

Iwona Gorzeń-Mitka

Internet jako źródło informacji na rynku nieruchomości

Ekonomiczne Problemy Usług nr 123, 57-67

2016

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

IWONA GORZEŃ-MITKA

Politechnika Częstochowska¹

INTERNET JAKO ŹRÓDŁO INFORMACJI NA RYNKU NIERUCHOMOŚCI

Streszczenie

Internet bezdyskusyjnie stanowi szczególne źródło informacji o współczesnym świecie. Często stanowi pierwsze źródło pozyskania informacji o różnorodnych zagadnieniach. Celem artykułu jest wskazanie miejsca Internetu w podejmowaniu decyzji na rynku nieruchomości. Zaprezentowane rozważania są wynikiem zarówno poszukiwań literaturowych, jak i badań własnych na temat roli Internetu w pozyskiwaniu informacji na temat rynku nieruchomości mieszkaniowych.

Słowa kluczowe: informacja, Internet, źródło informacji, podejmowanie decyzji, rynek nieruchomości.

Wprowadzenie

Sprawne podejmowanie decyzji w warunkach współczesnych rynków wymaga od decydenta ciągłej i szerokiej analizy otoczenia, która jest procesem obserwowania otoczenia w celu identyfikacji obecnych i przyszłych zagrożeń i szans, mogących mieć wpływ na osiągnięcie zamierzonych celów. Stąd pozyskiwanie odpowiedniego zbioru informacji i ich przetworzenie warunkuje skuteczność podejmowanych decyzji. Proces rozpoznawania potencjalnych szans i zagrożeń można wręcz określić jako poszukiwanie źródeł informacji, pozyskiwanie informacji, jej wstępną selekcję, gromadzenie informacji użytecznych i w końcu ich transfer na proces decyzyjny (Gorzeń-Mitka 2007).

Jednak informację jako nośnik wiedzy o potencjalnych szansach i zagrożeniach winna charakteryzować m.in. aktualność, wiarygodność, pełność, przydat-

¹ Wydział Zarządzania.

ność, jakość. G.P. Huber wskazuje na trzy kategorie informacji istotnych w podejmowaniu decyzji (Stoner 1994):

- 1) podstawowe – tworzące zasadniczą strukturę sytuacji decyzyjnej, uzyskiwane w trakcie identyfikacji problemu i opracowywania wariantów;
- 2) precyzujące – które ukierunkowują podstawowe informacje i ułatwiają ocenę wariantów: część z tych informacji wskazuje prawdopodobieństwo przyszłych stanów natury oraz szanse rzeczywistego wystąpienia przewidywanych konsekwencji każdej możliwości; inne z nich informują o względnym znaczeniu każdego z kryteriów realizacji przyjętych celów;
- 3) o efektywności – wyniku różnych kierunków działania, tj. ocena korzyści lub straty dla decydenta wynikająca z wyboru poszczególnych wariantów.

Dodatkowym elementem, na który zwraca się uwagę w literaturze podejmującej problematykę roli informacji, jest występowanie w procesie decyzyjnym sprzężeń informacyjno-decyzyjnych: informacja jest tworem, z którego powstaje decyzja; podjęta zaś decyzja jest informacją dla późniejszych decyzji i działań decydenta. W praktyce podejmujący decyzje spotykają się najczęściej zarówno z nadmiarem informacji (związanym chociażby z rozwojem technologii informatycznych i dostępem do Internetu), który skutecznie uniemożliwia sprawne podejmowanie decyzji z uwagi chociażby na szum informacyjny i konieczność selekcji (co z kolei implikuje konieczność posiadania pewnego zasobu wiedzy dla dokonania selekcji), jak również z brakiem informacji będących „kluczem” do podjęcia decyzji. Z jednej strony informacji jest „zbyt dużo”, z drugiej strony są one niepewne i często nie służą rozwiązywaniu problemu. Niedoskonałość wiedzy o kształtowaniu się zjawisk w czasie, zwłaszcza w długich okresach, pociąga za sobą subiektywność ocen. Nadmiar informacji wprowadza zatem chaos w procesach decyzyjnych (Samuelson i Marks 1998).

Jednak każde nowe źródło informacji ma potencjalną wartość jako czynnik mogący wpłynąć na jakość, dokładność prognoz dotyczących niepewnych zdarzeń i tym samym może przyczynić się do podjęcia lepszej decyzji. Ze względu na charakter decydenta oraz otoczenia, w jakim on funkcjonuje, bardzo rzadko spotyka się sytuacje, w których dysponujemy pełną lub zbliżoną do takiego stanu informacją. Tym samym decydent może podejmować lepsze, bardziej realne, precyzyjniejsze decyzje. Obserwujemy zatem dążenie do uzyskania jak najpełniejszej informacji przy danych ograniczeniach. Pozyskiwanie dodatkowej informacji nie odbywa się jednak w każdym przypadku jednakowo. Racjonalny decydent będzie poszukiwał dodatkowej informacji wówczas, gdy jej wartość oczekiwana jest wyższa niż koszty jej pozyskania (Gorzeń-Mitka 2007).

Analizując rolę informacji w gospodarce, można ją widzieć w różnych wymiarach, takich jak: zasób ekonomiczny oraz czynnik produkcji, produkt (wyrób) lub towar, dobro publiczne czy infrastruktura gospodarki. Czynnikiem produkcji jest przede wszystkim informacja tworząca wiedzę produkcyjną (techniczną) i organi-

zacyjną. Nieco mniejsza jest rola wiedzy ogólnej, chociaż bez niej znaczna część informacji gospodarczych nie mogłaby być skutecznie realizowana.

Informacja jest specyficznym towarem mającym zdolność zaspokajania określonych potrzeb nabywcy. Jej specyfika wiąże się z jej pewnymi własnościami (Gorzeń-Mitka 2007):

- konsumpcja informacji nie powoduje jej zużycia;
- informacje można powielać w nieograniczony sposób;
- informacje mogą być substytucyjne lub komplementarne.

Należy tu jednak nadmienić, że użyteczność informacji jest ściśle skorelowana z tym, kto ją odbiera, przetwarza, użytkuje i kiedy otrzymuje. We współczesnych warunkach istotnym wymiarem w procesie użytkowania informacji i jego użyteczności dla odbiorcy jest czas. Utrata informacji, zbyt późny jej odbiór obniżają jej użyteczność, a w niektórych przypadkach czynią bezużyteczną.

Przedmiotem dalszych rozważań jest rola informacji na rynku nieruchomości oraz ocena postrzegania Internetu jako istotnego medium informacyjnego na tym rynku.

1. Informacja na rynku nieruchomości

Na informację wykorzystywaną w procesie podejmowania decyzji składa się często zbiór różnorodnych czynników, które z jednej strony mogą ułatwić sprawne i celowe działanie, lecz z drugiej mogą wprowadzić chaos informacyjny utrudniający prawidłową ocenę analizowanego zjawiska. Stąd rzetelność i wiarygodność informacji są często pożądanymi jej cechami. Dotyczy to w szczególności informacji, na podstawie których decydent podejmuje decyzje mające w konsekwencji istotny wpływ na efekty podejmowanych decyzji (Radzewicz i Wiśniewski 2011). W zależności od przyjętych do wyróżnienia kryteriów podział informacji, który możemy odnaleźć w literaturze, jest bardzo rozbudowany i zależny od jej przeznaczenia oraz zastosowania. W przypadku źródeł informacji o nieruchomościach dotyczą one często zarówno gruntów, budynków i budowli, jak też uzbrojenia terenu i innych. Podkreśla to m.in. M. Okręglika (2011, s. 361–374).

Bardzo istotne dla prawidłowego funkcjonowania rynku nieruchomości są informacje, ich obieg, istnienie oraz dostępność. Źródła informacji nie ograniczają się tylko do baz danych, które zawierają płaskie parametry (np. ceny transakcyjne czy warunki umów kupna-sprzedaży). Obejmują również analizy poszczególnych rynków nieruchomości, a także zestawienia lub raporty ilościowe powstałe dzięki badaniom statystycznym (Brzezicka i Wiśniewski 2013).

Tego typu badania statystyczne różnią się od siebie zasięgiem prowadzonych działań. Mogą się odbywać zarówno na rynku krajowym, jak i na bardziej szczegółowych rynkach – regionalnych lub krajowych. Aktualizacją i tworzeniem tych

informacji zajmują się zarówno organy administracji publicznej, jak również instytucje finansowe i ubezpieczeniowe, inwestorzy oraz zainteresowane tym tematem grupy zawodowe (pośrednicy nieruchomości, rzeczoznawcy majątkowi) (Brzezicka i Wiśniewski 2014).

Szeroko rozumiana dostępność informacji o rynku nieruchomości sprawia, że staje się on przejrzysty, w związku z czym stymuluje potencjalnych uczestników, by podejmowali przemyślane i uzasadnione ekonomicznie decyzje. Pośrednio ma to duży wpływ na rozwój rynku, w szczególności gdy jest on w początkowej fazie rozwoju (Kucharska-Stasiak 2006).

Pełne dane o nieruchomościach nie są zapisane w żadnym dotychczas istniejącym zbiorze, ale rozproszone w licznych źródłach informacyjnych, mających różną orientację i identyfikację przestrzenną. Artykuł 155 ustawy o gospodarce nieruchomościami (UGN 1997) ustanawia podział źródeł informacji na obligatoryjne (tj. księgi wieczyste, kataster nieruchomości [do momentu jego założenia ewidencja gruntów i budynków], geodezyjną ewidencję sieci uzbrojenia terenu, miejscowy plan zagospodarowania terenu, państwowy zasób geodezyjny i kartograficzny, tabele i mapy taksacyjne) i fakultatywne (tj. wykazy prowadzone przez urzędy skarbowe, dokumentacje: techniczne, projektowe, a także szkice obmiaru obiektów budowlanych, bazy danych dotyczące cen i wartości nieruchomości, które są prowadzone przez administrację rządową i samorządową, stowarzyszenia, biura pośrednictwa i obrotu nieruchomościami, a także inne jednostki organizacyjne, opracowania na podstawie badań statystycznych, zbiory jednostkowych wskaźników cen z budownictwa oraz katalogi nakładów rzeczowych, bazy danych opracowane przez firmy i towarzystwa ubezpieczeniowe oraz banki, branżowe systemy informacyjne, zawierające dane o sieciach uzbrojenia terenu oraz o budynkach wchodzących w skład zasobów komunalnych, zrzeczeń właścicieli prywatnych, spółdzielni mieszkaniowych itp.)

Rozwój technologii informatyczno-komunikacyjnych w ostatnich dziesiątkach lat spowodował także powstanie nowych systemów informatycznych, umożliwiających analizowanie ogromnej liczby danych, których analiza sposobami tradycyjnymi byłaby niemożliwa. Do tych systemów zaliczamy m.in. Systemy Informacji Przestrzennej.

Medium, jakim jest Internet, wpłynęło istotnie na poszukiwanie informacji o nieruchomościach i rynku nieruchomości przez potencjalnych nabywców i sprzedawców. Między innymi badania A. Lemańskiej-Majdzik (2015, s. 339–345) pokazują, że dla klientów przedsiębiorstw świadczących usługi w zakresie pośrednictwa na rynku nieruchomości najbardziej właściwą formą promocji jest reklama w Internecie, gdyż właśnie przez Internet klienci firm pozyskują informacje o potencjalnym usługodawcy i jego ofercie, zarówno poprzez korzystanie z portali ogłoszeniowych, jak i przez stronę internetową biura pośrednictwa. Ponadto okazuje się, iż przedsiębiorstwa usługowe funkcjonujące na rynku nieruchomości stosują pożądane

przez ich klientów formy promocji swoich usług w zakresie pośrednictwa, dotyczy to zarówno reklamy w Internecie, jak i innych tradycyjnych form promocji marketingowych.

Jak wskazano powyżej, zarówno problematyka informacji jako takiej, jak i jej rola na rynku nieruchomości odgrywają istotną rolę w procesie decyzyjnym. W dalszej części wskazano na wiodące trendy w zakresie wykorzystania Internetu jako źródła informacji w procesach decyzyjnych na rynku nieruchomości.

2. Wykorzystanie Internetu w procesach decyzyjnych na rynku nieruchomości w Stanach Zjednoczonych – badania National Association of REALTORS®

Badania nad trendami na rynku nieruchomości, w tym na temat wpływu Internetu na proces decyzyjny na tym rynku, prowadzi m.in. National Association of REALTORS®, który jest największym amerykańskim stowarzyszeniem pośredników w handlu nieruchomościami (ma ponad 1,1 miliona członków), działającym na rynku nieruchomości tak mieszkalnych, jak i komercyjnych. Jest organizacją opiniotwórczą i badającą różne aspekty rynku nieruchomości. Jednym z obszarów jej zainteresowań jest coroczne badanie trendów nabywców i sprzedawców nieruchomości pt. Home Buyer and Seller Generational Trends. W dalszej części przytoczono wybrane wyniki tego badania z 2015 r. dotyczące użycia i użyteczności Internetu w podejmowaniu decyzji zakupowych na rynku nieruchomości.

Tabela 1

Źródła informacji o nieruchomości (wskazania nabywców w %)

Wyszczególnienie	Ogółem	Wiek				
		< 34	35–49	50–59	60–68	69–89
Internet	43	51	49	39	34	24
Pośrednik w obrocie nieruchomościami	33	31	28	36	39	37
Przyjaciele, znajomi	6	5	4	6	6	11
Deweloper lub jego agent	5	4	6	5	8	5
Bezpośrednio od sprzedającego	3	2	3	3	2	3

Nota: W badaniu nie podano źródeł, które uzyskały mniej niż 1% wskazań.

Źródło: Home Buyer and Seller Generational Trends 2015, National Association of REALTORS®, <http://www.realtor.org/sites/default/files/reports/2015/2015-home-buyer-and-seller-generational-trends-2015-03-11.pdf>.

Jak wskazują wyniki cytowanego badania (tabela 1), Internet stanowi wiodące źródło informacji o nieruchomości spośród wszystkich wyróżnionych. Kolejnym jest pośrednik w obrocie nieruchomościami. Na Internet wskazują respondenci do 60. roku życia. W grupie osób powyżej 60. roku życia źródłem informacji o nieruchomości jest pośrednik w obrocie nieruchomościami. Obydwa źródła stanowią ponad 75% wszystkich wskazań. Pozostałe ze źródeł uzyskały mniej niż 10% wskazań. Reasumując, młodsze osoby zazwyczaj wyszukują oferty zakupu na rynku nieruchomości przez Internet, podczas gdy starsze dokonują zakupu za pośrednictwem agencji nieruchomości.

Tabela 2

Wykorzystanie Internetu w poszukiwaniu nieruchomości (% wskazań)

Wyszczególnienie	Ogółem	Wiek				
		< 34	35–49	50–59	60–68	69–89
Często	80	84	79	73	62	46
Okazjonalnie	12	11	12	15	22	18

Źródło: Home Buyer and Seller Generational Trends 2015, National Association of REALTORS®, <http://www.realtor.org/sites/default/files/reports/2015/2015-home-buyer-and-seller-generational-trends-2015-03-11.pdf>.

Analizując częstość wykorzystywania Internetu (tabela 2), z którego respondenci czerpią informacje o nieruchomości, wykazano, że jest ona odwrotnie proporcjonalna do wieku. Każda z wyróżnionych grup wiekowych deklaruje częste wykorzystywanie tego medium; a w grupie osób do 50. roku życia stanowi on praktycznie podstawowe, najczęściej używane źródło informacji.

Ocena użyteczności cech strony internetowej nieruchomości (tabela 3) staje się naturalną konsekwencją powyższych wskazań podkreślających znaczenie Internetu jako źródła informacji o nieruchomości. Wśród pożądanych przez użytkowników Internetu cech strony internetowej wiodące miejsca zajmują: zdjęcia nieruchomości (dla wszystkich wyróżnionych grup wiekowych), szczegółowe informacje na temat nieruchomości (dla wszystkich wyróżnionych grup wiekowych). Wirtualne spacerunki po nieruchomości, dane kontaktowe pośrednika w obrocie nieruchomościami i filmy o nieruchomości to cechy, które są bardziej cenione przez coraz starszych użytkowników Internetu. Wykorzystując częściowo profil badania Home Buyer and Seller Generational Trends, w dalszej części opracowania zaprezentowano wyniki badań własnych w omawianym temacie.

Tabela 3

Użyteczność cech strony internetowej nieruchomości (% dla wskazań „bardzo użyteczna”)

Wyszczególnienie	Ogółem	Wiek				
		< 34	35–49	50–59	60–68	69–89
Zdjęcia nieruchomości	83	88	86	86	81	74
Szczegółowe informacje na temat warunków sprzedaży nieruchomości	79	83	80	83	76	70
Interaktywne mapy	41	46	46	42	33	23
Wirtualne spacerunki po nieruchomości	40	36	41	42	45	45
Informacje na temat okolicy	37	40	38	32	33	32
Status oferty	34	40	36	33	25	24
Dane kontaktowe pośrednika w obrocie nieruchomościami	33	29	30	34	39	46
Szczegółowe informacje na temat niedawno sprzedanych nieruchomości	33	33	38	34	29	23
Informacje o terminach wizji nieruchomości	21	23	24	19	16	11
Filmy o nieruchomości	19	18	20	19	19	22

Źródło: Home Buyer and Seller Generational Trends, 2015, National Association of REALTORS®, <http://www.realtor.org/sites/default/files/reports/2015/2015-home-buyer-and-seller-generational-trends-2015-03-11.pdf>

3. Wykorzystanie Internetu w procesach decyzyjnych na rynku nieruchomości – badania własne

W celu określenia roli Internetu w pozyskiwaniu informacji na rynku nieruchomości przeprowadzono badania ankietowe, kierując kwestionariusz ankiety do wybranej grupy 176 osób w wieku 20–25 lat. Grupę respondentów stanowili studenci specjalności „Zarządzanie nieruchomościami”, którzy przed wypełnieniem kwestionariusza ankiety mieli za zadanie rozpoznać dostępne źródła informacji o wybranych nieruchomościach. Badanie przeprowadzono w styczniu 2016 r.

Punktem wyjścia do przeprowadzonych badań była stworzona przez autorkę, na podstawie badań literaturowych (a w szczególności raportów z badań prowadzonych w obszarze nieruchomości przez National Association of REALTORS®), lista parametrów, które określają rolę Internetu jako źródła informacji na rynku nieruchomości.

Przyjmując założenie, że z uwagi na wiek respondentów Internet stanowi dla nich podstawowe źródło informacji, w pierwszej kolejności podjęto próbę oceny wiarygodności tego medium jako źródła informacji o nieruchomościach.

Tabela 4

Wiarygodność źródeł informacji o nieruchomości (wskazania nabywców w %)

Wyszczególnienie	Ogółem	Wiarygodności źródeł informacji				
		Zdecydowanie tak	Tak	Nie mam zdania	Nie	Zdecydowanie nie
Internet	27	23	24	15	5	33
Pośrednik w obrocie nieruchomościami	62	46	32	2	24	6
Przyjaciele, znajomi	63	35	23	9	18	15
Deweloper lub jego agent	69	40	31	8	11	10
Sprzedający	19	15	21	13	29	22

Całość wskazań nie sumuje się do 100; respondenci oceniali wiarygodność wszystkich wskazanych źródeł informacji o nieruchomości.

Źródło: opracowanie własne.

Mimo tego za najbardziej wiarygodne źródło informacji respondenci uznali informacje od dewelopera lub jego agenta, przyjaciół oraz pośrednika w obrocie nieruchomościami (tabela 4). Wydaje się to dowodzić racjonalności oceny wiarygodności informacji pozyskiwanych z Internetu.

Tabela 5

Wykorzystanie Internetu w poszukiwaniu informacji o nieruchomości (% wskazań)

Wyszczególnienie	Ogółem
Często	91
Okazjonalnie	9

Źródło: opracowanie własne.

Z kolei ocena częstości wykorzystywania źródeł internetowych potwierdza trendy zaobserwowane na rynku amerykańskim. Internet stanowi wiodące i częste źródło informacji na rynku nieruchomości.

Tabela 6

Użyteczność cech strony internetowej nieruchomości (% dla wskazań)

Wyszczególnienie	Ogółem	Użyteczność				
		Zdecydowanie tak	Tak	Nie mam zdania	Nie	Zdecydowanie nie
Zdjęcia nieruchomości	84	81	12	0	4	3
Szczegółowe informacje na temat warunków sprzedaży nieruchomości	73	71	14	7	3	1
Interaktywne mapy	13	6	7	74	10	3
Wirtualne spacery po nieruchomości	9	8	3	73	9	7
Informacje na temat okolicy	6	4	3	82	6	5
Status oferty	10	14	10	67	5	4
Dane kontaktowe pośrednika w obrocie nieruchomościami	45	57	21	0	14	8
Szczegółowe informacje na temat niedawno sprzedanych nieruchomości	65	37	34	0	19	10
Informacje o terminach wizji nieruchomości	13	81	11	2	4	2
Filmy z nieruchomości	19	43	20	0	23	14

Całość wskazań nie sumuje się do 100; respondenci oceniali użyteczność wszystkich wskazanych cech strony internetowej nieruchomości.

Źródło: opracowanie własne.

Wskazując użyteczność cech stron internetowych, respondenci podkreślili znaczenie takich cech jak: zdjęcia nieruchomości, informacje o warunkach sprzedaży, dokładne dane pośrednika oraz informacje o niedawno przeprowadzonych transakcjach. Istotnym jednak obszarem są odpowiedzi z obszaru „nie mam zdania”. Respondenci wskazaniem w tym obszarze podkreślili brak pożądanych z ich punktu widzenia informacji takich jak: interaktywne mapy, wirtualne spacery po nieruchomości, informacje na temat okolicy oraz status oferty.

Podsumowanie

Poszukiwanie informacji posiadających pożądane przez decydenta cechy stanowi coraz szerszy obszar poszukiwań. Internet, jako dominujące źródło informacji wszelkiego rodzaju, oddziałuje bardzo istotnie na postrzeganie go jako istotne źródło informacji w procesie decyzyjnym na rynku nieruchomości. Jednakże wskazane

w opracowaniu wyniki badań amerykańskich i własnych wykazują różnice, szczególnie w postrzeganiu istotnych cech strony internetowej dotyczącej nieruchomości.

Literatura

1. Brzezicka J., Wiśniewski R. (2013), *Ekonomia behawioralna a rynek nieruchomości – teoria i praktyka*, „Psychologia Ekonomiczna”, nr 3, s. 6–19.
2. Brzezicka J., Wiśniewski R. (2014), *Wybrane postawy uczestników rynku wobec braków informacyjnych na rynku nieruchomości*, „Ekonomia XXI Wieku”, 2, s. 106–121.
3. Gorzeń-Mitka I. (2007), *Ryzyko w eksporcie*, KeyText, Warszawa.
4. Home Buyer and Seller Generational Trends (2015), National Association of REALTORS®, <http://www.realtor.org> [dostęp 15.01.2016].
5. Kucharska-Stasiak E. (2006), *Ryzyko inwestowania na rynku nieruchomości*, Studia i Materiały Towarzystwa Naukowego Nieruchomości, nr 14 (1), s. 109–122.
6. Lemańska-Majdzik A. (2015), *Selected Elements of Marketing Mix in the Operation Services Companies on the Real Estate Market – Results of Own Studies*, International Conference Hradec Economic Days 2015, Economic Development and Management of Regions, Hradec Kralove, 3–4 February 2015, Peer-Reviewed Conference Proceedings, Vol. 4, Gaudeamus, Hradec Kralove, s. 339–345.
7. Okręglińska M. (2011), *Wpływ czynników popytowych na rozwój rynku nieruchomości mieszkaniowych w Polsce po kryzysie*, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu nr 25, s. 361–374.
8. Radzewicz A., Wiśniewski R. (2011), *Niepewność rynku nieruchomości*, Studia i Materiały Towarzystwa Naukowego Nieruchomości, 19 (1), s. 47–59.
9. Samuelson W.F., Marks S.G. (1998), *Ekonomia menedżerska*, PWE, Warszawa.
10. Stoner J.A.F., Wankel Ch. (1994), *Kierowanie*, PWE, Warszawa.
11. Ustawa z dnia 21 sierpnia 1997 r. o gospodarce nieruchomościami (UGN), DzU 1997, nr 115, poz. 741 z późn. zm.
12. <http://gisplay.pl/gis/krajowy-system-informacji-przestrzennej/systemy-informacji-przestrzennej.html> [dostęp 15.01.2016].

INTERNET AS AN INFORMATION SOURCE ON THE REAL ESTATE MARKET

Summary

The Internet is a special source of information about the modern world. Often, it is the first source of information about a variety of issues (also on the real estate market). The aim of this article is to indicate the role of the Internet in decision-making process on the real estate market, especially housing market. Presented considerations are the result of literature review and own study on the Internet role as a source of information on the housing market.

Keywords: information, Internet, information source, decision-making, real estate market.

Tłumaczenie: Iwona Gorzeń-Mitka