

# Девелопмент МКД, что происходит и что делать?

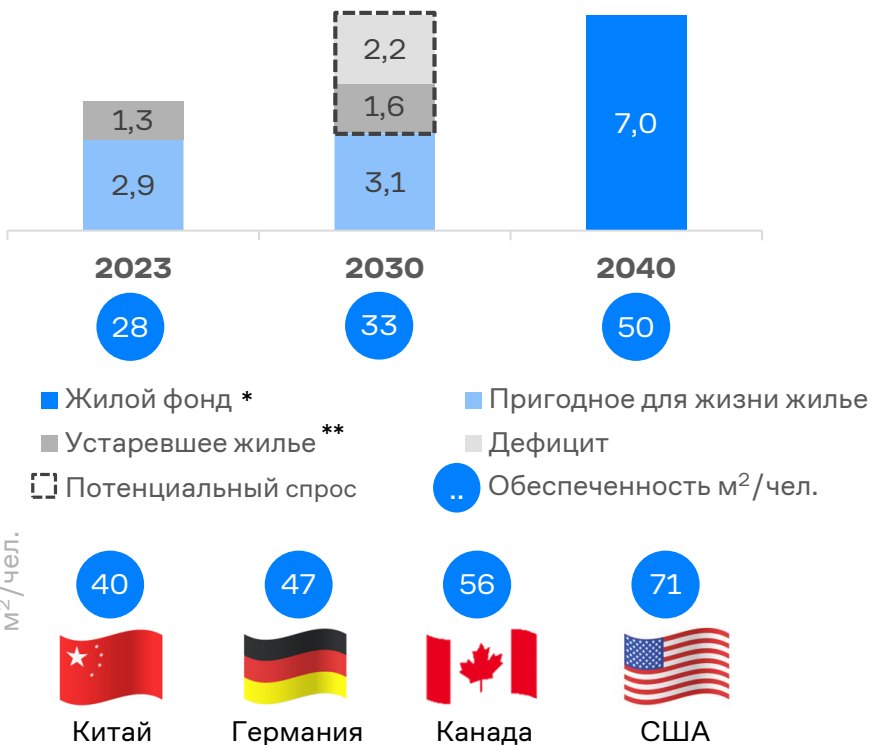


**Леон Пряжников**  
Директор по продукту  
Группа Самолет

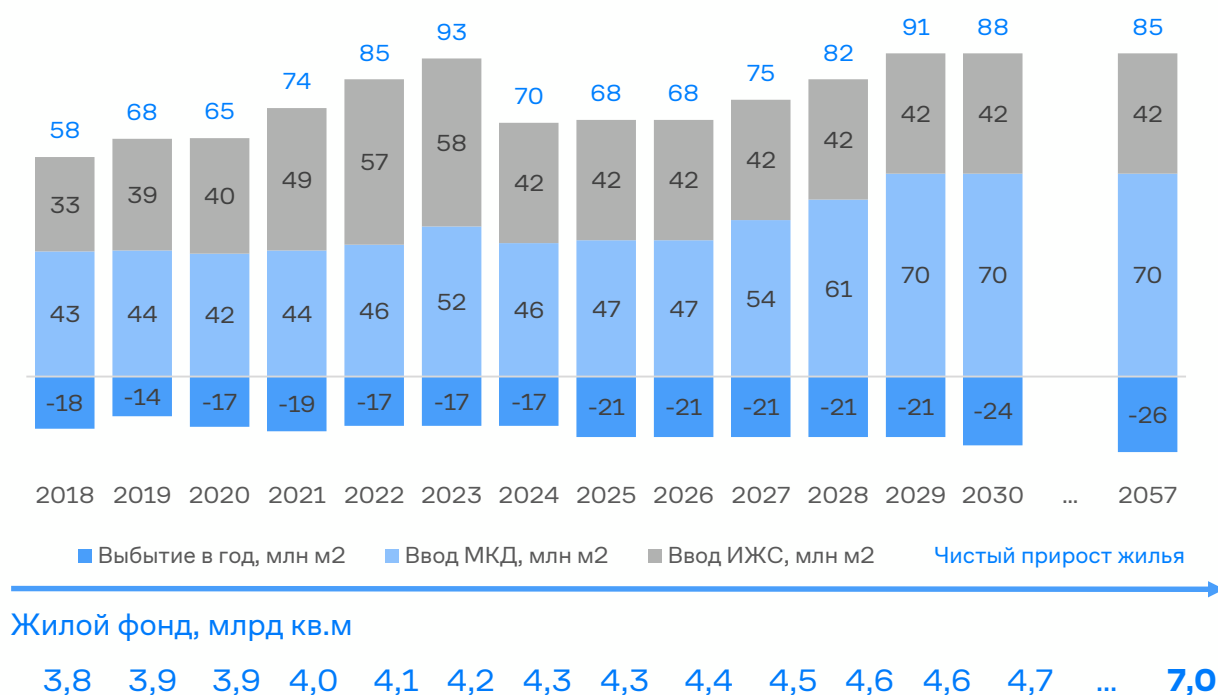
# Жилье может стать локомотивом роста экономики, а снижение предложения на фоне дефицита **57%** жилья только приводит к росту цен

## Существует огромный дефицит на рынке недвижимости

Потребность в жилье составляет 3 млрд м<sup>2</sup>



Ввод жилья, млн. кв. м \*\*\*



**33**  
**года**

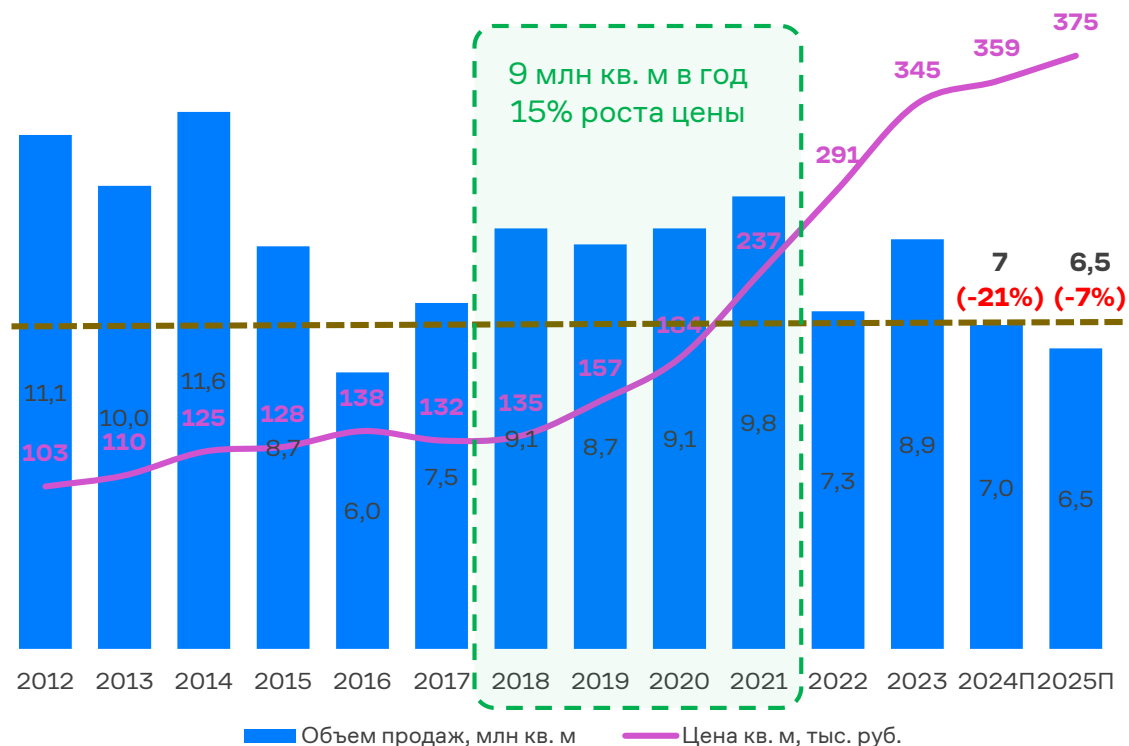
\* В прогнозе: требуемая обеспеченность x численность населения (демографический прогноз Росстат, средний вариант)

\*\* Жилая площадь в домах старше 50 лет, прогноз на основе исторических данных Росстат

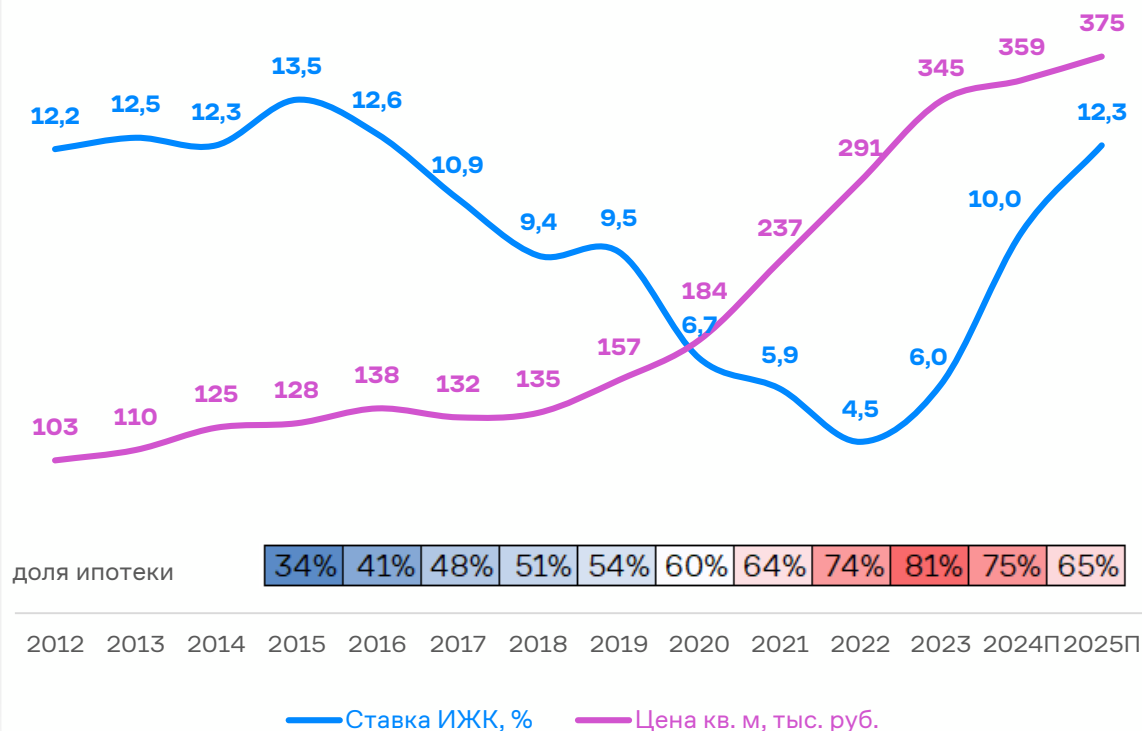
\*\*\* Прогноз по историческим данным Росстат, Дом.РФ

# Ретроспектива рынка недвижимости Москвы и Московской области

- Несмотря на изменения ипотечных условий, объем продаж в **2023 году** достиг **8,9 млн кв. м.**
- По итогам 9 мес. 2024 объем продаж составил **5,5 млн кв. м,** до конца года ожидается реализация на уровне **7 млн кв. м – 21%** относительно прошлого года.

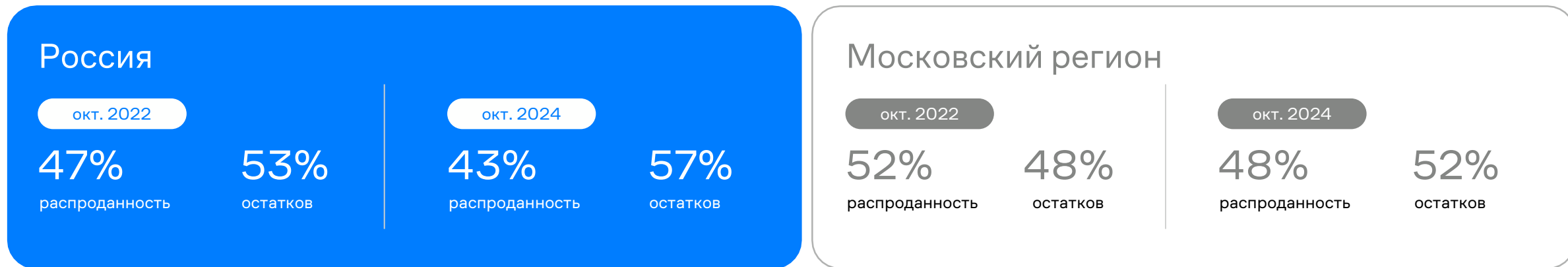


- Ожидаем продолжения роста ИЖК на первичном рынке – до **10%** в 2024, **12,3%** в 2025..
- При этом цены росли в первой половине года, а в 4Q ожидаем стагнации – **средневзвешенная цена за год** увеличится на **4-5%**.

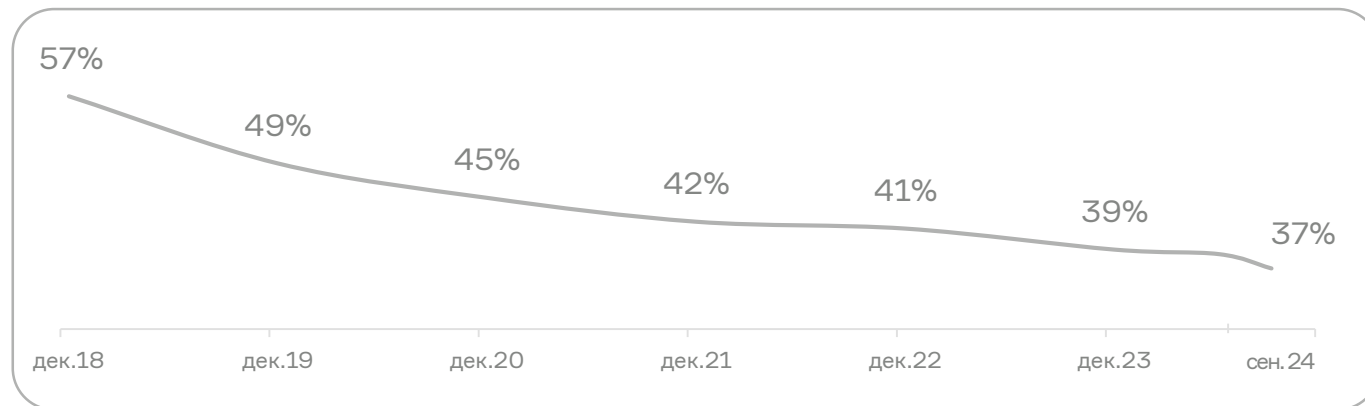


# Объем нераспроданной площади прибавил 4 п.п., но доля нераспроданных квартир в Московском регионе достигло минимальных значений – 37%

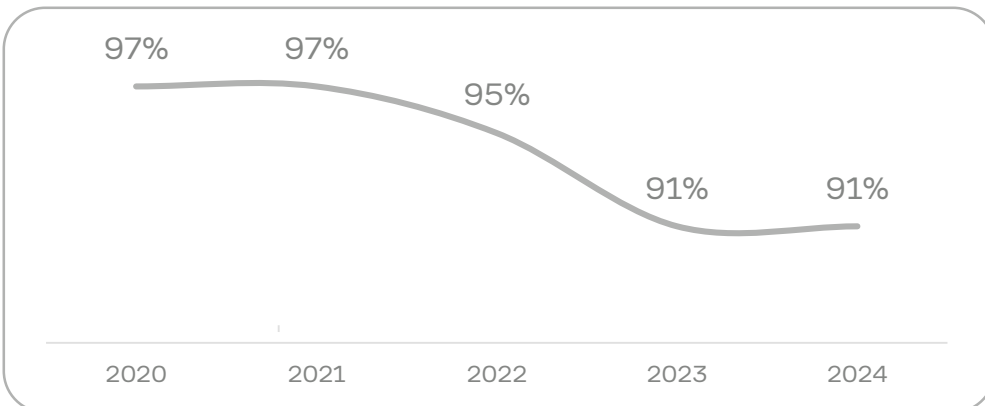
Распроданность в объектах, в которых началась регистрация ДДУ (в метрах)<sup>1</sup>



Доля нераспроданных квартир в Московском регионе (в штуках)<sup>2</sup>



Распроданность к моменту сдачи в Московском регионе, %<sup>3</sup>



Источники: ЕИСЖС, DATAFLAT доли по количеству квартир, аналитика компании

Примечание: 1) Согласно методологии ДОМ.РФ – в квадратных метрах; 2) Формула расчета Самолета: (1 – (накопленная реализация по ДДУ / ТЭП)). Учитываются ТЭП в моменте, рассчитаны по мере развития проекта и вывода новых корпусов, а продажи по ДДУ – накопительно 3) Распроданность к моменту сдачи учитывает объем распроданной жилой площади к моменту сдачи проекта по отношению к ТЭП.

## Продажи после льготных программ

- Низкие ставки по ипотеке стимулировали девелоперов **увеличивать средний чек** – включать в ипотеку отделку, меблировку и другие опции.
- Высокие ставки по ипотеке и отсутствие льготных программ вынудят девелоперов **уменьшать средний чек**, пересматривать варианты отделки в проектах.
- Рыночные ставки на фоне высокого «ключа» по ипотеке увеличивают ежемесячный платеж **в 3 раза** больше по сравнению с льготными программами.

		Льготная ипотека 2024 (до 1 июля)	Рыночная ипотека 2024	
Ежемесячный платеж, тыс. руб.	без отделки	41	130	x3
	с отделкой	46	147	
	разница	+5	+16	
Переплата (сумма процентнов) по ипотеке, млн руб.	без отделки	9,2	40,2	x4,4
	с отделкой	10,3	45,2	
	разница	+1,1	+5,0	
Ипотечная нагрузка на домохозяйство*	без отделки	10%	32%	
	с отделкой	11%	36%	

## Инструменты продаж: кэш, ипотека и рассрочки

Массовый сегмент	2014	до 2019	2020	2022	Текущий момент
наличные	√	√	√	√	√
ипотека	√	√	√	√	√
рассрочка	√	√	√	√	√
ключевая ставка, %	8	9	5	11	19
доля ипотеки*, %	23	51	65	76	82**

Бизнес сегмент	2014	до 2019	2020	2022	Текущий момент
наличные	√	√	√	√	√
ипотека	√	√	√	√	√
рассрочка	√	√	√	√	√
ключевая ставка, %	8	9	5	11	19
доля ипотеки*, %	15	35	49	47	53,4**

Премиум сегмент	2014	до 2019	2020	2022	Текущий момент
наличные	√	√	√	√	√
ипотека	√	√	√	√	√
рассрочка	√	√	√	√	√
ключевая ставка, %	8	9	5	11	19
доля ипотеки*, %	12	16	19	18	10,4**

√ привлекательно  
 √ интересно  
 √ не интересно

# Цель приобретения

## За 3 года цели приобретения менялись следующим образом:

- › **2021 год** – основная причина покупки была отказ от аренды.
- › **2022 год** – год низких ставок и субсидированных программ. Клиенты покупали ипотечный оффер.
- › **2023 год** - затраты на аренду растут, а уровень комфорта и качество арендного жилья оставляют желать лучшего, появляется желание обзавестись своим собственным жильем
- › Доля покупателей инвесторов за три года практически не изменилась.

	2021	2022	2023
Низкая ипотечная ставка	18%	29%	20%
Покупка для ребенка / родителей	20%	22%	24%
Отказ от аренды	23%	19%	26%
Переезд из другого города	17%	16%	19%
Необходимость большей площади	15%	13%	14%
Инвест для сдачи в аренду	12%	12%	13%
Повысить класс жилья	14%	10%	8%
Создание семьи	11%	9%	9%
Желание переехать от родителей	9%	8%	7%
Рождение ребенка	9%	7%	7%
Инвест с последующей продажей	10%	6%	5%
Наличие свободных денег	11%	5%	6%

# Первичка vs Вторичка | ключевые отличия

Устаревшие	<b>Планировки</b>		Функциональные
Дополнительные самостоятельные затраты времени и денег	<b>Ремонт и мебель</b>		Включается в ипотеку, помощь с подбором
Устаревшие решения, некомфортное эксплуатирование	<b>Инженерия</b>		Современные решения, поддержка в эксплуатации, умный дом
Отсутствие сообщества, непредсказуемость	<b>УК</b>		Понятный пакет услуг и сервисов, добрососедство
Утилитарная функция, минимальный функционал	<b>МОП</b>		Дизайн, комфорт, доп. сценарии использования
Устаревшие МАФы, скудное функциональное освещение, отсутствие функционального и сценарного программирования	<b>Благоустройство</b>		Безопасность, продуманные сценарии использования и расширенный функционал, разнообразное озеленение





## Динамика изменений предпочтений клиентов в продукте

	2020	2021	2022	2023	2024	изменение п.п.	
Благоустройство	Закрытый двор	65%	76%	82%	88%	<b>93%</b>	<b>+28</b>
	Доп. озеленение	54%	44%	57%	55%	<b>55%</b>	+1
	Детские площадки	55%	46%	51%	48%	<b>47%</b>	-8
	Workout площадки	43%	35%	57%	52%	<b>39%</b>	-4
	Доп. декоративное освещение	10%	8%	32%	34%	<b>33%</b>	<b>+23</b>
	Благоустроенный двор	1%	1%	35%	33%	<b>30%</b>	<b>+29</b>
	Площадка для выгула собак	13%	12%	18%	17%	<b>19%</b>	+6
Архитектура дома	0%	1%	11%	11%	<b>13%</b>	+13	
МОП	Видеонаблюдение в МОП	79%	76%	75%	73%	<b>77%</b>	-2
	Колясочные	33%	36%	56%	52%	<b>57%</b>	<b>+24</b>
	Зона с мягкой мебелью в подъезде	6%	6%	16%	14%	<b>17%</b>	+11
	Санузел для жителей	2%	3%	15%	16%	<b>16%</b>	+14
	Ресепшн	2%	2%	10%	7%	<b>11%</b>	+9
Квартира	Наличие отделки	53%	55%	81%	86%	<b>80%</b>	<b>+27</b>
	Балкон/лоджия	42%	37%	46%	39%	<b>42%</b>	0
	Большая кухня-гостиная	41%	44%	43%	39%	<b>41%</b>	0
	Планировка квартиры	13%	13%	35%	40%	<b>35%</b>	<b>+22</b>
	Гардеробная	11%	10%	19%	20%	<b>24%</b>	+13
Высокие потолки	16%	15%	17%	21%	<b>19%</b>	+3	

### Основными трендами являются:

- Рост важности благоустройства дворов их закрытости и колясочных, свидетельствует о повышенном внимании к **безопасности, комфорту и семейным потребностям**.
- Резкий рост значимости планировок квартир указывает на то, что покупатели стали более требовательны к **функциональности пространства**.

## Продукт лучше, чем на вторичке, и его мало, как это влияет на цену?

- Большое различие в продукте первичного и вторичного рынков отражается на ценах – девелоперы продают дороже, чем частные продавцы.
- Покупатели предпочитают новые проекты с современным продуктом, в то время как на вторичном рынке большинство предложения представлено в продукте устаревшем.
- При сопоставимых ипотечных ставках первичный рынок может успешно конкурировать с вторичным предложением с помощью маркетинга и упаковки продукта.

Локация	Сегмент	Масштаб (тыс. кв. м)	Вторичный рынок	Первичный рынок	Разница цены: первичный vs вторичный
Москва	Бизнес	от 250	480	495	3%
Москва	Бизнес	100-250	540	545	1%
Москва	Массовый	100-300	360	340	-6%
Новая Москва	Массовый	от 500	290	280	-3%
Новая Москва	Массовый	150-500	250	245	-2%
Московская область	Массовый	от 300	200	220	10%
Московская область	Массовый	100-300	195	205	5%

## Почему покупают квартиру?

Чаще всего это **необходимость**

- покупка для ребенка / родителей / себя (сепарация поколений, создание семьи, развод)
- переезд из другого города (миграция)
- расширение (рождение детей)
- отказа от аренды (желание жить в своей квартире)

Иногда причиной являются

- улучшение качества жизни (поменять вторичное на первичное)
- инвестиции (сдача в аренду или перепродажа)

## Причины покупки



Спасибо!

