

Modernizácia staršieho bývania opätovne v kurze

Author: SF / Juraj Pokorný | Published: 30.06.2009

Doterajší výrobcovia plastových, hliníkových či európskych, stropných podhládov, vstavaných skriň, plávajúcích podláh, obkladov a dlažby, elektro a vodoinštalatéri, zasklievači balkónov a lodžii - všetci títo zacítili obrovskú šancu na svoj comeback a momentálne sa predháňajú, kto vyrukuje pred zákazníka frustrovaného nevyspytateľným správaním sa globálneho fenoménu s najnižšou cenou. A tak sa denne dozvedáme o dosiaľ neslýchaných 50-percentných zľavách nemenovaných firiem na dvere šatníkov a skriň, na okná s najlepšimi technickými parametrami a na ďalšie a ďalšie komodity. S montážou a odvozom odpadu „all inclusive“.

Takmer polovica chce obnovovať a zútulňovať

A nie sú to iba jednotlivci, ktorí sa zobudili a pochopili. Pozadu v tomto ohľade neostávajú ani menší, dokonca už ani stredne veľkí aktéri špecializovaní na rutinné rekonštrukcie bytových jadier, obytných jednotiek či rodinných domov. Netreba priveľa dôvtipu na to, aby svoju novú parketu - rekonštrukcie, obnovy a prestavby starších nehnuteľností - v rámci dnes výsostne aktuálnej vnútornej reštrukturalizácie „objavili“ aj investorské spoločnosti, ktoré mali podstatne vyššie ambície, no s presadzovaním sa v zmenených podmienkach neuspeli. Prežitie v čase, keď je výlučným mocipánom dopyt, takúto stratégiu nielenže nevylučuje, ale priam prikazuje.

Že takéto tvrdenia nie sú postavené na vode, potvrdzujú aj výsledky májového omnibusového prieskumu poradenskej spoločnosti GfK Slovakia, ktorý sa okrem iného venoval problematike bývania. Podľa nich takmer polovica ľudí na Slovensku plánuje v najbližších 12 mesiacoch investovať prostriedky nie do kúpy nového, ale práve do rekonštrukcie či vynovenia si svojho doterajšieho bývania. Z odpovedí respondentov vyplýva, že vo väčšine má ísť o vymalovanie interiéru či exteriéru bytu resp. domu (14 %), rozličné stavebné úpravy (10 %), modernizáciu (10 %), celkové zútulnenie domácnosti (9 %), výmenu bytového textilu (8 %) a o kúpu nového nábytku (necelých 8 %). Skoro každý piaty respondent zároveň prezradil, že podobné aktivity už vo svojej domácnosti nedávno vyvíjal.

Veľké investície do nehnuteľností inokedy

GfK ponúka na tento aktuálny trend aj svoje vlastné vysvetlenie: ľudia sa chcú cítiť doma čo najpríjemnejšie a týmito aktivitami si viacerí neraz nahrádzajú svoje sny o novom, prípadne lepšom bývaní, keďže väčšina si nehnuteľnosť na Slovensku (pozemok, dom, byt, víkendové bývanie, záhradku alebo garáž) v najbližšom čase údajne kúpiť neplánuje. Iba necelé štyri percentá respondentov sa vyslovili opačne. Keďže mnoho ľudí si v súčasnej situácii nemôže dovoliť presťahovať sa do „lepšieho“, prípadne splniť si iné svoje túžby o bývaní, pokúšajú sa modernizovať, prestavovať, skrášľovať, zútulňovať a prispôbovať vlastným predstávam aspoň svoje existujúce príbytky.

Kedysi ľudovo rozšírený módný trend zažíva teda čas svojej renesancie. Príčinou je podľa GfK aj fakt, že pribúda takzvaných domasedov, ktorí kvôli finančnej kríze uprednostňujú trávenie voľného času doma. „Stagnácia na realitnom trhu spôsobila, že ľudia odkladajú veľké investície do nehnuteľností na neskôr, avšak snažia sa vytvoriť čo najpríjemnejší domov pre seba a svojich najbližších, preto neváhajú investovať peniaze do modernizácie a zlepšovania existujúceho bývania,“ hovorí správa z prieskumu, ktorý uskutočnila GfK Slovakia v máji tohto roka metódou face-to-face na reprezentatívnej vzorke tisíc ľudí vo veku od 15 do 79 rokov.

Treba už len dodať, že silnou motivačnou vzpruhou pre takéto aktivity je aj prezidentom SR práve

podpísaná novela zákona o Štátnom fonde rozvoja bývania a ďalších zákonov, vďaka ktorej budú môcť záujemcovia o štátnu podporu pri zateplovaní domov a bytov od júla 2009 podávať žiadosti o bezúročný úver na prefinancovanie až 100 percent oprávnených nákladov stavby. Ako je známe, vláda vyčlenila na tento účel celkovo 71 miliónov eur.

Kto je GfK Slovakia

Zaujímavou doplňujúcou informáciou uvedeného prieskumu GfK je, odkiaľ Slováci v súvislosti so zmenami v domácnostiach čerpajú inšpiráciu a nápady. Ako ukazuje aj graf, najčastejšie je to z rôznych časopisov a magazínov o bývaní (56 %), potom z domácností iných ľudí (42 %), no svoju rolu tu zohráva aj televízia (30 %). Ďalšími možnosťami, kde sa podľa respondentov dajú získať nové impulzy a idey, sú aj predajne s nábytkom (28 %), katalógy (25 %), internet (17 %), rôzne výstavy (7 %) a približne rovnaký počet ľudí si nechá poradiť odborníkmi (7 %).

Spoločnosť GfK Slovakia, ktorá sa považuje za lídra na trhu marketingového prieskumu a poradenstva, vznikla v roku 1991 v Bratislave a je súčasťou celosvetovej siete GfK so sídlom v Norimbergu. Skupina GfK je štvrtou najväčšou spoločnosťou na svete zaoberajúcou sa prieskumom trhu. Riadi 115 spoločností pokrývajúcich vyše 100 krajín a z celkového počtu približne 10-tisíc zamestnancov (stav k 30. 9. 2008) pracuje viac ako 80 percent mimo územia Nemecka. Aktivity GfK zahŕňajú tri obchodné sektory: Custom Research, Retail & Technology a Media. Vo finančnom roku 2007 sa jej podarilo dosiahnuť tržby v celkovej výške 1 162,1 milióna eur.

Ilustračné foto - autor

Graf - GfK Slovakia

30.06.2009 09:13, SF / Juraj Pokorný