

февраль 2026

# БЕЗ ИПОТЕКИ 3.0

КАКИЕ ПРОДУКТОВЫЕ  
РЕШЕНИЯ УДЕРЖИВАЮТ  
СПРОС?

ЕРЗ

KOROL

MEDIA

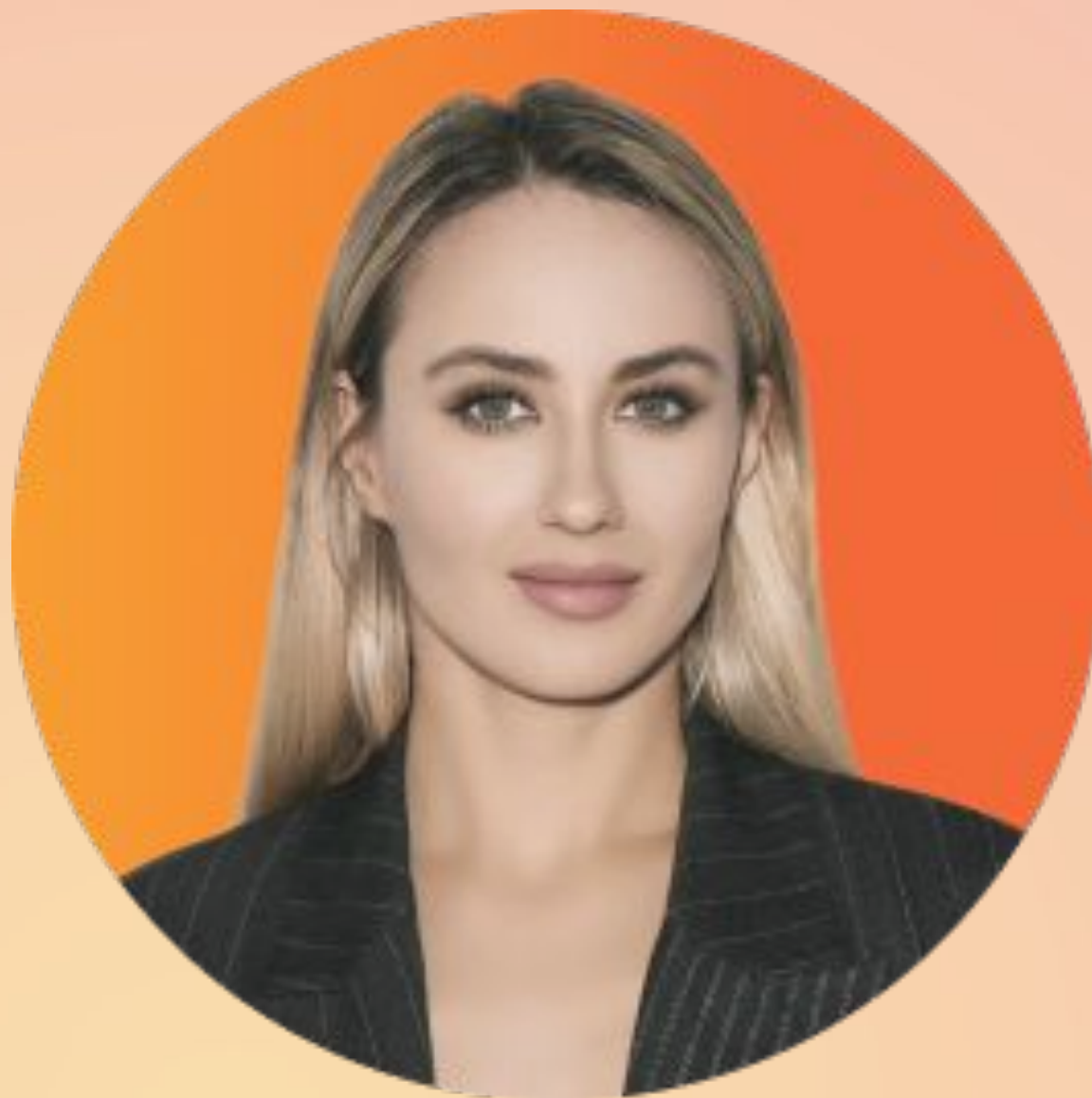


УМНЫЙ  
МНОГОКВАРТИРНЫЙ  
ДОМ

# СЕГОДНЯ С ВАМИ



**Кирилл Холопик**  
Руководитель **ЕРЗ.РФ**



**Ксения Король**  
Основатель маркетингового  
агентства **Король Медиа**

# СЕГОДНЯ С ВАМИ



**Ольга Кавжарадзе**  
Партнер по продуктовой  
экспертизе **URBAN**



**Павел Брызгалов**  
Заместитель директора по  
разработке продукта **ГК «A101»**



**РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ  
«БЕЗ ИПОТЕКИ 3.0»**

# ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЕШЕНИЕ О ПОКУПКЕ

Категория "цена,  
застройщик, место"



# КРИТЕРИИ ВЫБОРА

в категории: цена, застройщик, место

	Средневзвеш. балл потребители 2026	Средневзвеш. балл потребители 2025	Средневзвеш. балл застройщики
Цена	1,98	2,12	2,5
Репутация застройщика	1,81	1,76	1,88
Репутация управляющей компании	1,67	1,62	1,1
Доступность ключевых сервисов	1,65	1,69	1,66
Местоположение	1,59	1,69	1,82
Инфраструктура для семей с детьми	1,43	1,49	2,42
Отсутствие шума	1,41	1,59	1,2
Экология района	1,33	1,36	0,56
Инфраструктура спокойного отдыха	1,23	1,3	0,74
Удобство парковки	1,05	1,14	1,48
Инфраструктура спорта	0,97	0,97	0,96
Инфраструктура для владельцев собак	0,77	0,88	0,5

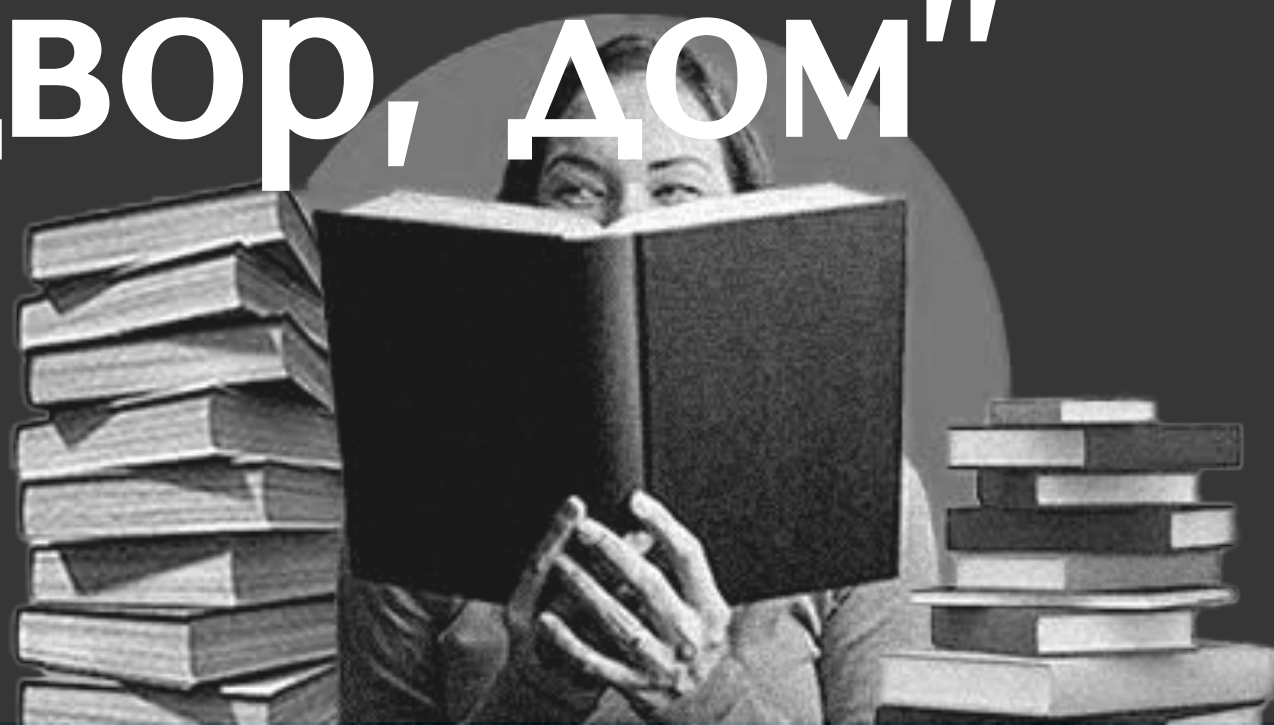
# КРИТЕРИИ ВЫБОРА

в категории: цена, застройщик, место

	Неважный	Важный	Особенно важный	Средневзвеш. балл потребителя 2026
Цена	2,1%	47,9%	<b>50,0%</b>	1,98
Репутация застройщика	3,2%	54,7%	42,1%	1,81
Репутация управляющей компании	5,3%	58,8%	35,9%	1,67
Доступность ключевых сервисов	5,1%	59,9%	35,0%	1,65
Местоположение	3,0%	66,0%	31,0%	1,59
Инфраструктура для семей с детьми	19,9%	48,8%	31,3%	1,43
Отсутствие шума	10,6%	63,6%	<b>25,9%</b>	1,41
Экология района	9,7%	69,0%	21,3%	1,33
Инфраструктура спокойного отдыха	18,0%	65,3%	<b>13,3%</b>	1,23
Удобство парковки	21,3%	61,6%	20,4%	1,05
Инфраструктура спорта	30,9%	55,4%	13,8%	0,97
Инфраструктура для владельцев собак	45,5%	43,5%	11,0%	0,77

# ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЕШЕНИЕ О ПОКУПКЕ

## Категория “двор, дом”



# КРИТЕРИИ ВЫБОРА

## в категории: двор, дом

критерии расположены в порядке убывания от наиболее важного к наименее

	Средневзвеш. балл потребителя 2026	Средневзвеш. балл потребителя 2025	Средневзвеш. балл застройщика
Качество лифтов	1,64	1,5	1,64
Безопасность (видеонаблюдение, пункт охраны)	1,54	1,18	1,52
Хорошее освещение двора	1,48	1,19	0,92
Озеленение и ландшафтный дизайн двора	1,34	1,08	1,14
Класс энергоэффективности дома	1,24	1,25	0,58
Количество этажей в доме	1,13	0,48	1,3
Количество квартир на этаже	1,06	0,45	1,46
Огороженная территория	1,04	-	1,66
Двор без машин (машины только с уличной стороны дома)	0,98	0,63	1,10
Современные входные группы и подъезды (просторные, освещенные, с дизайном и навигацией)	0,94	0,36	1,02
Вход в подъезд на уровне тротуара	0,86	0,64	0,86
Современная архитектура и дизайн ЖК и дома	0,83	0,54	1,04
Кладовые на этаже или в паркинге	0,79	0,3	1,06

# КРИТЕРИИ ВЫБОРА

## в категории: двор, дом

критерии расположены в порядке убывания от наиболее важного к наименее

	Не важный	Важный	Особенно важный	Средневзвеш. балл
Качество лифтов	6,4%	58,5%	35,0%	1,64
Безопасность (видеонаблюдение, пункт охраны)	10,5%	57,5%	32,1%	1,54
Хорошее освещение двора	5,1%	68,5%	26,4%	1,48
Озеленение и ландшафтный дизайн двора	11,2%	66,3%	22,5%	1,34
Класс энергоэффективности дома	16,3%	63,7%	20,0%	1,24
Количество этажей в доме	24,0%	57,5%	18,5%	1,13
Количество квартир на этаже	27,3%	56,3%	16,4%	1,06
Огороженная территория	28,7%	54,8%	16,5%	1,04
Двор без машин (машины только с уличной стороны дома)	29,7%	56,5%	13,8%	0,98
Современные входные группы и подъезды (просторные, освещенные, с дизайном и навигацией)	29,1%	59,3%	11,6%	0,94
Вход в подъезд на уровне тротуара	38,1%	49,8%	12,1%	0,86
Современная архитектура и дизайн ЖК и дома	36,3%	54,3%	9,5%	0,83
Кладовые на этаже или в паркинге	37,2%	54,5%	8,3%	0,79

# ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЕШЕНИЕ О ПОКУПКЕ

## Категория “квартира”



# КРИТЕРИИ ВЫБОРА

## в категории: квартира

критерии расположены в порядке убывания от наиболее важного к наименее

	Средневзвеш. балл потребители 2026	Средневзвеш. балл потребители 2025	Средневзвеш. балл застройщика
Планировка квартиры	1,74	1,73	2,5
Наличие балкона, лоджии, террасы	1,71	1,66	1,42
Качество воды в квартире (дополнительная очистка от застройщика)	1,52	1,95	0,86
Качество воздуха в квартире (принудительная вентиляция)	1,50	-	1,72
Качество интернета, возможность выбора оператора	1,45	-	1,66
Окна с повышенной шумо и теплоизоляцией	1,45	-	2,04
Индивидуальное управление отоплением в квартире	1,41	1,5	0,94
Большая кухня-гостиная	1,23	1,27	1,38
Красивый вид из окна	1,18	1,24	1,02
Готовая отделка квартиры от застройщика	1,17	1,29	1,18
Спальня с гардеробной	0,94	0,99	0,58
Высокие потолки	0,92	0,89	1,06

# КРИТЕРИИ ВЫБОРА

## в категории: квартира

критерии расположены в порядке убывания от наиболее важного к наименее

	Не важный	Важный	Особенно важный	Средневзвеш. балл
Планировка квартиры	4,0%	56,8%	39,2%	1,74
Наличие балкона, лоджии, террасы	5,4%	56,5%	38,1%	1,71
Качество воды в квартире (дополнительная очистка от застройщика)	12,3%	55,8%	31,9%	1,52
Качество воздуха в квартире (принудительная вентиляция)	10,0%	60,3%	29,8%	1,50
Качество интернета, возможность выбора оператора	12,1%	59,4%	28,5%	1,45
Окна с повышенной шумо и теплоизоляцией	9,4%	63,4%	27,1%	1,45
Индивидуальное управление отоплением в квартире	12,5%	60,5%	27,0%	1,41
Большая кухня-гостиная	20,1%	58,3%	21,6%	1,23
Красивый вид из окна	17,7%	64,2%	18,1%	1,18
Готовая отделка квартиры от застройщика	23,4%	56,4%	20,2%	1,17
Спальня с гардеробной	35,6%	49,4%	15,0%	0,94
Высокие потолки	31,9%	55,9%	12,2%	0,92

KOROL<sup>MEDIA</sup>

**ВАЖНОЕ  
ОБЪЯВЛЕНИЕ!**



# МАСШТАБ РСН

4-6 МАРТА 2026

6 УРБАН-ТУРОВ

(2-3 МАРТА)

50 ДЕЛОВЫХ СЕССИЙ

79

регионов

350

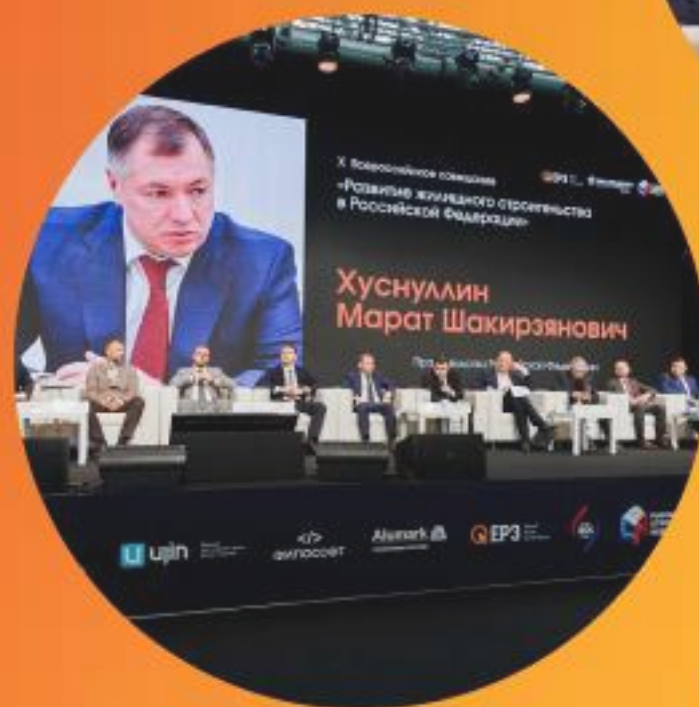
экспонентов

400

девелоперских  
компаний

20 000

посетителей





# ОЛИМПИАДА ДЕВЕЛОПЕРОВ



**240 докладов**

## 01. Маркетинг, PR и продажи

M04. Старт продаж  
M05. Брендинг в девелопменте  
M03. Выстраивание партнерских продаж  
M07. Взрыв продаж через исследования и маркетинговую аналитику  
M08. Эффективные PR инструменты и вирусный маркетинг

M09. Долгосрочные отношения с покупателем и противодействие потребительскому экстремизму  
M10. Приемы и инструменты стимулирования продаж  
M11. SMM в девелопменте

## 02. Управление девелоперским бизнесом

Y05. Лучшие практики расселения ветхого и аварийного жилья  
Y03. Управление себестоимостью  
Y01. Инструменты повышения производительности команд  
Y06. Управление строительством

Y04. Системы мотивации топ-менеджеров  
Y07. Приемы удержания лучших кадров  
Y09. Управление эксплуатацией МКД и коммерческой недвижимостью в ЖК  
Y08. Управление земельным банком

## 03. Девелоперский продукт

P04. Соседский центр  
P01. Дворовая инфраструктура для семей с детьми  
P02. Инженерные решения как продуктивное преимущество  
P03. Архитектура многоэтажного и высотного строительства и архитектурная подсветка фасадов  
P05. Инфраструктура МОП для семей с детьми  
P06. Инфраструктура ЖК для спорта  
P07. Фасадные технологии МКД

P09. Мастер-планирование ЖК  
P10. Озеленение ЖК и ЭКО повестка  
P16. Входные группы и подъезды МКД  
P13. Квартирография, планировки квартир  
P14. Школа от застройщика  
P08. Коммерция на нижних этажах МКД  
P15. Архитектура мало и среднеэтажной застройки

## 04. Цифровизация и AI

C01. Цифровая трансформация коммерческого блока  
C05. Цифровая эксплуатация, умный МКД  
C06. Цифровизация строительства и проектирования

# Спикеры



**Никита  
Бобарыкин**

Коммерческий  
директор ПИК



**Александр  
Щиголь**

Генеральный  
директор компании  
Брусника



**Юрий  
Захаров**

Генеральный  
директор Железно



**Сергей  
Пахомов**

Генеральный  
директор  
Группы Голос

# Состав независимого жюри



**Ксения  
Король**

Основатель  
маркетингового  
агентства  
Korol Media



**Александр  
Лукьянов**

Генеральный  
директор ДОМ.РФ  
Технологии



**Виталий  
Королёв**

Партнёр и генеральный  
директор Ассоциации  
«Время собственности»



**Эвелина  
Ишметова**

Основатель  
Школы  
девелопера

## БИЗНЕС-ЛАЙТ

доступ на выставку  
и официальные  
мероприятия РСН

~~15 250₽~~

**12 200 ₽**

## БИЗНЕС 1 ДЕНЬ

один день профильного  
контента, нетворкинг с  
профессионалами рынка

~~30 500₽~~

**24 400 ₽**

## БИЗНЕС 3 ДНЯ

посещение главных  
мероприятий РСН, 3 дня  
плотного обучения по  
продукту, маркетингу и  
управлению

~~45 750₽~~

**36 600 ₽**

## VIP

доступ в закрытый лаунж  
для глав девелоперских  
компаний, Церемония  
награждения ТОП ЖК,  
фуршет и нетворкинг на  
самом высоком уровне

🎁 Бонус: доступ к отчету  
без ипотеки при покупке билета

~~152 500₽~~

**122 000 ₽**



# РОССИЙСКАЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ НЕДЕЛЯ

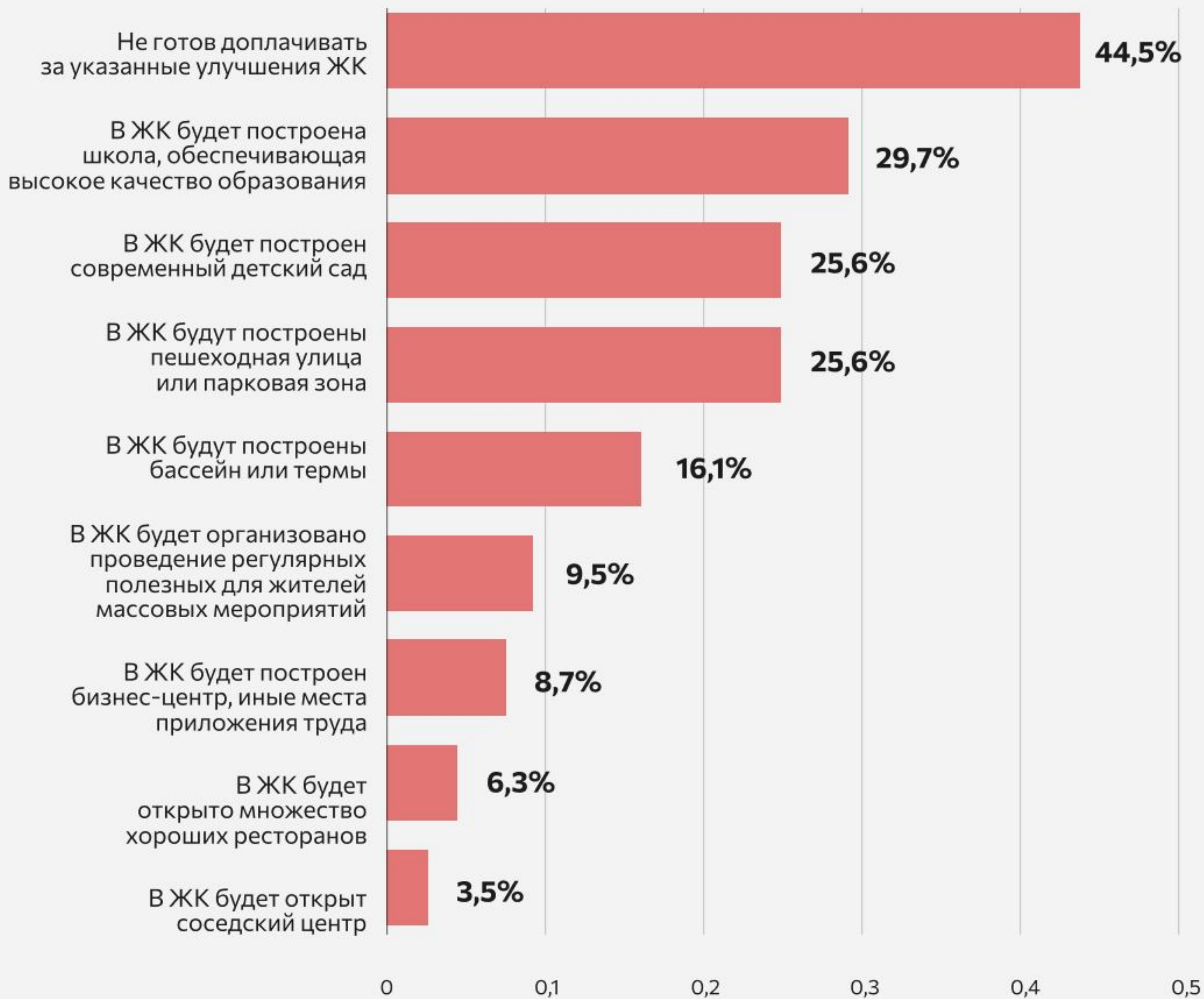
Олимпиада девелоперов

**4-6 марта 2026**

**ТИМИРЯЗЕВ ЦЕНТР, МОСКВА**

# ЗА ЧТО ПОКУПАТЕЛЬ ГОТОВ ДОПЛАЧИВАТЬ?





KOROL<sup>MEDIA</sup>

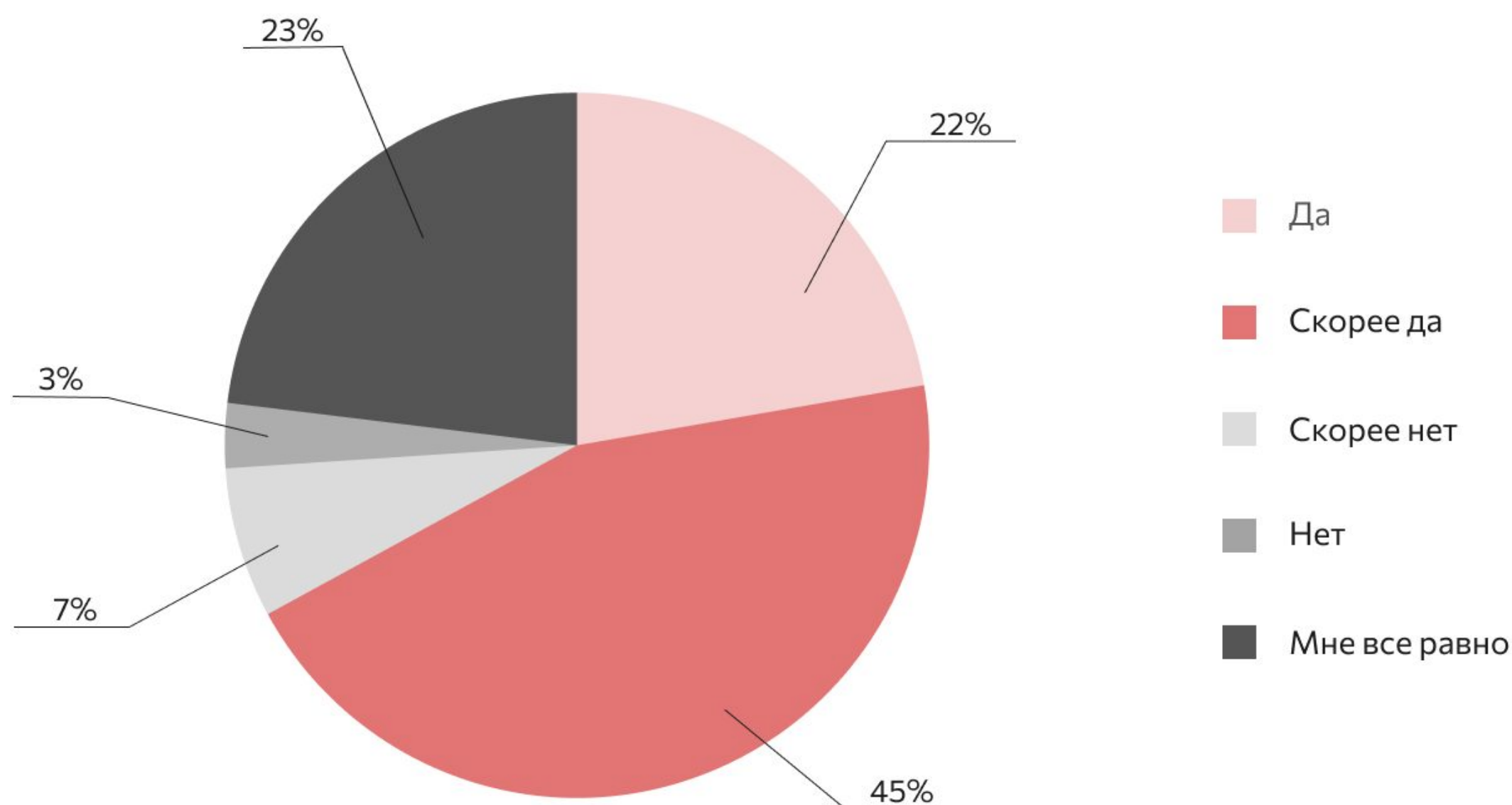


УМНЫЙ ДОМ

KOROL<sup>MEDIA</sup>

# КВАРТИРА С УМНЫМ ДОМОМ

Спросили у респондентов, хотели бы они, чтобы в их ЖК работала система “Умный дом”



Есть большой потенциал: **более 2/3 респондентов** (67%) хотели бы проживать в ЖК с внедренной системой Умный дом.

Против лишь 3%.

# ГОТОВНОСТЬ ПЛАТИТЬ ЗА СИСТЕМУ «УМНЫЙ ДОМ»

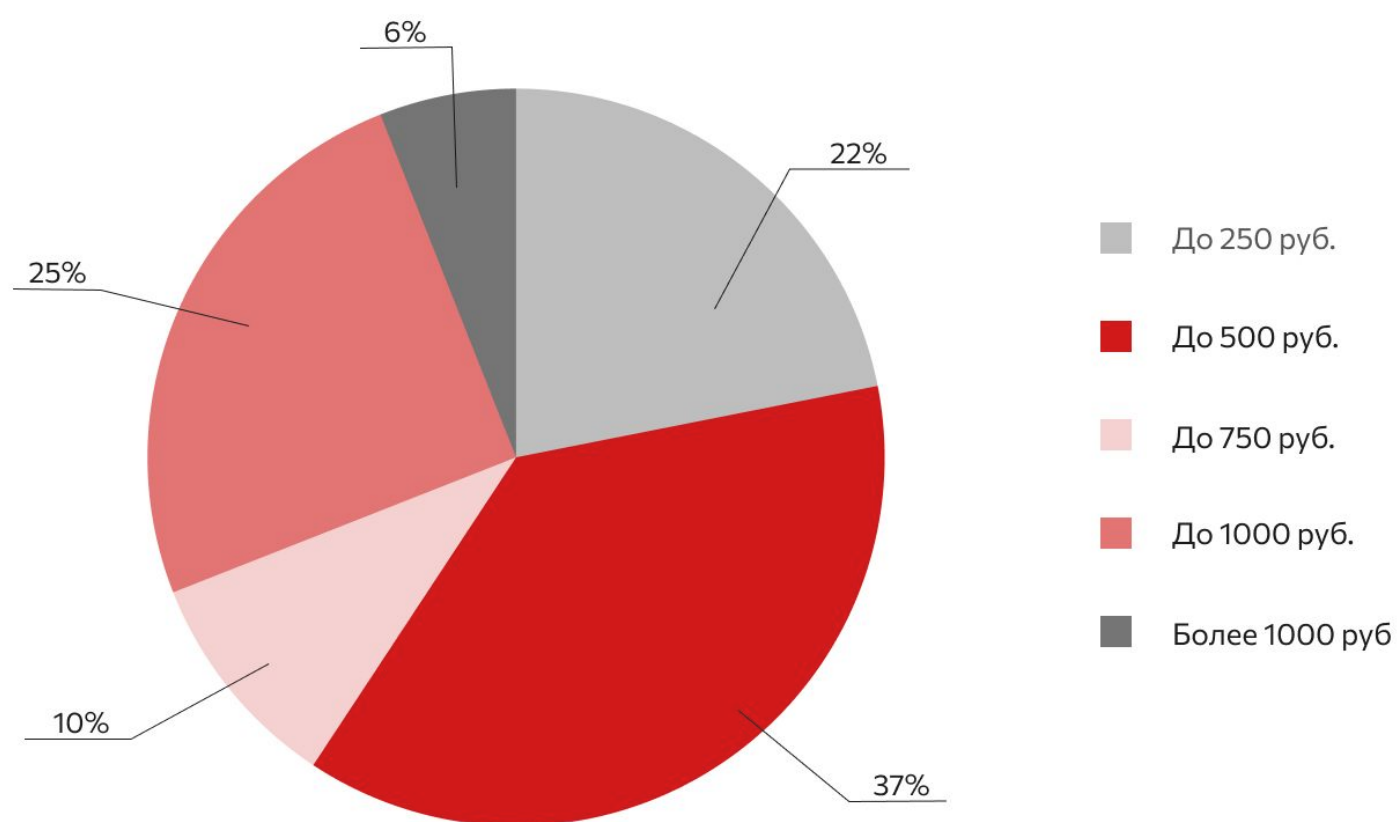
Вариант ответа	Цена покупки жилья	Ежемесячные коммунальные платежи
Да, если цена разумная	44,0%	40,8%
Скорее да	17,2%	17,9%
Скорее нет	22,1%	22,5%
Нет	16,7%	18,8%
<b>Итого готовы платить</b>	<b>61,2%</b>	<b>58,7%</b>
<b>Итого не готовы</b>	<b>38,8%</b>	<b>41,3%</b>

Респонденты охотнее соглашались на **разовую доплату при покупке жилья**, чем на увеличение ежемесячных платежей. Однако в обоих случаях **более половины** респондентов готовы платить за функционал «Умного дома» при условии разумной цены.

# ПРИЕМЛЕМАЯ ЦЕНА

KOROL<sup>MEDIA</sup>

Уточнили у респондентов, какую стоимость они готовы платить ЕЖЕМЕСЯЧНО за систему “Умный дом”



На фоне того, что в большинстве городов стоимость новостроек воспринимается как высокая или необоснованно высокая (**87%**), покупатели демонстрируют повышенную ценовую чувствительность.

В этих условиях медианная и **наиболее комфортная** для большинства цена доплаты концентрируется вокруг **500 руб. в месяц.**

Готовность платить за функционал «Умного дома» формируется не как ожидание внедрения и работы типовых и распространенных, но часто недополучаемых респондентами, функций — **повышения безопасности, контроля расходов и снижения рисков.**

# КВАРТИРОГРАФИЯ, ОТДЕЛКА



<b>Тип квартиры</b>	<b>Что хотят купить</b>	<b>Что строят девелоперы</b>	<b>Что реально покупают</b>
<b>Студия</b>	11,5%	54%	63,2%
<b>1-комнатная</b>	29,0%		
<b>2-комнатная</b>	53,3%	32%	26,8%
<b>3-комнатная</b>	31,2%	12%	9%
<b>4-комнатная и более</b>	7,5%	1,4%	0,9%



# РОССИЙСКАЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ НЕДЕЛЯ

Олимпиада девелоперов

4-6 МАРТА 2026

6 УРБАН-ТУРОВ

(2-3 МАРТА)

50 ДЕЛОВЫХ СЕССИЙ

79

регионов

350

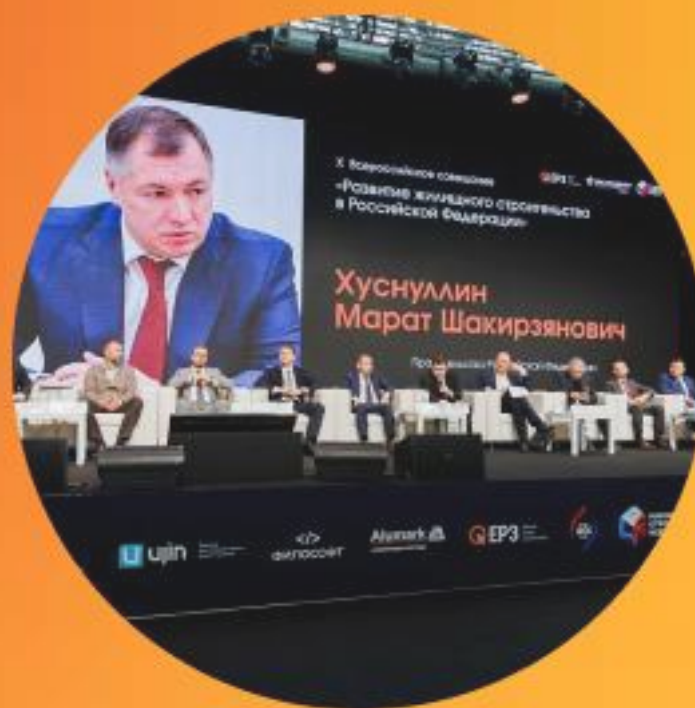
экспонентов

400

дewelоперских  
компаний

20 000

посетителей



## БИЗНЕС-ЛАЙТ

доступ на выставку  
и официальные  
мероприятия РСН

~~15 250₽~~

**12 200 ₽**

## БИЗНЕС 1 ДЕНЬ

один день профильного  
контента, нетворкинг  
с профессионалами рынка

~~30 500₽~~

**24 400 ₽**

## БИЗНЕС 3 ДНЯ

посещение главных  
мероприятий РСН, 3 дня  
плотного обучения  
по продукту, маркетингу  
и управлению

~~45 750₽~~

**36 600 ₽**

## VIP

доступ в закрытый лаунж  
для глав девелоперских  
компаний, Церемония  
награждения ТОП ЖК,  
фуршет и нетворкинг  
на самом высоком уровне

🎁 Бонус: доступ к отчету  
без ипотеки при покупке билета

~~152 500₽~~

**122 000 ₽**



# РОССИЙСКАЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ НЕДЕЛЯ

Олимпиада девелоперов

**4-6 марта 2026**

**ТИМИРЯЗЕВ ЦЕНТР, МОСКВА**