

2012

Маркетинговое исследование загородной недвижимости Ленинградской области



Кручинецкий СМ

Питер-Консалт

12.05.2012

Оглавление

1. Классификация, целевая аудитория.....	3
2. Спрос и предложение на рынке загородного домостроения.....	4
3. Продажи загородной недвижимости во Всеволожском районе.....	6
4. Конкурентный анализ.....	8
5. Маркетинговая стратегия проекта.....	8
Резюме.....	9

1. Классификация, целевая аудитория

Рынок жилой загородной недвижимости традиционно делится на две части: первичный рынок, на котором совершаются сделки с вновь построенными или реконструированными и зарегистрированными объектами, и вторичный рынок, где осуществляются сделки с объектами недвижимости, принадлежащими собственникам на основе права первичного приобретения.

Независимо от деления на вторичный и первичный, рынок жилой загородной недвижимости, можно разделить на подсегменты по следующим критериям:

- по организации поселения (отдельно стоящие домовладения, организованные и неорганизованные домовладения);
- по типу жилья;
- по материалу стен и технологии строительства.

С точки зрения формы организации рынок жилого загородного индивидуального домостроения можно разделить на два подсегмента: отдельно стоящие коттеджи и коттеджи в составе коттеджных поселков.

На сегодняшний день на рынке жилой загородной недвижимости наиболее активно растущим является подсегмент коттеджных поселков. В состав данного подсегмента могут входить различные типы жилья.

В последние годы самым важным и существенным критерием разделения рынка жилой загородной недвижимости является выделение групп по размеру инвестиций в дом, общей стоимости приобретенной недвижимости. Границы этих групп зависят от платежеспособности покупателя, а также от личного восприятия цены.

На выставке-семинаре «Жилищный проект» организованной Жилищным комитетом Администрации Санкт-Петербурга и Группой компаний «Бюллетень Недвижимости» было проведено анкетирование среди покупателей, которые собираются приобрести загородную недвижимость. Вопрос звучал следующим образом: если вы планируете купить загородную недвижимость, то какую именно? В опросе приняли участие более 900 человек. В итоге получили:

-

Таким образом, при планировании строительства коттеджей нужно иметь в виду, что

В силу того, что мы имеем жилую застройку в пригородном поселке, мы можем рассчитывать на потребителей, нуждающихся в жилье за пределами мегаполиса, но обладающие недостаточной суммой денег для приобретения дорого комфортабельного жилья.

К этой категории могут относиться:

-

В рамках наиболее распространенной классификации предполагается, что часть покупателей (некоммерческое использование) будет принадлежать к типу

Эти покупатели

Наиболее вероятными приобретателями домов для рассматриваемого проекта являются Таким образом, портрет потенциального потребителя может быть сформулирован следующим образом:

.....

При поиске предложений в сегменте «эконом - класс» основное внимание уделяется параметрам предложения:

Следует принимать во внимание, что фактор цены будет значим и для

Все, перечисленные выше сегменты являются целевыми с точки зрения рассматриваемого проекта. При выборе стратегии нацеливания желательно использовать модель

Рассматриваемый проект жилого комплекса ХХХ относится к рынку жилой загородной недвижимости, подсегмент – коттеджные поселки. Наиболее целесообразное позиционирование

2. Спрос и предложение на рынке загородного домостроения.

В настоящее время на рынке жилой загородной недвижимости существуют проблемы

Постоянное повышение городских цен и развитие экономики Ленинградской области неизбежно будут “толкать” покупателя за город. Несмотря на то, что пока не сложилась культура проживания за городской чертой, многие покупатели готовы приобретать загородные дома по текущим ценам “на вырост”, которые в перспективе, станут постоянным местом их проживания.

У рынка загородного строительства можно выделить следующие перспективные тенденции для развития:

-

Цены на каждый поселок в отдельности будут зависеть от локации, позиционирования и рекламной подачи.

Загородное домостроение в Петербурге и Ленинградской области активно развивается. Коттеджные поселки растут очень интенсивно, и, по оценкам специалистов, рынок пока далек от насыщения. При этом, несмотря на существенный разброс цен, почти все поселки, которые выводятся на рынок, концептуально примерно одинаковы и отличаются только местоположением и архитектурой коттеджей.

Рис. 2.1. Динамика продаж за последние 12 месяцев

.....

Ситуация на рынке загородных комплексов Ленинградской области выглядит следующим образом.

Около 190 проектов – сконцентрированы в зоне, ориентированной в основном на постоянное

Больше всего проектов реализуется на сегодняшний день

Чаще всего в загородных комплексах выставляются на продажу

Основные показатели загородного рынка в динамике (коттеджные поселки)

Показатель	Ед. изм.	2008	2009	2010	2011			Изменение по отношению к 2008г.
					1 кв. 2011	2 кв. 2011	3 кв. 2011	
Кол-во коттеджных поселков	шт.							
Объем рынка	тыс. домов/участков							
Вывод на рынок новых объектов	шт.							
Средняя цена, класс «эконом»	тыс.руб./кв.м							

Средняя цена жилья класс «комфорт»	тыс. руб./ кв.м											
------------------------------------	-----------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Падение цен в сегменте «эконом» объясняется

В структуре предложения загородной недвижимости в 2011 году, в сравнении с предложением 2009 и 2010 годов, объектов средних и экономичных ценовых диапазонов

Таким образом, более половины продававшихся в 2011 году участков оценивались до

В предложении готовых построек доля самого дорого диапазона

Сравнение предпочтений покупателей земли показывает, что произошедшее в 2010 году смещение максимума спроса в интервал

Рис. 2.2 Структура предложения и спроса на дома и участки

.....

На 2012 год можно прогнозировать

Из вышесказанного можно сделать вывод, что лидерами спроса являются

Портал провел опрос, чтобы выяснить дом какой площади подыскивают себе покупатели. Вопрос звучал следующим образом: какая площадь загородного дома является для вас оптимальной? В опросе приняли участие более 250 человек. В итоге получили:

.....

Из всех этих данных можно предположить, какие постройки будут востребованы в комплексе «XXX».

1. Наиболее востребованная площадь
2. Дома класса «комфорт»

3. Продажи загородной недвижимости во Всеволожском районе.

Всеволожский – район контрастов. Дешевые участки под самостоятельную застройку и коттеджи эконом-класса нередко соседствуют здесь с элитными особняками. Сейчас рынком правит эконом- и средний класс. Причем доля недорогих объектов постоянно растет, делая район более доступным для массового покупателя. Во Всеволожском районе остались лишь отдельные локации дорогой застройки, на которую со всех сторон наступают более дешевые и массовые проекты.

За 2011 год было продано около тысячи беспорядных наделов. Участки с подрядом и коттеджи раскупаются медленнее, в течение года девелоперам Всеволожского района удалось реализовать примерно объектов. Темпы продаж у разных проектов неодинаковы. На рынке Всеволожского района есть десяток лидеров, которым удается заключать по сделок в месяц

Поселки Всеволожского района – лидеры продаж в 2011 году

.....

Спрос на загородную недвижимость во Всеволожском районе достаточно велик, особенно в сегменте

По объему предложения загородной недвижимости Всеволожский район – безусловный лидер.

В плане коттеджной застройки Всеволожский район представляет собой,

Аналогичная ситуация, скажем, – в районе автомобильной развязки Разметелево. В радиусе 5 км от нее расположены элитные проекты

Застройка северной части Всеволожского района более однородна. В основном здесь сконцентрированы коттеджные поселки

Кстати, и по-настоящему элитные проекты на севере района в дефиците. Пожалуй, можно назвать лишь один

Поскольку предложение объектов довольно разношерстно, говорить о средних ценах на дома и участки во Всеволожском районе бессмысленно. Так, цена сотки земли варьируется от

На сегодняшний день реализуется около коттеджных поселков на первичном рынке, предлагается свыше тысячи участков без обязательного подряда и примерно тысячи участков с подрядом и коттеджей.

**Цены на участки с обязательным подрядом/коттеджи во
Всеволожском районе, февраль 2012 года**

.....

Примечание: здесь приведены только цены на участки с обязательным подрядом либо коттеджи. На участке без обязательного подряда также можно заказать строительство дома – зачастую по довольно демократичным ценам.

**Цены на участки без обязательного подряда во Всеволожском
районе, февраль 2012 года**

.....

4. Конкурентный анализ.

Для большей наглядности проведем конкурентный анализ по ценовой политике, по типу строительства и по удаленности от КАД, так как каждый из названных показателей может послужить конкурентным преимуществом на рассматриваемом рынке.

Конкурентное окружение ЖК «XXX» можно очертить следующими объектами, представленными в таблице.

.....

Предлагаемый проект загородного жилого комплекса «XXX» находится

Анализ конкурентной среды показывает, что

5. Маркетинговая стратегия проекта

Миссия компании -

Коттеджный поселок «XXX» располагается

Преимущества, выдвигающие коттеджный поселок «XXX» на

-

Цели в области продаж:

-

Для успешной реализации объектов недвижимости коттеджного поселка необходимо обеспечить соблюдение таких основных параметров как:

-

Интересной рекламной подачи коттеджных поселков, по отзывам специалистов, в настоящий момент очень мало. Рынок сохраняет большой потенциал для маркетингового продвижения коттеджного поселка, формирования законченного, адекватного образа объекта в глазах покупателя, и, в конечном счете, создание максимально возможной цены реализации объектов в уникальном коттеджном поселке, предлагающий полный спектр доступных технологических решений, чтобы сделать жизнь домовладельцев в нем полноценной и комфортной.

Стратегический план по продвижению объекта заключается в

В настоящий период для рынка загородной недвижимости Санкт-Петербурга и Ленинградской области характерно

Для продвижения объектов загородной недвижимости на рынке аналогичных объектов наиболее эффективными будут следующие инструменты рекламной политики:

-

Таким образом, приблизительная стоимость рекламного бюджета проекта будет составлять

Резюме.

В свете вышесказанного, можно сделать следующие выводы :

1. Рынок характеризуется
2. На рынке загородной недвижимости каждого района Ленинградской области есть несколько удачных объектов пользующихся стабильным спросом. Например, во Всеволожском районе это поселки
3. Учитывая среднерыночную цену на загородную недвижимость в сегменте «эконом», мы выходим на стоимость 1 м² жилья в комплексе «XXX» -
4. Наиболее вероятными приобретателями коттеджей для рассматриваемого проекта являются

5. Можно предположить, какой площади дома будут востребованы в комплексе «XXX»:

6. Прогноз продаж при рекламном бюджете в месяц – в месяц.