



РОССИЙСКАЯ
СТРОИТЕЛЬНАЯ
НЕДЕЛЯ



Единый
ресурс
застройщиков

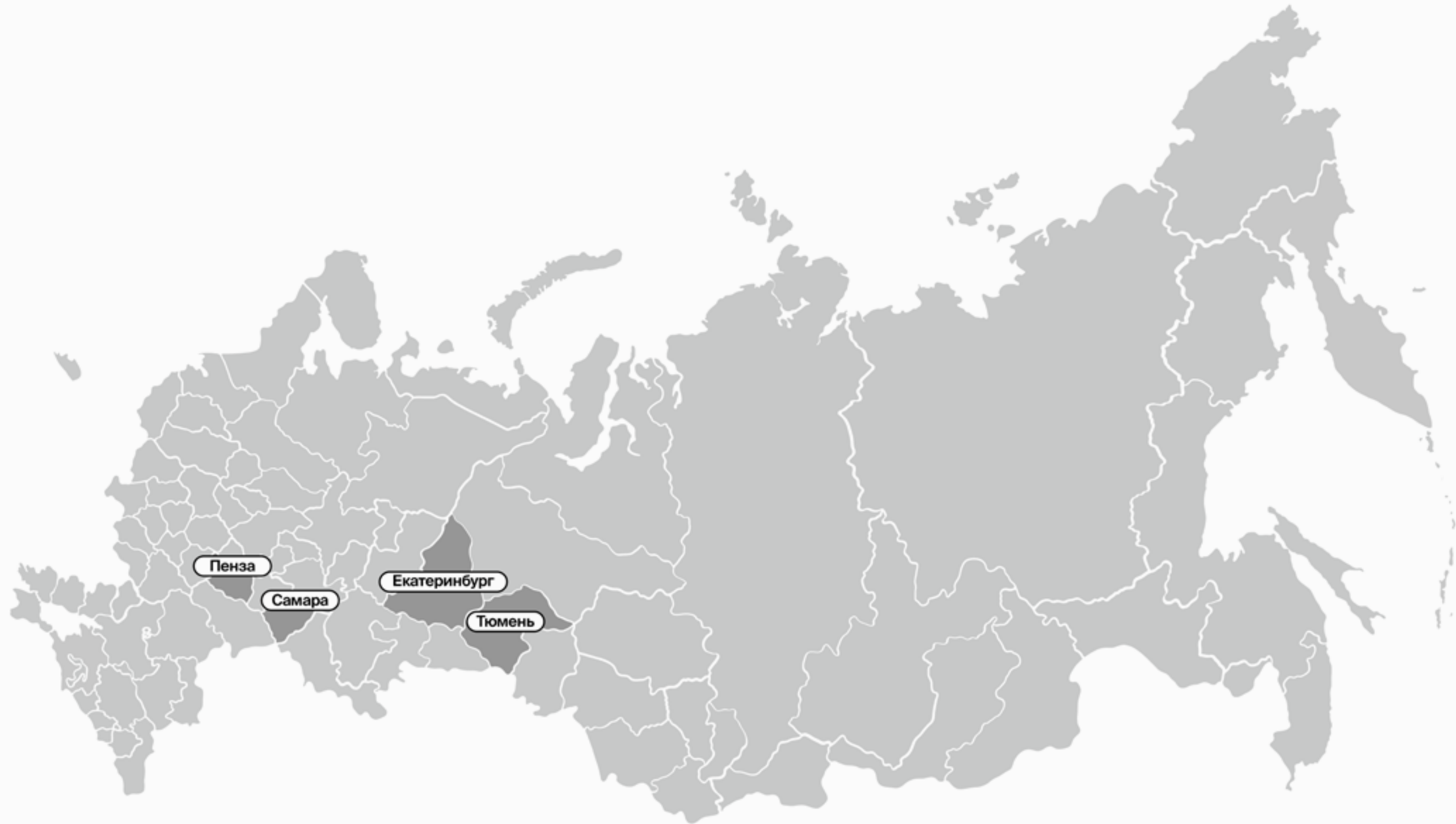


DEVISION
Архитектура и брендинг

РОССИЙСКАЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ НЕДЕЛЯ 2025

Экспансия с минимальными рисками: оценка
привлекательности регионов для девелопера

Денис Шинкоренко,
руководитель центра
аналитики DEVISION



3,1 млн м²

>220
спроектировали
и упаковали проектов

>150
отчетов по аналитике

>300
сотрудников
в нашей команде

>10 000 м²
задизайнили интерьеров

Задача: выход в новый регион

Дано:

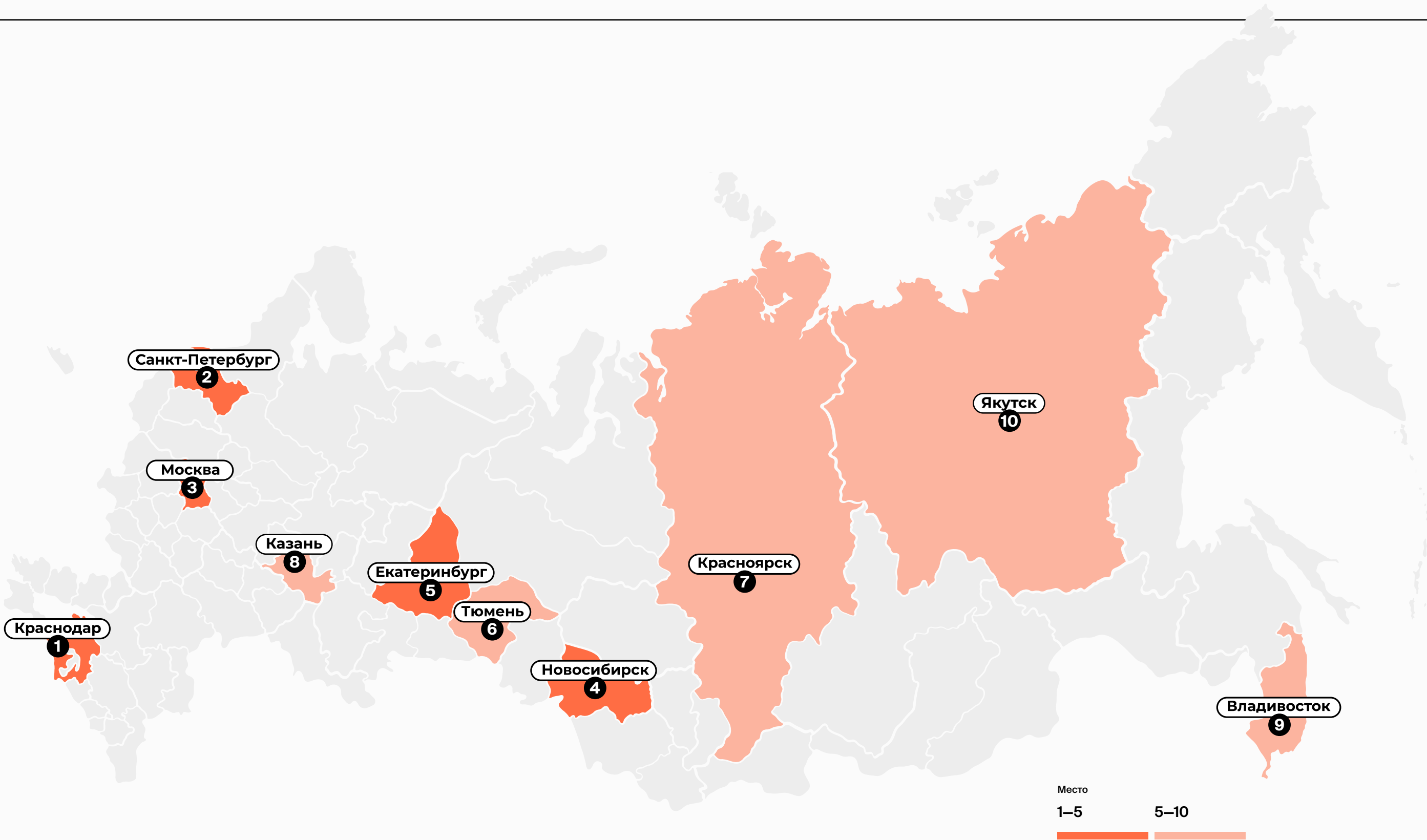
Девелопер хочет выбрать регион для экспансии, чтобы обеспечить компании более устойчивое положение

Решение:

Комплексная аналитика регионов России — составление Тепловой карты, индекса привлекательности городов

Задачи тепловой карты

- Определить регионы, наиболее привлекательные для входа на рынок.
- Разработать:
 - Стратегию региональной экспансии
 - Стандарты работы на региональных рынках
 - Тактику реализации проекта в конкретном регионе



Методика тепловой карты

Анализируя регион или локацию, мы изучаем
16 системных показателей в трех функциональных группах:

1 социально-
экономические

2 рыночные

3 экономика
строительства

У каждого показателя свой весовой коэффициент, который определяет его влияние на рынок и раскрывает потенциал региона в рамках своей функциональной группы.

Описательные показатели

Используются
для описания региона.

Основа
для формирования
продукта, коммуникативной
стратегии, брендинга
и концепции жилого
комплекса.

- Динамика численности населения
- Доля населения с высокими доходами
- Возрастная структура
- Обеспеченность жильем
- Возраст вторички
- Емкость вторичного рынка

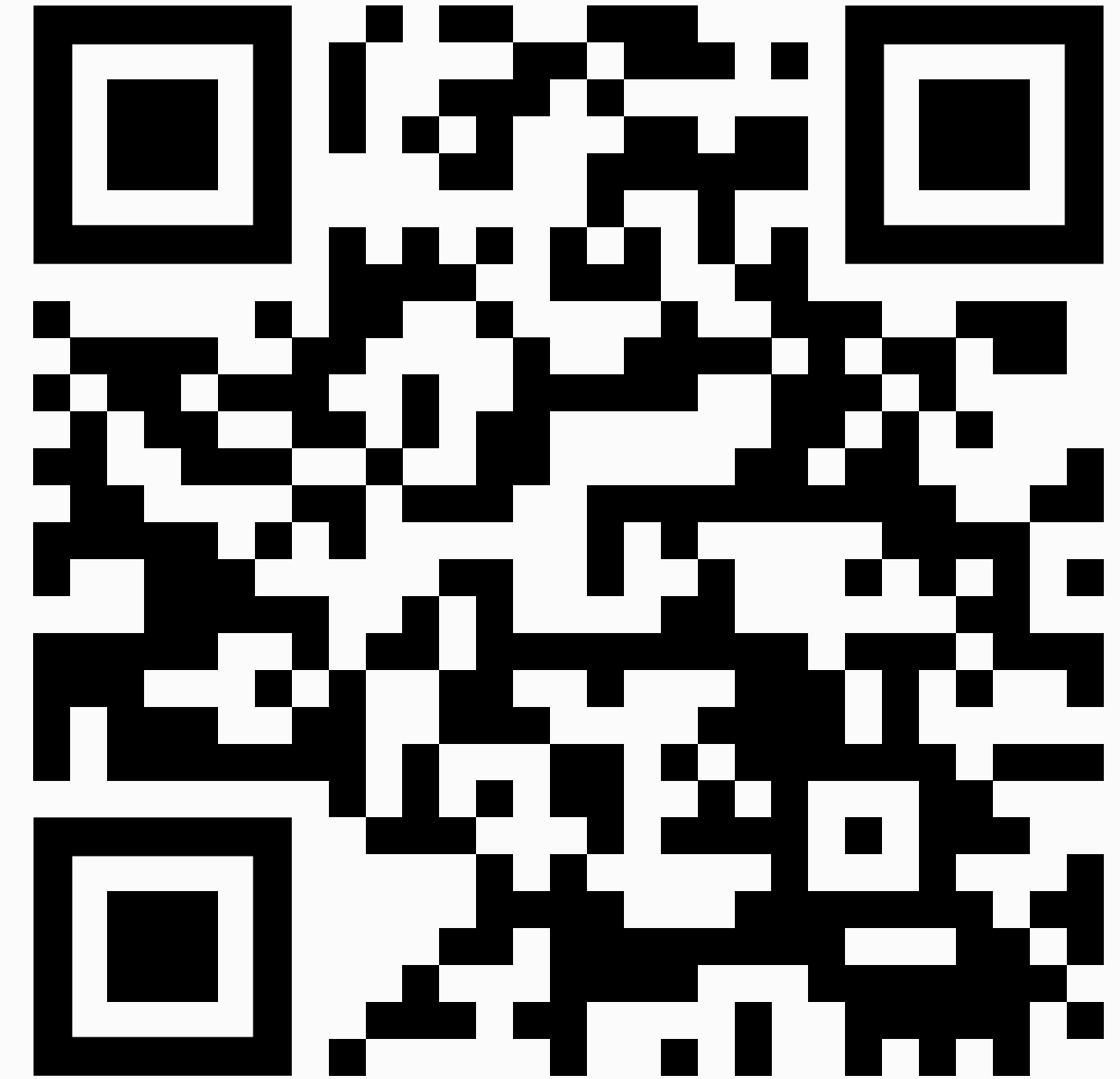
Дифференцирующие показатели

Используются как критерии
оценки региона.

Основа для принятия
решения и формирования
финансовой модели.

- Зарплата
- Себестоимость и маржинальность строительства
- Емкость рынка
- Доступность новостроек
- Стоимость м²
- Концентрация рынка

Подробнее о Тепловой карте



→ Индекс привлекательности городов

Город	Объем жилищ- ного строитель- ства на конец 2024 года, тыс. м²	ВВП/1 м², млн руб.
-------	--	-----------------------

Перспективные города		
Москва	18 508	1,42
Санкт-Петербург	5 656	1,32
Казань	2 037	0,73
Самара	1 382	0,70
Пермь	1 799	0,53
Красноярск	1 726	0,52
Ижевск	1 032	0,47

Перегретые города		
Екатеринбург	4 834	0,34
Ростов-на-Дону	3 373	0,32
Рязань	1 165	0,32
Мытищи	1 056	0,30
Владивосток	2 608	0,28
Краснодар	5 909	0,26
Тюмень	3 719	0,24

Индикатор оценки инвестиционной привлекательности

Смотрим отношение валового городского продукта к объему жилищного строительства:

Выше значение —
меньше рисков пузыря

Меньше —
есть риски перегрева

Что дает аналитика региона и города

1. Описание и составление рейтинга регионов по степени перспективности выхода
2. Анализ динамики и устойчивости привлекательности региона
3. Формирование стратегии развития и экспансии
4. Формирование земельного банка в перспективных регионах
5. Отслеживание рисков перегретости городов

Задача: формирование продуктовой стратегии в новом регионе

Дано:

- Девелопер выбрал регион, сформировал земельный банк и ему необходимо понять с каким продуктом выйти
- Земельный участок 100 га
- Крупный город-миллионник
- Реализация 5 классов жилья в проекте

Решение:

- Изучить продукт на рынке
- Подготовить продуктовые характеристики для каждого класса жилья
- Разработать продуктовую стратегию КОТ
- Создать новый архитектурный облик города-спутника

Блоки исследования

1. Социально-экономическое развитие города и области
2. Выявление реальной емкости рынка
3. Интервью с экспертами
4. Аналитика спроса и предложения по типам жилья
5. Бенчмаркинг проектов–аналогов в РФ

6. Продуктовая аналитика рынка

7. Ассортиментная стратегия по классам жилья

3 этапа работы над аналитикой продукта

1 Первичный отбор

Из 325 новостроек города
отобрали 15 эталонных:

- Наиболее продаваемые на рынке
- Имеющие профессиональные
премии и награды
- Получившие высокую
экспертную оценку

2 Присвоение классности

Эталонным ЖК присвоили
соответствующие классы:

- стандарт
- бизнес-лайт
- комфорт-лайт
- бизнес
- комфорт

3 Продуктовая аналитика

- Старт продуктовой аналитики
- Составление ассортиментной
стратегии
- Расчет квартирографии и темпов
выбытия будущего проекта

Укрупненные группы параметров оценки продукта:

- ТЭПы
- Архитектура
- Благоустройство
- Входная группа/ МОП
- Квартира

Детальный чек-лист составления продуктовой матрицы:



Денис Шинкоренко,
руководитель центра
аналитики DEVISION

