

PRZESTRZENNE, MATERIALNE I EKONOMICZNE UWARUNKOWANIA PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ W NIERUCHOMOŚCIACH KOMERCYJNYCH. WYNIKI BADAŃ WYBRANYCH OBSZARÓW POZNANIA W LATACH 2010 I 2012.



dr Sławomir Palicki

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Katedra Ekonomiki Przestrzennej
i Środowiskowej

W artykule podjęto problematykę przestrzennych, materialnych i ekonomicznych aspektów prowadzenia działalności gospodarczej w funkcjonujących na lokalnym rynku Poznania komercyjnych segmentach nieruchomości. Wykorzystano wyniki badań zrealizowanych w kilku fragmentach śródmiejskiej przestrzeni analizowanego miasta w latach: 2010 i 2012. Uzyskane wyniki badań mogą być pomocne rzeczoznawcom majątkowym, jak i pośrednikom w obrocie nieruchomości w procesach oceny atrakcyjności lokalizacji i otoczenia, a także walorów komunikacyjnych nieruchomości komercyjnych. W ujęciu *stricte* naukowym, praca stanowi przyczynek do dalszych badań mających na celu wyjaśnienie znaczenia oraz ewentualnych kierunków powiązań pomiędzy jakością i zmianami przestrzeni (zwłaszcza publicznej) a zachowaniami lokalnych rynków nieruchomości.

Wprowadzenie

W niniejszej pracy zaprezentowano wyniki dwóch porównywalnych badań będących próbą zdefiniowania sposobu postrzegania wpływu miejskiej przestrzeni publicznej na prowadzoną komercyjną działalność gospodarczą, pozostającą w bezpośrednim polu oddziaływania owej przestrzeni (w jej otoczeniu, sąsiedztwie). Celem pracy jest analiza i ocena znaczenia oraz kierunków wpływu przestrzeni publicznej na możliwości rozwoju prowadzenia działalności gospodarczej w obiektach komercyjnych, a także sposobu postrzegania tego wpływu przez przedsiębiorców funkcjonujących w obszarze jej oddziaływania.

Badania zrealizowano w Poznaniu, w dwóch okresach – w roku 2010 oraz 2012. W roku 2010 badaniem objęto przestrzeń poznańskiej Śródki, natomiast w roku 2012 podjęto analizę ścisłego centrum Poznania (Starówka) oraz obszaru sąsiadującego z Rynkiem Jeżyckim. Dane zaczerpnięto z dwóch grantów badawczych, w których uczestniczył autor artykułu (pierwszy dotyczył oceny procesów rewitalizacji na poznańskiej Śródce, drugi zaś – wartościowania przestrzeni publicznych). Konstrukcja badań podjętych w różnych punktach

czasowych, z utrzymaniem niemal identycznego zestawu pytań badawczych, miała oczywiście posłużyć uzyskaniu waloru porównywalności wyników. W odniesieniu do Śródki w 2010 roku zastosowano badanie zupełne, a na obszarze Starego Miasta i Jeżyc w 2012 roku zdecydowano o wykorzystaniu badania próbkowego, niereprezentatywnego, niemniej wzorowanego na badaniu kwotowym, co miało na celu możliwie wierne odzwierciedlenie rzeczywistej struktury badanej populacji. Niestety, w niektórych przypadkach trzeba było zaniechać prób zbadania określonych typów podmiotów gospodarczych, jak choćby należących do sektora bankowego (brak dostępu do respondenta będącego decydem informacyjnym). Z racji ograniczonej formuły wypowiedzi, w odniesieniu do badań dotyczących Śródki w niniejszym artykule nie załączono pełnych wyników w ujęciu tabelarycznym; postanowiono jedynie zawrzeć warstwę eksplanacyjną i ewaluacyjną, zwracając uwagę na najistotniejsze spostrzeżenia i wnioski. Pełne informacje dotyczące tego fragmentu rozważań można znaleźć w literaturze [Kaźmierczak i in. 2011].

W zaprezentowanym artykule posłużono się danymi pierwotnymi pochodzącymi z badań ankietowych. Wykorzystano także wybiórcze dane

z zakresu monitoringu zmian cen na rynku nieruchomości w Poznaniu. Zastosowano metodę opisu słownego, analizy literaturowej, wywiadu kwestionariuszowego, analizy źródeł danych empirycznych, podstawowych narzędzi statystyki opisowej (analiza struktury zbiorowości, analiza dynamiki zjawisk) oraz analizę porównawczą. W obliczeniach wykorzystano program IBM SPSS.

1. Wyniki badań zrealizowanych na poznańskiej Śródce w roku 2010

Działalność gospodarcza prowadzona przez zbadane podmioty gospodarcze na Śródce okazała się być znacznie zróżnicowana. Reprezentowane były rozmaite branże, od popularnych (piekarnia, cukiernia, punkt LOTTO, odzież, prasa, salon urody) aż po wysoce wyspecjalizowaną ofertę (salon samochodów, sklep motoryzacyjny, wędkarstwo, sklep elektryczny, usługi szklarskie, szkoła karate, usługi fitness). Spora część oferty handlowo-usługowej Śródki nie jest zatem odpowiednią na lokalne potrzeby mieszkańców osiedla, ale wychodzi raczej naprzeciw zapotrzebowaniu rynku całego Poznania.

Tabela 1

Wykaz podmiotów prowadzących działalność gospodarczą na Śródce w 2010r:

Lp.	Rodzaj prowadzonej działalności gospodarczej	Adres nieruchomości
1	Fitness	Bydgoska 5
2	Sport, rekreacja, karate	Bydgoska 5
3	Usługi, handel – piloty, bramy	Ostrówek 11
4	Piekarnia	Rondo Śródka 3
5	Handel	Rondo Śródka 3
6	Drobny handel	Rondo Śródka 3
7	Cukiernia	Rondo Śródka 3
8	Papierosy, prasa	Rondo Śródka 6
9	Sklep motoryzacyjny	Rynek Śródecki 1
10	Usługi i handel – ekspresy do kawy	Rynek Śródecki 1
11	Usługi szklarskie, oprawa obrazów	Rynek Śródecki 2
12	Sprzedaż i serwis samochodów	Rynek Śródecki 4
13	Sklep wędkarski	Rynek Śródecki 13/14
14	Usługi – stolarka okienna	Rynek Śródecki 13/14
15	Sklep muzyczny	Rynek Śródecki 13/14
16	Artykuły sanitarne, dorabianie kluczy	Rynek Śródecki 15
17	Salon urody, fryzjerstwo	Rynek Śródecki 15
18	Drobny handel	Rynek Śródecki 15
19	Usługi – naprawa laptopów	Rynek Śródecki 15/19
20	Sklep elektryczny	Śródecka 6a
21	Instalacje elektryczne	Śródecka 8/9
22	Handel odzieżą	Wyszyńskiego 6

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Kaźmierczak i in., 2011].

Wśród zbadanych przedsiębiorców 54,6% prowadziło działalność handlową, 22,7% oferowało usługi, a dalsze 22,7% przygotowało mieszaną ofertę handlowo-usługową. Jest to informacja, na bazie której można wyciągnąć przynajmniej dwa, niekonkurencyjne względem siebie, wnioski:

- szeroki zakres oddziaływania przestrzennego oferty komercyjnej Śródki sugeruje postrzeganie jej lokalizacji jako atrakcyjnej i przyciągającej dla mieszkańców całego miasta (a więc lokalizacja Śródki jest postrzegana przez pryzmat aspirowania do usług strefy centralnej, a przynajmniej wewnętrznej miasta);
- siła nabywcza ludności Śródki nie została uznana przez tamtejszy biznes jako wystarczający argument rynkowy czy wręcz usprawiedliwienie dla kształtowania oferty wyłącznie w wymiarze lokalnym. Podmioty gospodarcze na Śródce nie próbują nawet wkupić się w łaski ekonomiczne mieszkańców badanego obszaru.

Najwięcej przedsiębiorców na Śródce prowadziło swoją działalność w horyzoncie czasowym od roku do 5 lat (36,4% zbiorowości) oraz od 5 do 10 lat (kolejne 36,4% ogółu). Podmioty mające ponad

10-letnią historię, stanowiły 22,7% wszystkich. Najmniej było przedsiębiorców prowadzących działalność dopiero od roku lub krócej – 4,5% zbiorowości.

W badaniach skupiono uwagę na dość szerokim wachlarzu aspektów funkcjonowania działalności komercyjnej. Z uwagi na sprofilowanie w obszarze nieruchomości, zapytano także o zagadnienia związane z infrastrukturą lokalową, w której prowadzona jest owa działalność. Aż 2/3 przedsiębiorców objęła lokale na prowadzenie działalności w drodze przydziału lub cywilnej umowy najmu, natomiast pozostała 1/3 podmiotów zajmowała swoje nieruchomości na podstawie prawa własności. Rozpiętość powierzchni użytkowanych komercyjnie lokali wahała się pomiędzy 12 a 200m², przy średniej arytmetycznej na poziomie 63m². Najmniejsze lokale były charakterystyczne dla nieskomplikowanej działalności usługowej, natomiast największe dotyczyły salonu samochodowego i usług wyższego rzędu (m.in. fitness). Przeciętnie na każdy z wykorzystywanych rynkowo lokali przypadało po 1,5 pomieszczenia handlowo-usługowego oraz – statystycznie rzecz ujmując – 0,82 oddzielnych toalet, 0,73 pomieszczeń socjalnych i 0,59 innych pomieszczeń (typu: magazyn, garaż).

Przedsiębiorcy wskazywali, iż infrastruktura lokalowa nie wypada zbyt pozytywnie w kontekście potrzeb wynikających z charakteru prowadzonej przez nich działalności. Co do technicznego wyposażenia lokali w media, wszystkie dysponowały prądem, ale już w zimną wodę bieżącą nie wyposażono blisko 10% obiektów. Ciepła woda bieżąca była dostępna w 77,3% badanych lokali, a telefon stacjonarny odnotowano w 59,1% przypadków. Słabo wypadła kategoria dostępu do Internetu – dotyczyła ona zaledwie 40,9% zasobów użytkowanych komercyjnie, a w zakresie sieciowego gazu – było to tylko 27,3% lokali. Najpopularniejszą metodą ogrzewania badanych zasobów była energia elektryczna (57,1%) oraz gazowe piece etażowe (19,9%). Centralne ogrzewanie funkcjonowało w zaledwie 2 lokalach (co stanowiło 9,5% zbadanych zasobów).

Odnotowano znaczącą rozbieżność pomiędzy oczekiwaniami w zakresie podaży miejsc parkingowych, a obecnie istniejącą tego rodzaju infrastrukturą. Wniosek jest klarowny i, niestety, jednocześnie dość przygnębiający – zgłaszane potrzeby użytkownika 57 miejsc parkingowych dedykowanych dla przedsiębiorców oraz ich klientów jest nie do zrealizowania w przestrzeni publicznej Śródki. Obecnie przedsiębiorcy i ich pracownicy eksploatują łącznie 32 auta osobowe. Zwiększenie potencjału miejsc parkingowych do poziomu wymaganego przez przedsiębiorców nie wydaje się być w najbliższym czasie ani możliwe, ani racjonalne z punktu widzenia kształtowania przestrzeni publicznej o wysokiej jakości.

2. Wyniki badań zrealizowanych na obszarze poznańskiego Starego Miasta i Jeźyc w roku 2012

Profil realizowanej działalności gospodarczej był w znacznej mierze zdefiniowany charakterem centralnej, społecznie i turystycznie atrakcyjnej przestrzeni spotkań Starego Rynku oraz funkcji handlowej Rynku Jeżyckiego (por. Tabela 2). Pochodną takiej sytuacji okazał się znaczący udział działalności gastronomicznej, restauracyjnej i klubowej (39,4% ogółu) oraz handlowej, zwłaszcza w obszarze

produktów spożywczo-warzywnych, w tym cukierni i piekarni (17,8% zbiorowości), a zaraz po nich – w kategorii handlu odzieżą i obuwem (14,2%). Zdarzyły się również przykłady ekspozycji działalności usługowej wyższego rzędu, jak choćby galeria sztuki, czy niszowego handlu – w postaci sklepów z antykami, pamiątkami. Stanowiły one jednak stosunkowo niewielki udział wśród badanych jednostek. Taki stan rzeczy należy uznać za dostosowany do potrzeb osób przebywających w analizowanych przestrzeniach publicznych. Jest on dowodem na umiejętne, niemal podświadome odczytywanie dedykowanych funkcji obszaru centralnego czy śródmiejskiego Poznania.

Działalność gospodarcza prowadzona na badanym obszarze wykazuje wyższą aniżeli w przypadku Śródki stabilność w czasie (por. Tabela 3). Większość zbadanych podmiotów realizowała swoją aktywność rynkową przez ponad 10 lat. Kolejna 1/4 badanych była obecna na rynku komercyjnym od 5 do 10 lat. Z drugiej strony oznacza to relatywnie niską rotacyjność najemców i właścicieli nieruchomości komercyjnych na analizowanym obszarze. Buduje to także skojarzenie z okupowaniem sprawdzonych pozycji w przestrzeni, niechęcią do ich zmiany.

Można wnioskować, że istnieją determinanty, które pozwoliły zachować trwałość aktywności gospodarczej. Z pewnością są to walory lokalizacyjne oraz jakość i charakter przestrzeni, jej wyjątkowość, unikalność (Stare Miasto) lub specyfika (Rynek Jeżycki) wywołująca przyzwyczajenie wśród użytkowników. Kwestia komunikacji oczywiście także pozostaje nie bez znaczenia, jednak jest ona w gruncie rzeczy tak samo dobra jak w przypadku Śródki.

Zdecydowana większość zbadanych podmiotów najmuje lokale komercyjne (85,7% próby), a nieliczni uczestnicy badania mogli się pochwalić prawem własności do nieruchomości, w których realizowali swoją działalność gospodarczą (14,3% przedsiębiorców). Uzyskane wyniki (por. Tabela 4) sugerują, iż istnieje silne lobby właścicielskie, dla którego do podstawowych okoliczności sprzyjających rozwojowi rynku najmu należy zaliczyć wysoką jakość otoczenia nieruchomości, co przeradza się finalnie w lokalizacyjne efekty mody. Wydaje się zatem, że dbałość o umiejętne kształtowanie przestrzeni publicznej stanowić

Tabela 2

Rodzaj prowadzonej działalności gospodarczej - badania Starego Miasta i Jeżyc w 2012 roku

Rodzaj prowadzonej działalności gospodarczej	Częstość	Procent
apteka	1	3,6
artykuły spożywcze, piekarnie, cukiernie, warzywa	5	17,8
galeria sztuki	1	3,6
gastronomia, restauracja, pub, kawiarnia	11	39,4
kwiaciarnia	2	7,1
odzież, obuwie	4	14,2
salonik prasowy	1	3,6
wyposażenie wnętrz, antyki, pamiątki	3	10,7
Ogółem	28	100,0

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 3

Czasokres prowadzenia działalności gospodarczej - badania Starego Miasta i Jeżyc w 2012 roku

Czasookres prowadzenia działalności gospodarczej	Częstość	Procent	Procent skumulowany
Do roku	3	10,7	10,7
Od roku do 5 lat	3	10,7	21,4
Od 5 do 10 lat	7	25,0	46,4
Powyżej 10 lat	15	53,6	100,0
Ogółem	28	100,0	-

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 4

Tytuł prawny do lokalu - badania Starego Miasta i Jeżyc w 2012 roku

Tytuł prawny do lokalu	Częstość	Procent
Własność lokalu	4	14,3
Umowa najmu	24	85,7
Ogółem	28	100,0

Źródło: Opracowanie własne

będzie zarówno przedmiot troski właścicieli nieruchomości (pierwotni interesariusze), jak również najemców prowadzących komercyjną działalność gospodarczą, „zawieszoną” w tej przestrzeni (wtórni interesariusze). Sukces biznesowy interesariuszy wtórnych, czyli najemców jest warunkiem koniecznym zaspokojenia oczekiwania ekonomicznych interesariuszy pierwotnych – tj. właścicieli użytkowanych komercyjnie nieruchomości. Dowodzi to istnienia samowzmacniającego się efektu sprzężenia zwrotnego.

Czynsze z tytułu najmu lokali komercyjnych w badanej przestrzeni zawarły się w dość szerokim zakresie zmienności - od 19 do 126 zł/m² (por. Tabela 5). Mediana czynszów przyjęła wartość 49zł/m², zaś średnia arytmetyczna poziomowi czynszu niemalże 60 zł/m². Sugeruje to prawostronną asymetrię rozkładu poziomu czynszu jednostkowego z tytułu najmu, co oznacza, że w badanej próbie odnotowano przewagę ilościową czynszów relatywnie niskich (na tle ogółu zgromadzonych danych). Jest to argument

sugerujący istnienie w badanej próbie wąskiej grupy ekskluzywnych nieruchomości, których wyjątkowo walory rynkowe uzasadniają nietypowo wysokie notowania czynszu z tytułu ich najmu.

Po zastosowaniu procedury eliminacji jednostek nietypowych, czyli po wyłączeniu z analizy informacji o czynszach najniższych (tj. poniżej lub równo 24 zł/m²) oraz najwyższych (powyżej lub równo 107 zł/m²) w zgromadzonej próbie uzyskano średnią arytmetyczną czynszu 54 zł/m², przy medianie równej 49 zł/m². W efekcie obserwowano zatem złagodzenie prawostronnego charakteru asymetrii rozkładu czynszów z tytułu najmu.

Należy tu wyraźnie zaznaczyć, iż analizowane w badaniu czynsze co do zasady nie osiągnęły poziomów typowych dla najbardziej atrakcyjnych lokalizacji handlowych w Poznaniu. Według danych NBP, miesięczne czynsze dla takich lokalizacji w Poznaniu w roku 2011 zamykały się w przedziale 25-62 euro/m², natomiast maksymalne miesięczne czynsze w pierwszym kwartale 2012 roku zbliżyły się do 60 euro/m² [Raport NBP..., 2012].

W większości zbadanych lokali komercyjnych istniało jedno pomieszczenie handlowe lub usługowe (88% ważnych odpowiedzi; por. Tabela 6). W nielicznych sytuacjach przedsiębiorcy dysponowali dwoma lub trzema takimi pomieszczeniami (odpowiednio: 4 i 8% odpowiedzi). Wskazuje to na pewien uniwersalny model funkcjonowania biznesowego, z wiodącą salą sprzedażową lub usługową.

W badanych przedsiębiorstwach najczęściej użytkowano po jednym samochodzie (61% ważnych odpowiedzi). Dość liczna była także frakcja firm, których pracownicy sumarycznie użytkowali dwa samochody (27,8% ważnych odpowiedzi). Konfrontując ww. obserwacje (por. Tabela 7) z liczebnością zatrudnionych osób, należy uznać, iż korzystają one racjonalnie z indywidualnego, prywatnego transportu, wpływając tym samym w stopniu umiarkowanym na obciążenie komunikacyjne śródmiejskich fragmentów Poznania. Wszyscy pracownicy w łącznej liczbie 125 w jednostkach objętych badaniem użytkowali 25 pojazdów osobowych. Prawdopodobnie to pozytywny skutek obecności i dostępności bardzo dobrze rozwiniętej komunikacji zbiorowej w strefie wewnętrznej miasta.

Tabela 5

Czynsz z tytułu najmu lokali komercyjnych - badania Starego Miasta i Jeżyc w 2012 roku

Czynsz miesięczny za metr kwadratowy [zł/m ²]	Częstość	Procent	Procent ważnych odpowiedzi	Skumulowany procent ważnych odpowiedzi
19	1	3,6	7,14	7,14
22	1	3,6	7,14	14,28
24	1	3,6	7,14	21,42
39	1	3,6	7,14	28,56
42	1	3,6	7,14	35,70
43	1	3,6	7,14	42,84
48	1	3,6	7,14	49,98
50	1	3,6	7,14	57,12
64	1	3,6	7,14	64,26
66	1	3,6	7,14	71,40
81	1	3,6	7,14	78,54
107	2	7,1	14,28	92,82
126	1	3,6	7,14	100,00
Brak danych	14	50,0	-	-
Ogółem	28	100,0	100,0	-

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 6

Liczba pomieszczeń w lokalach komercyjnych - badania Starego Miasta i Jeżyc w 2012 roku

Liczba pomieszczeń handlowych lub usługowych	Częstość	Procent	Procent ważnych odpowiedzi
1	22	78,6	88,0
2	1	3,6	4,0
3	2	7,1	8,0
brak danych	3	10,7	-
Ogółem	28	100,0	100,0

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 7

Liczba samochodów należących do zatrudnionych osób - badania Starego Miasta i Jeżyc w 2012 roku

Liczba samochodów pracowników	Częstość	Procent	Procent ważnych odpowiedzi	Procent skumulowany ważnych odpowiedzi
0	1	3,6	5,6	5,6
1	11	39,3	61,0	66,6
2	5	17,9	27,8	94,4
4	1	3,6	5,6	100,0
Brak danych	10	35,7	-	-
Ogółem	28	100,0	100,0	100,0

Źródło: Opracowanie własne

Do rzadkości należały sytuacje, w których przedsiębiorcy dysponowali pojedynczym garażem – łącznie zdarzyły się 3 takie przypadki, co stanowiło nieco ponad 10% zbiorowości. Natomiast w zdecydowanej większości badanych podmiotów takich garaży nie odnotowano (por. Tabela 8).

Pewnym ekwiwalentem garażu może być dedykowane, przynależne do prowadzonej działalności gospodarczej miejsce parkingowe. Globalnie zbadani przedsiębiorcy zgłosili fakt posiadania 40 takich miejsc (por. Tabela 9). Z punktu widzenia potrzeb płynących z wnętrza organizacji – 25 samochodów osobowych – liczba 43 (garaże i miejsca parkingowe) mogłaby się wydać satysfakcjonująca. Natomiast po odjęciu fragmentu podaży zarezerwowanej na potrzeby samych pracowników analizowanych organizacji, pozostałoby do rozdysponowania łącznie 18 miejsc parkingowych. Oznacza to zaledwie 0,64 miejsca dla jednego przedsiębiorstwa. Przy takiej wartości analizowanego wskaźnika w zasadzie nie widać żadnych szans na pełne i efektywne zaspokojenie potrzeb parkingowych klientów badanych przedsiębiorstw.

Kwestia wpływu zmian otoczenia w ostatnich 5 latach na warunki prowadzenia działalności gospodarczej nie jest w ocenie respondentów jednoznaczna (por. Tabela 10). Wprawdzie dominującą grupą były odpowiedzi pozytywne, wyrażające przekonanie o dodatnim bodźcowaniu biznesu przez przestrzeń, niemniej stanowiły one 37% ważnych odpowiedzi, wobec 33,3% odpowiedzi zaprzeczających tej tezie. Nadspodziewanie liczna okazała się także frakcja podmiotów neutralnie zapatrujących się na analizowane interakcje (29,6% ważnych odpowiedzi). Przy zdezagregowaniu danych, na obszarze Starego Miasta widać poprawę odczuć przedsiębiorców (50% zbiorowości potwierdza pozytywny wpływ otoczenia), natomiast odwrotnie na Jeżycach, aż 38,5% respondentów informuje o zdecydowanie negatywnym wpływie zmian w bliskim otoczeniu na warunki prowadzenia działalności gospodarczej, zaś drugie tyle – nie wartościuje w żaden wyraźny sposób swoich odczuć w badanym zakresie. Przestrzeń centralna Poznania, skupiona wokół Starego Rynku, zapewne zgodnie z oczekiwaniami, wypada relatywnie dobrze na tle odleglejszych lokalizacyjnie, choć nadal śródmiejskich terenów Jeżyc.

Tabela 8*Liczba posiadanych garaży - badania Starego Miasta i Jeżyc w 2012 roku*

Liczba posiadanych garaży	Częstość	Procent
1	3	10,7
Brak danych	25	89,3
Ogółem	28	100,0

*Źródło: Opracowanie własne***Tabela 9***Liczba przynależnych miejsc parkingowych - badania Starego Miasta i Jeżyc w 2012 roku*

Liczba miejsc parkingowych	Częstość	Procent	Procent ważnych odpowiedzi	Procent skumulowany ważnych odpowiedzi
0	1	3,6	5,6	5,6
1	9	32,1	50,0	56,6
2	5	17,9	27,6	83,2
4	1	3,6	5,6	88,8
5	1	3,6	5,6	94,4
12	1	3,6	5,6	100,0
Brak danych	10	35,7	-	-
Ogółem	28	100,0	100,0	100,0

*Źródło: Opracowanie własne***Tabela 10***Ocena wpływu zmian otoczenia na warunki prowadzenia działalności gospodarczej – Stare Miasto i Jeżyc w 2012r.*

Rejon	Czy zmiany w bliskim otoczeniu wpłynęły w ostatnich 5 latach pozytywnie na warunki prowadzenia działalności?						Ogółem
	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Trudno powiedzieć	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Brak danych	
Stare Miasto 2012	2 (14,3%)	5 (35,7%)	3 (21,4%)	1 (7,1%)	3 (21,4%)	0	14
Jeżyc 2012	0 (0,0%)	3 (23,1%)	5 (38,5%)	0 (0,0%)	5 (38,5%)	1	14
Ogółem	2 (7,4%)	8 (29,6%)	8 (29,6%)	1 (3,7%)	8 (29,6%)	1	28

Źródło: Opracowanie własne

3. Analiza porównawcza danych uzyskanych w roku 2010 i 2012

Możliwość wyprowadzenia wniosków z analizy porównawczej jest z pewnością interesująca zarówno z metodologicznego, jak i aplikacyjnego punktu widzenia. Podjęto studia porównawcze, kolejno, w następujących kwestiach: ogólnej oceny miejsca prowadzenia działalności gospodarczej, skłonności do

zmiany miejsca prowadzenia tej działalności, poczucia bezpieczeństwa, jakości połączeń komunikacyjnych, oceny zainteresowania ze strony otoczenia prowadzoną działalnością gospodarczą, oceny zmian kosztów i zyskowności prowadzenia biznesu (retrospekcja 5-letnia) i wreszcie oceny zmian wartości nieruchomości (podobnie, w ciągu minionych 5 lat). Warto tu wyjaśnić, że ostatnie zagadnienie nie było przedmiotem oceny ekspertów z zakresu wyceny nieruchomości, tylko przedsiębiorców. Badano *de facto* ich przybliżone odczucia w tym zakresie.

Obraz ogólnego odbioru miejsca prowadzenia działalności gospodarczej wyłaniający się z badania jest w znacznym stopniu pozytywny (por. Tabela 11). W granicach 50-63% respondentów wypowiadało się dobrze lub bardzo dobrze o wybranym przez siebie miejscu. Można domniemywać, iż główną przesłanką wartościowania ocen jest percepcja otoczenia oraz walory lokalizacyjne.

Najlepsze wyniki uzyskało Stare Miasto. Relatywnie najslabiej wypada Śródka, przy czym dodatkowo jest ona odbierana w najbardziej wewnątrzgrupowo zróżnicowany sposób (23% not neutralnych i 27,2% odpowiedzi z ocenami negatywnymi). Jeżyce i Śródka zostały w przybliżeniu ocenione podobnie, z niewielkim pozytywnym przesunięciem na rzecz tych pierwszych.

W przypadku pytania o potencjalną decyzję o wyprowadzeniu działalności gospodarczej poza obecnie zajmowany obszar, obserwowano generalnie niską akceptację tego rodzaju działania (por. Tabela 12). O opuszczeniu Śródki w 2010 roku myślało 28,6% przedsiębiorców. Wniknięcie w strukturę otwartych komentarzy, jakie poczynili respondenci, pozwoliło także na odkrycie przyczyn negatywnych opinii przedsiębiorców gotowych ten obszar opuścić. Okazało się, że ich zdaniem, na obszarze Śródki nie odnajdywali oni wystarczającego potencjału społeczno-ekonomicznego ludności, a dodatkowo nakładały się na tę sytuację znaczne wzrosty czynszów generowane w ostatnim czasie decyzjami właścicieli kamienic z lokalami komercyjnymi. Przedsiębiorcy dodatkowo zwracali uwagę na konieczność podwyższenia standardu wykończenia lokali, organizacji większej liczby imprez masowych oraz na potrzebę zwiększenia potencjału ludnościowego Śródki (zwłaszcza chodzi tu o stałych mieszkańców). W przypadku badań zrealizowanych w 2012 roku, relatywnie wysoką skłonność do zmiany miejsca prowadzenia działalności gospodarczej wykazywały podmioty ze Starego Miasta (35,7%), natomiast tego rodzaju decyzję dużo rzadziej podjęliby przedsiębiorcy z Jeżyc (21,4%). Wśród przyczyn ewentualnej zmiany lokalizacji biznesowej najczęściej wskazywano brak perspektyw zyskowej działalności.

Tabela 11

Ogólna ocena miejsca prowadzenia działalności gospodarczej - analiza porównawcza za lata 2010 i 2012

Rejon	Jak ogólnie ocenia Pan(i) miejsce prowadzenia działalności?					Ogółem
	Bardzo dobrze	Raczej dobrze	Ani dobrze ani źle	Raczej źle	Bardzo źle	
Stare Miasto 2012	6 (42,9%)	3 (21,4%)	3 (21,4%)	2 (14,3%)	0 (0,0%)	14
Jeżyce 2012	2 (14,3%)	6 (42,9%)	4 (28,6%)	1 (7,1%)	1 (7,1%)	14
Śródka 2010	1 (4,6%)	10 (45,5%)	5 (22,7%)	3 (13,6%)	3 (13,6%)	22
Ogółem	9 (18,0%)	19 (38,0%)	12 (24,0%)	6 (12,0%)	4 (8,0%)	50

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 12

Skłonność do zmiany miejsca prowadzenia działalności gospodarczej - analiza porównawcza za lata 2010 i 2012

Rejon	Czy chciał(a)by się Pan(i) [stąd] wyprowadzić?		Ogółem
	Nie	Tak	
Stare Miasto 2012	9 (64,3%)	5 (35,7%)	14
Jeżyce 2012	11 (78,6%)	3 (21,4%)	14
Śródka 2010	15 (71,4%)	6 (28,6%)	21
Ogółem	35 (71,4%)	14 (28,6%)	49

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 13

Tabela 13. Poczucie bezpieczeństwa - analiza porównawcza za lata 2010 i 2012

Rejon	Czy czuje się Pan(i) bezpiecznie?						Ogółem
	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Trudno powiedzieć	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Brak danych	
Stare Miasto 2012	4 (30,8%)	3 (23,1%)	0 (0,0%)	2 (15,4%)	4 (30,8%)	1	14
Jeżyce 2012	3 (21,4%)	5 (35,7%)	1 (7,1%)	2 (14,3%)	3 (21,4%)	0	14
Śródka 2010	8 (36,4%)	10 (45,5%)	2 (9,1%)	1 (4,5%)	1 (4,5%)	0	22
Ogółem	15 (30,6%)	18 (36,7%)	3 (6,1%)	5 (10,2%)	8 (16,3%)	1	50

Źródło: Opracowanie własne

Zasadniczo, odpowiedzi przedsiębiorców sugerują przywiązanie do miejsca, z pewnością warunkowane pozytywnym odbiorem przestrzeni.

Niezwykle ważne jest poczucie bezpieczeństwa mieszkańców określonej przestrzeni miejskiej, ale także przedsiębiorców. Percepcja stabilności materialnej przedsiębiorcy jest w znacznej mierze warunkowana poprawną oceną bezpieczeństwa majątku. Około 2/3 respondentów uważa, że ich oto-

czenie spełnia walor bezpieczeństwa (por. Tabela 13). Co ciekawe, najwięcej takich postaw notowano na Śródce (około 82%), natomiast relatywnie najmniej na Starym Mieście (54%) i na Jeżycach (57%). Godne podkreślenia jest znaczące poczucie zagrożenia na Starym Mieście – aż 46% ocen. Jest to z pewnością realna ocena sytuacji, jako że w tym rejonie notuje się najwyższą częstotliwość wydarzeń kryminalnych.

Jakość połączeń komunikacyjnych w przypadku lokalizacji śródmiejskich w zasadzie nie mogła być oceniona inaczej niż dobrze lub bardzo dobrze – przy założeniu racjonalnego postrzeżenia zagadnienia przez respondentów. Istotnie, wyrazili oni opinie pozytywne w aż 84% wypowiedzi (zob. Tabela 14). Najślabiej – choć generalnie także bardzo dobrze – wypadło Stare Miasto, prawdopodobnie w znacznej mierze kojarzone z kongestią ruchu ulicznego w godzinach piku komunikacyjnego. Oceny negatywne w badanej kategorii znaczeniowej niemalże w ogóle nie były obecne.

Jak bardzo otoczenie (czy raczej: ludzie funkcjonujący w ramach tego otoczenia) zwraca uwagę na prowadzoną działalność gospodarczą? Na tak zadane pytanie najcieplej zareagowali przedsiębiorcy z Jeżyc. Obszar ten, faktycznie, dzięki Rynkowi Jeżyckiemu, stał się jedną z lepiej rozpoznawalnych, czytelnie zdefiniowanych funkcjonalnie przestrzeni w śródmiejskiej części Poznania (por. Tabela 15). Fakt ten mógł znacząco wpłynąć na respondentów i wytworzyć aż 77% odsetek odnotowanych pozytywnych odczuć przedsiębiorców. Nieco bardziej krytycznie przyglądano się w badanym kontekście Staremu Miastu (około 64% odpowiedzi dobrych i bardzo dobrych), co jest zapewne wywołane obiektywnym, wysokim stopniem skoncentrowania konkurencji w sercu miasta. Zdecydowanie inaczej oceniono Śródkę (tylko 27% pozytywnych odpowiedzi, przy 41% neutralnych i 32% postaw negatywnych), co z kolei należałoby wiązać ze specyficznym profilem działalności gospodarczej śródeckich handlowców oraz usługodawców. Są oni zdecydowanie zorientowani na klientów wyspecjalizowanych, nie zaś masowych. Jest to zatem oferta ogólnomiejska, nie zaś lokalna (osiedlowa).

Ocena zmian kosztów prowadzenia działalności gospodarczej w okresie obejmującym w znacznej mierze czasy kryzysu makroekonomicznego jest oczywiście w naturalny sposób „skażona” niemalże z definicji negatywnymi odczuciami przedsiębiorców. Jest jednak interesujące, w ujęciu dynamicznym, że rok 2010 (badania Śródki) dały rezultaty znacznie mniej skrajne, aniżeli analizy poczynione w roku 2012 (Stare Miasto i Jeżyc). Jakkolwiek należałoby pamiętać o skomplikowaniu ocenianej sytuacji w kontekście ekonomicznej zasady *ceteris paribus* (która najpewniej

Tabela 14*Ocena połączeń komunikacyjnych - analiza porównawcza za lata 2010 i 2012*

Rejon	Jak ocenia Pan(i) jakość połączeń komunikacyjnych?				Ogółem
	Bardzo dobrze	Dobrze	Nie mam zdania	Bardzo źle	
Stare Miasto 2012	5 (35,7%)	7 (50,0%)	2 (14,3%)	0 (0,0%)	14
Jeżyc 2012	8 (57,1%)	5 (35,7%)	1 (7,1%)	0 (0,0%)	14
Śródka 2010	10 (45,5%)	7 (31,8%)	4 (18,2%)	1 (4,5%)	22
Ogółem	23 (46,0%)	19 (38,0%)	7 (14,0%)	1 (2,0%)	50

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 15*Ocena zainteresowania otoczenia działalnością gospodarczą - analiza porównawcza za lata 2010 i 2012*

Rejon	Jak ocenia Pan(i) zainteresowanie swoją działalnością?						Ogółem
	Bardzo dobrze	Raczej dobrze	Ani dobrze ani źle	Raczej źle	Bardzo źle	Brak danych	
Stare Miasto 2012	4 (28,6%)	5 (35,7%)	4 (28,6%)	1 (7,1%)	0 (0,0%)	0	14
Jeżyc 2012	2 (15,4%)	8 (61,5%)	2 (15,4%)	1 (7,7%)	0 (0,0%)	1	14
Śródka 2010	2 (9,1%)	4 (18,2%)	9 (40,9%)	5 (22,7%)	2 (9,1%)	0	22
Ogółem	8 (16,3%)	17 (34,7%)	15 (30,6%)	7 (14,3%)	2 (4,1%)	1	50

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 16*Ocena zmian kosztów prowadzenia działalności gospodarczej - analiza porównawcza za lata 2010 i 2012*

Rejon	Czy w ciągu ostatnich 5 lat wzrosły koszty prowadzenia działalności?						Ogółem
	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Pozostały stabilne	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Brak danych	
Stare Miasto 2012	11 (78,6%)	3 (21,4%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0	14
Jeżyc 2012	9 (69,2%)	3 (23,1%)	1 (7,7%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1	14
Śródka 2010	4 (22,2%)	9 (50,0%)	3 (16,6%)	1 (5,6%)	1 (5,6%)	4	22
Ogółem	24 (53,3%)	15 (33,3%)	4 (8,9%)	1 (2,2%)	1 (2,2%)	5	50

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 17*Ocena zmian zyskowności prowadzonej działalności gospodarczej - analiza porównawcza za lata 2010 i 2012*

Rejon	Jak ocenia Pan(i) zmiany w zyskowności prowadzonej działalności w ciągu ostatnich 5 lat?						Ogółem
	Zdecydowany wzrost	Niewielki wzrost	Na tym samym poziomie	Niewielki spadek	Zdecydowany spadek	Brak danych	
Stare Miasto 2012	1 (7,1%)	3 (21,4%)	2 (14,3%)	3 (21,4%)	5 (35,7%)	0	14
Jeżyc 2012	1 (7,7%)	0 (0,0%)	1 (7,7%)	4 (30,8%)	7 (53,8%)	1	14
Śródka 2010	3 (15,0%)	3 (15,0%)	5 (25,0%)	3 (15,0%)	6 (30,0%)	2	22
Ogółem	5 (10,6%)	6 (12,8%)	8 (17,0%)	10 (21,3%)	18 (38,3%)	3	50

Źródło: Opracowanie własne

nie jest tu zachowana), to uzyskane wyniki sugerują wyraźny kierunek zmian, co zmanifestowało się gwałtownym wzrostem udziału niezadowolonych respondentów z około 72% w 2010 roku do 92-100% (por. Tabela 16)! Nie pozostawia to cienia wątpliwości co do negatywnego charakteru notowanych postaw przedsiębiorców.

Dopełnieniem obrazu sytuacji ekonomicznej w dobie kryzysu było pytanie o zmiany zyskowności w biznesie, w ciągu mijających 5 lat. Znow uzyskano zasadniczo niepokojące sygnały, niemniej siła oddziaływania kryzysu wydaje się tu być mniejsza niż w przypadku analizy kosztów prowadzenia działalności gospodarczej (por. Tabela 17). Najgorzej sytuację oceniali respondenci z Jeżyc. Były to oceny wybitnie skrajne – spadki zyskowności sugerowano w ponad 74% odpowiedzi. W pozostałych lokalizacjach objętych badaniami uzyskane noty wprawdzie nie napawają optymizmem, lecz odzwierciedlają pewną dyspersję odczuć przedsiębiorców ze Śródki i Starego Miasta. Istniały bowiem około 30-procentowe podgrupy respondentów zadowolonych z tendencji biznesowych ocenianych przez pryzmat generowania rosnących zysków. Przy dodatkowych 14-25% udziałach odpowiedzi neutralnych w tych rejonach, można uznać, iż jedynie w obszarze Jeżyc notowano zdecydowane spadki zyskowności przedsiębiorców.

Ukoronowaniem badań było pytanie o odczucie towarzyszące ocenie zmian wartości (rynkowej) nieruchomości. W tej sytuacji znaczna część badanych podmiotów zawiodła w zakresie komunikowania się z poruszaną problematyką (por. Tabela 18), unikając odpowiedzi aż w 7 przypadkach (co stanowiło 14% próby). Prawdopodobnie jest to efekt niewiedzy na badany temat.

Należy wyjaśnić, iż odpowiedzi o charakterze „raczej nie” lub „zdecydowanie nie” w szerszym komentarzu ze strony ankierów były przedstawiane respondentom jako „wartość raczej spadła” lub „wartość zdecydowanie spadła”. Spośród udzielonych odpowiedzi dość trudno jednoznacznie wywnioskować, jakie jest odczucie przedsiębiorców. Wydaje się, iż w subiektywnej ich ocenie wystąpiło przesunięcie w kierunku lekkiego spadku wartości nieruchomości (najsilniejsze w przypadku Jeżyc). Nieduży udział odpowiedzi skrajnych oraz znaczny odsetek

Tabela 18

Ocena zmian wartości nieruchomości - analiza porównawcza za lata 2010 i 2012

Rejon	Czy nieruchomość zwiększyła swoją wartość w ciągu ostatnich 5 lat?						Ogółem
	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Pozostała stabilna	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Brak danych	
Stare Miasto 2012	3 (25,0%)	1 (8,3%)	5 (41,7%)	2 (16,7%)	1 (8,3%)	2	14
Jeżyc 2012	1 (7,7%)	0 (0,0%)	6 (46,2%)	5 (38,5%)	1 (7,7%)	1	14
Śródka 2010	3 (16,7%)	4 (22,2%)	5 (27,8%)	4 (22,2%)	2 (11,1%)	4	22
Ogółem	7 (16,3%)	5 (11,6%)	16 (37,2%)	11 (25,6%)	4 (9,3%)	7	50

Źródło: Opracowanie własne

ocen neutralnych (sugerujących stabilność wartości nieruchomości w ciągu ostatnich 5 lat) wskazuje na swoistą zachowawczość respondentów, co znow można tłumaczyć brakiem przekonania o faktycznym przebiegu analizowanego zjawiska rynkowego. W rezultacie, niestety, ale walory poznawcze uzyskanych odpowiedzi należy uznać za niesatysfakcjonujące i jednocześnie wątpliwe.

4. Podsumowanie i wnioski

Z uwagi na rozległość tematyczną badań, w artykule ukazano jedynie ich fragment. Ujmując całościowo podjęte analizy, wyłonił się zespół wniosków wprawdzie interesujących, lecz raczej o negatywnych konotacjach.

W pierwszym rzędzie należy wyeksponować relatywnie niską świadomość przedsiębiorców o realnym znaczeniu oraz wpływie walorów otoczenia i lokalizacji na prowadzoną przez nich działalność gospodarczą. Taka nieczytelność zależności jest tym bardziej frapująca, że przybiera raczej postać niezrozumienia, aniżeli odrzucenia sprawczej roli przestrzeni, w tym przestrzeni publicznej. Można tu zaryzykować stwierdzenie, iż występująca niska jakość percepcji siły powiązań pomiędzy

jakością otoczenia, lokalizacją a skutecznością prowadzonych działań gospodarczych to swoiste wewnętrzne zaburzenie, pewna aberracja interpretacyjna albo luka świadomościowa.

Przedsiębiorcy zarysowują bowiem w wynikach badań niespójny wewnętrznie, niezrozumiały dualizm postrzegania otaczającej ich rzeczywistości. Postulowane są dobre oceny w zakresie jakości i dostosowania przestrzeni, walorów lokalizacyjnych i komunikacyjnych, bezpieczeństwa, niska skłonność do zmiany miejsca, a jednocześnie towarzyszy im brak logicznego przełożenia tych atutów na zmienną wynikową – wartość nieruchomości, powodzenie w prowadzeniu biznesu etc. Należy, rzecz jasna, mieć świadomość pogłębiającego się kryzysu gospodarczego, co zapewne w znacznej mierze tłumaczy uchwyconą aberrację.

Całościowy obraz sytuacji prowadzi do nadrzędnego wniosku, iż umiejętność odczytywania kluczowych cech, atrybutów cenotwórczych nieruchomości pozostaje niejako poza pełną i świadomą percepcją podmiotów prowadzących działalność gospodarczą w obiektach komercyjnych. Wydaje się zatem, że poziomowi dojrzałości decyzji lokalizacyjnych przedsiębiorców czy generalnie głębi i spójności ich świadomości rynku nieruchomości daleko jeszcze do optimum.

Bibliografia

1. *Każmierczak B., Nowak M., Palicki S., Pazder D., Oceny rewitalizacji. Studium zmian na poznańskiej Śródce, Wydawnictwo Wydziału Nauk Społecznych UAM, Poznań, 2011.*
2. *Raport o sytuacji na rynku nieruchomości mieszkaniowych i komercyjnych w Polsce w 2011 roku, Narodowy Bank Polski, Warszawa, 2012.*