

Plany remontowe Polaków to cykliczne badanie monitorujące skalę i zakres planowanych w Polsce remontów domów jednorodzinnych i mieszkań.

Plany remontowe Polaków



Plany remontowe
 ■ do końca 2006 roku
 ■ na 2007 rok

Plany Remontowe Polaków to:

- skala planowanych remontów
- zakres planowanych remontów
- deklaracje w zakresie zastosowania konkretnego produktu/marki
- proces decyzyjny w zakresie planowanych remontów



Remont w badaniu to:

- przywrócenie dobrego stanu technicznego budynkowi/mieszkaniu
- ulepszenie stanu użytkowego budynku/mieszkania na skutek braków w jego wykończeniu
- zmiana/poprawa wyglądu budynku/mieszkania

Do remontu nie zalicza się:

- prac dekoratorskich, związanych z wystrojem wnętrz np. zakup mebli, oświetlenia i innych artykułów dekoracyjnych
- zakupu sprzętu RTV i AGD
- drobnych prac naprawczych i związanych np. z wymianą kontaktów, klamek itp.

Termin ukazania się raportu:

RAPORT Plany remontowe Polaków	Styczeń 2006	Luty 2006	Marzec 2006	Kwiecień 2006	Maj 2006	Czerwiec 2006	Lipiec 2006	Sierpień 2006	Wrzesień 2006	Październik 2006	Listopad 2006	Grudzień 2006	Styczeń 2007	Luty 2007
														

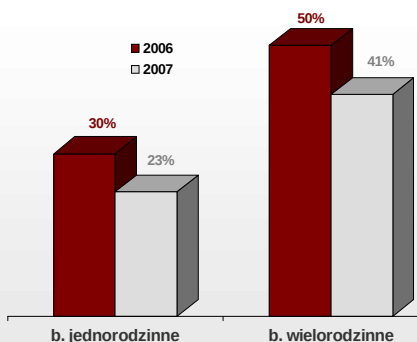
solidny fundament twoich decyzji

MODUŁ PODSTAWOWY

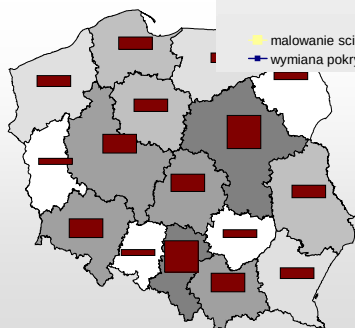
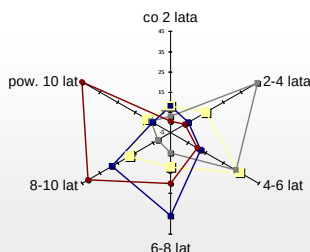
- liczba i struktura gospodarstw domowych planujących remont w 2006 i 2007 roku
- rodzaj i wielkość remontowanych powierzchni w 2006 i 2007 roku (ściany wewnętrzne, dachy, podłogi, elewacje)
- zakres planowanych remontów w 2006 i 2007 roku
- częstotliwość wykonywania poszczególnych rodzajów remontów

Analiza regionalna

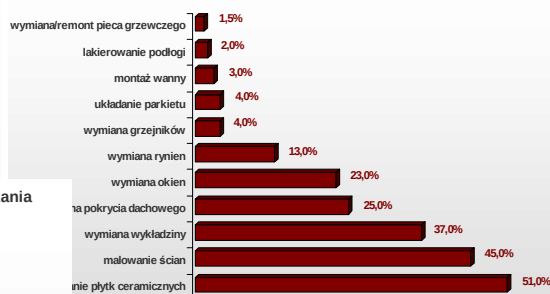
Plany remontowe Polaków (w%)



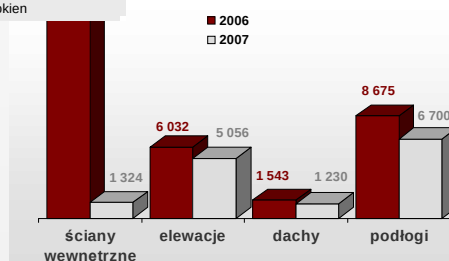
Częstotliwość wykonywania remontu mieszkania



Plany remontowe Polaków



Plany remontowe Polaków
(wielkość powierzchni remontów w tys. m²)



W raporcie również **DODATEK SPECJALNY**

- krótka charakterystyka sytuacji makroekonomicznej Polski i tendencji rozwojowych służąca ukazaniu tła dla sektora budowlanego oraz poziomu zamożności społeczeństwa
- charakterystyka sektora budowlanego
 - podstawowe wskaźniki warunków mieszkaniowych
 - zasoby mieszkaniowe
 - struktura mieszkań zamieszkałych w Polsce
 - mieszkania zamieszkane
 - liczba mieszkań według okresu budowy budynku
 - udział mieszkań o niskim stanie technicznym budynku, niedostatecznym wyposażeniu w instalacje techniczne, nadmiernym zaludnieniu w liczbie ogólnej mieszkań zamieszkałych na stałe
 - struktura mieszkań oczekujących na remont
- warunki dla rozwoju budownictwa mieszkaniowego – polityka rządu (ulgi, kredyty preferencyjne itd.)
- warunki dla przeprowadzenia prac remontowych/wykończeniowych w Polsce

MODUŁ ASORTYMENTOWY

- materiały do realizacji remontu - rodzaj planowanego materiału i jego marka
- miejsce zakupu materiałów budowlanych
- czynniki decydujące o zakupie materiałów
- znaczenie marki w procesie zakupowym
- czynniki wizerunkowe wpływające na zakup danej marki (w tym wpływ reklam na decyzję o zakupie)
- finansowanie inwestycji (w tym nazwa banku)
- źródła informacji o danym produkcie
- planowany koszt przedsięwzięcia
- osoba dokonująca zakupu/decydująca o zakupie materiałów budowlanych
- wykonawca remontu poszczególnych aplikacji

GRUPY ASORTYMENTOWE*

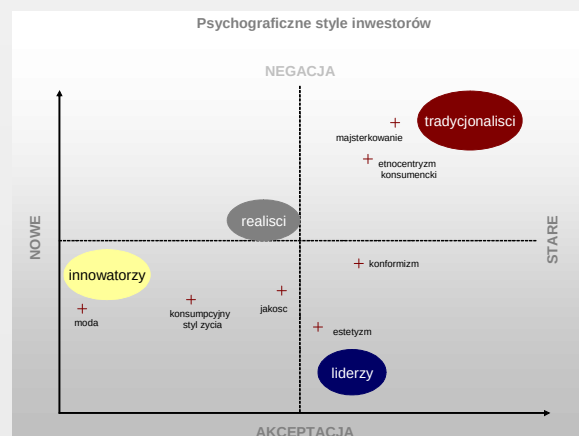
- zmiana konstrukcji/wymiana więźby dachowej
- całkowita wymiana pokrycia dachowego
- ocieplenie dachu
- uszczelnianie/łatanie dachu
- wymiana rynien
- wykończanie elewacji (tynkowanie, malowanie, montaż płytek elewacyjnych, ocieplanie, itp.)
- tynkowanie ścian zewnętrznych, wewnętrznych lub sufitów
- malowanie ścian zewnętrznych, wewnętrznych lub sufitów
- tapetowanie
- układanie płytek ceramicznych
- gładzenie ścian lub sufitów,
- montaż podłóg drewnianych lub paneli podłogowych
- cyklinowanie/lakierowanie podłóg
- położenie wykładziny
- wymiana/montaż okien, w tym również okien dachowych
- wymiana/montaż drzwi wewnętrznych/zewnętrznych
- wymiana/montaż/remont pieca grzewczego, grzejników, rur do instalacji grzewczej
- wymiana/montaż/remont klimatyzacji
- wymiana/montaż ceramiki sanitarnej

* wielkość próby w poszczególnych grupach asortymentowych wynika z częstotliwości przeprowadzenia prac remontowych w ich zakresie i nie była odgórnie narzucona.

SEGMENTACJA INWESTORÓW

- wiek
- status społeczny (wykonywany zawód/wykształcenie)
- miejsce zamieszkania (wielkość miejscowości, województwo)
- liczba osób w gospodarstwie domowym
- dochody w gospodarstwie domowym
- forma własności remontowanego mieszkania
- określenie aktywności remontowej inwestorów
- nastawienie do nowości i jakości materiałów budowlanych

Analiza regionalna



www.asm-poland.com.pl