

**ЗЕМЛЯ ДЛЯ СТРОИТЕЛЬСТВА.
ВЫХОД ЗА ПРЕДЕЛЫ ДОМАШНЕГО РЕГИОНА.
ЛОКАЦИИ ДЛЯ КУРОРТНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ**

Виктория Костикова

ЧЛЕН ПРАВЛЕНИЯ ПО
РАЗВИТИЮ ALIAS GROUP



ALIAS
GROUP

О КОМПАНИИ



ALIAS
GROUP



Alias Group – объединяет активы из различных секторов экономики, расширяет партнерский портфель, используя собственный и привлеченный капиталы. Компания динамично развивается, масштабирует бизнес на территории РФ и выходит за ее пределы. Ключевое направление – девелопмент.



326 млрд руб.

БЮДЖЕТ
ПРОЕКТОВ В РЕАЛИЗАЦИИ

138 млрд руб.

БЮДЖЕТ
ПРОЕКТОВ НА ЗАПУСКЕ

57 млрд руб.

БЮДЖЕТ
ПРОЕКТОВ В РАЗРАБОТКЕ

12

НАПРАВЛЕНИЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

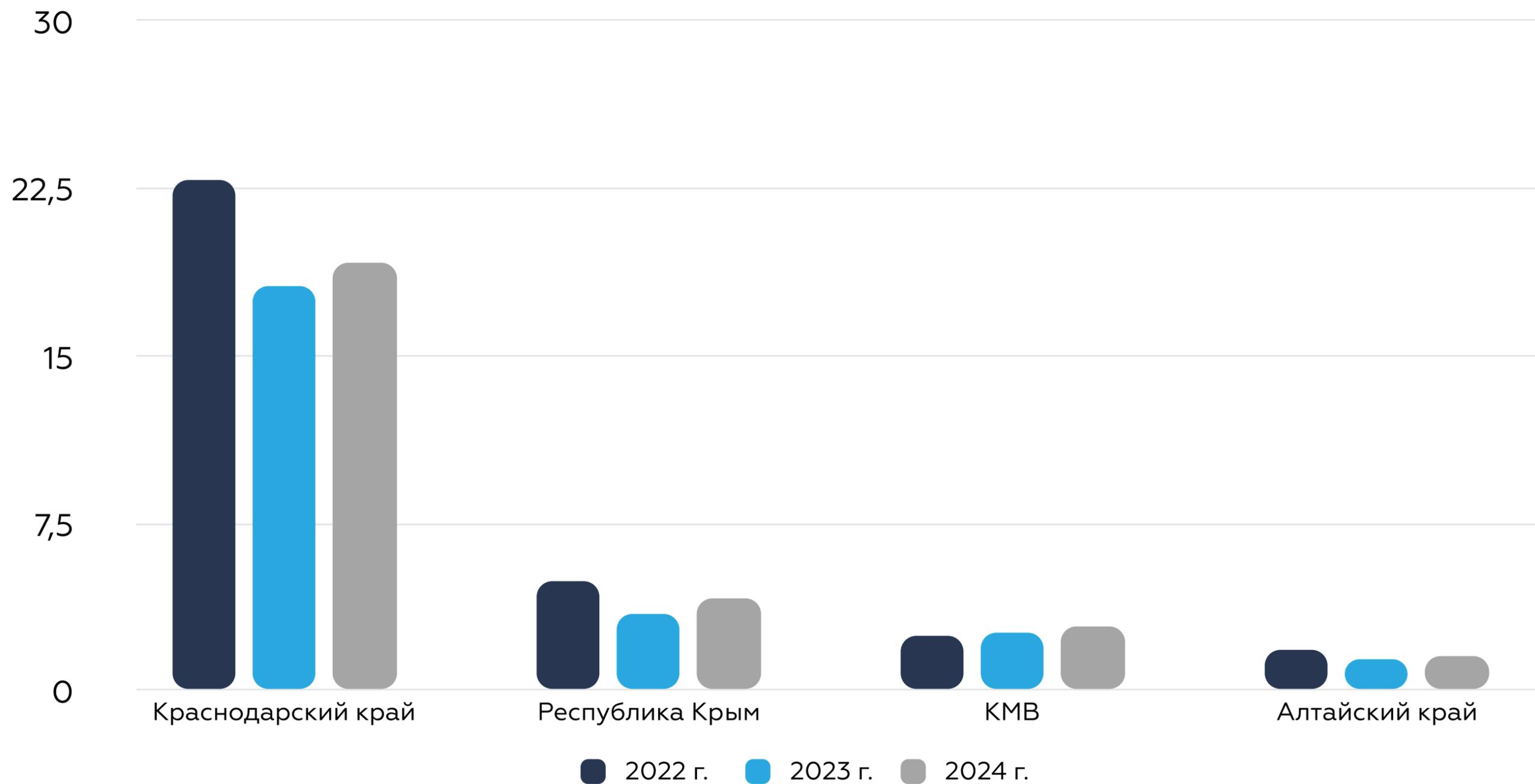
7

ГОРОДОВ
ПРИСУТСТВИЯ

1.5 тыс.

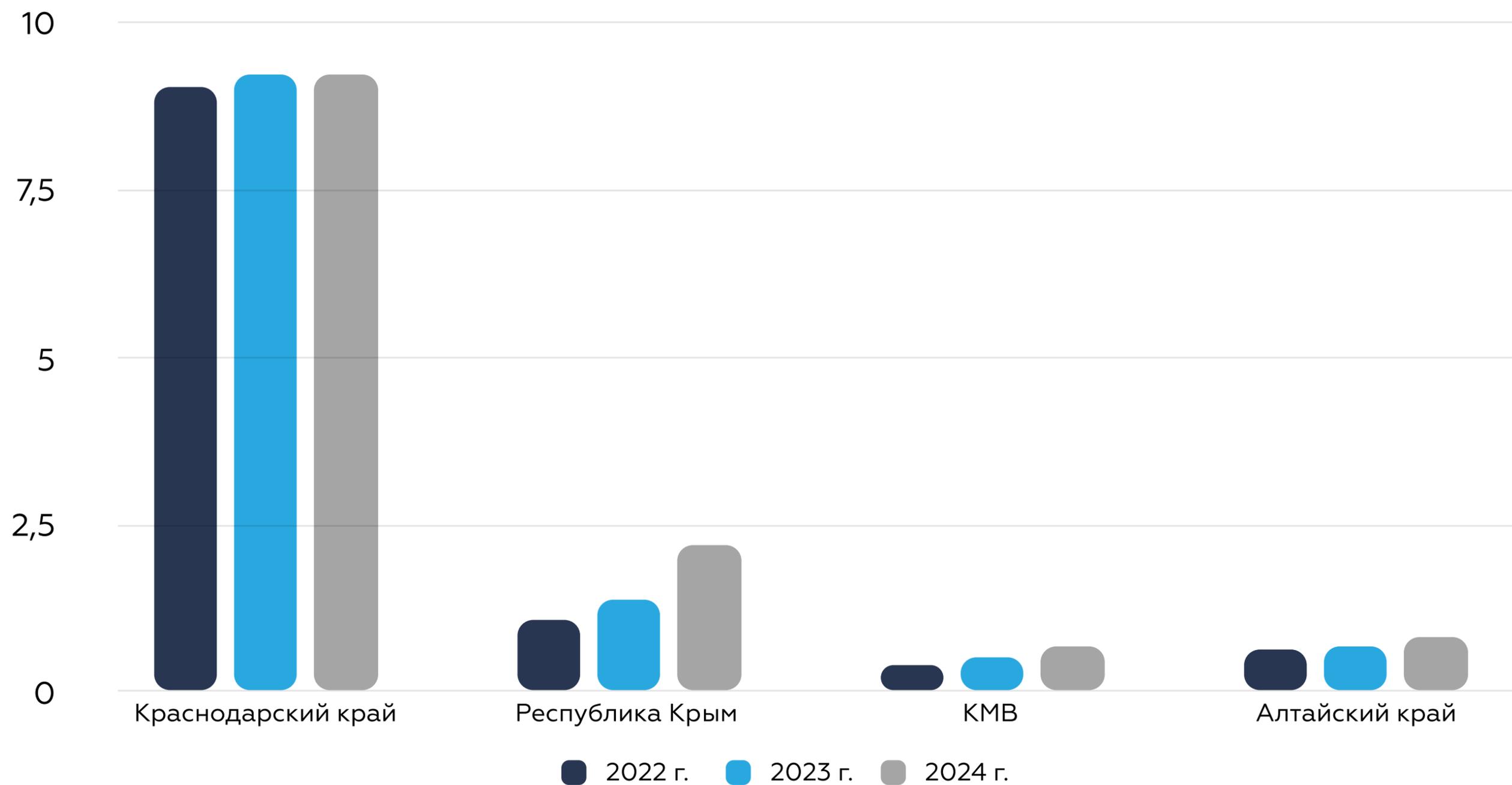
КОЛИЧЕСТВО
СОТРУДНИКОВ

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТОК В РОССИИ



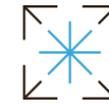
По данным Росстата, млн поездок

ОБЪЕМ СТРОИТЕЛЬСТВА ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В ТУРИСТИЧЕСКИХ РЕГИОНАХ



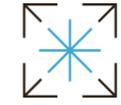
По аналитическим данным ЕРЗ, млн м²

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА МАРЖИНАЛЬНОСТЬ ЛОКАЦИИ В КУРОРТНОМ ОКРУЖЕНИИ



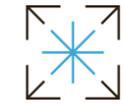
-> **ВИДЫ КУРОРТНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ**
-> **ЛОКАЛЬНОЕ ОКРУЖЕНИЕ**
-> **ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ**
-> **ОЦЕНКА ТУРИСТИЧЕСКОГО ТРАФИКА КУРОРТА**

ВИДЫ КУРОРТНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ



-> **МОРСКИЕ КУРОРТЫ**
-> **ГОРНОЛЫЖНЫЕ КУРОРТЫ**
-> **БАЛЬНЕОЛОГИЧЕСКИЕ КУРОРТЫ**
-> **КЛИМАТИЧЕСКИЕ КУРОРТЫ И ДР.**

ЛОКАЛЬНОЕ ОКРУЖЕНИЕ



Близость к основным точкам притяжения курорта:

.....> **МОРЕ** > **РАЗВЛЕКАТЕЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА**

.....> **ГОРЫ** > **САНАТОРНО-КУРОРТНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА**

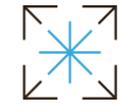
.....> НЕПОСРЕДСТВЕННЫЕ «СОСЕДИ» И ВЛИЯЮЩИЕ ОБЪЕКТЫ В РАДИУСЕ 1 КМ

.....> БЛИЖАЙШЕЕ СОЦИАЛЬНОЕ ОКРУЖЕНИЕ

.....> УРОВЕНЬ ШУМА И ЗАГРЯЗНЕНИЯ

.....> ВИДОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ



ВАЖНОЕ:

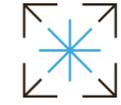
Удобство и быстрота проезда к основным транспортным узлам:

-> **АЭРОПОРТ** > **АВТОВОКЗАЛЫ**
-> **Ж/Д ВОКЗАЛ**

Личный транспорт:

-> РАССТОЯНИЕ ДО БЛИЖАЙШЕЙ ИЛИ ЗНАКОВОЙ МАГИСТРАЛИ
-> УДОБСТВО ПРОЕЗДА К КУРОРТУ
-> ЗАГРУЖЕННОСТЬ ЛОКАЛЬНОЙ СЕТИ ДОРОГ
-> ДОСТАТОЧНОСТЬ ПАРКОВОК

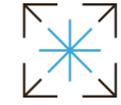
ОЦЕНКА ТУРИСТИЧЕСКОГО ТРАФИКА КУРОРТА



ВАЖНОЕ:

-> ОБЩИЙ ОБЪЕМ ТРАФИКА ТУРИСТОВ
-> КОЛИЧЕСТВО МЕСТ РАЗМЕЩЕНИЯ
-> КОЛИЧЕСТВО ТУРИСТОВ НА 1 НОМЕР В ЛОКАЦИИ
-> СЕГМЕНТАЦИЯ МЕСТ РАЗМЕЩЕНИЯ ПО КЛАССАМ
-> СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ ПРОЖИВАНИЯ
-> УРОВЕНЬ ЗАГРУЗКИ ПО СЕЗОНАМ

ЦЕНЫ КАК ФАКТОР ЛОКАЦИИ



ВАЖНОЕ:

-> НАЛИЧИЕ И КОЛИЧЕСТВО КОНКУРЕНТОВ В РАЗРЕЗЕ КЛАССА, ПРОДУКТА, СТОИМОСТИ
-> СООТНОШЕНИЕ ЦЕНА/СЕБЕСТОИМОСТЬ
-> СРЕДНИЙ УРОВЕНЬ ЦЕН ПРОДАЖИ
-> УРОВЕНЬ АРЕНДЫ
-> СТОИМОСТЬ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

**ЕСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЗЕМЛЕ?
ПИШИТЕ**



KOSTIKOVA@ALIAS-GROUP.RU