

# Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



## Zarządzanie nieruchomościami

### Trendy na rynku nieruchomości

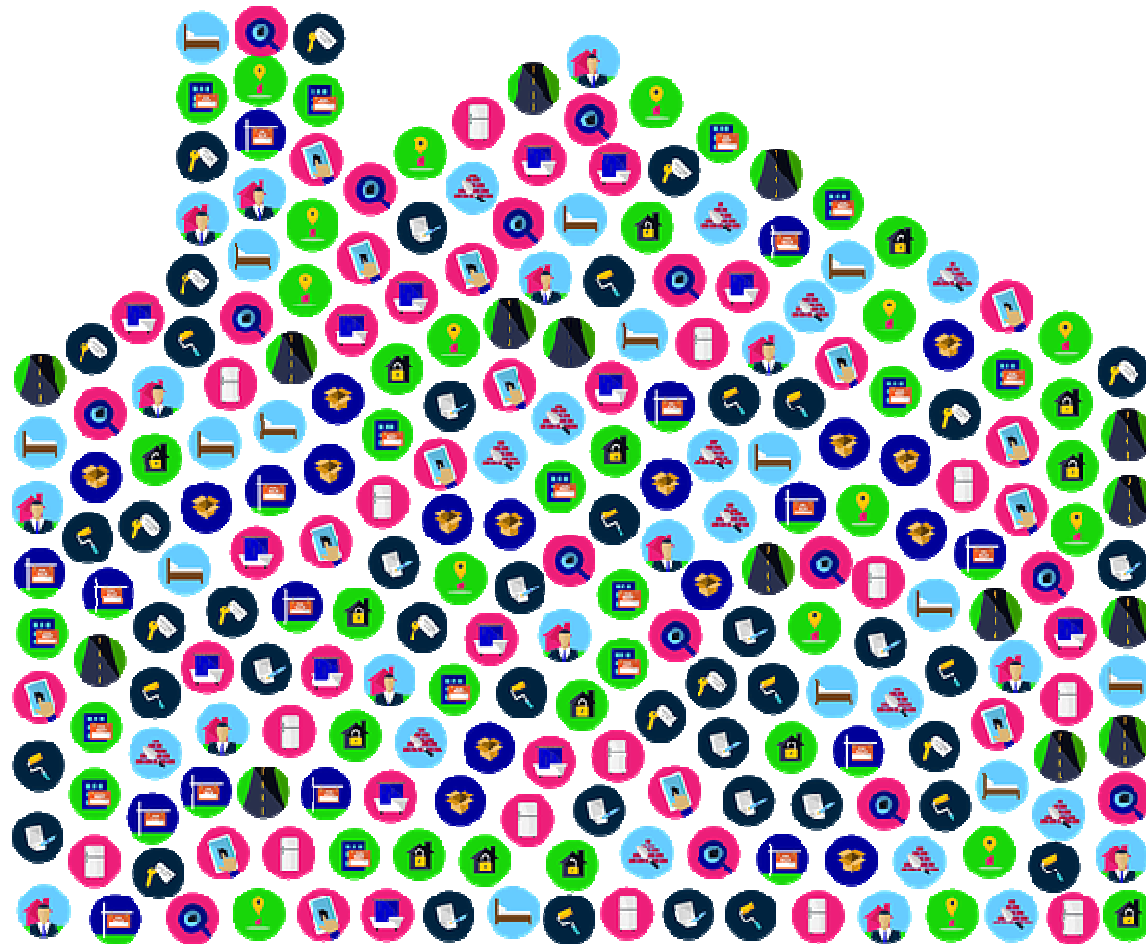
Małgorzata Urbaniak

**Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu**  
16 października 2017 r.

Organizatorzy



# NIERUCHOMOŚĆ TO... (skojarzenia)

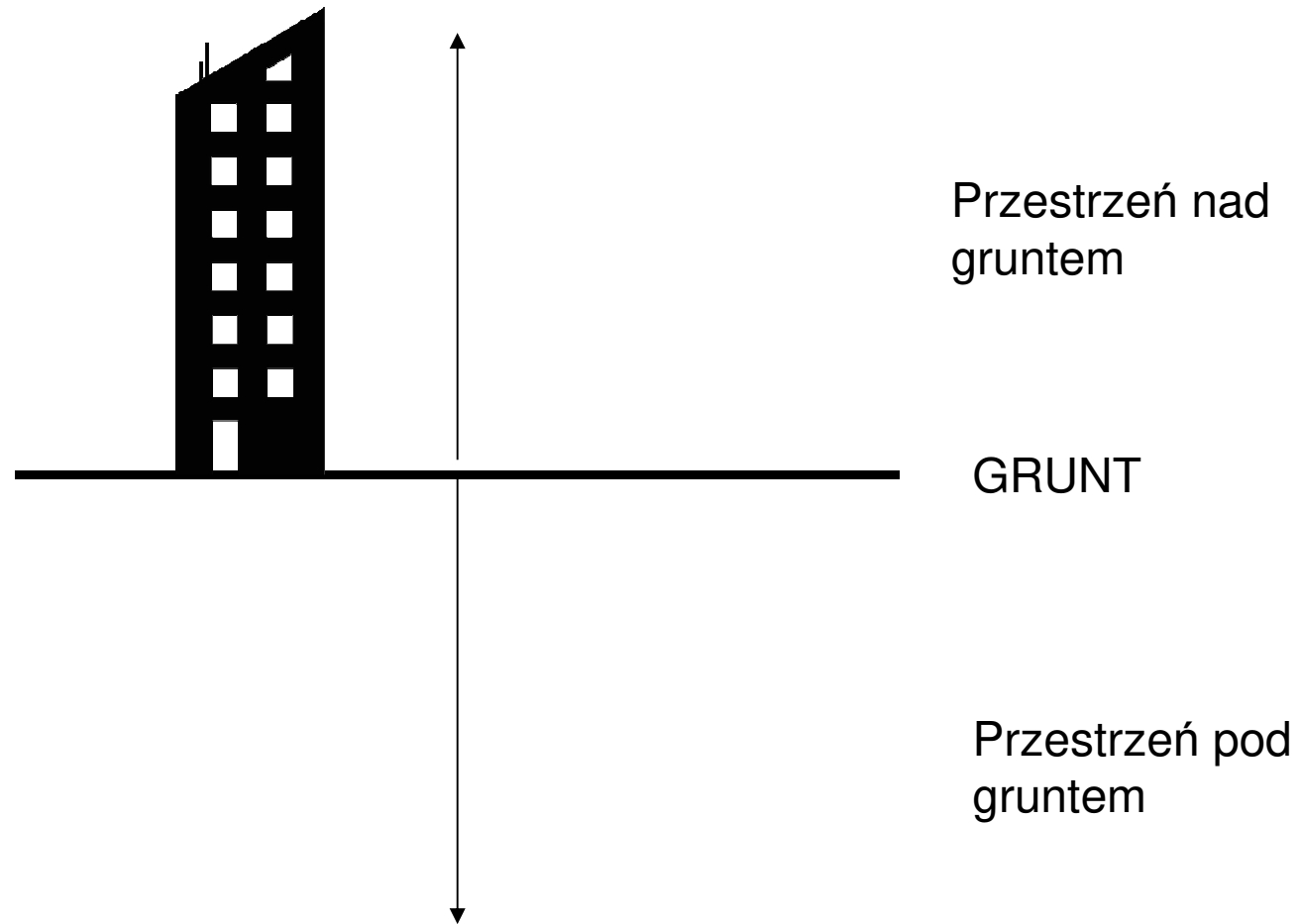


# NIERUCHOMOŚĆ TO... (definicja)

Zgodnie z art.46 Kodeksu Cywilnego:

*„Nieruchomościami są części powierzchni ziemskiej stanowiące odrębny przedmiot własności (grunty), jak również budynki trwale z gruntem związane lub części takich budynków, jeżeli na mocy przepisów szczególnych stanowią odrębny od gruntu przedmiot własności”*

# TRÓJWYMIAROWOŚĆ NIERUCHOMOŚCI



# NIERUCHOMOŚĆ a RUCHOMOŚĆ



# NIERUCHOMOŚĆ a RUCHOMOŚĆ

- **Staość w miejscu,**
- **Trwałość** (długowieczność),
- **Nierozzerwalność** z gruntem,
- **Różnorodność** (nie ma dwóch takich samych nieruchomości),
- **Wysoka kapitałochłonność** (wysoki koszt jednostkowy),
- **Związany z konkretną lokalizacją** (ma wpływ na wartość nieruchomości na wartość nieruchomości)

- **Można go przenosić** w dowolne miejsce,
- Ma dość **ograniczoną trwałość,**
- Stanowi **samodzielny byt,**
- Możemy znaleźć „dwa takie same samochody”,
- Koszt zakupu i użytkowania nie jest zbyt wysoki

# NIERUCHOMOŚCI RÓŻNIĄ SIĘ...

- **FUNKCJA** (przeznaczeniem)
- **SKALA** (rozmiarem)
- **FORMA** (kształtem)

# NIERUCHOMOŚCI - CEL

- **DLA WŁASNYCH POTRZEB**  
(mieszkanie, dom)
- **DLA ZYSKU**  
(np. hotel, biurowiec, stadion, mieszkanie)
- **DO SPOŁECZNYCH CELÓW**  
(szkoła, szpital, teatr)



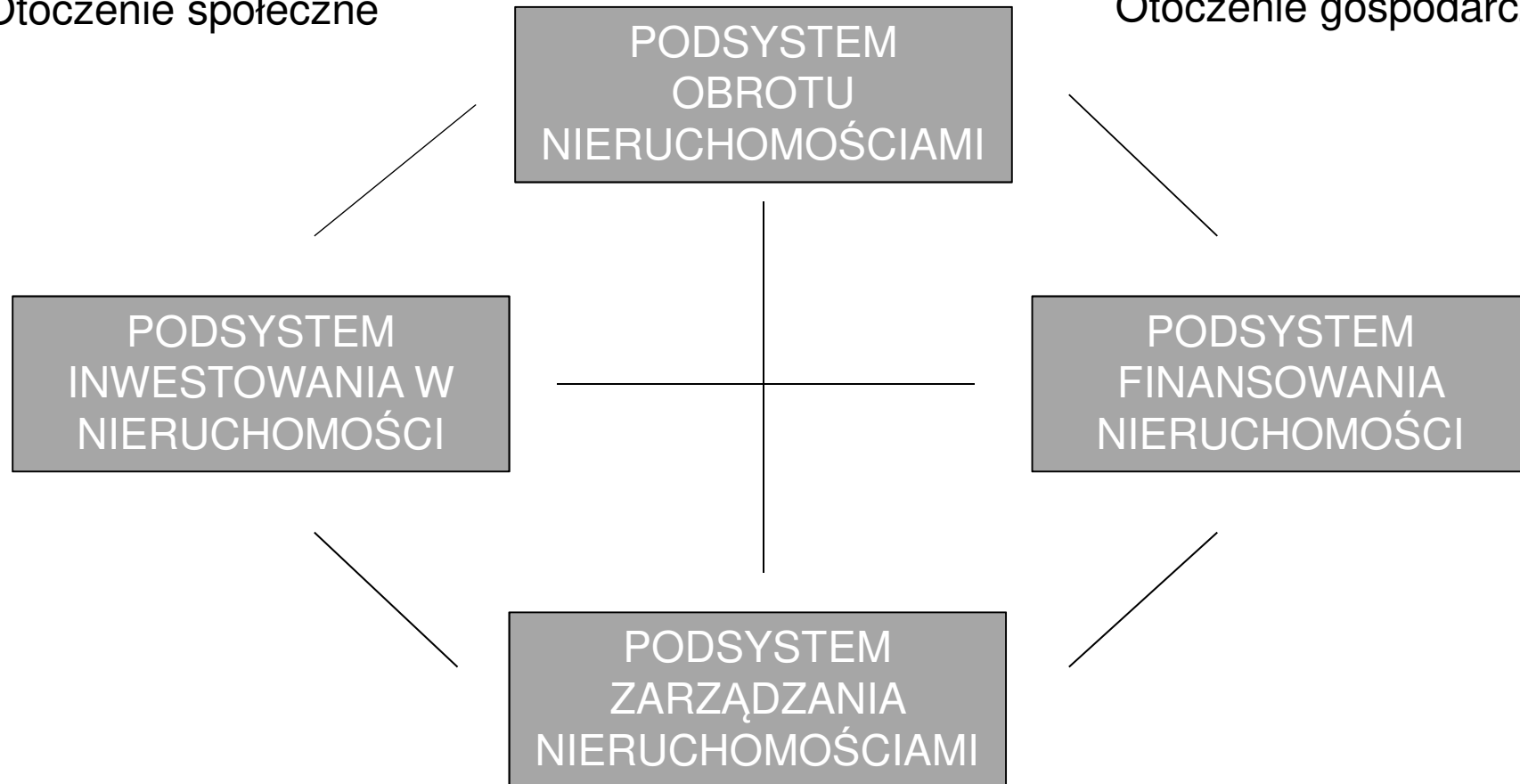
# NIERUCHOMOŚCI - kto może być właścicielem?

- OBYWATEL
- FIRMA
- INSTYTUCJA
- SKARB PAŃSTWA
- SAMORZĄD (GMINA, POWIAT, WOJEWÓDZTWO)
- SPÓŁDZIELNIA

# RYNEK NIERUCHOMOŚCI - POWIĄZANIA

Otoczenie społeczne

Otoczenie gospodarcze



Otoczenie polityczne

Otoczenie prawne

# RYNEK NIERUCHOMOŚCI - TRENDY

- Powstaje bardzo dużo budynków mieszkalnych w dużych miastach – duża konkurencja wśród deweloperów
- W dużych miastach, takich jak Wrocław, zauważalna jest większa liczba powstających obiektów handlowych i biurowych
- Coraz większym zainteresowaniem cieszą się także obrzeża miast (powstają mieszkania i domy)
- W przypadku domów widać trend budowania energooszczędnego
- W Polsce wciąż wiele mieszkań i domów sprzedaje się na „etapie dziury w ziemi”
- Inwestowanie w nieruchomości (głównie zakup mieszkania na wynajem) stało się popularną formą lokowania kapitału

# RYNEK NIERUCHOMOŚCI - ZAWODY

- **POŚREDNIK**
- **RZECZOZNAWCA MAJĄTKOWY**
- **ZARZĄDCA**

# ZARZĄDCA NIERUCHOMOŚCI

## troszczy się o:

- racjonalne koszty eksploatacji (koszty użytkowania budynku),
- to, by zarządzany obiekt przynosił jak największe zyski swoim właścicielom,
- o to, by nieruchomość jak najmniej traciła na wartości w miarę upływu czasu.

# ZARZĄDCA NIERUCHOMOŚCI

## ZADANIE - WYZWANIE (PRACA W GRUPACH)

# ZADANIE-WYZWANIE

„BĄDŹ SKUTECZNYM ZARZĄDCĄ GALERII HANDLOWEJ WE WROCŁAWIU”

## IDEA

**Jesteście zespołem najlepszych specjalistów, którzy zarządzają nową galerią handlową we Wrocławiu. Konkurencja jest bardzo duża, a Waszym celem jest zdobycie jak największej liczby Klientów, promocja galerii handlowej jako nowego miejsca na mapie Wrocławia i zbudowanie pozytywnego wizerunku „waszej” nieruchomości komercyjnej. Zatem do dzieła!**

# ZARZĄDCA NIERUCHOMOŚCI

## ETAP I - ORGANIZACJA GALERII

- **Wymyślcie nazwę dla swojej galerii handlowej**  
(powinna być kreatywna, ale też łatwo zapadać w pamięć)
- **Określcie swoje role w zespole zarządzającym galerią handlową**  
(Menedżer galerii, Dyrektor Marketingu, Dyrektor techniczny... -  
zastanówcie się, jakie stanowiska są wg Was jeszcze niezbędne do  
sprawnego zarządzania tą nieruchomością – każdy członek zespołu musi  
mieć przypisaną rolę)

**W jakich godzinach będzie otwarta galeria handlowa?**  
(poniedziałek-piątek; sobota-niedziela)



# ZADANIE-WYZWANIE

## ETAP II - OFERTA GALERII

- **Określcie najważniejsze strefy w waszej galerii handlowej**  
(np. Moda, Sport...)
- **Jakie dodatkowe atrakcyjne miejsca przewidzieliście w galerii?**  
(np. dla małych dzieci, dla młodzieży, osób starszych)
- **Co będzie w waszej galerii wyjątkowego, czego Klienci nie spotkają w innych galeriach w mieście?** (liczy się kreatywność)

# ZADANIE-WYZWANIE

## ETAP III - PROMOCJA GALERII

**- Jakie wydarzenie planujecie zorganizować na oficjalne otwarcie galerii?**

(wydarzenie powinno zachęcić do odwiedzin jak największą grupę docelową)

**- Zaprojektujcie reklamę wizerunkową galerii handlowej**

(ciekawe hasło + własna grafika)

**- Wymyślcie cykliczne wydarzenia w waszej galerii**

(jedno wydarzenie dla dzieci, jedno dla dorosłych)