

Badanie postaw mieszkaniowych potencjalnych klientów rynku mieszkaniowego z Aglomeracji Górnośląskiej reprezentujących sektor kreatywny

Raport z Zadania 6



Zamawiający:

Gmina Bytom

ul. Parkowa 2
41-902 Bytom



Wykonawca:

EU-CONSULT Sp. z o.o.

ul. Toruńska 18C, lokal D
80-747 Gdańsk



Utila sp. z o.o.

ul. Targowa 42/20
03-733 Warszawa



Spis treści

Wstęp	4
Metodologia badania	4
Wyniki wywiadu fokusowego przeprowadzonego w Bytomiu	4
Wyniki wywiadu fokusowego przeprowadzonego w Katowicach	7
Podsumowanie	9
Rekomendacje	10
Wzór scenariusza wywiadu	13
Załącznik 1	16

Wstęp

Zadanie 6 obejmowało badanie postaw mieszkaniowych potencjalnych klientów rynku mieszkaniowego z Aglomeracji Górnośląskiej reprezentujących sektor kreatywny. Wywiady pozwoliły określić warunki, jakie muszą być spełnione, żeby bytomski rynek mieszkaniowy zaspokoił oczekiwania klientów reprezentujących sektor kreatywny. W zakresie analizy uwzględnione zostały oczekiwania dotyczące nabycia lub najmu mieszkania oraz związanych z tym kosztów, niezbędne atrybuty mieszkania i budynku, czynniki społeczne, tj. obecność lokalu socjalnego w budynku lub najbliższym sąsiedztwie, niezbędne atrybuty otoczenia mieszkania, sposób urządzenia przestrzeni publicznej, sąsiedztwo, atrybuty miasta jako całości, które są czynnikiem wpływającym na decyzję o wyborze miejsca zamieszkania, pożądane usługi publiczne, możliwość spędzania wolnego czasu.

Metodologia badania

Przeprowadzono dwa badania jakościowe, metodą wywiadu fokusowego (FGI). Do badania zostali zaproszeni respondenci reprezentujący następujące branże sektora kreatywnego: dziedzictwo kultury (3 osoby), performing arts (1 osoba), sztuka wizualna (3 osoby), telewizja, radio, prasa (3 osoby), architektura (2 osoby), reklama (5 osób). W badaniu brały udział osoby, które reprezentowały więcej niż jeden sektor kreatywny. Przeprowadzono dwa spotkania – w Bytomiu wśród 8 przedstawicieli sektora kreatywnego działającego w mieście oraz w Katowicach wśród 6 potencjalnych klientów rynku mieszkaniowego reprezentujących sektor kreatywny spoza Bytomia. Respondenci byli tak dobierani, aby uzyskać możliwie szeroki zakres społeczno-demograficzny opinii zebranych w ramach FGI. W dwóch spotkaniach wzięło udział 7 kobiet oraz 7 mężczyzn w wieku 18-29 lat, 30-49 lat i powyżej 50 roku życia. Listę podmiotów uczestniczących w badaniu przedstawia załącznik 1 do niniejszego raportu.

Wyniki wywiadu fokusowego przeprowadzonego w Bytomiu

W pierwszym badaniu przeprowadzonym w Bytomiu udział wzięło 8 osób (3 kobiety i 5 mężczyzn) reprezentujących sektor kreatywny w następujących branżach: dziedzictwo kultury (2 osoby), performing arts (1 osoba), sztuka wizualna (3 osoby), telewizja, radio, prasa (1 osoba), architektura (1 osoba), reklama (3 osoby).

Na podstawie przeprowadzonego wywiadu z przedstawicielami sektora kreatywnego z Bytomia można stwierdzić, iż **jest to miasto, w którym dobrze się mieszka**. Podkreślano znaczenie zwartego śródmieścia, pięknego parku miejskiego, dostępność szpitali, przedszkoli, szkół, basenu, kina, Opery Śląskiej, szkoły muzycznej oraz szkoły baletowej. **Za atut śródmieścia uznano dostępność usług, często już niedostępnych w innych miastach, tj. szewskich, krawieckich, zegarmistrzowskich oraz niewielki odsetek najemców korporacyjnych**. Respondenci byli przekonani, iż **negatywny wizerunek**

miasta na zewnątrz nie znajduje do końca uzasadnienia w jakości życia mieszkańców Bytomia.

Wskazane atuty mogą stać się, w opinii sektora kreatywnego, motorem rozwoju lokalnego rynku nieruchomości mieszkaniowych – dostępność wszelkich usług, infrastruktury społecznej w najbliższym sąsiedztwie miejsca zamieszkania. Wskazywano na atrakcyjną lokalizację Bytomia pod względem komunikacyjnym z innymi miastami Metropolii Górnośląsko-Zagłębiowskiej – Gliwicami i Katowicami.

Za atut uznano niskie ceny mieszkań na rynku wtórnym, co umożliwi realizację potrzeb mieszkaniowych na dwa razy większej powierzchni niż w Katowicach czy Gliwicach, za tą samą kwotę lub dwukrotnie taniej, na takiej samej powierzchni użytkowej. Niestety, pomimo konkurencyjnych cen, ze względu na negatywny wizerunek miasta wśród innych mieszkańców Metropolii Górnośląsko-Zagłębiowskiej, na teren Bytomia nie napływają nowe gospodarstwa domowe.

Wskazano na potencjał środowisk twórczych, który może stać się motorem rozwoju miasta w przyszłości. Aby przyciągnąć nowych mieszkańców, trzeba jednak zwiększyć liczbę wydarzeń kulturalnych. Jednocześnie podkreślono, że ze względu na uwarunkowania lokalnego rynku pracy **Bytom może w przyszłości stać się „piękną sypialnią”** dla osób pracujących w Katowicach. Aby przyciągnąć nowych inwestorów, chcących realizować potrzeby mieszkaniowe na terenie Bytomia należy stworzyć potencjalnym mieszkańcom przyjazny klimat do lokowania kapitału, tj. gwarancję przyszłego i stabilnego rozwoju miasta. Rozwój miasta zmniejszy ryzyko inwestowania w mieszkania, które mają dzisiaj niską cenę, ale aby nie doprowadzić do deprecjacji kapitału ulokowanego w nieruchomości mieszkaniowe, niezbędny jest rozwój rynku mieszkaniowego, który w dużym stopniu zależy zarówno od rozwoju gospodarczego, jak i kulturalnego miasta. Niezbędny do tego jest rozwój infrastruktury wolnego czasu, tj. restauracji, pubów, galerii w centrum miasta. Ważnym elementem rozwoju jest włączenie w rynek pracy osób bezrobotnych, wymagających wsparcia, które są częścią społeczeństwa tego miasta. Pozwoli to zahamować rosnący problem wykluczenia społecznego części mieszkańców. Niezbędny do tego jest jednak rozwój przedsiębiorczości, przyciągnięcie biznesu do Bytomia. Wskazano na potencjał biznesu kreatywnego, gdyż w opinii respondentów w Bytomiu nie ma możliwości rozwoju innych gałęzi przemysłu.

Potencjał rozwoju biznesu kreatywnego bezpośrednio wynika z potencjału lokalnych twórców, którzy dalej zamieszkują Bytom, ale kreują przedsięwzięcia z zakresu sztuki wysokiej w innych miastach, gdyż Bytom nie tworzy im warunków do działań w tym zakresie. Wykorzystanie lokalnego potencjału intelektualnego osób sektora kreatywnego oraz ściągnięcie do Bytomia nowych przedsięwzięć z zakresu biznesu kreatywnego może dokonać się, dzięki niepowtarzalnemu klimatowi miasta, występowaniu w centrum pięknych kamienic, w których można byłoby prowadzić działalność gospodarczą w zakresie biznesu kreatywnego.

Potencjałem miasta jest własność kamienic, w szczególności lokali użytkowych w nich się znajdujących. Należy je udostępnić podmiotom, które chciałyby w nich prowadzić działalność z zakresu sektora kreatywnego, z preferencyjnym czynszem, ulgami podatkowymi, innymi zachętami dla zainteresowanych podmiotów. Dobrym pomysłem byłoby wytypowanie budynków na centra biznesowe, w którym powierzchnia przeznaczona byłaby na działalność kreatywną, biurową, jak i mieszkaniową (wielofunkcyjna hybryda). Wszelkie inicjatywy kulturalno-artystyczno-społeczne mogą przyczynić się do poprawy wizerunku miasta, jednak potrzebne jest wsparcie i zaufanie władz miasta dla działań oddolnych, realizacji pomysłów twórców. Niezbędne jest jednak uproszczenie

procedur, otwartość władz na nowe projekty, dotowanie najlepszych przedsięwzięć.

Przedstawiciele sektora kreatywnego z Bytoma mieli podzielone zdania co do zasadności sprzedaży mieszkań komunalnych na rzecz najemców za 5% wartości rynkowej. Część opinii odnosiło się do zmniejszenia roli miasta w kreowaniu polityki mieszkaniowej w centrum miasta na skutek sprzedaży lokali, ale większość opiniodawców wskazywało na znaczenie własności prywatnej w procesie gospodarowania zasobem mieszkaniowym. Podkreślano przywiązanie do własności mieszkania, wzrost jakości zagospodarowania otoczenia budynku i stanu technicznego budynku mieszkalnego, jaki dokonał się w krótkim czasie po nabyciu lokali od miasta przez dotychczasowych najemców. Znacznie gorsza sytuacja w tym zakresie, w oczach respondentów, jest w nieruchomościach będących własnością miasta.

Respondenci nie zgadzają się z polityką sprzedaży lokali użytkowych w centrum miasta, gdyż nabywcy często traktują własność lokalu w sposób komercyjny, czego przejawem są podwyżki czynszów w lokalach, a w ostateczności wycofywanie się dużej części najemców z prowadzenia aktywności gospodarczej w tych lokalach. Skutkuje to rosnącą liczbą pustostanów i zmniejszeniem atrakcyjności głównych ulic śródmieścia.

Podkreślono, że w centrum miasta nie powinno być lokali socjalnych, gdyż duża część najemców socjalnych tworzy zjawiska kryzysowe, które wpływają na obniżenie bezpieczeństwa w tym obszarze i negatywnie oddziałują na potencjalnych inwestorów lub najemców lokali użytkowych. Zaproponowane zostało rozwiązanie, aby w każdej kamienicy zlokalizować tylko jeden lokal socjalny. Pozwoliłoby to na większą inkluzję społeczną gospodarstwa domowego zamieszkującego lokal socjalny.

Respondenci w większości posiadają mieszkania na własność w budynkach wspólnot mieszkaniowych (zakup na rynku mieszkaniowym, wykup lokalu od gminy z bonifikatą) bądź spółdzielni mieszkaniowych. Jedna osoba jest najemcą lokalu mieszkalnego z zasobu mieszkaniowego miasta. Podkreślano, że model własności mieszkania jest optymalnym modelem realizacji potrzeb mieszkaniowych, lokatą kapitału, ponadto zapewnia bezpieczeństwo materialne. Akcentowano znaczenie prywatnej własności, możliwość decydowania o kamienicy, zagospodarowaniu podwórka. Przynależność do danej grupy społeczno-ekonomicznej pozostałych mieszkańców budynku była dla respondentów bez znaczenia. Akceptują w budynku najem socjalny, ale tylko jednego lokalu.

Uwypuklono problem zbyt biurokratyzowanych procedur uzyskiwania zgód, pozwoleń, które często zniechęcają mieszkańców do rewitalizacji otoczenia nieruchomości. Eksponowano urok zamieszkiwania w kamienicach w ścisłym centrum miasta, jednak wskazywano też na słabą stronę tej formy realizacji potrzeb: dzicy lokatorzy, włamanie do piwnic, bariery architektoniczne stanowiące przeszkodę dla części użytkowników mieszkań w swobodnym korzystaniu z budynku, lokalu, podwórka. Wskazywano, że brak aktywnych działań władz miasta w zakresie przeciwdziałania patologiom w centrum miasta, może w przyszłości wpłynąć na ich decyzje o zmianie miejsca zamieszkania. Za negatywne działania uznano również rosnącą aktywność wspólnot mieszkaniowych w zakresie gromadzenia nieruchomości.

Według respondentów największą słabością miasta jest nagromadzenie zjawisk kryzysowych w śródmieściu, wysoki poziom bezrobocia, przy dużej podaży pracy w Metropolii Górnośląsko-Zagłębiowskiej, brak mechanizmów ze strony miasta zachęcających do podjęcia pracy. Za słabą stronę uznano także poziom czystości w mieście oraz niską jakość wykonywanych prac remontowych

w kamienicach będących własnością bądź współwłasnością miasta. Wskazano również niechęć miasta jako właściciela zasobu mieszkaniowego do prowadzenia prac inwestycyjnych w budynkach wspólnotowych.

Podkreślono znaczenie przestrzeni publicznych dla rozwoju społecznego lokalnej społeczności oraz realizacji potrzeb mieszkaniowych. **Wskazano, iż przestrzeń publiczna powinna zawierać jak najwięcej miejsc dla ludzi młodych, którzy są przyszłością miasta.** Według uczestników wywiadu należy kreować ofertę miejsc do zagospodarowania czasu wolnego. Według respondentów, w Bytomiu brakuje miejsc kultury, których program adresowany byłby zarówno do młodego, jak i starszego mieszkańca, zarówno biednego, jak i bogatego.

Według osób uczestniczących w wywiadzie, **w przyszłości lokalna polityka mieszkaniowa powinna być kompleksowa, opierać się na miksie najemców w danym budynku. Gmina powinna dążyć do wykreowania takiej oferty rynkowej, która przyciągnie ludzi, czyli powinna tworzyć warunki do inwestowania, ułatwiać procedury inwestorom.** Należy realizować inwestycje budownictwa mieszkaniowego jako uzupełnienie miejsc, gdzie nie ma dzisiaj budynków, najlepiej w centralnych obszarach miasta. Zabudowa musi być nowoczesna, o dobrej jakości. Należy odpowiednio połączyć istniejącą architekturę secesyjną ze współczesną, przy wykorzystaniu lokalnego potencjału architektów. Oferta powinna uwzględniać się nabywcą lokalnej społeczności. Należy kontynuować zabudowę pierzejową. Istotnym zagadnieniem jest również zagospodarowywanie podwórek, które mogą tworzyć zaplecze do rekreacji, stanowić mikroparki. Należy wraz z rozwojem budownictwa mieszkaniowego tworzyć centrotwórcze elementy, np. place zabaw, ławki w wielu miejscach miasta. Priorytetem powinny być również remonty kamienic należących do miasta. Ważne byłoby wspieranie działań remontowych prywatnych właścicieli w budynkach wspólnotowych z udziałem miasta. Elementem polityki mieszkaniowej, przyczyniającym się do minimalizacji zachowań kryzysowych występujących w śródmieściu, powinien stać się proces stopniowego rozpraszania najemców socjalnych po różnych dzielnicach i budynkach.

Wyniki wywiadu fokusowego przeprowadzonego w Katowicach

W drugim badaniu przeprowadzonym w Katowicach udział wzięło 6 osób (4 kobiety i dwóch mężczyzn) reprezentujących sektor kreatywny w następujących branżach: dziedzictwo kultury (1 osoba), telewizja, radio, prasa (2 osoby), architektura (1 osoba), reklama (2 osoby).

Z przeprowadzonego wywiadu z przedstawicielami sektora kreatywnego spoza Bytomia wynika, że zły wizerunek Bytomia wynika w głównej mierze z katastrofy budowlanej jaka miała miejsce w dzielnicy Karb. Trudno jest odbudować pozytywny obraz po takim wydarzeniu. Dodatkowo negatywny odbiór miasta pogłębia trudna poprzemysłowa rzeczywistość, miasto jest szare i nie radzi sobie z odzyskaniem / rewitalizacją przepięknych secesyjnych kamienic.

Miasto powinno troszczyć się o wszystkie elementy, wydarzenia, które dają dobry komunikat na zewnątrz. Dlatego szczególnie dziwiła uczestników wywiadu likwidacja Śląskiego Teatru Tańca¹, trudna sytuacja Galerii Kronika. Według respondentów w Bytomiu nie rozumie się kultury, to co było

¹ Zlikwidowany został Śląski Teatr Tańca, ale powstała nowa instytucja – Bytomski Teatr Tańca i Ruchu ROZBARK.

niewpowtarzalnego w tym obszarze zostało już utracone, gdyż wielu artystów o uznanej sławie odeszło do innych ośrodków kultury. Bez wspaniałych wystaw, koncertów, cenionych artystów, którzy tworzą niewpowtarzalną urodę świata i są magnesem przyciągającym odbiorców, nie uda się zbudować motoru rozwoju, jakim mógł się stać sektor kreatywny. Utracono Złot Superbohaterów, który niósł pozytywny przekaz o kulturowym wydziwku Bytomia.

Podkreślono, że branża kreatywna to nie tylko artyści, ale również biznes. O ile sektor kreatywny może wpłynąć na ocieplenie wizerunku miasta, to nie wpłynie znacząco, ze względu na skalę działalności, na rozwiązywanie problemów ekonomicznych, z jakimi boryka się Bytom. Aby jednak rozwinął się biznes kreatywny, potrzebna jest odpowiednia jakość otoczenia i przede wszystkim bezpieczeństwo w mieście. Niestety, elementy te na dzień dzisiejszy nie stanowią magnesem przyciągającego nowych mieszkańców. Podkreślono, że Władze Miasta nie walczą ze złym wizerunkiem Bytomia.

Zaznaczono, że **Bytom jest na mapie światowych pereł architektonicznych**. Należy je jednak zrewitalizować i odpowiednio „opakować” marketingowo. **Należy utworzyć również grupę ambasadorów marki Bytom, która mogłaby promować to miasto zarówno w kraju, jak poza granicami**. Trzeba jednak mieć na uwadze, że na siłę marki składają się ilość i jakość działań komunikacyjnych z jednej strony oraz ilość doświadczeń z drugiej strony.

Podkreślono, że gdyby Bytom stworzył ofertę dla firm, które chciałyby ulokować działalność w Bytomiu, np. poprzez zniżki w podatkach, dobrą lokalizację lokali, wsparcie organizacyjne, mogłoby pozyskać nowe podmioty z zewnątrz. Niestety takich działań jak na razie Bytom nie realizuje.

Wszyscy respondenci posiadają prawo własności do mieszkania lub domu i nie planują zmiany tego stanu rzeczy. Zamieszkują Katowice, Zabrze, Rudę Śląską. Przyjazne otoczenie nieruchomości tworzy według nich dostępność przedszkoli i szkół w sąsiedztwie, bezpieczeństwo w mieście. Nie planują również zmiany miejsca zamieszkania.

Na pytanie czy oferta mieszkaniowa Bytomia, w szczególności niskie ceny na rynku nieruchomości mieszkaniowych, skłoniłyby uczestników panelu do przeprowadzenia się do Bytomia, odpowiedź był negatywna. Podkreślono, że niskie ceny to nie wszystko. Brak remontów kamienic, ofert pracy, poczucia bezpieczeństwa nie sprzyja podjęciu decyzji o przeprowadzeniu się do tego miasta. Dodatkowo ankietowani cenią spokój, możliwość spędzenia wolnego czasu, a tego na dzień dzisiejszy miasto Bytom nie może im zagwarantować. Uczestnicy podkreślili, że nawet gdyby miasto wybudowało nowe mieszkania na wynajem, w pięknej okolicy z infrastrukturą społeczną i zielenią, to i tak nie byłby to argument za zmianą adresu zamieszkania. Co więcej, stworzona przez miasto enklawa byłaby znienawidzona przez pozostałych mieszkańców, co jeszcze bardziej pogłębiłoby różnice społeczne.

Problemem dla uczestników spotkania byłoby zamieszkiwanie z najemcą socjalnym bądź komunalnym, ale nie w ujęciu społecznym, ale ekonomicznym. Obawialiby się dewastacji kamienicy, którą zrewitalizowali wspólnymi nakładami finansowymi z innymi właścicielami we wspólnocie mieszkaniowej.

Podzielone były zdania w zakresie propozycji stopniowej realokacji części najemców komunalnych i socjalnych ze ścisłego centrum miasta, aby w sposób bardziej rozproszony realizować potrzeby osób o niższych dochodach, a śródmieście zasilić nowymi mieszkańcami. Podkreślano, że najważniejszym zadaniem miasta powinna być aktywizacja zawodowa najemców, bo z biedy rodzą się

zjawiska kryzysowe.

Respondenci nie byli również przekonani do pozytywnych skutków wymieszania najemców komunalnych z najemcami np. w TBS. Podkreślali, że w biednym mieście powstanie nowych inwestycji w formie TBS będzie budową kolejnej enklawy, która utrwali podziały na lepszych i gorszych.

Według przedstawicieli sektora kreatywnego spoza Bytomia Władze Miasta nie powinny skupiać się na przyciągnięciu nowych mieszkańców, ale bardziej aktywizować działania w zakresie lokalnego rynku pracy oraz dbać o wykształcenie mieszkańców, a nie jedynie wspierać ich systemem pomocy społecznej.

Według panelistów spotkania **miasto powinno zwrócić się w kierunku odnowienia kamienic secesyjnych, stworzyć wizję rozwoju miasta w oparciu o potencjał zabytkowych kamienic, które w przyszłości byłyby symbolami piękna**. Miasto musi poprawić też łączność komunikacyjną między Katowicami i Gliwicami. Władze powinny również tworzyć warunki do przyciągnięcia sektora IT na teren Bytomia, tworząc tym samym miejsca pracy. Podkreślono, że obecnie miasto potrzebuje nowej strategii rozwoju, gdyż obecnie wszystkie inne miasta mają pomysł na siebie, a Bytom jeszcze nie potrafił spozycjonować się.

W zakresie kierunków lokalnej polityki mieszkaniowej uczestnicy wywiadu wskazali, iż **polityka mieszkaniowa musi stworzyć spójną ofertę, która będzie później wdrażana. Oferta musi być kompleksowa i powinna dotyczyć miejsca zamieszkania, miejsca pracy i wszystkiego, co jest w otoczeniu**. Istotne jest również, aby polityka mieszkaniowa była wdrażana przez odpowiednie osoby. Ponadto należy wprowadzić program rewitalizacji miejskich kamienic z jednoczesnym zatrudnieniem osób, które tam mieszkają do prac remontowych. Należy stworzyć również warunki do spędzania wolnego czasu, tj. zagospodarować tereny zielone, zapewnić dostępność przyjemnych restauracji i innych usług realizujących potrzeby człowieka. Na koniec podkreślono, że wszystkie wskazane rozwiązania nie są możliwe do zrealizowania bez ludzi, którzy mają wizję, pomysły i energię.

Podsumowanie

Przeprowadzone badanie wykazało znaczącą rozbieżność w postrzeganiu Bytomia. Przedstawiciele sektora kreatywnego z Bytomia, pomimo wielu negatywnych opinii o mieście, byli zadowoleni z zamieszkiwania w tym mieście. Podkreślali jego atuty, tj. zwarte śródmieście, dostępność szpitali, przedszkoli, szkół, usług z reguły zanikających w przestrzeni wielkomiejskiej, niskie ceny mieszkań. Sygnalizowali, że negatywny wizerunek miasta na zewnątrz nie znajduje uzasadnienia w jakości życia samych mieszkańców, co świadczy o stereotypowym myśleniu o Bytomiu wśród mieszkańców pozostałych gmin Metropolii Górnośląsko-Zagłębiowskiej. Wskazano, że sektor kreatywny powinien stać się głównym motorem rozwoju miasta, ale niezbędne do tego jest stworzenie systemu zachęt dla podmiotów z tej branży. Według respondentów przyciągnięcie nowych mieszkańców nie będzie możliwe bez rozwoju infrastruktury aktywnego spędzania wolnego czasu, aktywizacji zawodowej osób bezrobotnych oraz stopniowego rozproszenia najmu socjalnego poza ścisłe centrum miasta. Wskazano, że miasto może stać się „piękną sypialnią” dla osób pracujących w innych miastach.

Zupełnie inaczej jest postrzegany Bytom przez przedstawicieli zewnętrznego sektora kreatywnego (spoza Bytomia). Według opinii uczestników drugiego wywiadu fokusowego miasto jest szare, nie radzi sobie z rewitalizacją secesyjnych kamienic, utraciło w ostatnich latach najlepszych twórców sektora kreatywnego. Według respondentów niskie ceny nieruchomości nie są żadnym atutem i nie stanowią magnesem do osiedlania się w Bytomiu ze względu na niski poziom bezpieczeństwa, niską jakość zabudowy mieszkaniowej oraz dekapitalizację wielu kamienic w ścisłym centrum, co znacząco obniża szeroko pojętą jakość środowiska zamieszkania. Podobnie akcentowano jedynie potrzeby stworzenia systemu zachęt dla podmiotów chcących prowadzić działalność w Bytomiu, jednak rozszerzono je na wszystkie branże, a nie jedynie na podmioty sektora kreatywnego. Ważnym postulatem była idea utworzenia grupy ambasadorów marki Bytom, która promowałaby miasto w kraju i zagranicą. Pozwoliłoby to na zmianę złego wizerunku miasta, z którym obecnie Władze Miasta nie walczą, nie dostrzegając problemu wpływu obrazu miasta na rozwój rynku mieszkaniowego. Wskazano na potencjał zabytkowych kamienic, które po odnowieniu byłyby symbolami piękna Bytomia. Zgodnie też podkreślano znaczenie infrastruktury wolnego czasu oraz konieczności aktywizacji zawodowej obecnych bezrobotnych członków lokalnej społeczności. Zdania co do konieczności rozproszenia najmu socjalnego poza ścisłe centrum miasta były wśród respondentów podzielone. W przeciwieństwie do uczestników pierwszego wywiadu stwierdzono, że miasto nie powinno podejmować działań zmierzających do przyciągnięcia nowych mieszkańców. Musi najpierw uporać się z własnymi problemami, w szczególności poszukać nowego pomysłu na siebie, wykorzystując kreatywność i energię własnych mieszkańców.

Rekomendacje

Na podstawie przeprowadzonych dwóch wywiadów fokusowych można wskazać konkretne rekomendacje w zakresie oczekiwania klientów reprezentujących sektor kreatywny w odniesieniu do potencjału rozwoju rynku mieszkaniowego (gospodarczego, społecznego, demograficznego), który tworzy przyjazne środowisko zamieszkania oraz w odniesieniu do samego rynku mieszkaniowego.

Rekomendacje w zakresie wykorzystania istniejącego potencjału dla stworzenia odpowiedniego środowiska zamieszkania są następujące:

- zwiększenie liczby miejsc uczestnictwa w kulturze z wszechstronną ofertą dla różnych grup demograficznych i ekonomicznych,
- zwiększenie liczby wydarzeń kulturalnych,
- rozwój infrastruktury aktywnego spędzania wolnego czasu,
- zwiększenie liczby placów zabaw,
- podjęcie działań przyczyniających się do wzrostu bezpieczeństwa w mieście,
- aktywizacja osób bezrobotnych (inkluzja społeczna) poprzez stworzenie mechanizmów zachęcających do podjęcia pracy,
- rozwój przedsiębiorczości w mieście poprzez stworzenie systemu zachęt do lokowania działalności w Bytomiu, w tym przyciągnięcie sektora IT na teren miasta,
- wsparcie podmiotów sektora kreatywnego systemem ulg i obniżek czynszów,
- utrzymanie przez miasto własności lokali użytkowych, aby móc kreować podaż lokali dla

przedsiębiorców różnych branż i podmiotów sektora kreatywnego,

- uproszczenie procedur związanych z wydawaniem pozwoleń, uzgodnień w zakresie zagospodarowania otoczenia nieruchomości (rewitalizacja podwórek),
- zmniejszenie ryzyka inwestowania w nieruchomości mieszkaniowe, dzięki podjęciu wszechstronnych działań przyczyniających się do rozwoju miasta w kolejnych latach (zmniejszenie ryzyka spadku wartości rynkowej nieruchomości mieszkaniowej w przyszłości),
- remonty zabytkowych kamienic, w tym wspieranie działań remontowych prywatnych właścicieli w budynkach wspólnotowych z udziałem miasta Bytom,
- odpowiedni marketing miejsc (zrewitalizowane kamienice secesyjne) oraz miasta, a także utworzenie grupy ambasadorów marki Bytom (promocja miasta),
- poprawa łączności komunikacyjnej z Katowicami i Gliwicami, które są największymi rynkami pracy w Metropolii Górnośląsko-Zagłębiowskiej.

Rekomendacje w zakresie kierunków rozwoju rynku mieszkaniowego oraz zasobów mieszkaniowych są następujące:

- przygotowanie założeń polityki mieszkaniowej, która stworzy spójną ofertę mieszkaniową, możliwą do wdrożenia w kolejnych latach,
- polityka mieszkaniowa powinna być kompleksowa i opierać się na miksie użytkowników lokali w danym budynku,
- utrzymanie sprzedaży lokali mieszkalnych z zasobu mieszkaniowego miasta na rzecz dotychczasowych najemców,
- stopniowa realokacja lokali socjalnych z centrum miasta w inne lokalizacje poprzez system zamian lokali,
- rozproszenie lokali socjalnych na większą liczbę budynków należących do miasta (odejście od gett na rzecz miksu użytkowników lokali w obrębie budynku) poprzez system zamian lokali,
- realizowanie budownictwa mieszkaniowego w lokalizacjach wymagających uzupełnienia budynków, najlepiej w centralnych obszarach miasta,
- realizowana nowoczesna zabudowa plombowa musi być właściwie architektonicznie wkomponowana w istniejącą zabudowę secesyjną,
- oferta mieszkaniowa musi uwzględniać siłę nabywczą lokalnej społeczności,
- rozwój budownictwa własnościowego, gdyż własność mieszkania jest optymalnym modelem realizacji potrzeb mieszkaniowych,
- nie należy realizować budownictwa komunalnego oraz społecznego czynszowego poprzez spółkę TBS, gdyż stworzy to kolejną enklawę, która utrwali podziały na lepszych i gorszych mieszkańców.

Rekomendacje w zakresie spełnienia przez bytomski rynek mieszkaniowy oczekiwań klientów reprezentujących sektor kreatywny:

- dostępna oferta sprzedaży mieszkań, najlepiej w zrewitalizowanych kamienicach w ścisłym centrum miasta,
- mieszkania wyposażone w infrastrukturę techniczną – centralnie ogrzewanie i ciepłą wodę, łazienkę, ubikację,
- zagospodarowane otoczenie budynku (podwórko),

- lokalizacja w sąsiedztwie zespołu urządzeń publicznych zaspokajających potrzeby oświatowe (przedszkole, szkoła),
- dostępna oferta usługowa w niewielkiej odległości od adresu zamieszkania,
- możliwość korzystania w pobliżu z infrastruktury wolnego czasu,
- brak barier architektoniczno – urbanistycznych w budynku i otoczeniu,
- niewystępowanie zjawisk kryzysowych w miejscu zamieszkania, dzielnicy.

Respondenci reprezentujący sektor kreatywny z Bytomia akceptują, aby w budynku, w którym realizowaliby potrzeby mieszkaniowe, zlokalizowany był tylko i wyłącznie jeden lokal socjalny.

Przedstawiciele sektora kreatywnego spoza Bytomia nie są skłonni zamieszkać w przyszłości w Bytomiu, w szczególności w budynku z lokalami socjalnymi.

Wzór scenariusza wywiadu

Uwagi dla moderatora!

- Proszę pamiętać, że głównym celem rozmowy jest uzyskanie wiedzy na temat postaw mieszkaniowych potencjalnych klientów rynku mieszkaniowego z Aglomeracji Górnośląskiej reprezentujących sektor kreatywny.
- Proszę dać respondentom możliwość rozwinięcia swojej odpowiedzi. Proszę unikać przerywania wypowiedzi, ale zadbać o to, aby każdy z uczestników spotkania miał możliwość wypowiedzenia się.
- Jeśli jakiś (nieuwzględniony w scenariuszu) poruszony przez badanego wątek okaże się interesujący i **ściśle powiązany z głównym celem rozmowy** – proszę go rozwinąć i włączyć do dyskusji na dany temat również pozostałe osoby.

Dzień dobry, nazywam się ... Spotkaliśmy się dzisiaj, aby porozmawiać o Państwa preferencjach mieszkaniowych. Na początek...

A. Proszę, aby każdy z opowiedział kilka zdań o sobie.

Należy wskazać osobę, która rozpocznie i po kolei poprosić poszczególnych uczestników o wypowiedź. Blok wprowadzający, mający na celu nawiązanie relacji między badanym i moderatorem oraz zachęcenie badanego do swobodnej rozmowy. Jeśli badany nie będzie wiedział co powiedzieć – proszę zapytać o zawód, ogólne zadowolenie z obecnego miejsca zamieszkania.

B. Proszę opowiedzieć o Państwa obecnym miejscu zamieszkania.

Należy umożliwić respondentom samodzielne rozpoczęcie wypowiedzi, jeśli jednak nikt się nie zaangażuje należy wybrać jedną osobę i poprosić o rozpoczęcie, pomóc rozwinąć wypowiedź poprzez wykorzystanie pytań pomocniczych.

Proszę dowiedzieć się:

- *Jaka jest obecna sytuacja mieszkaniowa respondentów pod względem formy prawnej (lokal mieszkalny na własność, loft na własność, apartament na własność, własność domu jednorodzinnego, najem mieszkania)?*
- *W jakich miejscowościach obecnie zamieszkują?*
- *Z jakich elementów obecnej sytuacji mieszkaniowej respondenci są zadowoleni, a które im przeszkadzają (stan techniczny budynków, połączenie komunikacyjne, powierzchnia użytkowa, standard wyposażenia, lokalizacja, jakość przestrzeni publicznej itp.)?*

C. Proszę wskazać jaki model realizacji potrzeb mieszkaniowych byłby dla Państwa optymalny w przyszłości?

Proszę dowiedzieć się:

- *Jaki preferują model zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych: najem, nabycie mieszkania na rynku pierwotnym, wtórnym, budowa domu jednorodzinnego?*

- *Dlaczego wybrali taki model? Czy to model docelowy czy przejściowy?*
- *W jakim zasobie mieszkaniowym preferują realizować potrzeby mieszkaniowe (wspólnota mieszkaniowa, spółdzielnia mieszkaniowa, towarzystwo budownictwa społecznego, zasób mieszkaniowy gminy, zasób prywatny czynszowy, prywatna nieruchomość gruntowa zabudowana domem jednorodzinnym)?*
- *Jakie będą źródła finansowania realizacji potrzeb i ile zamierzają przeznaczyć środków finansowych na ten cel?*

D. Proszę opowiedzieć czego oczekivaliby Państwo po mieszkaniu, do którego mieliby się Państwo przeprowadzić, jakie cechy musiałyby posiadać?

Proszę dowiedzieć się:

- *Jakie są preferencje mieszkaniowe respondentów w kontekście:*
 - *Stanu technicznego budynku,*
 - *Liczby kondygnacji budynku,*
 - *Wyposażenia budynku (windy, piwnica, suszarnia, wózkarnia, miejsce postojowe, pomieszczenie gospodarcze, domofon itp.),*
 - *Lokalizacji lokalu w budynku (kondygnacja, względem stron świata – mieszkanie południowo-zachodnie, północno-wschodnie),*
 - *Stosunku do barier architektonicznych,*
 - *Powierzchni użytkowej mieszkania,*
 - *Liczby pokoi i liczby izb,*
 - *Wyposażenia w infrastrukturę techniczną mieszkania (centralne ogrzewanie, centralnie ciepła woda, gaz sieciowy, internet światłowodowy),*
 - *Standardu wykończenia mieszkania,*
 - *Maksymalnej akceptowalnej wysokości opłat za mieszkanie wraz z mediami.*
- *Czy znaczenie przy wyborze mieszkania ma struktura osób zamieszkujących budynek (wiek, wykształcenie, przynależność do grupy społeczno-ekonomicznej)?*
- *Czy na wybór mieszkania wpłynęłaby lokalizacja w budynku lokalu/lokali socjalnych?*
- *Czy na wybór mieszkania wpłynęłaby lokalizacja w najbliższym sąsiedztwie budynków socjalnych?*

E. Proszę opowiedzieć jak na postrzeganie atrakcyjności danego mieszkania wpływa otoczenie, przestrzeń publiczna i jakie są Państwa wymagania w tym względzie?

Proszę dowiedzieć się o:

- *Preferowaną lokalizację mieszkania – w jakiej miejscowości i dlaczego?*
- *Preferowaną lokalizację na terenie gminy i dlaczego (dzielnica, osiedle)?*
- *Wymagania co do bezpośredniego otoczenia budynku i sposobu zagospodarowania nieruchomości gruntowej?*
- *Jakie cechy przestrzeni publicznej w sąsiedztwie budynków są dla respondentów istotne?*
- *Czy gęstość zabudowy wpływa na wybór miejsca zamieszkania?*
- *Czy bliskość terenów zielonych wpływa na wybór miejsca zamieszkania?*

- *Czy dla respondenta znaczenie ma dostępność komunikacji publicznej, jakość i szybkość dojazdu do nieruchomości transportem prywatnym (potencjalne korki drogowe w porze szczytu)?*
- *Jakie znaczenie ma dostępność w pobliżu następującej infrastruktury: przedszkole, szkoła, tereny rekreacyjno-sportowe, ścieżki rowerowe, obiekty i instytucje kultury, obiekty handlowo-usługowe?*
- *Jakiego rodzaju zjawiska byłyby dla respondentów nie do zaakceptowania w otoczeniu (np. zły stan chodników ulic, sąsiedztwo uciążliwych zakładów produkcyjno-usługowych, bariery architektoniczno-urbanistyczne, hałas komunikacyjny itp.)?*

F. Proszę opowiedzieć jak postrzegają Państwo Bytom w kontekście rozwoju rynku mieszkaniowego i potencjalnego miejsca realizacji potrzeb mieszkaniowych?

Proszę dowiedzieć się:

- *Czy Bytom jest zdaniem respondentów atrakcyjnym miejscem dla realizacji potrzeb mieszkaniowych?*
- *Czy niskie ceny mieszkań w Bytomiu mogą być dla respondenta ważnym argumentem skłaniającym do rozpatrzenia tej lokalizacji dla realizacji potrzeb mieszkaniowych?*
- *Jakie czynniki wpływają na atrakcyjność miasta dla potencjalnych klientów rynku nieruchomości?*
- *Jakie są zalety, a jakie wady Bytomia jako miejsca do zamieszkania, również w kontekście sąsiednich miast? Czy Bytom wypada w porównaniu lepiej czy gorzej i dlaczego?*
- *Proszę powiedzieć jakie aspekty mogłyby skłonić Państwa do przeprowadzki do Bytomia, a jakie czynniki wpływałyby na chęć pozostania w obecnym miejscu zamieszkania?*
- *Jaką ofertę mieszkaniową musiałaby przygotować Gmina Bytom, aby przyciągnąć osoby z sektora kreatywnego?*

Załącznik 1

Podmioty uczestniczące w badaniu

Lp.	NAZWA PODMIOTU	BRANŻA	MIEJSCOWOŚĆ
1.	Orkiestra Muzyki Nowej	Performing arts (muzyka)	Bytom
2.	Członkini Rady Muzeum Górnośląskiego w Bytomiu Dyrektor Muzeum Powstań Śląskich w Świętochłowicach	Dziedzictwo kultury (muzeum)	Bytom
3.	Agencja Marketingowa MOMA	Reklama	Bytom
4.	Idee ASP Katowice	Reklama, Sztuki wizualne (grafika)	Bytom
5.	Redaktor naczelny portalu miejskiego Bytomski.pl	Dziennikarz, Reklama	Bytom
6.	Elemental Studio	Architektura	Bytom
7.	Galeria Sztuki Użytkowej „Stalowe Anioły”	Sztuki wizualne, Dziedzictwo kultury (malarstwo, sztuka użytkowa, galeria)	Bytom
8.	FOCAL	Sztuki wizualne (fotografia)	Bytom
9.	Buszman. Komunikacja Doradztwo Badania Strategie	Reklama	Katowice
10.	Gazeta Wyborcza	Dziennikarz	Katowice
11.	Polskie Radio Katowice S.A.	Dziennikarz (radio)	Katowice
12.	Agencja Marketingowa MOMA	Reklama	Katowice
13.	Rendart	Architektura	Katowice
14.	Muzeum PRL-u w Rudzie Śląskiej	Dziedzictwo kultury (muzeum)	Katowice