

П(р)орвёмся?

Эластичность спроса на рынке недвижимости
под влиянием перманентных кризисов



Контекст

10%

возможная разница в цене первичного и вторичного жилья при учёте дисконта продавцов готовых квартир

Формально разница средней стоимости составляет 4%:
292 тыс. ₽/м² вторички против 302 тыс. ₽/м² первички на окт. 2022 г.

0,1-1%

рост средней цены м² готового жилья в Москве с начала 2022 года

В среднем по России +9%

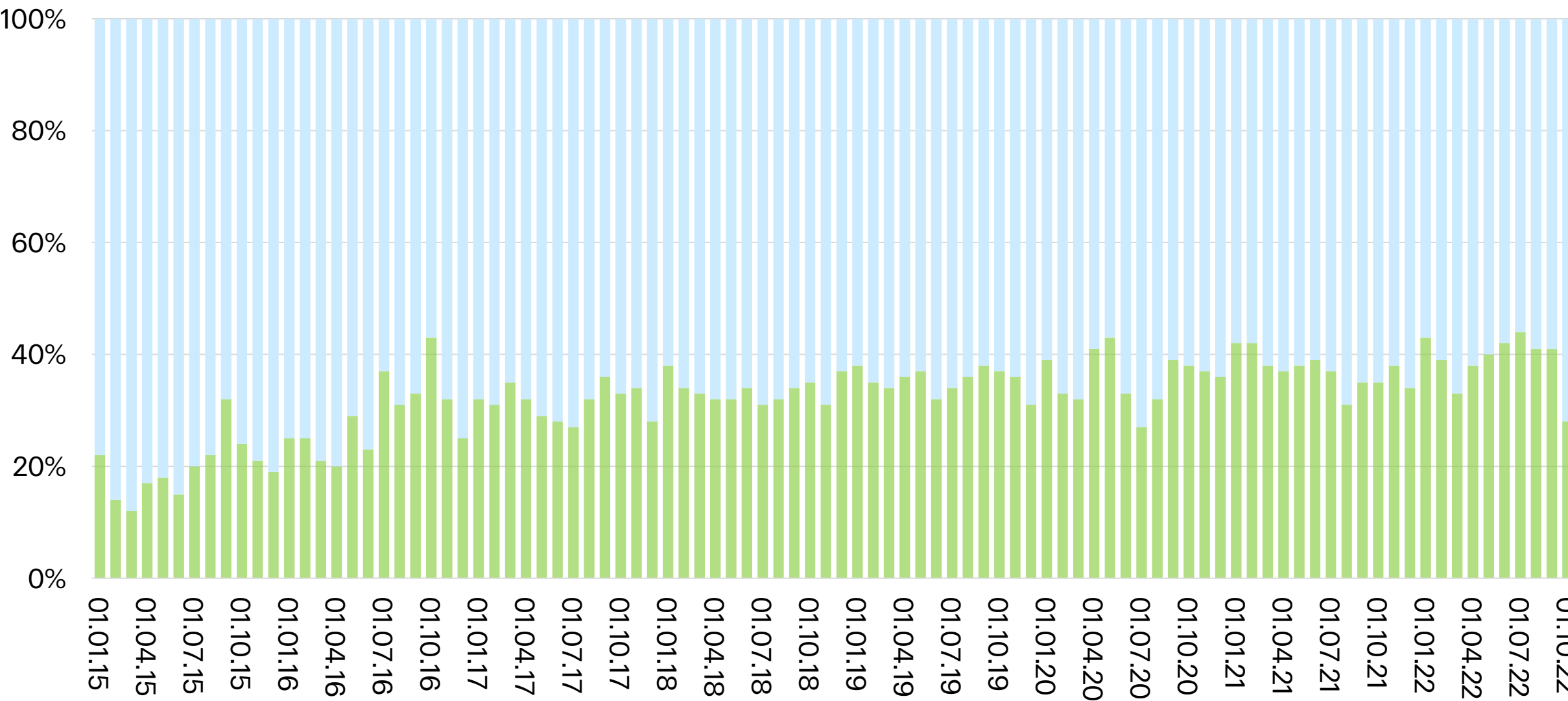
3-5%

рост средней цены м² новостроек в Москве с начала 2022 года

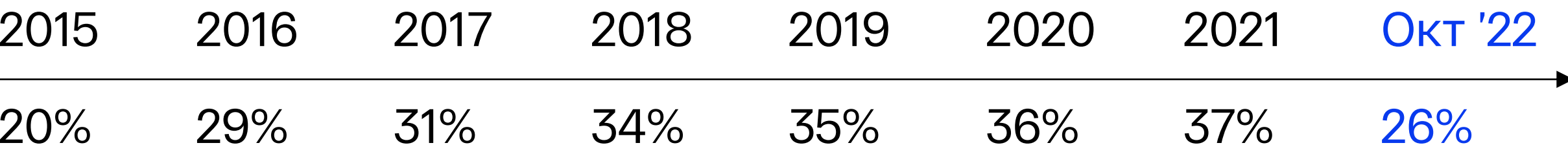
В среднем по России +21%

Вторичное жилье резко усилило позиции на рынке

Динамика объёма продаж жилья, г. Москва



Доля новостроек в объеме продаж жилья



Контекст

11 п.п.

может достигать разница
в ипотечных ставках
на первичку и вторичку

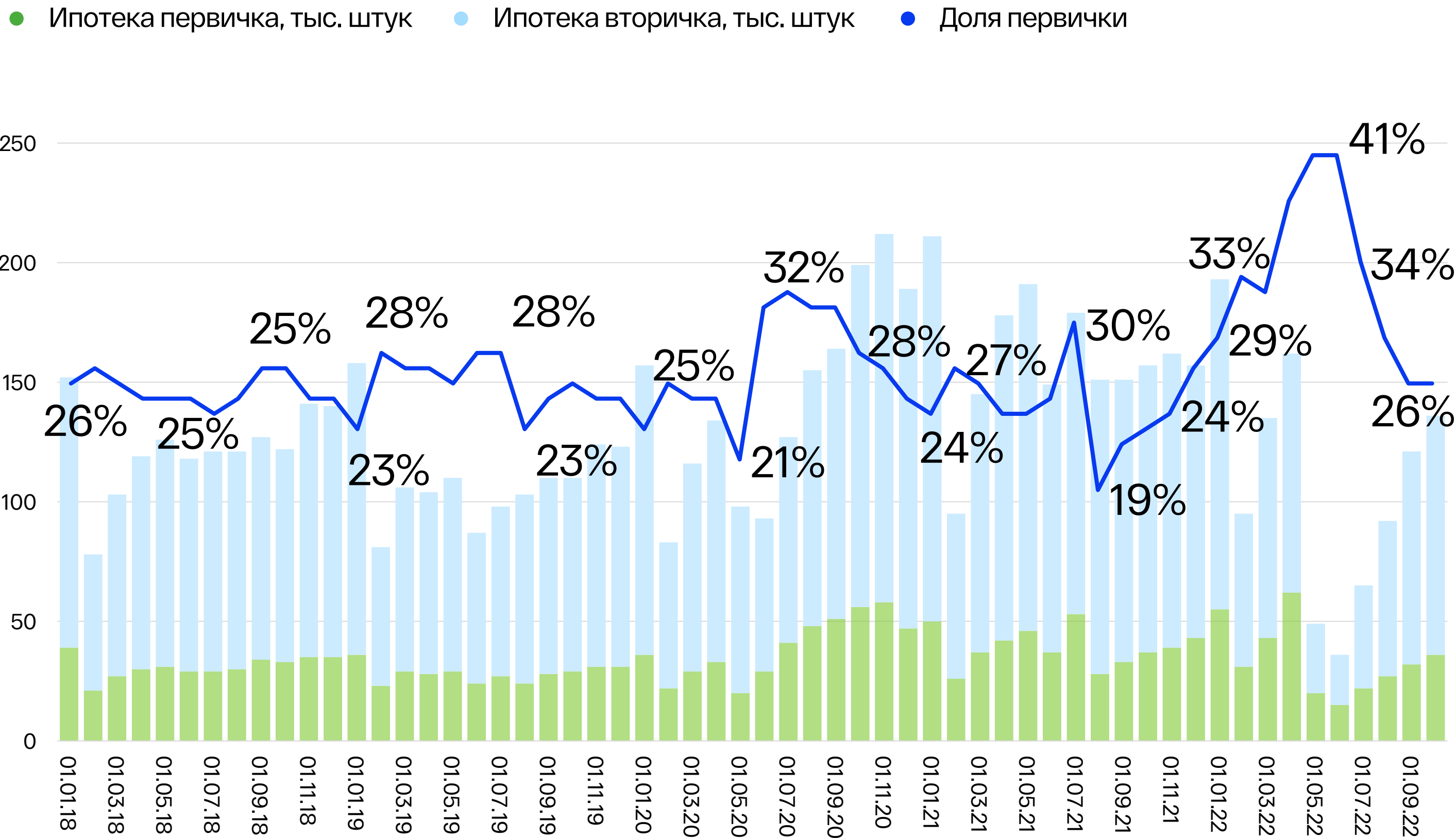
В среднем она составляет около 7 п.п.

15 п.п.

составило снижение доли
новостроек в объёме
ипотечных сделок

В структуре ипотечных сделок также выросла доля вторички

Объём и доля новостроек и готового жилья в структуре ипотечных сделок РФ



Дизайн исследования

Перекрёстная эластичность по цене —
степень переключаемости между взаимозави-
симыми товарами при изменении их цены

Респондентов	900
Период	ноябрь 2022 года
Фильтр	потребители в поиске квартиры
География	города >500 тыс.
Панель	Anketolog, АН «Этажи»



Параметры спроса

	Покупают новостройку	Покупают вторичку	Не определились	Коэффициент перекрёстной эластичности
РФ	29%	21%	51%	4,18
Москва	38%	15%	47%	1,14



Перекрёстная эластичность

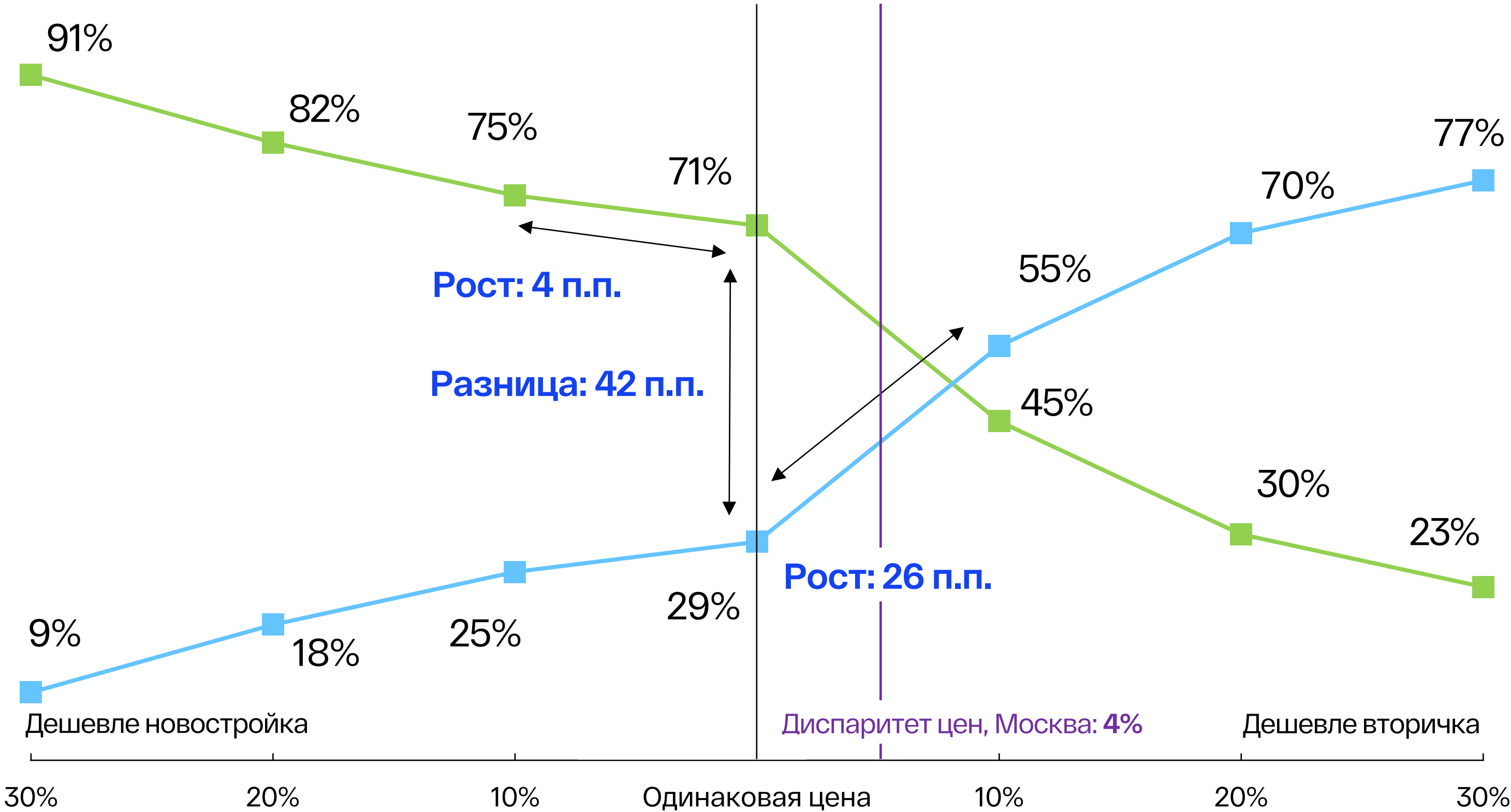
В Москве изначально наблюдается уклон в сторону покупки новостроек, и 10%-й дисконт вторички представляется практически равновесной ценой. При таком диспаритете цен 55% опрошенных предпочтёт вторичное жилье, 45% – новостройку. Дисконт в 20% делает вторичку крайне привлекательной для москвичей.

В регионах соотношение иное. При одинаковой цене 66% потребителей предпочло бы взять новостройку, 34% – вторичное жилье. Но уже при 10%-м дисконте на вторичку рынок разворачивается: 62% купили бы именно вторичку, 38% - новостройки. При 20%-м дисконте 75% – вторичку, 25% – новостройку.

Интересно, что дисконт первички в 10% не даёт значительного прироста спроса. Это означает, что акционный ценовой рычаг практически исчерпал свой ресурс.

Без влияния ипотеки

Изменение спроса в % в зависимости от изменения цены



Перекрёстная эластичность

Ипотека существенно снижает эластичность спроса на новостройки. При 10%-м дисконте вторички новостройки сохраняют лидерство на уровне 59%. Переключение происходит лишь при дисконте в 20% – тогда доля спроса на новостройки снижается до 43%.

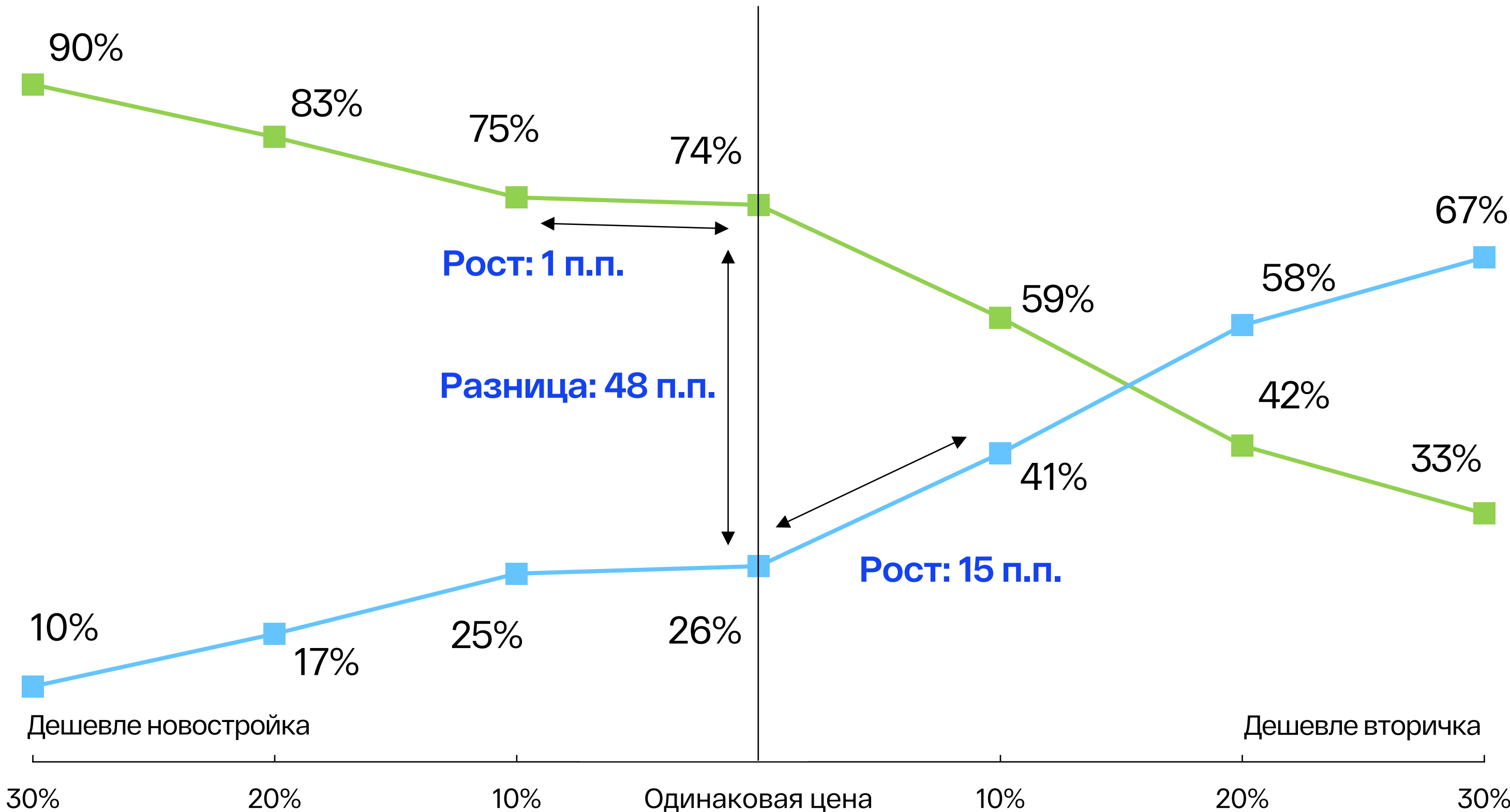
Ипотека сглаживает разницу в поведении москвичей и жителей других городов. По России аналогичные показатели выглядят следующим образом:

- при одинаковой цене и разнице в ипотечных ставках 75% голосуют за новостройки, 25% – за готовое жильё;
- при 10%-м дисконте вторички 54% предпочли бы готовое жильё, 46% – новостройку;
- при 20%-м дисконте вторички уже 61% взяли бы готовое жильё, 39% – первичку.

Ипотека ещё больше снижает потенциал акционного дисконтирования для застройщиков. Снижение стоимости на 10% относительно вторичного жилья дает прирост спроса всего на 1 п.п.

Влияние ипотеки

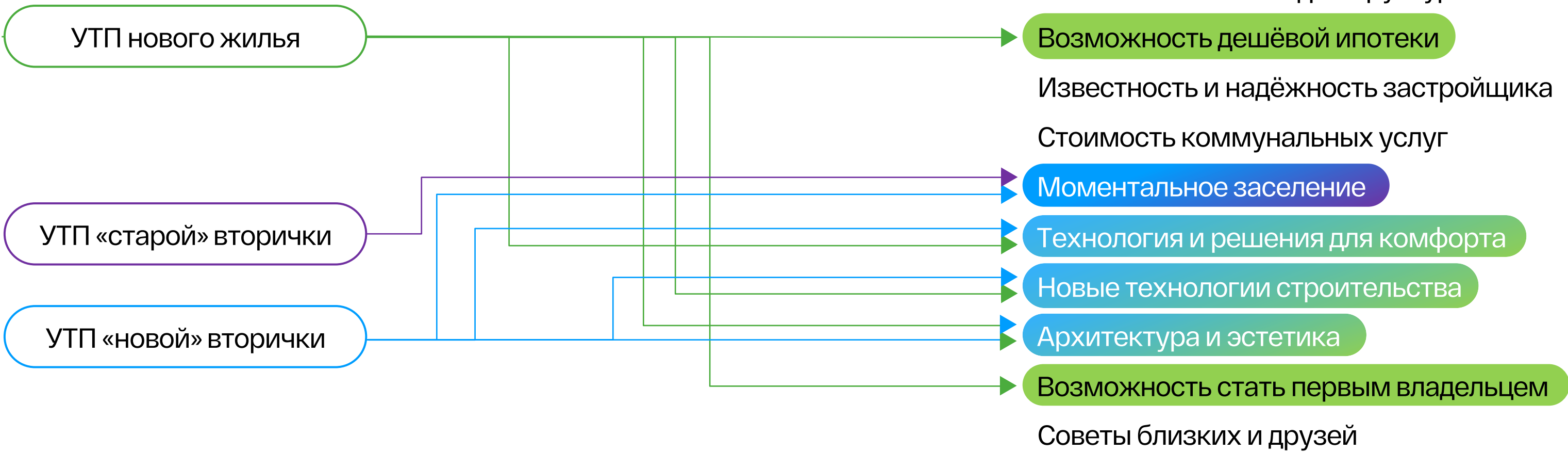
Изменение спроса в % в зависимости от изменения цены при разнице стоимости ипотеки 7 п.п.



Критерии выбора

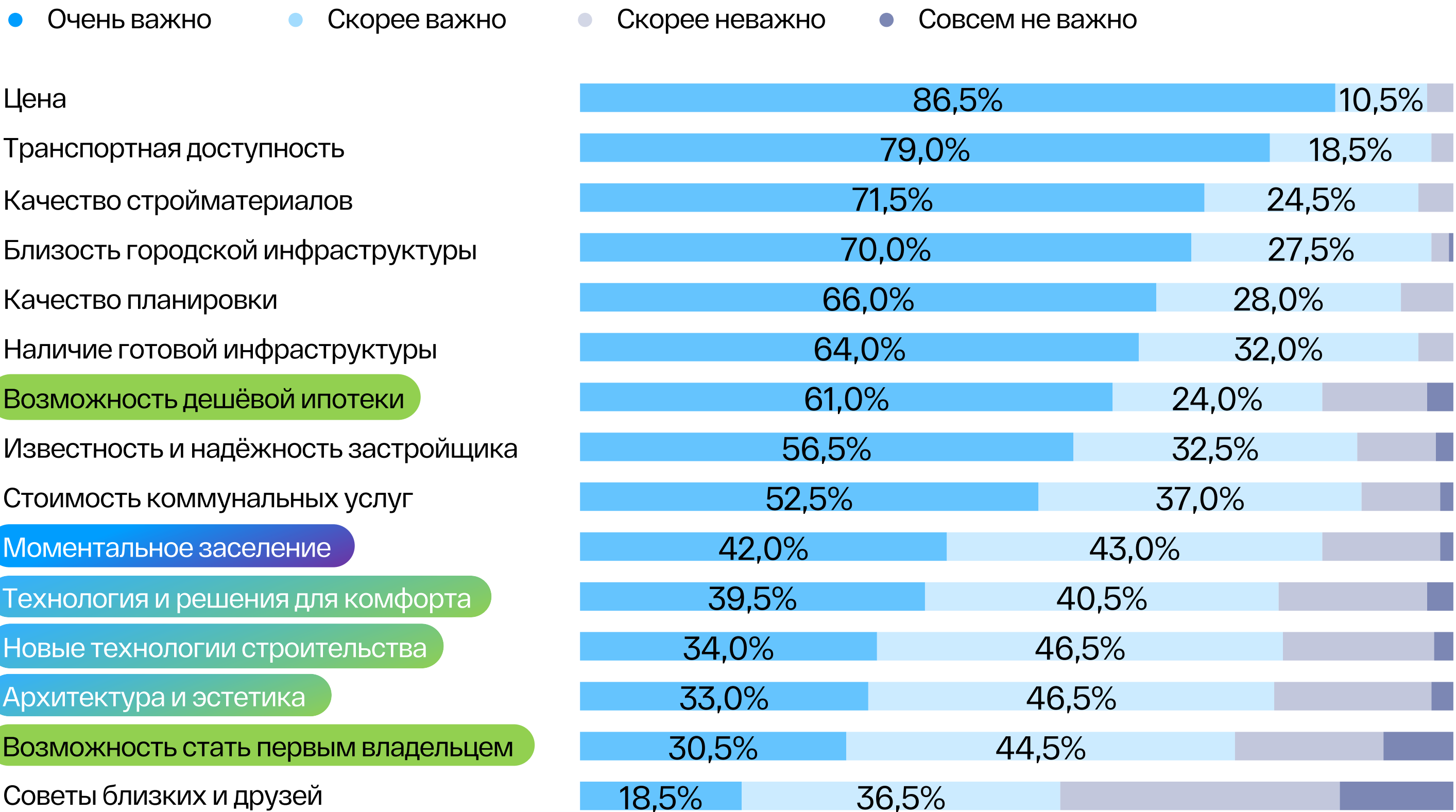
Уникальных преимуществ новостроек, если вынести за скобки ипотеку, не так много, особенно в сравнении с новой вторичкой. Остается одно неоспоримое УТП – возможность быть первым владельцем квартиры, быть автором своей реальности.

Значимое для потребителя преимущество готового жилья – возможность моментального заселения – может быть переиграно дополнительными сервисами и смыслами.



Рациональные преимущества

Критерии выборы жилья в г. Москва



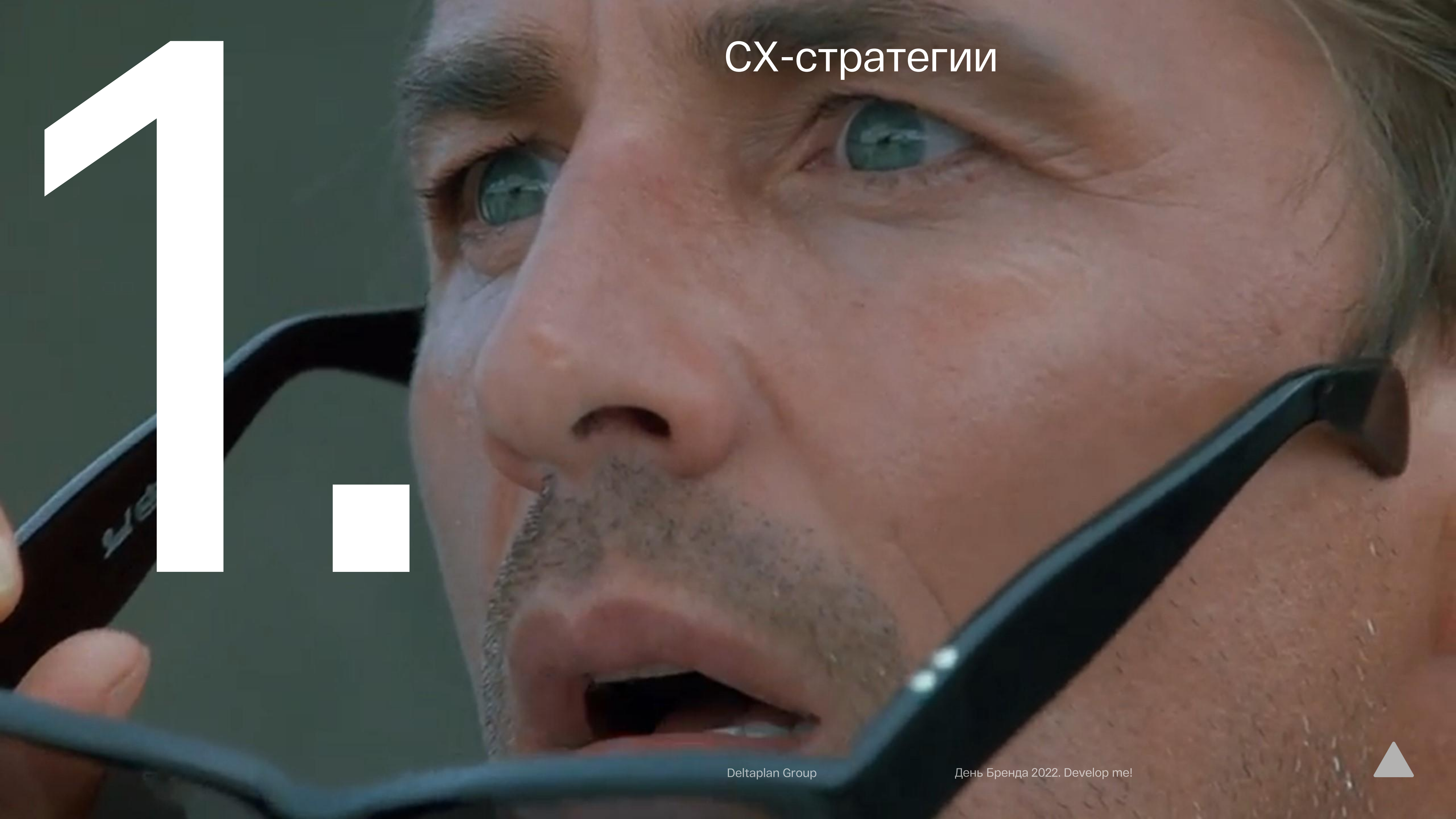
День бренда. Develop me! Актуальные тренды
в рекламе недвижимости в 2023 году

Людмила Черных,
СМО Deltaplan Group

П(р)орвёмся?

Два решения, формирующих дополнительные
ценности новостроек





СХ-стратегии



СХ-стратегии

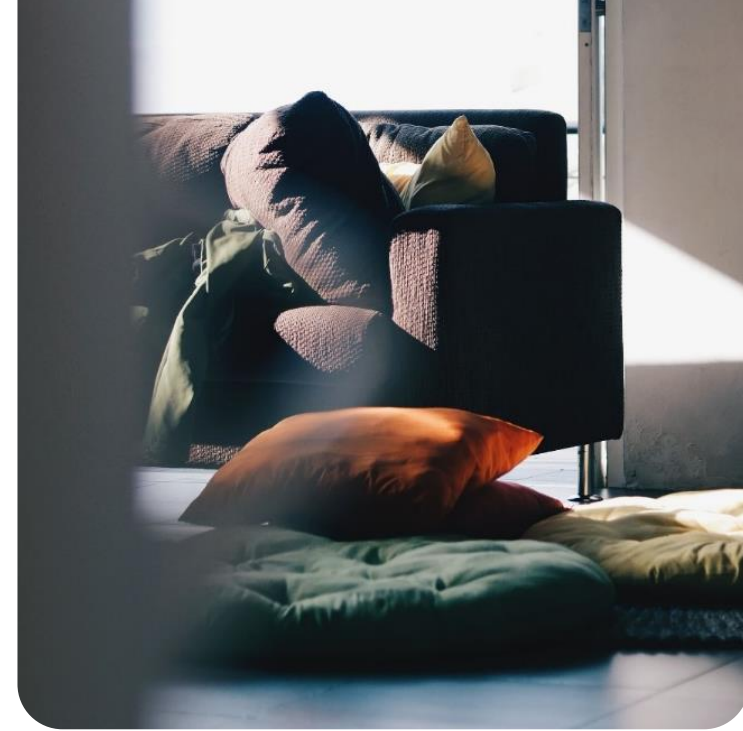
Демо-путь

Шоурум

Скрипты

Умные чат-боты

Wow-технологии и эффекты



Lifestyle

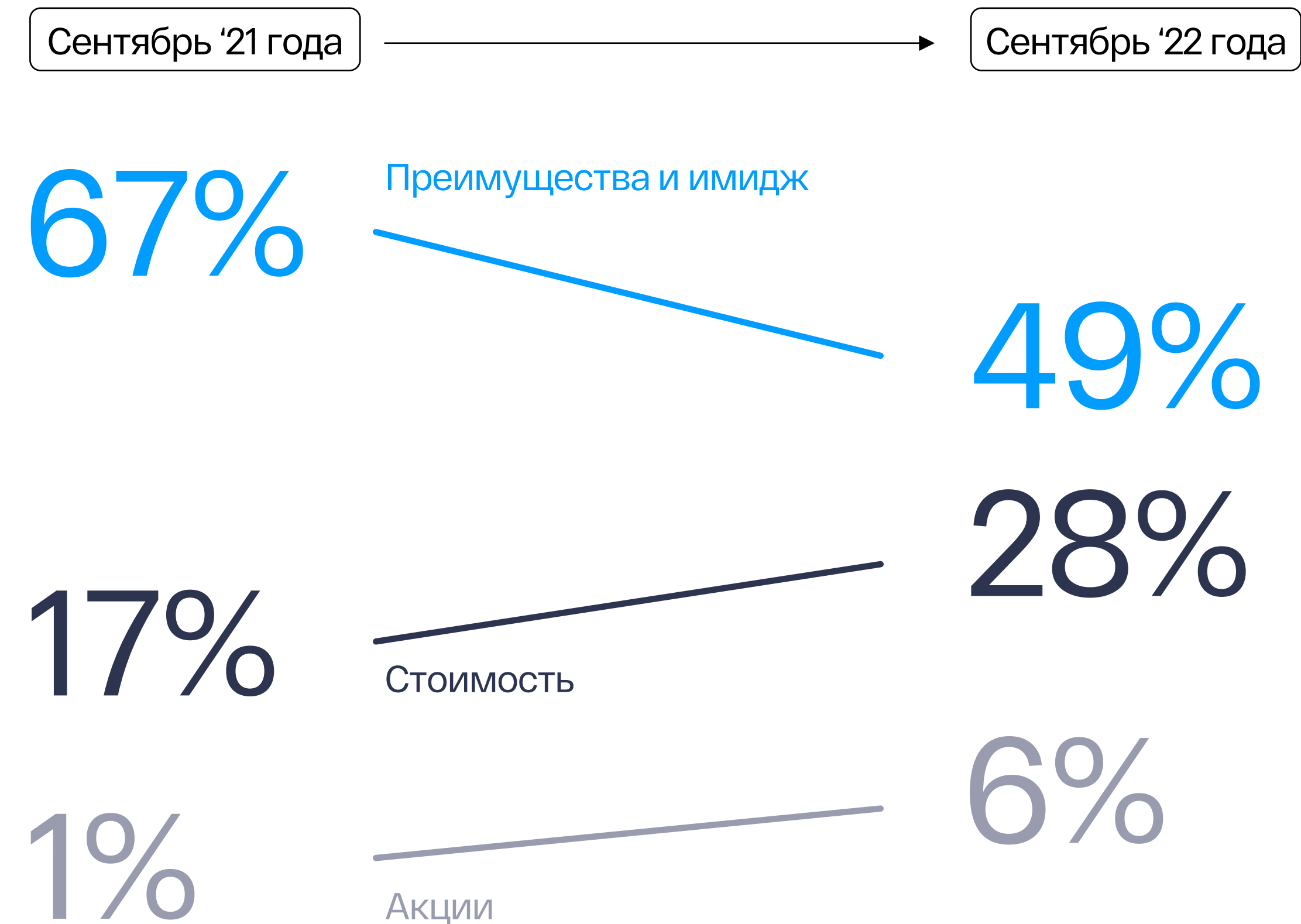
2





Lifestyle

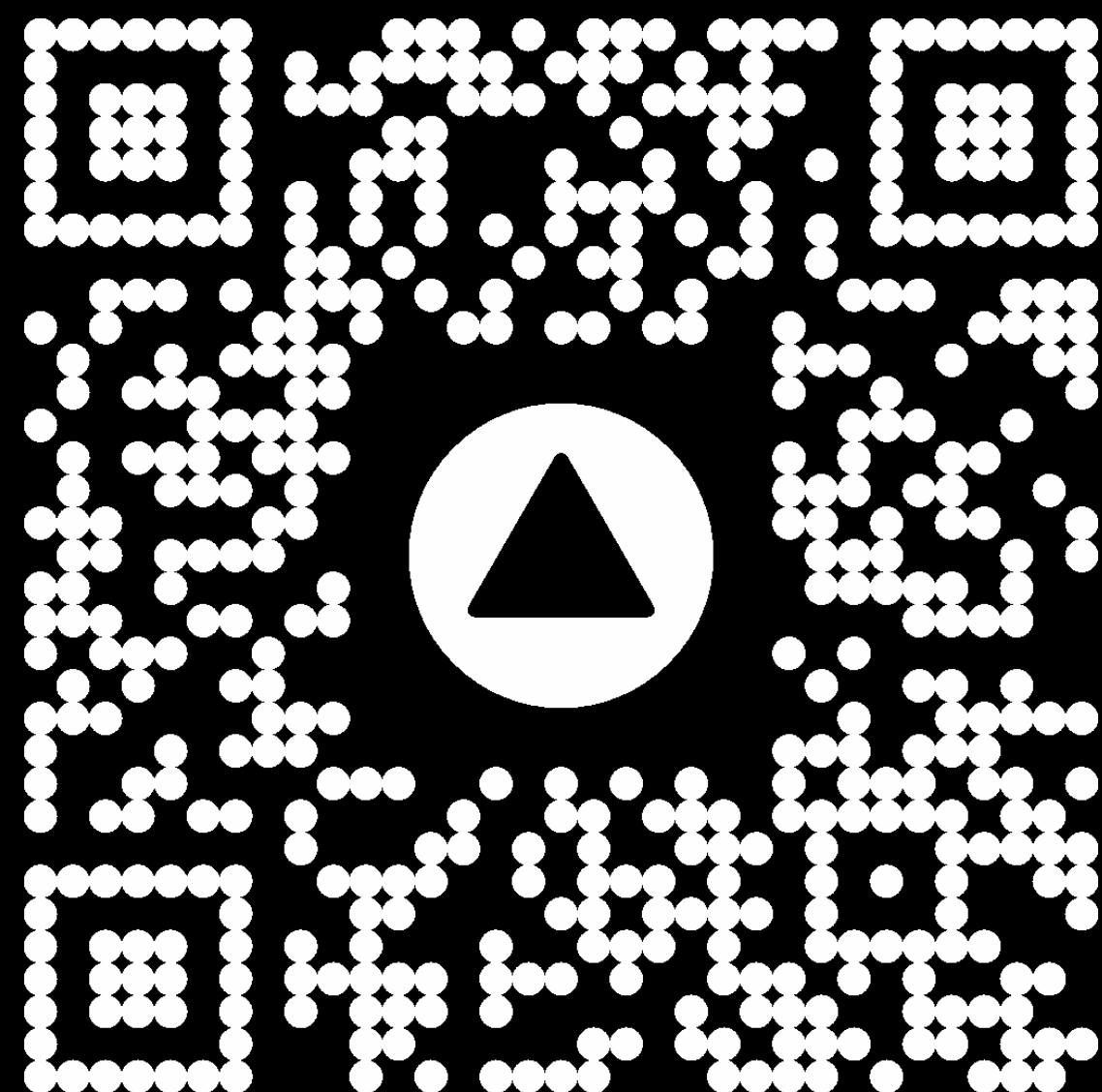
Изменение доли различных сообщений
в ТВ-рекламе застройщиков:



Источник: Mediascope, категория: Недвижимость. География: РФ



Прорвёмся!



[Москва ↗](#)
[Екатеринбург ↗](#)
[Новосибирск ↗](#)
[Челябинск ↗](#)

[Сайт ↗](#)

[Telegram ↗](#)

Deltaplan Group ▲

Все права защищены © 2022