

Analiza rynku self-storage. Zobacz, na co zwracać uwagę, wyceniając małe powierzchnie magazynowe



Sławomir Czapliński

rzecznawca majątkowy, nr upr 7262, od kilkunastu lat kupuje i wynajmuje nieruchomości, a od kilku lat specjalizuje się w wynajmie komórek lokatorskich.

Przeanalizowanie obiektów self-storage, kontenerów, komórek lokatorskich i piwnic z punktu widzenia rzeczoznawcy majątkowego i inwestora zarządzającego pakietem umów najmu małych powierzchni magazynowych jest bardzo istotne, szczególnie że rynek ten cały czas się rozwija. W artykule podzielę się moją wiedzą i biznesową fascynacją tym rynkiem. Przeprowadziłem bezpośrednie rozmowy z blisko 200 potencjalnymi najemcami, pytając ich o kryteria wyboru małych powierzchni magazynowych. Szczególny nacisk został położony na preferencje potencjalnych najemców i atrybuty powierzchni magazynowych.

Termin self-storage od kilku lat jest coraz powszechniejszy w Polsce. Nie wypracowaliśmy polskiego określenia oddającego w pełni znaczenie tego terminu. Najtrafniejsze tłumaczenia tej frazy to samoobsługowe magazyny i miniprzechownie. W budynkach self-storage zwykle są pracownicy lub/i ochrona obiektu, a wynajem najchętniej jest widziany na jak najdłuższe terminy. Nie należy zatem self-storage mylić z przechownią rzeczy.

Głównym propagatorem idei self-storage są wielcy światowi gracze tego rynku, którzy rozmieścili swoje budynki magazynowe przy głównych trasach prowadzących do metropolii. Kierowcom rzucają się w oczy kolorowe budynki przyciągające wzrok, często z napisem typu: „Wynajmij mnie już od X zł miesięcznie” (zwykle w pierwszym roku wynajmu). Zdobycie nowego klienta na miesiąc jest kluczowe, ponieważ zazwyczaj ktoś, kto przetransportował swoje rzeczy do magazynu, korzystać będzie z niego przez wiele miesięcy. Przewożenie z jednego magazynu do drugiego oznacza bowiem angażowanie czasu i koszty związane z transportem.

W Polsce brakuje opracowań międzynarodowych firm analizujących rynek małych powierzchni magazynowych. W kularowych rozmowach przyznają, że obserwują rynek, ale jest jeszcze zbyt mały, aby angażować w niego posiadane zasoby. Inaczej sytuacja wygląda np. w Wielkiej Brytanii, gdzie rynek self-storage to potężna część rynku nieruchomości.

Rynek self-storage w Polsce i Europie

Europa Zachodnia od wielu lat analizuje rynek self-storage i zauważa, że głównymi czynnikami wzrostu tego rynku są:

1. Zwiększająca się mobilność społeczeństwa.

2. Urbanizacja.

3. Styl życia, w szczególności rosnąca rola ekonomii współdzielenia (ang. *sharing economy*)

Polski rynek self-storage ma wiele podobieństw do Europy Zachodniej.

W Europie Zachodniej własność nieruchomości nie jest priorytetem. Specyfika rynku pracy wymaga mobilności. Dzisiaj praca w Amsterdamie, jutro być może w innej części Europy czy nawet świata. Zakup nieruchomości dla typowego nabywcy indywidualnego nie jest zatem zadaniem łatwym. Inaczej jest z najmem, w szczególności niewielkich powierzchni magazynowych. Dla najemcy coraz bardziej istotna jest lokalizacja niż cena. Na nasyconym rynku konkurencja jest duża. Kluczowe staje się więc dotarcie do klienta, w szczególności przez marketing internetowy. Przeciętny klient pragnie szybko załatwić sprawę powierzchni magazynowej, nie ma czasu (dla ewentualnych kilkunastu euro oszczędności rocznie) szukać, dzwonić i negocjować przez kilka godzin innych, minimalnie lepszych cenowo warunków. Wybiera opcję najbardziej spełniającą jego indywidualne potrzeby. Może się okazać, że za jakiś czas znowu będzie musiał się przenieść, aby np. realizować nowy projekt zawodowy w innym miejscu świata.

Z drugiej strony typowy self-storage ma około 50% klientów biznesowych, głównie małych firm, które są uważane za stabilniejszego najemcę niż klient indywidualny. Firmy częściej niż osoby indywidualne związają powierzchnie najmu.

Polski rynek jest mniej mobilny niż w zachodnioeuropejski. Polacy nie mają nawyku zabierania ze sobą rzeczy, dla których potrzebują dodatkowej powierzchni magazynowej.

Podobnie jak w Europie Zachodniej, zbliżona jest struktura klientów indywidualnych i biznesowych. W przybliżeniu rozkłada się po połowie. Polskim obiektom magazynowym również bardziej zależy na firmach.

Kolejnym elementem zapotrzebowania na powierzchni magazynowej jest urbanizacja. Wzrost koncentracji w obszarach miejskich jest jednym z głównych czynników zwiększających zapotrzebowanie na miejsca do składowania rzeczy. Przykładowo Hiszpania i Włochy odnotowują ujemny przyrost naturalny, jednak współczynnik urbanizacji rośnie. W efekcie zwiększa się popyt na powierzchnie magazynowe. W Polsce self-storage istnieją i powstają w największych aglomeracjach miejskich lub w ich dobrze skomunikowanym pobliżu.

Sharing economy stawia przed tradycyjnymi branżami nowe wyzwania. Hotelarze uważają, że AirBnB odbiera im klientów. Taksówkarze nie wyrażają się w superlatywach o firmie Uber. Netflix sprawia, że telewizja kablowa umowami na czas określony i ofertą filmową nie oczaruje klienta. Każdy klient oczekuje usługi tu i teraz, bez zobowiązań na przyszłość. Klient może potrzebować powierzchni magazynowej, zarówno na kilka dni, jak i na kilka lat. Może preferować tradycyjne miesięczne płatności czynszu, ale część klientów woli zapłacić za rok z góry – niższy czynsz w przeliczeniu na miesiąc. Dostosowanie oferty do potrzeb klienta jest kluczowe w każdej branży.

■ WAŻNE – ZAPAMIĘTAJ

Polski rynek małych powierzchni magazynowych (do 20 m²) obok budynków przeznaczonych na self-storage obejmuje jeszcze kontenery, komórki lokatorskie i piwnice.

Szacuje się, że rynek małych powierzchni magazynowych rośnie rocznie o 5–10%, głównie poprzez wzrost dostępnej powierzchni magazynowej. Generalnie ceny najmu są stabilne z tendencją wzrostową, około 2–3% powyżej inflacji. Najbardziej pożądane są długoterminowe umowy najmu. Większość umów najmu jest aneksowana na kolejne okresy najmu. Agresywny marketing, szczególnie internetowy, dominuje wśród liderów poszczególnych segmentów rynku. Ciągłe dostosowywanie oferty do potrzeb klienta jest newralgiczne.

Budynki

W Polsce typowe budynki self-storage mają powierzchnię użytkową w przedziale 2000–5000 m², zwykle pojedyncze boksy mają powierzchnię użytkową w zakresie 0,5–20 m². Największym zainteresowaniem cieszą się najmniejsze powierzchnie użytkowe. Ceny najmu są w tym segmencie rynku najwyższe. Duże nakłady na

marketing. Gracze rynkowi przywiązują wagę do działań *public relations*. Choćby wzmianki prasowe długo są eksponowane na stronach internetowych.

Usługi świadczą zarówno firmy międzynarodowe, z dużym zapleczem finansowym, logistycznym i know-how, jak i polskie firmy często uczące się biznesu na zasadzie prób i błędów przy pierwszej inwestycji. Generalnie rodzime firmy oferują niższe ceny i większą elastyczność negocjacyjną, zarówno cenową, jak i indywidualnych ustaleń z najemcą. W tym segmencie są relatywnie duże nakłady inwestycyjne, z reguły nowy budynek zaprojektowany pod potrzeby związane z wynajmowaniem powierzchni magazynowych, rzadziej adaptacja istniejących budynków.

Kontenery

Intensywny rozkwit rynku magazynowego w kontenerach, przede wszystkim morskich, rozpoczął się 2–3 lata temu. Główną przyczyną jest najniższa bariera wejścia. Koszt pojedynczego kontenera to kilka tysięcy złotych, do tego kilkadziesiąt metrów kwadratowych gruntu – z reguły w dzierżawie, rzadziej we własności. Łatwość wejścia i wyjścia na rynek sprawia, że pojawiają się osoby, które nie przemyślały szczegółowo aspektów funkcjonowania biznesu. W Warszawie panuje opinia, że kontenery powstają jak przysłowiowe grzyby po deszczu, niestety liczba smakoszy grzybów nie wzrasta znacząco wraz z ich urodzajem, tj. zbyt duża podaż w krótkim okresie przy niewielkim wzroście popytu w dłuższym okresie prowadzi do obniżenia ceny.

Kolejnym aspektem jest częste oferowanie jednostek o powierzchni użytkowej 12 m², a rynek oczekuje jak najmniejszej powierzchni użytkowej. Temperatura w kontenerach według relacji jednego z najemców w lecie dochodzi do 60°C. Oczywiście są najemcy, którzy będą magazynować i w takich warunkach, ale większość oczekuje znacznie lepszych parametrów oferty.

Komórki lokatorskie

Segment rynku jest mocno rozdrobniony. Z moich obserwacji wynika, że 80% oferentów ma mniej niż 5 komórek lokatorskich. Żadna z kilku firm na rynku nie traktuje tego biznesu jako podstawowej działalności, mimo że dochody są adekwatne do ryzyka biznesowego. Wartość przychodów tego segmentu rynku jest jednak znacznie mniejsza niż wyżej opisanych segmentów. Głównie w dużych osiedlach mieszkaniowych istnieje obrót komórkami lokatorskimi, w większości przypadków jako udział w lokalu niemieszkalnym (garażu) z prawem do wyłącznego korzystania z danej komórki lokatorskiej.

Komórki lokatorskie rzadko są przedmiotem obrotu. Koszt zakupu to przykładowo kilka tysięcy za metr kwa-

dratowy w centralnych dzielnicach Warszawy. Zdarzają się transakcje pakietowe na rynku warszawskim. Poza Warszawą rynek praktycznie nie istnieje. Klienci oczekują powierzchni magazynowej blisko ich miejsca zamieszkania. Intensywna zabudowa np. biurowa i mieszkaniowa na warszawskiej Woli sprawia, że widoczne jest zapotrzebowanie na tego typu powierzchnie magazynowe.

Piwnice

W większości piwnice zostały zbudowane w czasach PRL. Obserwujemy tutaj znikome zapotrzebowanie i śladowy rynek najmu. Inwestorzy kupujący mieszkania na rynku wtórnym często stają się właścicielami piwnic, które nie mają znaczenia biznesowego. Wynajem tych powierzchni magazynowych nie cieszy się zainteresowaniem – wątpliwe bezpieczeństwo, niski standard, ryzyko występowania gryzoni, w szczególności w Warszawie w dzielnicach: Ochota, Gołław czy Bielany, gdzie lokalne władze zaczynają walczyć z plagą szczurów. Zdecydowana przewaga podaży nad popytem, najczęściej spotykana cena najmu to 50 zł/mies.

Atrybuty małych powierzchni magazynowych

Lokalizacja, sąsiedztwo czy stan techniczny to czynniki wpływające na cenę, podobnie jak w przypadku innych nieruchomości. Inne atrybuty typowe dla małych powierzchni magazynowych jako całości to:

1. Bezpieczeństwo

Ludzie przechowują rzeczy, z którymi są emocjonalnie związani lub które są im potrzebne. Ryzyko straty ich własności powinno być zminimalizowane np. poprzez ochronę, monitoring czy ubezpieczenie.

2. Dostępność 24 h

Klienci chcą mieć dostęp do swoich rzeczy o każdej porze dnia i nocy, co wynika przede wszystkim z ich stylu pracy. Do trybu pracy pracownika korporacji

dostosowywane jest jego życie, a powierzchnia magazynowa jest znikomym aspektem jego życia, skoro na nim wywierana jest presja raportowania, nawet 24 h, tego samego wymaga on od wynajmującego. Jeżeli znajdzie wolną godzinę w ciągu doby, może zapragnąć przyjechać do swojego magazynu.

3. Kształt

Kształt powierzchni najmu przez analogię można odnieść do kształtu działki. Najbardziej preferowane są powierzchnie prostokątne, najmniej nieregularne kształty.

4. Możliwość podjazdu pod magazyn

Klient oczekuje, że niemal wjedzie swoim samochodem do magazynu. Im dłuższa droga od samochodu do magazynu, tym mniejsza skłonność potencjalnego najemcy. Z moich obserwacji wynika, że ponad 95% klientów przyjeżdża z rzeczami samochodem. Blisko 4% najemców to obcokrajowcy, przeważnie Ukraińcy, nieposiadający samochodu.

5. Parking na terenie obiektu

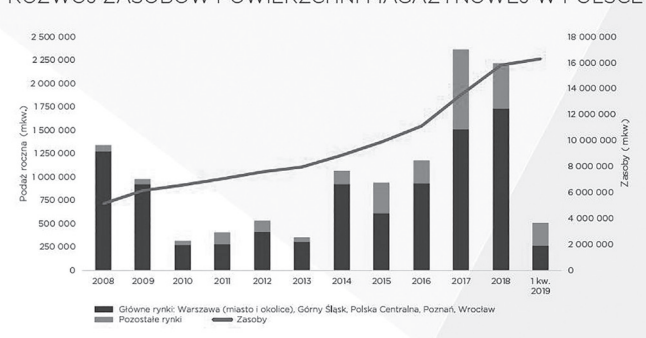
Klient przyjeżdżający samochodem pragnie mieć zapewnione miejsce parkingowe.

6. Polityka cenowa wynajmującego

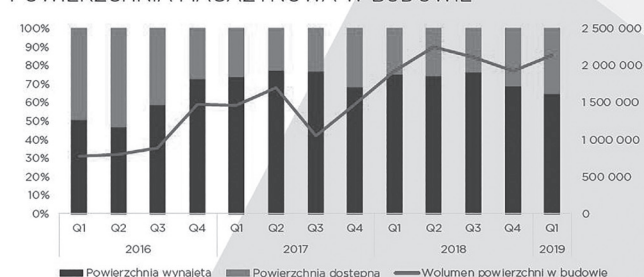
Na rynku lokali mieszkalnych często spotyka się ogłoszenia: „wynajem na minimum rok”. W powierzchniach magazynowych są klienci potrzebujący wynajmować na dni, miesiące i lata. Różnicowanie ceny w zależności od okresu najmu jest stosowanym rozwiązaniem przez wynajmujących. Najemcy często wydają się zdziwieni, że cena najmu na miesiąc i na rok różni się zasadniczo.

Małe powierzchnie magazynowe coraz częściej będą stawały się przedmiotem wyceny, szczególnie w aglomeracjach miejskich. Dlatego warto wiedzieć, jak wygląda ten rynek.

ROZWÓJ ZASOBÓW POWIERZCHNI MAGAZYNOWEJ W POLSCE



POWIERZCHNIA MAGAZYNOWA W BUDOWIE



Źródło: Raport Cushman & Wakefield