

Raport GfK Polonia i Murator EXPO

Domy, Mieszkania, Kredyty – Monitoring Warszawskiego Rynku Mieszkaniowego

Badanie preferencji i kryteriów wyboru osób zainteresowanych zakupem nieruchomości w Warszawie

- raport podpowiada, jak komunikować i modyfikować ofertę mieszkaniową, aby była efektywna w zmienionej, recesyjnej rzeczywistości rynkowej
- raport doradza, gdzie rozpocząć nową inwestycję i jaka ona powinna być, aby zminimalizować ryzyko podjęcia błędnej decyzji inwestycyjnej

Ponadto raport pokazuje:

- jak zmieniły się preferencje klientów od września 2008 do kwietnia 2009?
- kogo kryzys gospodarczy dotyka najsilniej?
- jak radzić sobie z kryzysem?
- jakie trendy zmian rysują się na warszawskim rynku mieszkań i domów?
- jakie elementy oferty są niezmiennie w czasie i stanowią kluczowe kryteria wyboru?
- kim są obecnie klienci na mieszkania i domy oraz jak zamierzają finansować swoją inwestycję?

Raport jest realizowany w oparciu o badania GfK Polonia prowadzone wśród gości Targów Mieszkaniowych Murator EXPO Nowy DOM, Nowe MIESZKANIE.

Raport koncentruje się na monitorowaniu zmian jakie zaszły na warszawskim rynku nowych DOMÓW, MIESZKAŃ I KREDYTÓW w okresie od września 2008 do kwietnia 2009 w trzech głównych obszarach:

- kryteria procesu decyzyjnego nabywców w aktualnej sytuacji rynkowej,
- preferencje i oczekiwania nabywców w zakresie: lokalizacji, cen, typu zabudowy, czynników odrzucania oferty, koniecznej infrastruktury osiedli, etc.
- plany nabywców w zakresie źródeł i struktury finansowania zakupu nieruchomości, preferowane banki, preferowane waluty, etc.

Wywiady realizowane podczas największych targów mieszkaniowych w Polsce.

Dotychczas pomiary zostały zrealizowane 4 razy od września 2008 do kwietnia 2009.

Wywiady są realizowane z unikalną grupą – realni, aktywni i „zdeterminowani” klienci (wychodzimy poza standardowe deklaracje o zainteresowaniu zakupem).

Bardzo duża próba: 1833 wywiadów – wiarygodne wyniki. W kolejnych falach próba „rolowana” (możliwość wyznaczania trendów i prognoz).

Możliwość zadawania przez developerów własnych pytań w ramach kolejnych fal badania (wrzesień 2009).

Projekt ma charakter cykliczny.

Raport jest adresowany w szczególności do:

- developerów,
- spółdzielni mieszkaniowych,
- banków i instytucji finansujących zakupy nieruchomości,

- doradców finansowych oferujących swoje produkty i usługi na rynku nieruchomości,
- firm pośredniczących w obrocie nieruchomościami
- firm konsultingowych i doradczych.

Metoda badawcza: bezpośrednio wywiady kwestionariuszowe PAPI (face-to-face)

Dobór próby: celowy

Wielkość próby: łączna próba badawcza wyniosła N=1833:
N=877 próba z 2 edycji jesiennych targów 2008
N=956 próba z 2 edycji wiosennych targów 2009

Definicja próby: osoby w wieku 18 lat+, odwiedzające Targi Mieszkaniowe „Nowy DOM, Nowe MIESZKANIE” na Torwarze w Warszawie, zainteresowane kupnem mieszkania lub domu oraz wzięciem kredytu na zakup nieruchomości.

Terminy realizacji: I fala: 6-7 września 2008;
II fala: 22-23 listopada 2008;
III fala: 7-8 marca 2009;
IV fala: 25-26 kwietnia 2009.

O CO PYTALIŚMY RESPONDENTÓW (zakres kwestionariusza)?

I. Planowane zakupy

- horyzont czasowy w jakim jest planowany zakup mieszkania / domu (12 miesięcy czy dłużej)
- gotowość zakupu mieszkania / domu na rynku wtórnym
- gotowość zakupu mieszkania / domu wykończonego „pod klucz”

II. Preferowane lokalizacje nieruchomości

- Preferowane lokalizacje mieszkania lub domu: Warszawa a okolice Warszawy
- Obecne miejsce zamieszkania a preferowana dzielnica dla mieszkania w Warszawie (wskaźnik lojalności wobec własnych dzielnic; optymalizacja komunikacji reklamowej dla już realizowanych inwestycji – gdzie reklamować poszczególne dzielnice)
- Preferowane, rozważane i odrzucane dzielnice dla mieszkania lub domu w Warszawie.
- Preferowane, rozważane i odrzucane lokalizacje mieszkania lub domu w okolicach Warszawy

III. Mieszkania

- powody zakupu mieszkania
- preferowany budynek i piętro, metraż, ilość pokoi oraz usytuowanie kuchni
- intencje zakupu dodatkowych udogodnień (np.: garaż, komórka lokatorska, etc.)
- najważniejsze cechy mieszkania (spontaniczne deklaracje klientów)
- kryteria i cechy mieszkań budzące największe zainteresowanie (preferencje)
- kryteria i cechy mieszkań powodujące odrzucanie ofert (dyskwalifikacje)
- kryteria i cechy związane z lokalizacją i otoczeniem osiedla brane pod uwagę
- kryteria i cechy związane infrastrukturą osiedla brane pod uwagę przy zakupie

IV. Domy

- powody zakupu domu
- preferowany typ budynku (wolnostojące, szeregowce), podpiwniczenie, metraż domu i działki, ilość kondygnacji, użytkowe poddasze oraz ilość pokoi i łazienek
- najważniejsze cechy domu (spontaniczne deklaracje klientów)
- kryteria i cechy domu budzące największe zainteresowanie (preferencje).
- kryteria i cechy domu powodujące odrzucanie ofert domów (dyskwalifikacje).
- kryteria i cechy związane z lokalizacją, bezpośrednim otoczeniem osiedla oraz samą infrastrukturą wewnątrz osiedla brane pod uwagę przy zakupie domu

V. Finansowanie zakupu

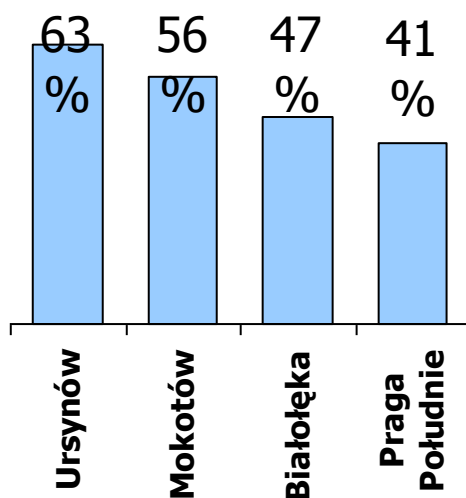
- planowane wydatki na mieszkanie a wydatki na dom.
- źródła finansowania mieszkania / domu (kredyt, oszczędności, środki ze sprzedaży innej nieruchomości i majątku, darowizny i pożyczki od rodziny)
- udział wkładów własnych w finansowaniu zakupu nieruchomości
- udział poszczególnych źródeł finansowania w zakupie mieszkania / domu
- charakterystyka kredytów hipotecznych mieszkania vs. domy (preferowane waluty, preferowany okres spłaty, maksymalne kwoty rat, które klienci mogą udźwignąć)
- potencjalny bank kredytujący nowy zakup mieszkania / domu.
- obecne obciążenia klientów kredytami hipotecznymi mieszkania / domu. Bank dotychczas kredytujący.

VI. Demografia

- metryczka: płeć, wiek, wykształcenie, stan cywilny, wielkość gospodarstwa domowego, pozycja zawodowa.
- pochodzenie respondenta (dzielnica warszawy / miejscowość).
- posiadane obecnie nieruchomości.
- dochody netto gospodarstwa domowego.

Na ile mieszkańcy poszczególnych dzielnic są lojalni wobec własnych dzielnic, czyli obecne miejsce zamieszkania a preferowana dzielnica dla mieszkania w Warszawie.

Wskazania dla wybranych* dzielnic Warszawy.



*pełne dane dostępne w raporcie

W jakiej dzielnicy najchętniej kupił/a/by Pan/i mieszkanie?

W jakiej dzielnicy / miejscowości obecnie Pan/i mieszka?

	OBECNIE ZAMIESZKIWANA DZIELNICA					
	Mokotów	Ursynów	Białołęka	Praga Południe	okolice Warszawy	spoza okolic Warszawy
Bemowo	7%	2%	4%	6%	10%	13%
Białołęka	3%	2%	47%	5%	10%	8%
Bielany	4%	1%	10%	3%	5%	1%
Mokotów	56%	17%	10%	14%	21%	17%
Ochota	4%	2%	4%	2%	6%	10%
Praga Południe	1%	1%	0%	41%	6%	7%
Praga Północ	1%	1%	0%	1%	1%	0%
Rembertów	0%	0%	0%	4%	0%	1%
Śródmieście	2%	1%	2%	5%	8%	10%
Targówek	0%	1%	0%	1%	4%	3%
Ursus	1%	0%	0%	0%	2%	1%
Ursynów	10%	63%	4%	3%	9%	11%
Wawer	1%	0%	0%	2%	1%	0%
Wesoła	0%	0%	2%	0%	2%	0%
Wilanów	3%	5%	4%	3%	4%	0%
Włochy	0%	0%	0%	1%	0%	1%
Wola	4%	1%	10%	1%	2%	10%
Żoliborz	2%	1%	0%	5%	6%	3%
udno powiezieć	1%	1%	2%	5%	6%	3%
n	181	150	49	110	126	71

GfK*DataViewer to nowoczesny pakiet komputerowy służący do szybkiej obróbki danych surowych pochodzących z badań Instytutu GfK Polonia.

Poza standardowym raportem (tabele i wykresy), GfK Polonia przekaże każdemu zamawiającemu przeglądarkę GfK*DataViewer.

GfK*DataViewer umożliwia:

- przeglądanie rozkładów zmiennych;
- tworzenie własnych tabel krzyżowych na dowolnej podstawie;
- pełną dowolność w sposobie obliczania zawartości pól tabeli krzyżowych (liczebności, odsetki);
- tworzenie i zachowanie własnych grup celowych definiowanych przez dowolne kombinacje zmiennych ze zbioru;

- tworzenie tabel oraz grup celowych za pomocą zwykłego „przeciągnięcia” zaznaczonych zmiennych myszką;
- wygodną korektę opisu i zawartości tabel także za pomocą „przeciągnięcia” lub zaznaczania myszką;
- drukowanie tabel w formie estetycznych raportów (z możliwością wcześniejszego podglądu);
- natychmiastowy eksport grafików jako bit mapa (do zastosowania np. w PowerPoint);
- natychmiastowy eksport tabel do arkusza Excel.

W skład raportu wchodzi:

1. Raport z badań zrealizowanych jesienią 2008 i wiosną 2009:

- prezentacja graficzna najważniejszych wyników (format PowerPoint),
- tabele zawierające szczegółowe wyniki i dane (format GfK lub Excel).

2. Raport zawiera porównania wyników między falami - zmian zachodzących na rynku od jesieni 2008 do wiosny 2009.

3. Przeglądarka danych GfK DataViewer umożliwiającą wykonywanie własnych analiz i generowanie własnych raportów na wewnętrzne potrzeby.

UWAGA: Istnieje możliwość zakupu jedynie wybranych części raportu, np. tylko część na temat planowanych źródeł finansowania zakupu nieruchomości.

Więcej informacji udziela:

Marcelin Matusiak
Business Development Manager
Construction , B2B Research & Consulting
Tel. +4822 43 41 520 lub 502 19 60 74
Faks+4822 434 10 10
marcelin.matusiak@gfk.com