



# Rynek mieszkaniowy w Polsce

SYTUACJA NA RYNKU MIESZKANIOWYM  
II KWARTAŁ 2008

## redNet Consulting

Siedziba Spółki  
ul. Sądowa 5  
43-600 Jaworzno  
NIP: 632-18-79-602  
KRS: Sąd Rejonowy w Katowicach  
VIII Wydział Gospodarczy,  
nr 0000226990  
Kapitał zakładowy: 51.000 PLN  
Zarząd:  
Prezes: Robert Chojnacki  
Wiceprezes: Agnieszka Piotrowska

Centrala Spółki  
Wiśniowy Business Park  
Budynek C  
ul. 1-go Sierpnia 6a  
02-134 Warszawa  
tel: (+48 22) 318 72 00  
fax: (+48 22) 318 72 53  
e-mail: [consulting@rednetproperty.com](mailto:consulting@rednetproperty.com)  
[www.rednetconsulting.pl](http://www.rednetconsulting.pl)

Wszelkie dane i materiały zawarte na stronie internetowej redNet Consulting chronione są prawem autorskim. Wykorzystanie do publikacji (w całości lub w części) danych i materiałów zamieszczonych na stronie wymaga wcześniejszej zgody redNet Consulting. Rozpowszechnianie i wykorzystywanie danych oraz materiałów zawartych na stronie możliwe jest wyłącznie z podaniem redNet Consulting jako źródła informacji. Dozwolone jest ładowanie, wyświetlanie, kopiowanie i przekazywanie materiałów innym osobom – wyłącznie w zakresie dozwolonego użytku osobistego i pod warunkiem, że materiały nie są modyfikowane. redNet Consulting nie ponosi żadnej odpowiedzialności za szkody wynikające z korzystania ze strony, a w szczególności za szkody wynikające z interpretacji i/lub wykorzystania danych i materiałów dostępnych na stronie oraz za jakiegokolwiek straty spowodowane stosowaniem tych materiałów czy danych.

## Kto pierwszy pęknie? KUPUJĄCY CZY SPRZEDAJĄCY?

Firma doradcza redNet Consulting zbadała sytuację na rynku mieszkaniowym w największych ośrodkach miejskich w Polsce – aglomeracjach warszawskiej, trójmiejskiej i śląskiej, a także w Krakowie, Poznaniu, Wrocławiu, Łodzi i Szczecinie. Wnioski są proste – oczekiwania kupujących i sprzedających rozmiągają się. O ile w roku 2006 rynek stracił płynność ze względu na niską podaż – to teraz traci płynność ze względu na brak popytu – a ściślej biorąc brak akceptacji kupujących dla zbyt wysokich cen. Ale rynek jest efektywny. W niektórych miejscach widać już, że część deweloperów potrafi dostosować się do nowej sytuacji rynkowej.

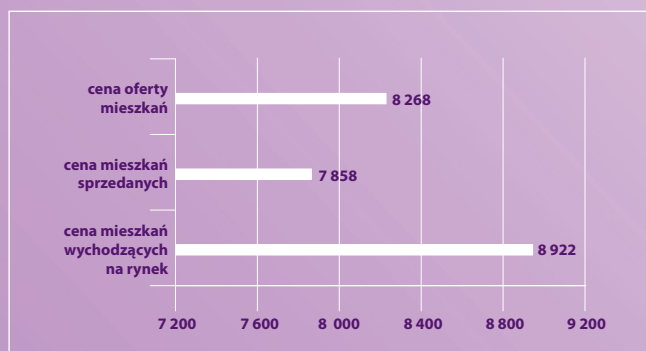
### ZAŁAMANIE SPRZEDAŻY I BARDZO WYSOKA NOWA PODAŻ.

Z szacunków redNet Consulting wynika, że w II kwartale w badanych ośrodkach deweloperzy sprzedali 5 763 mieszkania, co jest wynikiem najniższym od lat. Co więcej, załamanie sprzedaży widoczne było zwłaszcza w czerwcu. Załamaniu sprzedaży towarzyszy natomiast wysoka podaż nowych projektów – wg szacunków redNet w II kwartale deweloperzy wprowadzili do sprzedaży 13 618 mieszkań co oznacza, że na każde 10 sprzedanych mieszkań na rynek trafiły 24 nowe. W takiej sytuacji swoiste przeciąganie liny między kupującymi a sprzedającymi stawia tych drugich na przegranej pozycji – ceny będą musiały spaść.

### OCZEKIWANIA SPRZEDAJĄCYCH I KUPUJĄCYCH WCIAŻ SIĘ ROZMIJAJĄ.

Średnia cena mieszkań w ośmiu największych aglomeracjach Polski na koniec czerwca wyniosła 8 268 zł, i była niższa niż w maju o 0,23%. Jednak cena tych mieszkań, które sprzedane zostały w I kwartale, była o 5% niższa, i wynosiła 7 858 zł. Niestety, cena nowej oferty była wyższa aż o 1 064 zł (13,5%) i wyniosła 8 922 zł. Szczegółowe dane pokazuje wykres poniżej.

Co to oznacza? Mówiąc wprost – w II kwartale sprzedano 5 763 mieszkania o średniej cenie 7 858 zł/mkw., a w miejsce tych sprzedanych lokali deweloperzy wprowadzili na rynek 13 618 mieszkań o średniej cenie 8 922 zł/mkw. Wynik jest łatwy do przewidzenia – zgrzyt zębów w biurach sprzedaży.



ŚREDNIA CENY MKW. W OŚMIU NAJWIĘKSZYCH AGLOMERACJACH POLSKI  
ŹRÓDŁO: redNet Consulting na podstawie [www.tabelaofert.pl](http://www.tabelaofert.pl).

## POZYTYW NR 1 DEWELOPERZY CHWALĄ SIĘ DOBRZYMI CENAMI.

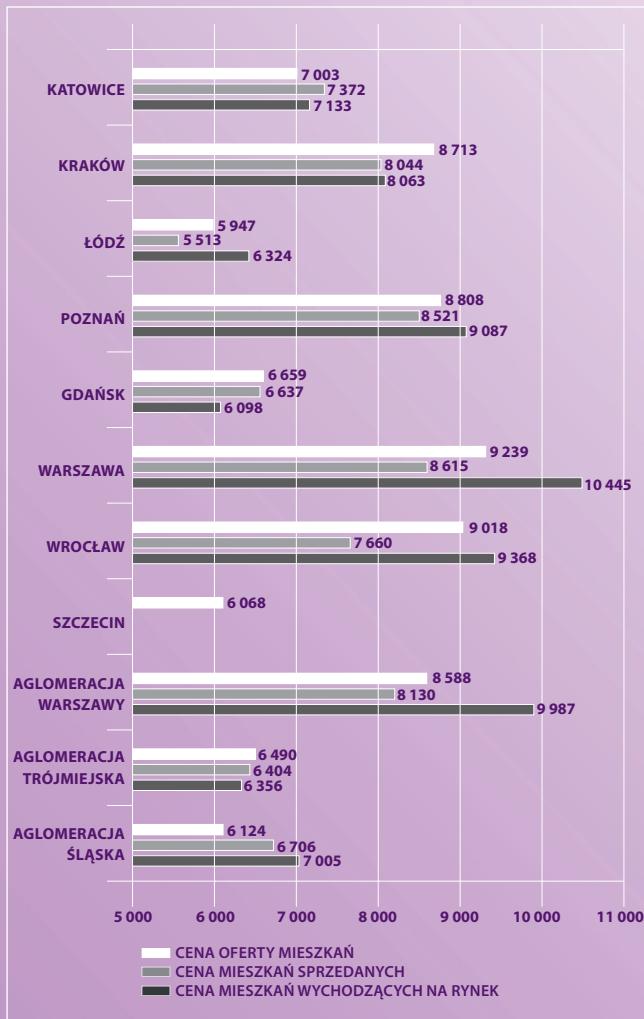
Uważny obserwator rynku zada sobie pytanie: skoro nowe oferty są tak drogie, to dlaczego średnia cena spada? redNet Consulting sprawdził te dane i wyjaśnienie jest banalne – deweloperzy po prostu obniżają ceny mieszkań, które już są na rynku. Co więcej, wiele firm publicznie chwali się obniżkami i nie chowa się za fasadą promocji typu garaż gratis, a do tego garażu jeszcze samochód. To bardzo istotna zmiana nastawienia, bo jeszcze niedawno deweloperzy obniżali ceny po cichu, obawiając się reakcji klienta. Okazuje się, że klienci bardzo pozytywnie reagują na podawane wprost obniżki cen. Z danych redNet Consulting wynika, że sprzedaż w tych projektach, gdzie deweloperzy uczciwie reklamują swoje ceny jest lepsza, niż tam, gdzie strategia marketingowa zakłada wiarę w doskonałość własnego produktu i magiczne umiejętności handlowców, której celem jest takie przedstawienie atutów produktu, aby cena przestała być istotna. Tylko, że często Ci handlowcy nie mają nawet szansy na rozmowę telefoniczną z klientem. W sytuacji dużej podaży, klient wybiera po prostu inną ofertę. Nabywca wychodzi z założenia, że każdy deweloper chwali się atutami swojego projektu. Jeśli reklamuje cenę, to znaczy że uważa ją za atut. Jeśli jej nie podaje – to znaczy że atutem ona nie jest, co więcej może powstać przekonanie, że być może ta cena jest zbyt wysoka. Tam, gdzie deweloperzy chwalą się cenami, sprzedaż idzie lepiej, nawet jeśli są to projekty z wyższej półki.

## POZYTYW NR 2 DEWELOPERZY ZACZYNAJĄ ODKRYWAĆ POTRZEBY KLIENTA.

W większości miast problem można zdefiniować następująco: klienci wiedzą już, że rynek się odwrócił i nie spieszą się z zakupem mieszkań, a dokonując zakupu sugerują się przede wszystkim ceną – nie dlatego, że ich nie stać na droższe, ale dlatego że nie chcą przepłacić. Jednocześnie projekty, które teraz trafiają na rynek, były przygotowywane w czasach galopującego wzrostu cen. Przy wysokich kosztach budowy niewielu deweloperów decydowało się na inwestycje w segmencie popularnym, ze względu na niskie marże. Inwestowano w segment średni lub wyższy, gdzie przy zbliżonych nakładach kosztowych zarabiano się więcej, a mieszkania sprzedawały się rewelacyjnie. Dlatego właśnie brakuje projektów w segmencie popularnym. Kluczem jest czas potrzebny na ich przygotowanie. Najszybciej zareagowali deweloperzy w Gdańsku, gdzie kilka firm wprowadziło tanie inwestycje. Nowa oferta w Gdańsku jest cenowo o ponad 8% niższa, niż mieszkania, które sprzedawały się w ciągu ostatnich 3 miesięcy. Dla porównania w Warszawie i Wrocławiu wprowadzono do sprzedaży głównie droższe mieszkania – nowa oferta cenowo jest o ponad 20% droższa od tego co się sprzedaje.

*Konkluzja: Ceny mieszkań będą spadać dalej – po pierwsze deweloperzy będą obniżać ceny istniejących projektów, po drugie - powoli na rynek trafić będzie coraz więcej inwestycji z segmentu popularnego.*

Robert Chojnacki  
Prezes Zarządu redNet Consulting



ŚREDNIA CENY MKW. W OŚMIU NAJWIĘKSZYCH AGLOMERACJACH POLSKI  
ŹRÓDŁO: redNet Consulting na podstawie www.tabelaofert.pl.