

Trudny, ale lepszy od poprzedniego – tak oceniają rok 2011 deweloperzy oraz eksperci rynku mieszkaniowego. Przy w miarę stabilnym popycie, na rynek wprowadzono sporo nowych inwestycji, zwiększyła się także liczba przyznawanych kredytów. Daleko jednak do pełnego optymizmu.

Rok 2011, a zwłaszcza jego pierwsza połowa była korzystniejsza dla branży deweloperskiej w porównaniu z rokiem poprzednim. - Liczba zawieranych transakcji wzrosła w 2011 roku wobec 2010 o kilkanaście procent - wskazuje Bartosz Turek, analityk rynku nieruchomości Home Broker. Powodem jest m.in. pojawienie się dużej liczby nowych mieszkań na wskutek odblokowania wstrzymywanych wcześniej projektów oraz chętniej przyznawane kredyty. Duże role odegrały również same projekty, lepiej przystosowane do wymagań klientów. - W przyszłym roku możemy mieć do czynienia z nadpodażą mieszkań na rynku. Problem ten nie będzie jednak dotyczył tzw. segmentu popularnego, czyli najczęściej dwupokojowych lokali o powierzchni 40 – 55 m kw., położonych w tańszych, peryferyjnych dzielnicach. Cieszą się one niesłabnącym powodzeniem - mówi Michał Poręcki, z firmy Nowy Adres S.A. Pod koniec III kwartału w sześciu największych miastach Polski w sprzedaży było około 48 tys. mieszkań. Ta liczba stale rośnie i już dzisiaj do wzięcia „od ręki” jest kilkanaście tysięcy gotowych mieszkań. - W rezultacie w głównych miastach obecnie można zaobserwować podaż nowych lokali mieszkaniowych, która przewyższa nawet ofertę ze szczytowego okresu boomu z lat 2006 – 2007 - zauważa Krzysztof Nowak, analityk Działu Badań i Analiz Emmerson S.A.

Wymagające zmiany

Druga połowa 2011 roku to kilka bardzo ważnych zmian. Rządowy program Rodzina na Swoim stracił najważniejsze zalety, banki wycofały się z udzielania kredytów walutowych, a wprowadzenie zaleceń Komisji Nadzoru Bankowego zmniejszyło zdolność kredytową. Dlatego większość deweloperów dzieli rok 2011 na dwa okresy - Gdy stawki cen za m kw. programu Rodzina na Swoim były na poziomie cen rynkowych, sprzedaż jak i zainteresowanie naszą ofertą było na poziomie poprzedniego roku - czyli udanym. Natomiast po zmianach tych stawek rynek stał się martwy i do dnia dzisiejszego nie może się ożywić - mówi Tomasz Wnuk, dyrektor ds. handlowych w firmie Kalbud Deweloper. - Szybkie dostosowanie się do aktualnej sytuacji na rynku pozwoliło nam jednak utrzymać zadowalające wyniki sprzedażowe i z optymizmem patrzeć w przyszłość - dodaje T.Wnuk. W 2011 roku ten optymizm podzielała zresztą znacznie więcej deweloperów. Dotyczy to zwłaszcza tych, którzy zaoferowali klientom dobry produkt, w dobrej cenie i lokalizacji. - Ten rok możemy ocenić bardzo dobrze. Sprzedaliśmy ponad połowę mieszkań w naszych inwestycjach. W zasadzie nie odczuliśmy żadnych oznak kryzysu i wiemy, że możemy z powodzeniem realizować kolejne inwestycje - wskazuje Dorota Pallach, wiceprezes poznańskiej spółki Twoje M.

Korekty kontra dodatki

Nie wszystkim jednak szło dobrze. W 2011 roku najwięcej kłopotów mieli deweloperzy, którzy postawili na tzw. segment o podwyższonym standardzie, często w kiepskiej lokalizacji. Mieszkania tego typu okazały się zbyt drogie na obecne możliwości finansowe Polaków. Dlatego tutaj upusty były największe. Z kolei deweloperzy, których inwestycje obejmowały segment popularny decydowali się jedynie na niewielkie obniżki lub w ogóle nie dawali rabatów cenowych. - Klienci powinni zdawać sobie sprawę, że koszty budowy wcale nie maleją, a oferty cenowe uwzględniają poziom rentowności deweloperów poniżej którego nie opłaca się rozpocząć budowy i sprzedaży mieszkań - tłumaczy Tomasz Wnuk. W minionym roku, dalej mocno rozwijały się tzw. usługi posprzedażowe, tak ważne w budowaniu wizerunku i dobrych relacji z klientami. - Obecnie rola dewelopera to już nie tylko sama sprzedaż mieszkań, ale znacznie dłuższy proces, który dla kupującego powinien być jak najmniej bolesny. Pomagamy we wszelkich formalnościach, w finalnym wykończeniu i urządzeniu lokali. A wszystko to na zasadach partnerskich, bo takich oczekuje teraz klient - mówi Dorota Pallach.

Nowy rok, powracające trendy

Od pewnego czasu potencjalnych klientów od podejmowania decyzji inwestycyjnych odstrasza obawa przed drugą falą

kryzysu. Było to zauważalne zwłaszcza w drugiej połowie 2011 roku. - Oczywiście „widmo kryzysu” odcisnęło pewne piętno na nastrojach zarówno kupujących, jak i deweloperów. Klienci są znacznie bardziej rozważni. Zależy im na inwestycjach z gotowymi już mieszkaniami. Deweloperzy natomiast też rozważnie inwestują, rezygnując z budów, które niosą za sobą duże ryzyko utraty stabilności finansowej firmy - wskazuje Dorota Pallach. Kupno mieszkań już gotowych to zresztą trend zauważalny u większości deweloperów. - Klienci nie chcą już kupować wizji, ale rzeczywistość czyli dopóki nie dotknę i nie zobaczę, to nie kupuję - mówi Tomasz Wnuk. Taka zależność wystąpiła nie tylko w kontekście mieszkań w budynkach wielorodzinnych, ale także dotyczyła zabudowy bliźniaczej, szeregowej czy domów jednorodzinnych. - O ile we wcześniejszym okresie klienci nabywali domy, których budowa dopiero ruszała, to teraz kupują nieruchomości gotowe lub na ostatnim etapie realizacji - mówi Paweł Grzegorzczak, specjalista ds. marketingu Przedsiębiorstwa A. Grzegorzczak. - Niepewne czasy to jeszcze większa ostrożność kupujących. To także większa świadomość praw i obowiązków oraz oczekiwania, którym deweloperzy muszą sprostać - dodaje Grzegorzczak.

Prognozowanie na 2012 rok to trudne zadanie. Z jednej strony, zgodnie z rządowymi zapowiedziami definitywnie zakończy się program Rodzina na Swoim, wdrożone zostaną także kolejne przepisy znówelizowanej rekomendacji S. Na dodatek niepewna sytuacja gospodarcza w kraju i za granicą już teraz spowodowała, że część osób zainteresowanych kupnem nowego lokum, obawiając się o swoją sytuację finansową, postanowiła odłożyć ostateczną decyzję na później. Ale czy to będzie rok 2012? Z drugiej strony należy zaznaczyć, że najlepsze inwestycje oferujące stosunkowo tanie lokale, z wysoką relacją liczby pomieszczeń przypadających na powierzchnię mieszkania oraz solidnym wykonaniem nie musiały i nadal nie muszą obawiać się braku chętnych. Pamiętajmy także, że kredyt hipoteczny jest jednym z filarów strategii banków, dlatego zawsze będą one się starały zapewnić dobrą, konkurencyjną ofertę.

PASSION Public Relations