenie centrum informacji nt. podejmowanych działań odnowy oraz inicjowanie przedsięwzięć społeczno-gospodarczych. Interesującą inicjatywą jest również tworzenie alternatywnych przestrzeni do pracy. Przykładem niech będą biura coworkingu, które polegają na dzieleniu przestrzeni do pracy oraz wymianie doświadczeń głównie przez osoby reprezentujące wolne zawody, np. designerów czy architektów. Dzięki temu rewitalizacja Słupska dobrze wpisywałaby się w zalecenia znane z opracowań teoretycznych, w których sugeruje się tworzenie unikalnej oferty handlowo-usługowej, pozytywnie wyróżniającej obszar rewitalizacji na tle otoczenia.

- Do podstawowych „ciągów” handlowo-usługowych na obszarze rewitalizacji zaliczyć można ulice doprowadzające od zachodu do starówki (ul. Tuwima oraz Wojska Polskiego). Są one uzupełniane przez Stary Rynek oraz kilka dodatkowych ulic zlokalizowanych pomiędzy wspomnianym placem a dworcem kolejowym (m.in. ul. Wileńska). Ze względu na rolę tych miejsc, a także aktualną ofertę w zakresie dostępnych lokali usługowych, mogą one stanowić podstawę do kształtowania przestrzeni opartej o handel, a częściowo również usługi gastronomiczne (np. ul. Wojska Polskiego). Natomiast pozostałe ulice obszaru rewitalizacji, charakteryzujące się m.in. niższymi kosztami wynajmu czy zakupu lokali usługowych, mogą stanowić podstawę bardziej niszowych programów funkcjonalnych, opartych np. o lokalne rzemiosło. Próba przekształcenia tych ulic w główne ciągi handlowe czy gastronomiczne może bowiem wymagać znaczących nakładów finansowych, a zarazem zakończyć się niepowodzeniem (ze względu na „sztuczną” zmianę akcentów względem obecnie ukształtowanego znaczenia poszczególnych ciągów, a także na skutek tworzenia konkurencji naturalnie wykształconym ulicom handlowym). Łatwiejszym do wdrożenia rozwiązaniem jest zatem dążenie do wzmocnienia obecnych funkcji podstawowych „ciągów” handlowo-usługowych (głównie ul. Wojska Polskiego oraz ulic poprzecznych połączonych z tym ciągiem), szczególnie w zakresie istniejącej oferty handlowo-usługowej lub uzupełnienia o dodatkowe rodzaje działalności, zapewniające ożywienie ulicy przez większą część doby. Natomiast niszowe usługi mogą zostać przesunięte (lub wygenerowane) na dodatkowych ciągach, pozbawionych obecnie potencjału handlowego czy usługowego. W obu przypadkach program funkcjonalny należy kształtować w taki sposób, by oferta poszczególnych ulic wzajemnie się nie wypierała.
- Warto dodać, że wyróżnione ulice mają swoje punkty początkowe/końcowe w sąsiedztwie ważnych przestrzeni publicznych Słupska, takich jak dworzec kolejowy, Stary Rynek, pl. Zwycięstwa czy urząd miasta. Dzięki obecności obiektów użyteczności publicznej możliwe jest ustalenie punktów zamykających

osie uliczne, tj. atraktorów, do których zmierza się głównymi ciągami handlowo-usługowymi. Obiekty te tworzą kontekst podnoszący wartość rynkową okolicznych nieruchomości, a zarazem generują dodatkowy ruch uliczny. Jednocześnie, część z tych przestrzeni ma charakter archetypiczny (np. Stary Rynek) – mocno zakorzeniony w kulturze, a zarazem pożądanym i pozytywnie waloryzowany przez użytkowników przestrzeni miejskiej. Działania rewitalizacyjne powinny uwzględniać specyfikę wspomnianych atraktorów, głównie pod kątem ustalenia specyfiki ruchu pieszego, który można wykorzystać na potrzeby wzmocnienia handlowo-usługowego charakteru ulic. Dobrym przykładem dojrzałej przestrzeni jest Berliner Strasse w niemieckim Górlitz, która łączy dworzec kolejowy z historyczną starówką. Ukształtowany tam program funkcjonalny pozytywnie wpływa na atrakcyjność ulicy, decydując o jej żywotnym charakterze pomiędzy ważnymi atraktorami ruchu.

Zdjęcie 1 Berliner Strasse w Górlitz



Źródło: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:G%C3%B6rlitz_Berliner_Stra%C3%9Fe_02.jpg

- Trzeba podkreślić, że wykorzystywanie potencjału stwarzanego przez atraktory nie może być ograniczone do oddziaływania na rynek nieruchomości. Istotnym elementem rewitalizacji jest także przebudowa przestrzeni publicznej, choćby na wzór ul. Wojska Polskiego bądź przywołanej już Berliner Strasse w Gorlitz, gdzie aranżacja przestrzeni zakłada dominację transportu publicznego i ruchu pieszego. Trzeba jednak podkreślić, że kwestia kształtu przestrzeni ulicznej oraz udziału poszczególnych kategorii ruchu powinna być przedmiotem oddzielnego opracowania.

Na podstawie analizy dostępności lokali użytkowych, ich lokalizacji oraz przeznaczenia funkcjonalnego rekomenduje się wyodrębnienie trzech obszarów tematycznych:

- **obszar handlowo-gastronomiczny w rejonie ul. Wojska Polskiego.** Obszar ten charakteryzuje się występowaniem kilku ulic o wysokim potencjale handlowo-usługowym, wśród których wymienić można m.in. ul. Tuwima, ul. Wojska Polskiego, ul. Mickiewicza, ul. Kopernika, ul. Jaracza oraz ul. Wileńską. Jest to obszar predestynowany do rozwoju szerokiego wachlarza działalności usługowo-handlowej opartej o szeroki przepływ potencjalnych klientów. Obecnie ulice te charakteryzują się występowaniem usług realizowanych w ramach tzw. ginących zawodów (złotnik, zegarmistrz etc.), a także obecnością lokali gastronomicznych. Uzupełnienie stanowi działalność typowo handlowa, co zapewnia różnorodność oferty handlowo-usługowej (w tym również ta nakierowana na podstawowe oczekiwania mieszkańców, które dotyczą obecności aptek, zakładów fryzjerskich, sklepów z produktami pierwszej potrzeby etc.).
 - Interesującym rozwiązaniem dla tego rejonu jest utworzenie dodatkowych zakładów rzemieślniczych, które mogą zostać ulokowane zarówno przy ul. Wojska Polskiego, jak i w ulicach sąsiednich. Ze względu na specyfikę tych branż, nie jest wymagana ich obecność przy głównym ciągu handlowym jakim jest ul. Wojska Polskiego, choć w kontekście

obecnego zagospodarowania tego miejsca nic nie stoi na przeszkodzie, aby nowe zakłady rzemieślnicze uzupełniły ofertę tych już istniejących. Dla utrzymania zdywersyfikowanego charakteru tego rejonu ważne jest ponadto zapewnienie żywotności ul. Wojska Polskiego w godzinach wieczornych. Z tego względu należy wzmocnić ofertę gastronomiczną tego miejsca, czemu może służyć odpowiednie zagospodarowanie wolnych lokali użytkowych, które wciąż pozostają w rękach miasta.

- Niebagatelne znaczenie ma również bliska odległość względem CH Wokulski. Z tego względu warto rozważyć promocję w tych miejscach usług lub drobnego handlu, które stanowiłyby alternatywę (lub dopełnienie) ofert dostępnych we wspomnianym centrum. Podobne rozwiązanie można zaadaptować dla lokali znajdujących się na ul. Wojska Polskiego. Relatywnie duża przestrzeń jest szansą na rozwój usług, które już tam działają, np. kaletnik, jubiler, cukiernia, bar mleczny, sklepy spożywcze i bieliźniane. Nie bez znaczenia jest również ulokowanie nieruchomości tuż przy terenie ciągu pieszo-jezdnego. Wpływa to na zwiększenie dostępności oferowanych na tym terenie usług dla większej grupy ich potencjalnych użytkowników. W przypadku ul. Wileńskiej można dodatkowo realizować funkcje mieszkaniowe.
- Podkreślić tu należy, że wśród posiadanych przez miasto Słupsk zasobów lokalowych znajdują się nieruchomości, których lokalizacja (zgodnie z miejscowymi planami zagospodarowania przestrzennego) pozwala na rozwój funkcji usługowej, handlowej oraz mieszkaniowej. Na szczególną uwagę zasługują nieruchomości mieszczące się przy ul. Tuwima, ul. Wojska Polskiego i ul. Wileńskiej. Pozytywnym symptomem jest także fakt, że – w opinii analityków rynku nieruchomości – należy się spodziewać wzmożonej aktywności w zakresie adaptacji istniejących obiektów do potrzeb usług i handlu. Trend ten może zostać wykorzystany

na potrzeby planowanej rewitalizacji, ponieważ obszar przewidziany do działań rewitalizacyjnych obfituje w zasoby umieszczone w już istniejących obiektach.

- Zarysowany program może zostać wzmocniony odpowiednim zagospodarowaniem przeznaczonych na sprzedaż prywatnych lokali użytkowych (obecnie są one zlokalizowane głównie na ul. Jaracza, Konopnickiej, ul. Kołłątaja, ul. Kopernika, ul. Mickiewicza, ul. Tuwima oraz ul. Wojska Polskiego). Wśród nich jest najwięcej nieruchomości, które mogą pełnić funkcje handlowe, usługowe, biurowe oraz gastronomiczne.
 - Na tej podstawie warto rozpatrzyć możliwość rozwinięcia na tym terenie usług, które nie wymagają dużej powierzchni użytkowej, np. kawiarnie, zakłady rzemieślnicze, usługi fryzjerskie itp. Programowanie tego trendu wzmocnić można odpowiednią polityką względem przeznaczonych na sprzedaż lokali komunalnych, które częściowo znajdują się w podobnych lokalizacjach, a zarazem ich powierzchnia oscyluje wokół 40-50 m².
- **obszar historyczno-gastronomiczny w rejonie Starego Rynku:** w rejonie tym już teraz istnieje szereg lokali gastronomicznych, z kolei na pozostałych fragmentach wskazanego obszaru oczekiwane jest wzmocnienie tej funkcji w przyszłości (na chwilę obecną lokale gastronomiczne koncentrują się na ul. Nowobramskiej; na Starym Rynku pojawiają się pierwsze symptomy ożywienia funkcji gastronomicznej, z kolei ul. Mostnika wciąż jest jej pozbawiona), a ukierunkowanie polityki samorządu na wzmocnienie tej funkcji może przyczynić się do ożywienia wskazanego rejonu. Warto bowiem podkreślić, że współcześnie realizacja funkcji gastronomiczno-rozrywkowej nie musi bazować na historycznych wartościach danego miejsca, a jego genius loci niekiedy wynika z negacji dominujących wzorców kulturowych i kontrkulturowej aranżacji przestrzeni opartej np. na recydingu materiałów i przedmiotów użytkowych. Dzięki temu, mimo stosunkowo niskiej wartości historycznej większości

zabudowy w okolicach Starego Rynku, w rejonie tym istnieje potencjał do realizacji wskazanego programu funkcjonalnego. Program ten może łączyć odwołanie do ważnej roli Starego Miasta jako centrum życia społeczno-gospodarczego, z jednoczesnym nadaniem temu miejscu nowej szaty opartej na atrakcyjnej aranżacji lokali gastronomicznych i rozrywkowych,

- **obszar biurowy w rejonie ul. Sienkiewicza:** wolne zasoby lokalowe zlokalizowane są przede wszystkim na wyższych piętrach kamienic i - zgodnie z aktualną polityką miasta - mają zostać przeznaczone m.in. na działalność organizacji pozarządowych. Zarysowany kierunek przekształceń warto utrzymać, dzięki czemu rejon ul. Sienkiewicza uzyska unikatowy charakter (nie tracąc swojej reprezentacyjnej funkcji), a zarazem nie będzie stanowił konkurencji względem pozostałych terenów rozwojowych,
- **obszar usług nakierowanych na zaspokajanie podstawowych potrzeb mieszkańców – rejon ul. Ogrodowej i Długiej,** który w obecnych planach Miasta traktowany jest jako miejsce planowanego dogęszczenia funkcji mieszkaniowej oraz aranżacji przestrzeni pod kątem wzmocnienia roli terenów zielonych. Plany te zakładają przede wszystkim podniesienie jakości życia społeczności lokalnej, toteż zagospodarowanie lokali użytkowych powinno być skorelowane z nieustannie monitorowanymi oczekiwaniami członków tej społeczności, a także spodziewanymi przemianami demograficznymi (skutkującymi np. wzrastającym zapotrzebowaniem na punkty apteczne etc.). Warto również podkreślić, że planowane dogęszczenie zabudowy spowoduje wzrost ilości przestrzeni handlowo-usługowej w przyziemiach nowych budynków. Kwestia ta jest jednak wciąż na etapie planowania.

W kontekście zarysowanych wyżej spostrzeżeń:

- Należy się spodziewać, że pewnym ograniczeniem w zakresie potencjalnych adaptacji będzie historyczna wartość zabudowy. Z tego względu konkretne

działania rewitalizacyjne (a zarazem nakierowane na rynek lokali usługowych) warto poprzedzić analizą pokazującą potrzeby potencjalnych najemców w kontekście regulacji konserwatorskich oraz relacji własnościowych.

- W obliczu rozdrobnienia właścicielskiego rekomenduje się wstrzymanie procesu sprzedaży lokali komunalnych na obszarze rewitalizacji, ze szczególnym uwzględnieniem pomieszczeń zlokalizowanych na terenach tematycznych wyodrębnionych we wcześniejszej części niniejszego rozdziału. Ułatwi to wdrażanie programów tematycznych głównie pod kątem wpływu na te rodzaje działalności gospodarczej, które mogą zająć wolne przestrzenie. Jest to o tyle istotne, że lokalizacja komunalnych zasobów użytkowych, które są przeznaczone na sprzedaż, charakteryzuje się rozlokowaniem w kluczowych miejscach obszaru rewitalizacji – w rejonie Starego Rynku oraz ul. Wojska Polskiego. Wyjątkiem od tej propozycji mogą być lokale przy ul. Sienkiewicza, ponieważ z racji ulokowania na wyższych kondygnacjach są one niejako z natury predestynowane do pełnienia funkcji biurowych.
- Polityka przetargowa w zakresie wynajmu lokali powinna jasno określać przeznaczenie lokalu. W chwili obecnej nie jest to sprecyzowane w przypadku większości lokali wystawionych na wynajem lub sprzedaż, co utrudnia realizację programu funkcjonalnego. Podkreślić należy, że zawężenie funkcji do handlu lub usług nie jest wystarczające. Aby skutecznie wdrażać program funkcjonalny, należy jasno wskazać jakiego rodzaju usługi lub działalność handlowa jest dopuszczalna w określonej lokalizacji.
- Zaprezentowana analiza czynszowych stawek wyjściowych wskazuje, że same w sobie nie są one czynnikiem, który mógłby utrudniać wynajem lokali komunalnych, ponieważ stawki te kształtują się na atrakcyjnym poziomie w porównaniu z cenami oferowanymi przez właścicieli lokali prywatnych. Na wypadek problemów ze znalezieniem podmiotu o odpowiednim profilu warto mieć na uwadze możliwość stosowania karencji czynszowych lub obniżonych

stawek czynszu dla nowych najemców lokali, tak aby usprawnić wykorzystanie zasobów lokalowych na wymienionych wcześniej obszarach. Tego rodzaju wsparcie może być kierowane przede wszystkim do osób zakładających swoje pierwsze firmy i prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą – a więc kategorii charakteryzujących się małymi zdolnościami inwestycyjnymi (np. na wzór kaliskiego programu „Start up”).

- Podkreślić należy, że słupscy przedsiębiorcy zwracają uwagę na nieprzygotowanie zasobów lokalowych do prowadzenia działalności gospodarczej. Głównym problemem jest niezadowalający stan lokali komunalnych, a także wysokość kosztów najmu, zaś wywiady przeprowadzone na potrzeby badania wskazują również, że nawet mniejsze lokale często są zbyt duże w porównaniu do potrzeb określonych kategorii usług (np. kosmetycznych lub fryzjerskich, które wskazywano wcześniej jako pożądane). Niezależnie od przyczyny tego stanu rzeczy, warto rozważyć przygotowanie dotacji dla przedsiębiorców, które mogłyby zostać przeznaczone na adaptację lokali do potrzeb danego rodzaju działalności. Tego rodzaju instrument można zastąpić kilkuletnią karencją czynszową, jednak warunkiem udzielenia wsparcia zawsze powinna być zgodność profilu działalności z programem funkcjonalnym obowiązującym na danej ulicy, a także szczegółowa analiza zdolności inwestycyjnych potencjalnego najemcy (tak aby wsparcie Miasta trafiało do podmiotów, które są w stanie uwiarygodnić trudności z ponoszeniem kosztów inwestycji). W przypadku sieci globalnych, preferujących centra handlowe, proces negocjacji powinien zostać zorganizowany na wzór procedur obowiązujących we wskazanych centrach, z wykorzystaniem dotacji remontowej jako elementu pertraktacji z potencjalnym najemcą.
- Niezbędne jest powołanie menedżera kwartału, który będzie odpowiedzialny za negocjacje z potencjalnymi najemcami lokali komunalnych, a także prywatnych (pod warunkiem zawarcia stosownych porozumień z tymi właścicielami). Udział

właścicieli prywatnych w takim programie może być uwarunkowany ich gotowością do obniżenia czynszu lub utrzymaniem jego wysokości przez określony czas, udzieleniem zgody na określony rodzaj działalności, gwarancją kilkuletniego wynajmu etc. Aby ułatwić wynajem lokali prywatnych, Miasto może również zastosować abolicję w zakresie podatku od nieruchomości lub rozszerzyć adresatów wspomnianych dotacji remontowych o najemców lokali prywatnych. W zamian wspomniani właściciele byliby objęci kampanią marketingową i negocjacyjną realizowaną przez menedżera, skierowaną do potencjalnych najemców, a także finansowaną ze środków miasta. Działalność menedżera kwartału, wsparta wspomnianymi instrumentami finansowymi i marketingowymi, może w pewien sposób obniżyć zagrożenia płynące z rozdrobnionej struktury własności, przekładające się m.in. na trudności w koordynacji działań rewitalizacyjnych. Z tego względu wskazane jest zaplanowanie konsultacji z właścicielami obiektów prywatnych znajdujących się na rewitalizowanym obszarze i określenie ich gotowości do udziału w tego rodzaju programie wsparcia.

9. Spis tabel

Tabela 1 Ludność w Słupsku w 2016 roku	26
Tabela 2 Wskaźniki ogólnego klimatu koniunktury w przemyśle i budownictwie w Polsce i województwie pomorskim w ujęciu miesięcznym w latach 2016 - 2017.....	33
Tabela 3 Stopa bezrobocia w Polsce, województwie pomorskim i Słupsku w latach 2011 - 2016	35
Tabela 4 Przeciętne zatrudnienie w sektorze przedsiębiorstw w Polsce i województwie pomorskim w latach 2010 - 2015	36
Tabela 5 Bezrobotni zarejestrowani i oferty pracy w I kw. 2017 roku w Słupsku	37
Tabela 6 Bezrobotni zarejestrowani wg wieku w Słupsku w I kw. 2017 roku	37
Tabela 7 Bezrobotni zarejestrowani wg poziomu wykształcenia w Słupsku	38
Tabela 8 Budynki niemieszkalne oddane do użytkowania w Słupsku w latach 2013-2015	42
Tabela 9 Budynki niemieszkalne – handlowo-usługowe oddane do użytkowania w Słupsku w latach 2013-2015	42
Tabela 10 Budynki niemieszkalne oddane do użytku od 2013 roku	43
Tabela 11 Oferowane lokale użytkowe według piętra	63
Tabela 12 Liczba ogłoszeń lokali użytkowych wystawionych na sprzedaż ze względu na cenę.....	64
Tabela 13 Podział ogłoszeń na sprzedaż lokalu ze względu na jego przeznaczenie	65
Tabela 14 Średnia powierzchnia lokali na sprzedaż	66
Tabela 15 Oferty sprzedaży lokali według poziomu, na którym się znajdują	67
Tabela 16 Oferty sprzedaży lokali z uwzględnieniem na ich stanu.....	67
Tabela 17 Liczba ogłoszeń lokali użytkowych na wynajem	69
Tabela 18 Podział ogłoszeń na wynajem lokalu ze względu na jego przeznaczenie	70
Tabela 19 Średnia powierzchnia lokali na wynajem	73
Tabela 20 Oferty wynajmu lokali według poziomu, na którym się znajdują	74

Tabela 21 Oferty wynajmu lokali ze względu na ich stan	75
Tabela 22 Lokale użytkowe znajdujące się w dyspozycji Miasta Słupsk.....	78
Tabela 23 Lokale przeznaczone na sprzedaż w 2017 roku, wg ofert zamieszczonych w BIP UM w Słupsku	81
Tabela 24 lokale użytkowe na terenie Słupska w podziale na poszczególne ulice.....	99

10. Spis wykresów

Wykres 1 Zaspokojenie potrzeb lokalowych firm w Słupsku.....	27
Wykres 2 Formy własności lokali, w których przedsiębiorcy prowadzą swoją działalność gospodarczą	28
Wykres 3 Zaspokojenie potrzeb lokalowych jednoosobowych działalności gospodarczych na terenie obszaru rewitalizowanego w porównaniu z pozostałą częścią Słupska.....	30
Wykres 4 Formy własności lokali, w których prowadzone są jednoosobowe działalności gospodarcze na terenie obszaru rewitalizowanego w porównaniu z pozostałą częścią Słupska	31
Wykres 5 Struktura budynków niemieszkalnych oddanych do użytkowania w 2016 roku w województwie pomorskim (w %).....	40
Wykres 6 Struktura budynków niemieszkalnych, na których budowę wydano pozwolenie w województwie pomorskim (w %).....	41
Wykres 7 Powierzchnia użytkowa nowych budynków niemieszkalnych i rozbudowywanych budynków niemieszkalnych w Słupsku w latach 2005-2015 oraz prognozowane zmiany w okresie 2016-2020	49
Wykres 8 Struktura powierzchni centrów handlowych w województwie pomorskim w 2015 roku według lokalizacji.....	51
Wykres 9 Średnia cena ofertowa sprzedaży lokali użytkowych w Słupsku w okresie grudzień 2016-maj 2017	63
Wykres 10 Średnia cena ofertowa wynajmu lokali użytkowych w Słupsku w okresie grudzień 2016-maj 2017	69

11. Spis rysunków

Rysunek 1 Triangulacja metodologiczna.....	6
Rysunek 2 Schemat analizy danych desk research	8
Rysunek 3 Model koncepcyjny procesu rewitalizacji	13
Rysunek 4 Schemat działań rewitalizacyjnych.....	14

Załącznik nr 1 – lokale użytkowe na terenie Słupska

Tabela 24 lokale użytkowe na terenie Słupska w podziale na poszczególne ulice

Adres	Liczba budynków z lokalami użytkowymi
Armii Krajowej	40
Bema	13
Chopina	19
Dąbrówki	3
Deotymy	13
Długa	21
Długosza	22
Dominikańska	4
F. Nullo	3
Filmowa	8
Garncarska	11
Gdańska	26
Grodzka	16
Gwardii Ludowej/MKS Cieślik	5
H. Pobożnego	21
J. Pawła II	3
J. Sobieskiego 15-21	6
Jagiełły	3
Jaracza	20
Jedności Narodowej	4
Kasprowicza	8
Kasubska 1-9	4
Kilińskiego	35
Kołtątaja	45
Konopnickiej	20
Kopernika	27
Kowalska	3
Krańskiego	22
Lelewela	36
Lipowa bez numerów 1-4	4

Adres	Liczba budynków z lokalami użytkowymi
Lotha	13
Lutosławskiego	33
Łukasiewicza	4
M.C. Skłodowskiej	9
Małachowskiego	22
Mickiewicza	61
Mieszka 1-6	12
Mikołajska	7
Młyńska	5
Moniuszki	6
Morcinka	8
Mostnika	13
Murarska	7
Na Wzgórzu	11
Niedziałkowskiego	9
Niemcewicz	30
Nowobramska	5
O. Pio	1
Obrońców Wybrzeża	4
Ogrodowa	15
Paderewskiego	32
Partyzantów	21
Piastów	7
Piekiełko	12
Piotra Skargi	18
Plac Broniewskiego	9
Plac Dąbrowskiego	9
Plac Powstańców Warszawskich	1
Plac Zwycięstwa	6
Płowiecka	2
Podgórna	0
Polna	5
Poniatowskiego	15

Adres	Liczba budynków z lokalami użytkowymi
Prosta	5
Prusa	11
Przechodnia	0
Przemysłowa 117-122, 5-8	13
Psie Pole	3
Raszyńska 1-5	5
Reymonta	16
Rybacka	24
Sądowa	1
Sierpinka	12
Słowackiego 1-5, 42-47	10
Słowiańska	9
Solskiego	20
Stary Rynek	8
Starzyńskiego	12
Staszica	9
Sygietyńskiego	17
Szarych Szeregów	15
Szczecińska 3-8	6
Szkolna	6
Szymanowskiego	25
Św. Piotra	8
Świętopełka	2
Teatralna	7
Towarowa	4
Tuwima	38
Wandy 3-9	7
Waryńskiego	4
Wileńska	53
Wita Stwosza	8
Wojska Polskiego	63
Wolności	34
Wysoka	2

Adres	Liczba budynków z lokalami użytkowymi
Wyspiańskiego	11
SUMA	1 372

Źródło: Biuletyn Statystyczny województwa pomorskiego, GUS

Załącznik nr 2 – kwestionariusz ankiety CAWI z przedstawicielami podmiotów zarządzających budynkami wielorodzinnymi

Szanowni Państwo!

firma ASM Centrum Badań i Analiz Rynku realizuje dla Urzędu Miasta w Słupsku badanie, którego celem jest zdobycie wiedzy na temat problemów społecznych, gospodarczych i przestrzennych występujących na obszarach przewidzianych w przyszłości do rewitalizacji. Badania są jednym z pierwszych etapów działań zmierzających do opracowania koncepcji kompleksowej odnowy wyznaczonych do rewitalizacji obszarów Słupska. Z tego względu zebrane przez nas opinie mają niezwykle istotne znaczenie w kontekście efektywnego wdrożenia Gminnego Programu Rewitalizacji i wykorzystania narzędzi ustawy o rewitalizacji, np. Specjalna Strefa Rewitalizacji i Miejscowy Plan Rewitalizacji. Zwracamy się w związku z tym z prośbą o uzupełnienie poniższej ankiety. Z góry dziękujemy za czas poświęcony na jej wypełnienie. Załączamy również pismo przygotowane przez Urząd Miasta Słupska z prośbą o udział w badaniu.

Z wyrazami szacunku,

Zespół badawczy ASM

Pytanie 1. Dane podstawowe Podmiotu	
Pełna nazwa podmiotu	
Rodzaj podmiotu	☐ Deweloper ☐ Zarządca prywatnych budynków czynszowych ☐ Spółdzielnia Mieszkaniowa ☐ Towarzystwo Budownictwa Społecznego ☐ Wspólnota Mieszkaniowa
Pełny adres	
Nr telefonu	
E-mail	
Podmiot posiada w swoich zasobach budynki:	☐ budynki mieszkalne ☐ budynki handlowe ☐ budynki usługowe ☐ budynki magazynowe ☐ budynki produkcyjne ☐ inne budynki, jakie? ...

Pytanie 2. Proszę o uzupełnienie tabeli określającej wielkość zarządzanych zasobów mieszkaniowych.

Wyszczególnienie	
1. Liczba budynków mieszkalnych [szt.]	
2. Liczba lokali mieszkalnych [szt.]	
3. Liczba lokali komunalnych [szt.]*	
4. Liczba lokali socjalnych [szt.]*	
5. Łączna powierzchnia użytkowa zarządzanych zasobów mieszkaniowych (w m ²)	
6. Liczba osób zamieszkujących lokale mieszkalne [szt.]	
7. Czy w budynkach zamieszkują osoby powyżej 65 r.ż? Jeśli tak, jaki odsetek mieszkańców stanowią? Czy są to osoby zamieszkujące samotnie? Jeśli tak, jaki odsetek stanowią osoby zamieszkujące samotnie?	

* wypełniają jedynie Podmioty posiadające w swoich zasobach lokale komunalne i socjalne

Pytanie 3. Proszę o uzupełnienie poniższej tabeli określającej wielkość zarządzanych zasobów handlowo-usługowych oraz magazynowych.

Wyszczególnienie	
1. Liczba lokali handlowo-usługowych [szt.]	
	W tym: handlowych [szt.]
	Usługowych [szt.]
	Magazynowych [szt.]
	Produkcyjnych [w szt.]
	Innych [szt.]
2. Łączna powierzchnia użytkowa lokali handlowo-usługowych [w m ²]	
3. Liczba wolnych lokali użytkowych w zasobach Podmiotu [szt.]	
4. Łączna powierzchnia wolnych lokali użytkowych w zasobach Podmiotu [m ²]	

Pytanie 4. Charakterystyka planowanych inwestycji do roku 2020.

1. Zakres inwestycji (np. ocieplenie budynków)	
2. Rok (lata) realizacji	
3. Szacowane nakłady [Zł]	
4. Spodziewane efekty (np. ograniczenie zużycia ciepła o...)	
5. Planowane źródła finansowania inwestycji:	☐ środki własne zgromadzone ☐ kredyt bankowy ☐ inne, jakie? ...

Pytanie 5. Proszę ocenić jak kształtuje się ogólny stan techniczny zarządzanych budynków.

Wyszczególnienie	
Lokale mieszkalne	Bardzo

	dobry/dobry/ wystarczający /zły/bardzo zły
Lokale usługowe	Bardzo dobry/dobry/ wystarczający /zły/bardzo zły
Lokale handlowe	Bardzo dobry/dobry/ wystarczający /zły/bardzo zły
Lokale magazynowe	Bardzo dobry/dobry/ wystarczający /zły/bardzo zły
Lokale produkcyjne	Bardzo dobry/dobry/ wystarczający /zły/bardzo zły
Lokale inne, jakie? ...	Bardzo dobry/dobry/ wystarczający /zły/bardzo zły

Pytanie 6. Proszę ocenić jaki odsetek zarządzanych budynków kwalifikuje się do remontu.

Wyszczególnienie	
Lokale mieszkalne	... %
Lokale usługowe	... %
Lokale handlowe	... %
Lokale magazynowe	... %
Lokale produkcyjne	... %
Lokale inne, jakie? ...	... %

Pytanie 7. Proszę ocenić jak z Państwa perspektywy w latach 2018-2020 będzie kształtować się zapotrzebowanie na poszczególny typ lokali.

Wyszczególnienie	
Lokale mieszkalne	Wzrośnie/nie zmieni się/ spadnie
Lokale usługowe	Wzrośnie/nie zmieni się/

	spadnie
Lokale handlowe	Wzrośnie/nie zmieni się/ spadnie
Lokale magazynowe	Wzrośnie/nie zmieni się/ spadnie
Lokale inne, jakie? ...	Wzrośnie/nie zmieni się/ spadnie

Pytanie 8. Jak kształtują się średnie miesięczne opłaty za m ² lokali:	
Wyszczególnienie	
mieszkalnych	... Zł za m ²
usługowych	... Zł za m ²
handlowych	... Zł za m ²
magazynowych	... Zł za m ²
Innych, jakich? ...	... Zł za m ²

Pytanie 9. Jaki jest średni czas wynajmu w poszczególnych typach lokali?	
Wyszczególnienie	
mieszkalnych	... m-cy
usługowych	... m-cy
handlowych	... m-cy
magazynowych	... m-cy
Innych, jakich? ...	... m-cy

Pytanie 10. Czy najemcy/potencjalni najemcy mają specjalne wymagania w zakresie dostosowania lokali użytkowych do swoich potrzeb? (pytanie zadane tylko wówczas gdy Podmiot ma w swoich zasobach lokale użytkowe: handlowe, usługowe, magazynowe, produkcyjne)

- a. Tak, jakie? ...
- b. Nie