

NIERUCHOMOŚCI HANDLOWE JAKO CZYNNIK OŻYWIANIA PRZESTRZENI MAŁYCH MIAST



Katarzyna Nowakowska
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu



dr Sławomir Palicki
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Katedra Ekonomiki Przestrzennej
i Środowiskowej

Streszczenie

Chłonność rynków nieruchomości handlowych w dużych i średnich miastach w Polsce wydaje się być już mocno ograniczona. Jest to skutek intensywnego i szybkiego rozwoju nowoczesnych centrów handlowych. Obecnie w przestrzeni małych polskich miast obserwuje się trend do budowy relatywnie niewielkich, umiarkowanie ekspansywnych w stosunku do dotychczasowych form handlu, obiektów komercyjnych o funkcji handlowej lub handlowo-mieszkaniowej. Autorzy omówili i przeanalizowali dwa przykłady takich inwestycji – w Złotorii i Sztumie. Pozwoliło to wyciągnąć wnioski odnoszące się przede wszystkim do możliwości wykorzystania tego typu nieruchomości w odnowie urbanistycznej i ożywianiu przestrzeni małych miast. W sposób szczególny zwrócono uwagę na uwarunkowania planistyczne realizacji omawianych inwestycji.

Słowa kluczowe

nieruchomości handlowe, handel, małe miasto, planowanie przestrzenne, ożywianie miasta, rewitalizacja

Wstęp

Prywatni inwestorzy, bazując na trafnie zdiagnozowanych potencjalnych walorach przestrzeni, dla których można aktywnie wykreować markę, prestiżowość, modę, wszczynają zabiegi swoistego recyklingu miejskiego, co przy dużym zaangażowaniu kapitału nierzadko skutkuje pełnym sukcesem rynkowym. Bywa tak również w przypadku budowy obiektów handlu detalicznego. Niejednokrotnie działania informacyjne, wizerunkowe pozwalają już na wstępnym etapie realizacji inwestycji korzystnie pozycjonować placówki handlowe w świadomości przyszłych użytkowników. Udanymi przykładami budowy takiej atmosfery sukcesu rynkowego, kreowania wartości dodanej są nowoczesne centra handlowe w Poznaniu i innych dużych polskich miastach [Budner W., 2014; Budner W., Palicki S., 2013; Mikołajczyk J., 2012].

Brakuje natomiast publikacji na temat analogicznego zjawiska w małych miastach, rzędu 10 15 tys. mieszkańców. Nie są to wprawdzie rynki, które mogłyby zapewnić długoterminowe funkcjonowanie wielkopowierzchniowych obiektów handlowych np. galerii czy parków handlowych, niemniej ewolucja form handlu dotyka także niewielkie miasta powiatowe.

Prywatny inwestor na rynku nieruchomości handlowych może konsekwentnie realizować koncepcję zorientowaną nie tylko na sukces materialny, ale, niejako przy okazji generować impuls rewitalizacyjny. Jak się okazuje takim impulsem może być budowa nowoczesnych obiektów, łączących w sobie funkcje komercyjne z mieszkaniową. Sukces jednak ożywiania jednej części miasta nie może łączyć się z upadkiem innej, która tracąc dotychczasowe funkcje handlowe nie potrafiłaby wygenerować nowych.

Celem artykułu jest analiza i próba oceny potencjału oraz wskazanie na możliwości wykorzystania budowy nowoczesnych nieruchomości handlowych w procesach ożywiania małych miast na przykładzie obiektów zrealizowanych w Sztumie i Złotorii. Publikacja może być postrzegana jako ilustracja rozsądnej, współczesnej ewolucji rynku nieruchomości handlowych, przyczyniającej się do ożywiania przestrzeni małych miast.



Ekspansja i ewolucja form handlu w małych miastach

Po nasyceciu rynków dużych ośrodków miejskich, sieci handlowe rozpoczęły ekspansję do coraz mniejszych ośrodków szczególnie pełnych potencjału zakupowego miast powiatowych. Nasycecie to ma swoje odzwierciedlenie w zagęszczającej się siatce lokali oraz zmniejszeniu odległości pomiędzy sklepami w obrębie jednej sieci. Najczęściej dźwignią dla tego rodzaju inwestycji są dyskonty spożywcze, które wygrywają w walce o portfele klientów. Początkowo były to obiekty z podstawowym asortymentem o niskich cenach, lecz dzięki sukcesywnemu rozwojowi oferty produktowej stały się dominującą formą handlu, zbliżoną już dziś do koncepcji supermarketów. Wg raportu KPMG w 2014 roku dyskonty odpowiadały już za 28% całości sprzedaży sklepów spożywczych, przy liczbie punktów sprzedaży na poziomie 3,6 tys. [Na rozdrożu wyzwania i priorytety sieci spożywczych w Polsce 2015, <http://kmpg.pl>, odsłona: 10.09.2016]

Ekspansję sieci handlowych do małych miast często rozpatruje się w kontekście zagrożenia dla lokalnych przedsiębiorców. Jest to natomiast naturalny problem zmieniającej się gospodarki, gwałtownego jej rozwoju obserwowanego już od początku lat 90. XX w. oraz napływu kapitału zagranicznego. Początkowo notowano pozytywne reakcje społeczne na zachodni styl życia, dziś można raczej mówić o koegzystencji różnych modeli zachowań konsumpcyjnych i zróżnicowanym kształtowaniu preferencji ludności co do form handlu detalicznego. Niemniej powrót do małych lokalnych producentów i zbywców żywności czy innych produktów codziennego użytku jest na razie zjawiskiem obserwowanym w małej skali, o specyfice niszowej, co jest pochodną wysokich cen produktów.

W ostatnich latach w przestrzeni małych miast obserwuje się tendencje do koncentracji handlu, powstawania kilku punktów sieci handlowych w pobliżu siebie. Podstawowym elementem jest dyskont spożywczy, uzupełniony o najeńców oferujących usługi i produkty komplementarne np. drogerię, sklep odzieżowo-przemysłowy, aptekę, sklep obuwniczy, sklep AGD, piekarnię, kwiatarnię, drobne usługi. Można nazwać je parkami handlowymi mniejszego formatu (małymi parkami handlowymi). Często

są to obiekty parterowe z wspólną infrastrukturą (chodniki, parkingi). Architektonicznie są wprawdzie silnie zróżnicowane, niemniej jako zaletę można wskazać zaprojektowanie wejść do lokali z zewnątrz budynku, a więc bez charakterystycznego układu galerii handlowych, angażującego klienta nierzadko na kilka godzin do użytkowania przestrzeni zaprojektowanej tak, by przypominała miasto.

Drugim typem zabudowy, w której lokalizowane są nowe punkty handlowe w małych miastach jest zabudowa pierzejowa nowopowstała lub uzyskiwana poprzez zagospodarowanie parterowej kondygnacji już istniejącego budynku. Remonty czy renowacje obiektów towarzyszące powstawaniu sklepów uznanych sieci handlowych pozytywnie wpływają na wizerunek małego miasta. Natomiast tworzenie nowej zabudowy, odtwarzanie czy też uzupełnianie, przy świadomie kształtowanym prawie lokalnym, przy wykorzystaniu potencjału miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego może być udanym sposobem realizacji założeń polityki miejskiej w zakresie wzmocnienia lub wytwarzania funkcji miastotwórczych. Władze małych miast mają zatem znaczący wpływ na kierunki rozwoju przestrzeni przy opracowywaniu założeń funkcjonalnych dla terenów śródmiejskich, do czego można zaliczyć także diagnozę problemów i potrzeb w zakresie szeroko rozumianej infrastruktury.

Złotoryja – nowa tkanka miejska dla handlu w zabudowie historycznej

Złotoryja miasto w województwie dolnośląskim, stolica powiatu złotoryjskiego zamieszkuje przez 15 951 mieszkańców [GUS 2015]. Miasto o urokliwej starówce, znaczących walorach turystyczno-wypoczynkowych, nawiązujących do jednych z najbogatszych w Europie pokładów piasków i żwirów złotośnych w okresie średniowiecza. Urbanistycznie Złotoryja jest typowym miastem lokowanym na prawie magdeburskim, otoczonym fortyfikacjami miejskimi, stanowiącymi przede wszystkim mury obronne, wzbogacone o baszty. Zaspokajanie dzisiejszych potrzeb społeczno-gospodarczych mieszkańców przy jednoczesnym poszanowaniu historycznego zasobu architektonicznego urbanistycznego jest niemałym wyzwaniem dla władz miasta.

Posługując się dostępnymi narzędziami planistycznymi tj. studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania oraz miejscowym planem zagospodarowania przestrzennego starają się one w sposób przemyślany dokonywać rozlokowania poszczególnych funkcji zabudowy. Jest to widoczne w zapisach miejscowego planu zagospodarowania (dalej: MPZP lub plan), [Uchwała Nr XXVII/175/04 Rady Miejskiej w Złotoryi z dnia 8 grudnia 2004r.] który obejmuje swoim zakresem niemalże całe miasto (wyłączono 6 obszarów objętych wcześniej planami). Realizując miastotwórcze funkcje, śródmieście (oznaczone numerami 1-6) jest przeznaczone głównie na funkcje oznaczone symbolami: MW/U, U, (mieszkalnictwo wielorodzinne, usługi), MN (zabudowa jednorodzinna) i towarzyszące ZP (skwery i inne tereny zieleni urządzonej) Rycina 2.

Warto zauważyć, że w każdej z sześciu jednostek przestrzennych w obszarze ścisłego centrum miasta funkcje są łączone, a zatem ukierunkowują różnorodność nowopowstającej zabudowy. Dokument zawiera szczegółowe opisy wymogów konserwatorskich co do kolejnych budynków o walorach historycznych wpisanych do rejestru zabytków lub gminnej ewidencji zabytków. Co więcej, jednoznacznie określa się w nim śródmieście jako przestrzeń dla funkcji handlowych, centrotwórczych: „Obszar staromiejski o historycznie ukształtowanej strukturze przestrzennej i w większości przeznaczonej do zachowania zabudowie, przeważnie mieszkalnej, usługowej i mieszkalno-usługowej (sklepy w parterach budynków wielorodzinnych)”. Plan dopuszcza również zmiany sposobu użytkowania lokali „Nie ogranicza się możliwości adaptacji istniejących budynków i lokali mieszkalnych na cele usługowe”. Przy dzisiejszym tempie rozwoju gospodarczym ma istotne znaczenie np. dla nieruchomości, które utraciły użyteczność czy atrakcyjność pod względem mieszkaniowym, a lokalizacyjnie są pożądanym miejscem dla prowadzenia działalności gospodarczej. Często zmiana sposobu użytkowania wsparta kapitałem prywatnym pozwala ocalić przed zniszczeniem zasoby architektoniczne o wysokich walorach kulturowo historycznych.

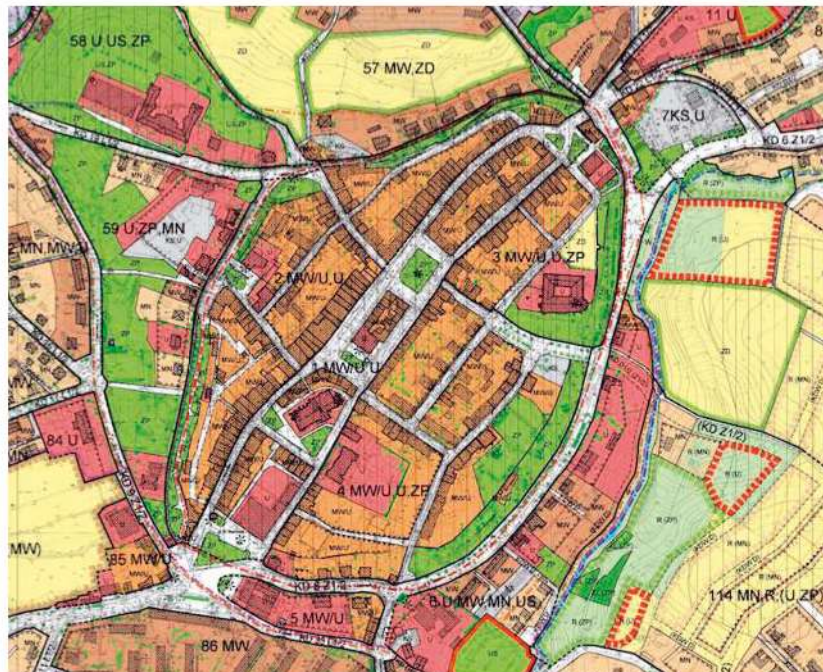
Małe miasta często charakteryzują się rozwiniętym sektorem przedsiębior-

czości, co ma odzwierciedlenie w liczbie małych zakładów, a także targowisk będących skupiskiem drobnego handlu w ogólnodostępnej przestrzeni publicznej. Abstrahując od oceny ich estetyki, z pewnością są nie tylko miejscem wymiany handlowej, ale także mają znaczenie społeczne, będąc płaszczyzną bezpośrednich kontaktów lokalnej społeczności. Tym samym znacznie się różnią od sprzyjających zachowaniu anonimowości klientów w galeriach handlowych. Zdając sobie sprawę ze znaczącego wpływu targowiska na sposób użytkowania miasta oraz zwyczaję jego mieszkańców, a jednocześnie dążąc do ładu przestrzennego, władze Złotoryi zawarły zapis o „(...) dopuszczeniu zachowania funkcji targowiska na terenie na północ od ul. Staromiejskiej, pod warunkiem przestrzennego uporządkowania całego terenu (...)”. Owe uporządkowanie ma polegać na „opracowaniu ujednoczonych w formie architektonicznej projektów straganów, projektu zagospodarowania całego terenu targowiska oraz zapewnienia miejsc parkingowych dla samochodów osobowych wg wskaźnika 1 mp/1 stragan.”

Również dla terenów niezagospodarowanych do tej pory, zapisy planu miejscowego co do przyszłej zabudowy są dość precyzyjne. Np. „ustala się lokalizację nowej zabudowy mieszkalnej i/lub usługowej (...) Wysokość 3 kondygnacje, dach stromy, kalenicowy. Zaleca się, aby elewacje nawiązywały do dawnych podziałów parcelacyjnych poprzez ich zaznaczenie podziałami architektonicznymi fasad”. Jedną z takich inwestycji powstała przy ul. Staromiejskiej 2. W sierpniu 2014 roku inwestor uzyskał decyzję o zatwierdzeniu projektu budowlanego po uprzednim uzgodnieniu elewacji oraz reklam z konserwatorem zabytków na podstawie zapisów opisanego wyżej MPZP (por. Rycina 3). Budynek uzyskał decyzję o pozwoleniu na użytkowanie w listopadzie 2015 roku.

Rycina 2

Fragment MPZP obejmującego teren analizowanej inwestycji w Złotoryi



Źródło: UM w Złotoryi.

Rycina 3

Projekt elewacji analizowanego obiektu w Złotoryi



Źródło: z zasobów funduszu inwestycyjnego realizującego obiekt.



Widok na Złotoryję z Włoczej Góry. Zdjęcie: <http://pl.wikipedia.org>; Autor: Adam Majewski

Budowa została poprzedzona badaniami archeologicznymi z uwagi na położenie działki na obszarze stanowiska archeologicznego nr Złotoryja 13, na obszarze AZP13/79 18 oraz na obszarze ośrodka historycznego miasta Złotoryja, wpisanego do wojewódzkiego rejestru zabytków pod nr. A/2686/506 (por. Rycina 4). Odkrytki pozwoliły na ustalenie lokalizacji zabytkowych reliktyw zabudowy kamienic mieszczkańskich. W zasięgu wykopu odsłonięto relikty murów przyziemia oraz sklepień piwnic, które rozciągały się w pasie o szerokości około 12 metrów oraz na długości prawie 45 metrów. Po wyeksplorowaniu murów fundamentów z podłoża oraz odgruzowaniu piwnic, pozostałości zabytkowej architektury zostały odpowiednio oczyszczone, jak również zadokumentowane rysunkowo oraz fotograficznie, sporządzono także odpowiednie pomiary przestrzenno-wysokościowe, a następnie powołano eksperta mającego za zadanie określenie chronologii oraz funkcji odkrytej zabudowy¹. Wspólnie z Dolnośląskim Wojewódzkim Konserwatorem Zabytków uzgodniono nie naruszanie odkrytych zasobów architektonicznych, zasypanie ich wskazanym kruszywem i zmianę posadowienia obiektu z palowania na płytę fundamentową.

Funkcjonalnie budynek został zaprojektowany następująco: parter przeznaczono na 3 lokale handlowe, natomiast na piętrze znalazło się 9 mieszkań o powierzchni od 39 do 65 m². Poddasze zostało zagospodarowane na komórki lokatorskie, a całkowita powierzchnia użytkowa obiektu to 1 487 m², z czego 792 m² to powierzchnie komercyjne. Najemcami lokali zostały ogólnopolskie sieci handlowe: drogeria (350 m²), sklep odzieżowo-przemysłowy (330 m²) oraz apteka (112 m²). Z chwilą sprzedaży pierwszego lokalu mieszkalnego w obiekcie powstała wspólnota mieszkaniowa. Właścicielem części handlowej pozostał inwestor fundusz inwestycyjny, który specjalizuje się w budowie tego typu powierzchni na wynajem.

Obiekt wpisał się w istniejącą tkankę, uzupełnił dotychczasową zabudowę, uporządkował teren wcześniej funkcjonujący jako nieuporządkowany plac do parkowania pojazdów (zob. Rycina 5). Uregulowano również dojazd do działki

Rycina 4

Prace archeologiczne w Złotoryi na terenie analizowanej inwestycji



Źródło: z zasobów funduszu inwestycyjnego realizującego obiekt.

Rycina 5

Gotowy obiekt handlowo-mieszkaniowy w Złotoryi



Źródło: z zasobów funduszu inwestycyjnego realizującego obiekt.

127/10 zabudowanej budynkiem wielorodzinnym, poprzez wykonanie przez inwestora, w uzgodnieniu z Miastem, dodatkowy zjazd publiczny z ul. Staromiejskiej. Warto zaznaczyć, że zaprojektowano trzy osobne wejścia dla każdego z lokali, nie tworząc wewnętrznej komunikacji dla klientów, a zachowując tradycyjny ciąg pieszych wzdłuż pierzei budynków. Obiekt został zatem dostosowany do lokalnych zwyczajów konsumenckich a bliskość targowiska przy ul. Staromiejskiej nadal nadaje handlowy charakter miejsca.



Ratusz w Złotoryi. Źródło: <http://pl.wikipedia.org>. Autor: Thor

¹ Opis przeprowadzonych badań uzyskano bezpośrednio z dokumentacji inwestorskiej.

Sztum – nowe centrum zakupowe

Sztum to miasto położone w województwie pomorskim, zamieszkałe przez 9 668 mieszkańców (2015). Powstałe jako gród pruski, w XIII wieku zdobyty przez Krzyżaków, którzy pozostawili po sobie zamek krzyżacki, po części zachowany. W granicach miasta znajdują się dwa jeziora Sztumskie i Barlewickie, a centrum miasta usytuowane jest w przesmyku pomiędzy nimi (jeziora były niegdyś połączone). Handel i usługi koncentrują się wzdłuż drogi wojewódzkiej nr 517 (część drogi krajowej nr 55) w postaci zabudowy wolnostojącej lub w parterach budynków. Charakterystyczne obiekty to wspomniany zamek krzyżacki, zakład karny z początku XX wieku, neoklasykcyjny kościół poewangelicki (obecnie muzeum) na miejscu nieistniejącego ratusza, a także neogotycki kościół św. Anny. Zabudowa mieszkaniowa w centrum miasta to głównie budynki wielorodzinne powstałe w latach 70., 80. i 90. XX wieku, zrealizowane przez Spółdzielnię Mieszkaniową w Sztumie, która posiada ich obecnie 55 sztuk, a w których mieści się 69 721,72 m² powierzchni użytkowej lokali. Tereny poza ścisłym centrum zajmują osiedla domów jednorodzinnych. Centrum miasta określić można jako zabudowę raczej zwartą, choć architektonicznie nieco chaotyczną. Śródmieście objęte jest miejscowym planem zagospodarowania przestrzennego przyjętego uchwałą nr XVII/117/07 w roku 2007, zmienionym uchwałą nr XXVI/249 w roku 2012 (por. Rycina 6).

W centrum miasta pozostało niewiele niezagospodarowanych działek pod handel i usługi. Jedną z nich działka nr 573/20 o powierzchni 5 723 m² przy ul. Baczyńskiego, będąca własnością Miasta, została wystawiona na sprzedaż w przetargu w roku 2013. Nieruchomość charakteryzuje atrakcyjne położenie pod względem zarówno handlowym jak i mieszkalnym we wspomnianym przesmyku pomiędzy dwoma jeziorami, a także w bezpośrednim sąsiedztwie parku, o kształcie umożliwiającym wiele wariantów zagospodarowania. Warunkiem sprzedaży, poza spełnieniem oczywistych wymogów formalnych i finansowych, było zobowiązanie inwestora do zabudowania działki w terminie 4 lat od nabycia zgodnie z obowiązującym MPZP oraz przebudowa skrzyżowania

Rycina 6

Fragment MPZP obejmującego teren analizowanej inwestycji w Sztumie



Źródło: UM w Sztumie.

Rycina 7

Projekt elewacji frontowej analizowanej inwestycji w Sztumie



Źródło: z zasobów funduszu inwestycyjnego realizującego obiekt.

u zbiegu ulic Mickiewicza i Baczyńskiego. W roku 2014 Starostwo Powiatowe wydało decyzję zatwierdzającą projekt budowlany dla obiektu o powierzchni użytkowej 3 008 m².

Do zatwierdzenia projektu niezbędne były uzgodnienia z konserwatorem zabytków (zob. Rycina 7). Zapisy MPZP co do bryły budynku były dość szczegółowe: „nakaz utrzymania harmonijnej pierzei; podziały pionowe w elewacji; doświetlenie poddasza w postaci lukarn, okien połaciowych; dopuszcza się umieszczanie reklam wyłącznie na elewacjach do wysokości pierwszego gzymsu, a przy jego braku do wysokości 4,5 m”.

Obiekt użytkowany jest od listopada 2015 (Rycina 8). Zgodnie z zapisami MPZP teren oznaczony symbolem B31MW UH przeznaczono na zabudowę mieszkaniową wielorodzinną jako funkcję podstawową z uzupełniającym handlem i usługami w parterze. W efekcie na piętrze zlokalizowano

15 mieszkań o powierzchni 46 55 m² z przestronnymi tarasami, zajmującymi w sumie 1 046 m². W parterze natomiast powstał sklep spożywczy o powierzchni 1 079 m², a także punkty komplementarne tj. drogeria 338 m², sklep odzieżowo przemysłowy 330 m², apteka 120 m², salonik prasowy 31 m² oraz optyk 64 m². Najemcami lokali zostały sklepy uznanych sieci handlowych, za wyjątkiem optyka, który prowadzony jest przez lokalnego przedsiębiorcę. Obiekt wyposażono w niezbędną infrastrukturę, w tym parking na 60 miejsc postojowych, zarówno dla klientów, jak i mieszkańców. Niezagospodarowany dotychczas kwartał zyskał walor nie tylko funkcjonalny, ale również estetyczny. Nowopowstałe mieszkania stały się jedną z atrakcyjniejszych propozycji na lokalnym rynku mieszkaniowym ze względu na wyjątkowe zalety widokowe (tarasy od strony jeziora oraz parku) i jednoczesną bliskość usług (Rycina 8).

Działania Urzędu Miejskiego w przypadku omawianego terenu należy ocenić pozytywnie. Przemysłana decyzja planistyczna w postaci MPZP, następnie sprzedaż nieruchomości z jednoczesnym zobowiązaniem inwestora do terminowej realizacji inwestycji, a także modernizacji infrastruktury drogowej (przebudowa skrzyżowania) na jego koszt przyczyniło się do ożywienia tego fragmentu miasta. O ile dyskont spóźniony został poddany relokacji z innego obiektu w mieście, pozostałe punkty to pierwsze placówki tych sieci handlowych w Szumie. Obiekt cieszy się uznaniem klientów, a jego położenie wzmacnia funkcje centrowe strefy śródmiejskiej.

Rycina 8

Analizowany obiekt handlowo mieszkaniowy w Szumie



Źródło: z zasobów funduszu inwestycyjnego realizującego obiekt.



Szum – ul. Mickiewicza z zamek. Źródło: http://miasto.szum.pl/

Skutki rozwoju handlu w małych miastach

Zjawisko rozwoju handlu i pochodnych względem niego przeobrażeń miejskich rodzą zarówno wiele aspektów pozytywnych, jak i zagrożeń (Tabela 1). Rozpoczynając od skutków, które wzbudzają najwięcej dyskusji, a zatem związanych z ekonomią i gospodarką, należy wskazać zagrożenie dla podmiotów lokalnych.

Silna konkurencja cenowa wprowadzana przez sieci handlowe może skutkować zamknięciem małych punktów handlowych oraz tworzeniem bariery dla nowych, indywidualnych inicjatyw gospodarczych. Z drugiej strony konieczność mobilizacji lokalnych przedsiębiorców do podnoszenia jakości produktów i usług, celem umocnienia swojej pozycji wydaje się być czynnikiem mogącym pozytywnie wpłynąć na stan lokalnego handlu.

Tabela 1

Skutki rozwoju nowoczesnych form handlu w małym mieście

	Pozytywne	Negatywne
Gospodarcze	<ul style="list-style-type: none"> - tworzenie miejsc pracy w nowych placówkach handlowych - zwiększenie dochodów miasta z tytułu podatku od lokali użytkowych - przestrzeń dla drobnego handlu sezonowego - podnoszenie jakości produktów i świadczonych usług, a także wykorzystania nowych technologii przez małe przedsiębiorstwa lokalne w obliczu konkurencji - zwiększenie dostępu mieszkańców małych miast do oferty handlowej sieci uznanych na rynku krajowym 	<ul style="list-style-type: none"> - zmniejszenie szans indywidualnych przedsiębiorców w handlu ze względu na silną konkurencję (zbyt duża konkurencja cenowa skutkująca upadkiem drobnych punktów handlowych)
Spoleczne	<ul style="list-style-type: none"> - większy dostęp do produktów o konkurencyjnych cenach, wysokiej jakości produktów, a także wykwalifikowanych sprzedawców/doradców - poczucie samowystarczalności miasta wśród mieszkańców 	<ul style="list-style-type: none"> - osłabienie relacji klient -sprzedawca ze względu na brak indywidualnego podejścia do klienta - zmniejszenie przestrzeni do wytwarzania bezpośrednich kontaktów sąsiedzkich w porównaniu np. do atmosfery targowisk
Infrastrukturalno-urbanistyczne	<ul style="list-style-type: none"> - wzmacnianie miastotwórczych funkcji obszaru śródmiejskiego - porządkowanie przestrzeni w śródmieściach - towarzyszące projektom prywatnym inwestycje w infrastrukturę miasta - odtwarzanie/uzupełnianie tkanki miejskiej 	<ul style="list-style-type: none"> - pochopne decyzje w zakresie rozbiórki wartościowych obiektów - zagrożenie w postaci wątpliwych walorów architektonicznych nowej zabudowy w przypadku mało restrykcyjnych przepisów prawa lokalnego

Źródło: opracowanie własne.

Parki handlowe, ze względu na generowany ruch klientów mogą być strefą skupiającą wokół siebie inne punkty handlowe, takie jak sezonowe stanowiska owocowo warzywne, punkty gastronomiczne typu *food track* (o coraz wyższej estetyce wykonania) czy sprzedaż choinek w okresie przedświątecznym. Krótkoterminowy najem małych powierzchni obrazuje założenia teorii lokalizacji przedsiębiorstw, wskazując na generowanie korzyści dzięki atrakcyjnej lokalizacji i dodatnim efektom sąsiedztwa. Na rynku znane są już bowiem przedsiębiorstwa lokujące swoje punkty sprzedaży wyłącznie przy określonych markach dyskontów spożywczych lub całych parkach handlowych. Prócz sezonowości, współpraca ta bazuje również na zachowaniach konsumentów takich jak zakupy impulsywne (spontaniczne), jednocześnie wychodząc naprzeciw współczesnym potrzebom konsumenckim m.in. wygoda dokonywania zakupów i dostępność szerokiego wachlarza oferty komplementarnej (handel, usługi) w jednym miejscu.

Właściciele sieci handlowych dążą do poszerzania grona swoich klientów poprzez zmianę ustalonych wewnętrznych minimalnych progów wejścia (w zakresie liczby ludności) do ośrodków miejskich. Pozytywnie należy ocenić wzbogacanie oferty handlowej małych miast o punkty, do których mieszkańcy wcześniej musieli podróżować do oddalonych, większych ośrodków miejskich. Poza korzyściami w postaci zmniejszenia kosztów podróży, czy oszczędności czasu wiążących się z dotarciem do punktów handlowych ważniejsze wydaje się rosnące przekonanie mieszkańców o samowystarczalności ich miasta w zakresie oferty handlowej. Wymagania konsumenckie zwiększają się w miarę rozwoju społeczno gospodarczego. Dlatego klienci cenią sobie wybór, którego niegdyś nie mieli. Sieci handlowe są w tym względnie dużo bardziej elastyczne, zapewniając ciągle poszerzanie oferty. Przykładem mogą być produkty, które mimo sezonowości oferowane są przez cały rok, na co ze względu np. na koszty transportu nie może pozwolić sobie przedsiębiorca lokalny.

Nie można jednak zapomnieć o osłabieniu kontaktów w relacji sprzedawca klient. Podejście do klienta w małych punktach handlowych, prowadzonych często przez właściciela, czy członków jego rodziny jest zupełnie inne, bardziej osobiste, aniżeli w korporacyjnie ustalonym schemacie działania w sieciach

handlowych. To drugie ma jednakże swoje mocne strony jak np. systemy szkoleń, dzięki którym personel nieustannie podnosi swoje kwalifikacje. Szczególnie zauważalne jest to w działalności farmaceutycznej czy drogerijnej.

Inwestycje w obiekty czy lokale handlowe w małych miastach często finansowane są przez podmioty zewnętrzne tj. niezwiązane wcześniej z danym miastem. Poza wpływem opłat z tytułu podatku od nieruchomości, podmioty te można w ramach obowiązującego prawa, bodźcować w zakresie obowiązku modernizacji fragmentów infrastruktury miejskiej. W zależności od potrzeb miasta oraz potencjału inwestora można spróbować zrealizować tego rodzaju zamierzenia. Jedną z form współpracy jest partnerstwo publiczno prywatne, zorientowane na kooperację inwestorów prywatnych realizujących inwestycje miejskie z określonym podziałem zaangażowania pracy i podziału zysków w długim okresie. Małe miasta mogą jednak wykorzystać inne metody jak np. udzielenie ulgi z opłat z tytułu podatku od nieruchomości w zamian za realizację małej infrastruktury w przestrzeni publicznej, wykonanie lub usprawnienie fragmentu sieci kanalizacji deszczowej czy remont drogi, w pobliżu której zlokalizowane będą nowe punkty handlowe.

Środki finansowe pojawiające się wraz z tworzeniem punktów handlowych w małych miastach mogą przyczynić się do podniesienia jakości przestrzeni śródmiejskiej. Jednakże, dzieje się tak pod warunkiem obowiązywania prawa lokalnego w postaci miejscowych planów zagospodarowania regulujących działania co do istniejącej i nowoprojektowanej zabudowy. Niezwykle istotne są przepisy ukierunkowujące na wielofunkcyjną zabudowę łączącą handel, usługi oraz mieszkalnictwo, a także strefy rekreacji, edukacji oraz administracji. Narzędzia planistyczne pozwalają na wykorzystanie chęci inwestowania w nieruchomości komercyjne do tworzenia również nieruchomości mieszkaniowych. Obiekty uzupełniające zabudowę miejską, w parterze przeznaczone na lokale handlowe a na wyższych piętrach mieszkaniowe, pozwalają wzmocnić funkcje centrowe oraz ożywić obszary śródmiejskie w małych miastach. Inwestycje takie mogą porządkować przestrzeń miasta, przy zastosowaniu odpowiednich zabiegów planistycznych i konserwatorskich.

Wnioski

Ewolucja form handlu detalicznego, podążająca w kierunku zaspokajania jak najszerszego spektrum ludzkich potrzeb, w tym także z zakresu estetyki, socjalizacji i kultury wpisuje się w ożywianie czy rozwój miasta. Umiejętne wykorzystanie potencjału przemian wizerunkowych, budowy przestrzeni publicznej, kreowania miejsc spotkań, stylu życia, efektów współzależności na rynku nieruchomości określa zakres możliwości wykorzystania sfery handlu jako dźwigni w procesach ożywiania zdegradowanej tkanki urbanistycznej małych miast.

Warto wskazać na wnioski sumujące, będące rezultatem przeprowadzonych analiz:

- Prawo miejscowe jest narzędziem niezbędnym do zachowania walorów przestrzennych i rozwoju uporządkowanej przestrzeni miejskiej. Wymaga to skutecznej ochrony dziedzictwa kulturowego, architektonicznego i historycznego. Istotne podmioty realizujące takie cele to m.in. władza lokalna, urbaniści oraz konserwator zabytków.
- Nieruchomości handlowe mogą być czynnikiem ożywiającym obszary śródmiejskie, a także bazą do tworzenia przestrzeni wielofunkcyjnych. Nie należy się z zasady obawiać ewolucji i kontrolowanej ekspansji nowoczesnych form handlu, trzeba natomiast takim zjawiskiem zarządzać.
- Współczesna przestrzeń handlowa wzmacnia, uatrakcyjnia funkcje miastotwórcze w małym mieście i może wspomagać powstawanie lokalnych, komplementarnych punktów usługowo handlowych, użytecznych przy obsłudze wzmoczonego ruchu klientów.
- Odpowiednia postawa władz małego miasta przy realizacji relatywnie dużych nieruchomości handlowych to niezbędny punkt wyjścia dla osiągnięcia celów publicznych w ramach współpracy podmiotu komunalnego i prywatnego.
- Prawdopodobnie ukierunkowane procesy inwestycyjne mogą przyczynić się do wzrostu zadowolenia mieszkańców z samowystarczalności oferty handlowej małego miasta, dostępu do szerokiej gamy usług, a także poprawy jakości przestrzeni.

Bibliografia

1. Budner W., 2014, *Handel w rozwoju miasta*, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu Katedra Ekonomiki Przestrzennej i Środowiskowej, Poznań.
2. Ciechomski W., 2010, *Koncentracja handlu w Polsce i jej implikacje dla strategii konkurowania przedsiębiorstw handlowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.
3. Dokumentacja udostępniona przez fundusz inwestycyjny realizujący opisane obiekty w Sztumie i Złotoryi.
4. Heldak M., Stacherzak A., Więckowicz Z., 2015, *Quasi public space real estate within the city of Wrocław*, 'Real Estate Management and Valuation', 23(1), pp. 75–83.
5. <http://smsztum.pl/> strona internetowa Spółdzielni Mieszkaniowej w Sztumie.
6. <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/start> Bank Danych Lokalnych w Głównym Urzędzie Statystycznym.
7. Mikołajczyk J., 2012, *Kreowanie wartości centrum handlowego: perspektywa interesariuszy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.
8. *Na rozdrożu – wyzwania i priorytety sieci spożywczych w Polsce 2015*, <http://kmpg.pl>.
9. Pancewicz Ł., 2010, *Prywatyzacja przestrzeni publicznych* [w:] Lorens P., Martyniuk Pęczek J. (red.), *Problemy kształtowania przestrzeni publicznych, Miasto, Metropolia, Region*, Wydawnictwo Urbanista, Gdańsk, pp. 80–91.
10. *Raport Polska 2016 Market Insights, 2016*, Colliers International.
11. Uchwała Nr XXVI/249/12 Rady Miejskiej w Sztumie z dnia 29.12.2012r.
12. Uchwała Nr XVII/117/07 Rady Miejskiej w Sztumie z dnia 20.12.2007r.
13. Uchwała Nr XXVIII/175/04 Rady Miejskiej w Złotoryi z dnia 08.12.2004r.

COMMERCIAL PROPERTIES AS THE FACTOR OF ENLIVENING OF THE SMALL TOWNS SPACES

Summary

Absorbency of commercial real estate markets in large cities and medium-sized towns in Poland seems to be already heavily restricted. This is the result of intensive and rapid development of modern shopping centers. Currently, in the small Polish towns, the trend is to build moderately expansionary – in relation to the existing forms of trade – commercial properties with trading function or combined commercial–residential functions. The authors discussed and analyzed two examples of such investments – in Złotoryja and Sztum. Then they drew conclusions relating primarily to the possibility of use of this type of real estate in urban renewal and the small towns revitalization. In particular, the authors paid special attention to the spatial planning circumstances connected with such investments.

Key words

commercial real estate, commerce, small town, spatial planning, city enlivening (revival), revitalization