Питер-Консалт.рф, ksm@piter-consult.ru,
м.т., +7(962)684-4580, @Piter_Consult

2026

Анализ рынка и маркетинговый план продажи земельных участков под индивидуальное жилищное строительство



14.10.2026

Демоверсия анализа рынка и маркетингового плана продажи земельных участков под индивидуальное жилищное строительство

Оглавление

1. Анализ рынка 3
1.1. Общая характеристика целевого рынка 3
1.1.1. Состояние ... рынка 3
1.1.2. Состояние локального рынка, на котором будет продаваться продукт 4
1.2. Структура локального рынка 5
1.2.1. Продуктовый рынок 5
1.2.2. Клиентский рынок 7
1.3. Основные тенденции 9
1.4. Политические, экономические, социальные, технологические факторы, влияющие на планируемый бизнес 9
1.4.1. Факторы, создающие новые возможности для проекта 9
1.4.2. Факторы, создающие новые угрозы для проекта 9
1.5. Клиентская целевая группа 9
1.5.1. Общая характеристика целевых потребителей 9
1.5.2. Характеристики продукта, важные для целевой аудитории 10
1.5.3. Способы получения информации о продукте целевой аудиторией 10
1.5.4. Оценка существующего спроса на всём локальном рынке 10
1.6. Основные конкуренты 10
1.6.1. 11
1.6.2. 11
1.6.3. 11
1.6.4. 12
1.6.5. 12
1.7. Прогноз развития рынка на период планирования 12
1.8. Выводы из анализа рынка 13
2. Маркетинговый план 13
2.1. Концепция маркетинга 14
2.1.1. Сильные стороны проекта 14
2.1.2. Слабые стороны проекта 14
2.1.3. Возможности рынка 14
2.1.4. Угрозы рынка 14
2.1.5. SWOT-анализ 14
2.1.6. Выводы из SWOT-анализа 14
2.2. План продаж с учётом инфляции 14
2.3. Тактика маркетинга 15
2.3.1. Развитие продукта 16
2.3.2. Каналы сбыта 16
2.3.3. Метод ценообразования 16
2.3.4. Программа рекламы и продвижения 16

На сайте размещены ***примеры отчётов некоторых наших маркетинговых исследований****, а также* ***процедура заказа исследования рынка****. Вы можете также ознакомиться с возможностями* ***оптимизации расходов*** *на эту услугу в разделе* ***"Стоимость проведения маркетингового исследования"****.*

Если вы ***заполните эту форму, мы подготовим для вас коммерческое предложение****, учитывающее специфику вашей задачи.*

1. Анализ рынка

1.1. Общая характеристика целевого рынка

Общая характеристика рынка рассматривается на двух уровнях: … (макроэкономические условия и регуляторная среда, формирующие спрос на всей территории …) и локальном (… и … как непосредственная территория реализации, с учётом спроса жителей … агломерации).

1.1.1. Состояние … рынка

Ключевая ставка … сохраняется на уровне …% годовых по состоянию на 11.09.2026[1] — это определяющий фактор для рынка ипотечного и заёмного финансирования индивидуального жилищного строительства на протяжении всего анализируемого периода. Прогноз … от 24.07.2026 предполагает инфляцию …% по итогам 2026 г. и снижение до целевых …% в 2027–2029 гг., при этом средняя ключевая ставка ожидается на уровне …% в 2027 г., …% в 2028 г. и …% в 2029 г.[2] … 24.09.2026 прогнозирует инфляцию …% по итогам 2026 г. и рост реальных располагаемых доходов населения с …% в 2026 г. до …% в 2029 г.[3, 4] Инфляция по итогам 2025 г. составила …%[5].

Ввод жилья ИЖС в … демонстрирует разнонаправленную динамику: … млн м² в 2023 г.[6], … млн м² в 2024 г.[7], … млн м² в 2025 г.[8], но за январь-август 2026 г. — снижение на …% к аналогичному периоду 2025 г., до … млн м²[9].

Ипотечное кредитование ИЖС и готовых домов в … также прошло через фазу спада — за … месяцев 2025 г. выдано … тыс. кредитов на … млрд руб., на …% меньше по количеству и на …% меньше по сумме к аналогичному периоду 2024 г., по данным …[10], — и последующего восстановления: за январь-август 2026 г. выдано … тыс. кредитов на … млрд руб. (+…%/+…% к аналогичному периоду 2025 г.), из них непосредственно на ИЖС — … тыс. кредитов на … млрд руб., …% с использованием мер господдержки, …% — по программе семейной ипотеки[11]. При этом число сделок с готовыми домами и земельными участками в целом по … в … полугодии 2026 г. выросло на …% и …% соответственно[12].

С 01.10.2026 действуют обновлённые условия семейной ипотеки: для приобретения земельного участка со строительством дома и для ИЖС ставка сохраняется на уровне …% годовых независимо от числа детей и региона (для

---

[1] …
[2] …
[3] …
[4] …
[5] …
[6] …
[7] …
[8] …
[9] …
[10] …
[11] …
[12] …

квартир ставки дифференцированы …% в столичных регионах и …% в остальной … в зависимости от числа детей), программа продлена до 31.12.2030[13, 14].

С 01.02.2026 действует ограничение — одна семейная ипотека на семью[15]. С 01.03.2025 в силу …-ФЗ от 22.07.2024 обязательным стало применение эскроу-счетов для подрядного строительства по семейной и IT-ипотеке[16, 17] — данное требование не распространяется на продажу земельного участка без подряда.

По данным … (опрос 15.06.2026), жить в собственном доме хотели бы …% россиян, среди жителей … и … — …%[18], что указывает на сохраняющийся структурный спрос на индивидуальное жильё, сдерживаемый в первую очередь стоимостью заёмного финансирования, а не отсутствием интереса к формату.

Вывод к разделу 1.1.1

…

1.1.2. Состояние локального рынка, на котором будет продаваться продукт

Локальный рынок земельных участков … прошёл фазу активного роста в 2021–2023 гг. (по данным …, число зарегистрированных договоров купли-продажи участков ИЖС/ЛПХ/СНТ выросло с … в 2021 г. до … в 2023 г.) и последующего охлаждения: … тыс. сделок в 2024 г.[19], … за январь-август 2026 г.[20]

Официальный пресс-центр … подтверждает умеренное охлаждение именно земельного сегмента на фоне роста рынка недвижимости в целом: по данным пресс-релиза от 13.08.2026, за январь-июль 2026 г. в … зарегистрировано … договоров купли-продажи земельных участков против … за аналогичный период 2025 г. (-…%), тогда как сделки с жилыми домами выросли на …%, с квартирами — на …%[21]. За I квартал 2026 г. зарегистрировано … сделок с участками[22] — на …% меньше, чем за I квартал 2025 г.

Ипотечное кредитование ИЖС в … демонстрирует признаки оживления: за январь-июль 2026 г. выдано … кредита на … млрд руб. — рост на …% по числу кредитов к аналогичному периоду 2025 г., по данным …[23]. Строительство ИЖС по эскроу-схеме в области охватывает порядка … тыс. договоров на сумму около … млрд руб.[24]

---

[13] …
[14] …
[15] …
[16] …
[17] …
[18] …
[19] …
[20] …
[21] …
[22] …
[23] …
[24] …

Ввод ИЖС в области стабильно растёт: … млн м² в 2023 г., … млн м² в 2024 г., … млн м² из … млн м² общего ввода в 2025 г.[25, 26]; за I полугодие 2026 г. поставлено на кадастровый учёт … домов ИЖС[27]. … стабильно входит в число лидеров по вводу ИЖС в области: … тыс. м² в 2024 г. — …-е место в регионе[28], … тыс. м² общего ввода жилья в 2025 г.[29]

Вывод к разделу 1.1

…

1.2. Структура локального рынка

Локальный рынок структурирован по двум срезам: продуктовому (форматы, в которых могут быть проданы земельные участки — участки без подряда, продажа частей земельных участков компаниям, готовые дома как контекстный ориентир) и клиентскому (частные покупатели и компании-девелоперы/инвесторы как два принципиально разных канала сбыта одного и того же актива).

1.2.1. Продуктовый рынок

Ниже рассмотрены три элемента продуктовой структуры локального рынка, значимые для выбора формата продажи земельных участков.

1.2.1.1. Участки без подряда — розничный формат

Размер в денежном выражении

По совокупности данных о коттеджных посёлках …, в 2025 г. реализовано порядка … тыс. лотов всех форматов, из которых на участки без подряда пришлось около …% сделок[30] — то есть порядка … тыс. сделок. При среднем бюджете покупки участка без подряда … млн руб. в зависимости от периода и района[31] расчётный (Р) годовой объём розничного сегмента участков без подряда в организованных посёлках области составляет порядка … млрд руб.; с учётом продажи единичных участков вне организованных посёлков фактический объём розничного рынка участков ИЖС существенно шире.

Доля в % от всего рынка: участки без подряда стабильно занимают …% сделок в структуре организованного загородного рынка (посёлки) — показатель стабилен на протяжении более … лет[32], в 2025 г. составил …%, в 2024 г. — …%[33] — это доминирующий формат сделки с частным покупателем.

Возможность работы на этом элементе структуры

---

[25] …
[26] …
[27] …
[28] …
[29] …
[30] …
[31] …
[32] …
[33] …

Расположенный в … км от … и в том же населённом пункте (…) действующий проект … продаёт сопоставимые по размеру участки (… соток) без подряда по цене около … тыс. руб./сотка[34, 35] — это прямое подтверждение того, что розничный формат жизнеспособен именно в данной локации и по цене, близкой к проектному ориентиру … тыс. руб./сотка. Структура спроса 2025 г. по цене за сотку показывает, что …% сделок в области приходится на диапазон … тыс. руб./сотка[36] — то есть проектный ценовой ориентир земельных участков попадает в наиболее ликвидный ценовой сегмент рынка.

1.2.1.2. Продажа частей земельных участков компаниям (формат B2B)

Размер в денежном выражении

В отличие от розничного сегмента, оптовые сделки с земельными участками под последующую жилую застройку не формируют отдельного публично отслеживаемого рыночного показателя — раскрытых сделок такого рода в … за 2022–2026 гг. не найдено (пробел рынка). Величина сегмента может быть оценена только косвенно, через отдельные раскрытые сопоставимые сделки: продажа участка … га в … застройщику за ≈… млн руб., то есть ≈… тыс. руб./сотка[37]; банкротные продажи земельных участков под жилищное строительство — … га в … за … млн руб., то есть ≈… тыс. руб./сотка[38], и … га в …, выставленные на … млн руб. (≈… тыс. руб./сотка) без покупателя на ….2026[39].

Доля в % от всего рынка: ввиду отсутствия систематизированной статистики оптовых сделок доля сегмента не может быть надёжно оценена (методологический пробел); косвенно сегмент можно считать существенно у́же розничного, поскольку типичный путь монетизации земли под ИЖС на локальном рынке — раздел на розничные лоты, а не продажа земельных участков целиком.

Возможность работы на этом элементе структуры

Ключевой фактор цены в этом сегменте — статус вида разрешённого использования (ВРИ). Прямой сопоставимый прецедент — лот … в … (… м², категория …, но ВРИ по ЕГРН ещё … — юридически идентичная ситуация с земельными участками …), проданный по … руб./сотка[40], — в разы дешевле участка в … с уже установленным ВРИ Ж-1 (… руб./сотка за лот на берегу … озера, тот же источник).

Продажа частей земельных участков компаниям-девелоперам технически возможна уже сейчас, но по существенно (в разы) более низкой цене, чем розничная продажа готовых к покупке участков, — до завершения смены ВРИ

[34] …
[35] …
[36] …
[37] …
[38] …
[39] …
[40] …

данный канал предпочтителен как дополнение к розничному формату (ускорение денежного потока), а не как основной способ реализации по рыночно обоснованным ценовым ориентирам.

Вывод к разделу 1.2.1.2

…

1.2.1.3. Готовые коттеджи и таунхаусы

Размер в денежном выражении: готовые коттеджи не являются продуктом рассматриваемого проекта (реализуется земля без подряда), однако формируют важный ценовой и структурный контекст рынка: средние цены готовых домов по классам в 2025 г. составили … млн руб. (эконом), … млн руб. (комфорт), … млн руб. (бизнес) и … млн руб. (элит, +…% за год)[41].

Доля в % от всего рынка: доля коттеджей и таунхаусов в структуре предложения выросла с …% в 2021 г. до …% в 2025 г. (коттеджи отдельно — с …% до …%), при этом участки без подряда сохраняют доминирующую долю — …% предложения в 2025 г.[42]

Возможность работы на этом элементе структуры: прямого участия в этом сегменте проект не предполагает (продажа земли без подряда), но сегмент значим как потенциальный канал для покупателей-застройщиков (п. 1.2.1.2 «Продажа частей земельных участков компаниям (формат B2B)»): компания, приобретающая часть земельных участков, может рассматривать последующую застройку и продажу готовых домов как источник своей маржи — ценовые ориентиры этого сегмента задают верхнюю границу экономической целесообразности цены, которую девелопер-покупатель может заплатить за землю.

Вывод к разделу 1.2.1

…

1.2.2. Клиентский рынок

Клиентский рынок делится на два принципиально разных сегмента покупателей — частных лиц, приобретающих единичный участок для собственного использования, и компании (девелоперов коттеджных посёлков, инвесторов), рассматривающих приобретение крупных частей земельных участков как объект для последующей коммерческой реализации.

1.2.2.1. Частные покупатели

Размер в денежном выражении: см. оценку розничного продуктового сегмента (п. 1.2.1.1 «Участки без подряда — розничный формат») — частные покупатели формируют подавляющую часть этого объёма (… млрд руб./год в организованных посёлках области, Р).

[41] …
[42] …

Доля в % от всего рынка: частные покупатели формируют ...% сделок организованного загородного рынка области (см. п. 1.2.1.1 «Участки без подряда — розничный формат»).

Возможность работы на этом элементе структуры

Целевая аудитория проекта — жители ... и ... агломерации — ... млн чел. на 01.01.2025 в ... плюс ... чел. в ...[43], из которых, по данным ..., ...% хотели бы жить в собственном доме. Структура спроса 2025 г. по бюджету покупки — ...% сделок в диапазоне ... тыс. руб./сотка со средним бюджетом ... млн руб., ...% — ... тыс. руб./сотка со средним бюджетом ... млн руб.[44] — напрямую соответствует проектному ценовому ориентиру земельных участков (... тыс. руб./сотка) и подтверждается прямым продающимся аналогом в том же населённом пункте (...).

1.2.2.2. Компании-девелоперы и инвесторы

Размер в денежном выражении и доля в % от всего рынка: ввиду отсутствия систематизированной статистики оптовых сделок с земельными участками (см. п. 1.2.1.2 «Продажа частей земельных участков компаниям (формат B2B)») размер сегмента компаний-покупателей не может быть надёжно оценён в целом по рынку; сегмент представлен отдельными раскрытыми сделками (..., ..., ...) на сумму от ... до ... млн руб. за лот.

Возможность работы на этом элементе структуры

Компании-девелоперы и инвесторы — реалистичный, но не основной канал реализации: рыночные прецеденты показывают, что цена продажи компании земли с неконвертированным ВРИ (как у рассматриваемых земельных участков) может быть в разы ниже розничной цены готового к продаже участка (... тыс. против ... тыс. руб./сотка в зависимости от статуса ВРИ и локации, п. 1.2.1.2 «Продажа частей земельных участков компаниям (формат B2B)»).

Кроме того, банкротные и принудительные торги земельно-имущественных активов в регионе типично проходят со снижением цены на ...% от стартовой — примеры ... и ...[45]. Канал целесообразен как способ ускорения денежного потока (частичная реализация крупных лотов инвесторам) параллельно с основным розничным форматом, а не как самостоятельная альтернатива ему.

Вывод к разделу 1.2.2

...

1.3. Основные тенденции

...

Вывод к разделу 1.3

...

---

[43] ...
[44] ...
[45] ...

1.4. Политические, экономические, социальные, технологические факторы, влияющие на планируемый бизнес

Ниже систематизированы политические, экономические, социальные и технологические факторы внешней среды, значимые для проекта продажи земельных участков.

1.4.1. Факторы, создающие новые возможности для проекта

…

1.4.2. Факторы, создающие новые угрозы для проекта

…

Вывод к разделу 1.4.2

…

1.5. Клиентская целевая группа

Целевая аудитория проекта объединяет два принципиально разных профиля покупателя — частное лицо, приобретающее один участок для собственного использования, и компанию (девелопера/инвестора), рассматривающую крупную часть земельных участков как оптовый актив; их характеристики рассмотрены раздельно ниже.

1.5.1. Общая характеристика целевых потребителей

Частные покупатели — жители … (… чел.) и … агломерации (… млн чел.), из которых, по данным …, …% выражают желание жить в собственном доме (в …/… — …%). Типичный профиль покупателя участка без подряда в 2024–2025 гг.: бюджет покупки — … млн руб. (в зависимости от периода), типичная площадь приобретаемого участка — … соток (тенденция к уменьшению против более крупных лотов ранних лет). Около …% сделок финансируется ипотекой, растёт доля рассрочки от застройщика (до …% в отдельных проектах) на фоне высокой ключевой ставки.

Компании-девелоперы и инвесторы — существенно более редкий, крупноформатный покупатель, для которого приобретение крупной части земельных участков является объектом последующей коммерческой реализации (перепродажа участков, застройка).

1.5.2. Характеристики продукта, важные для целевой аудитории

Для частных покупателей:

…

Для компаний-девелоперов и инвесторов:

…

1.5.3. Способы получения информации о продукте целевой аудиторией

Частные покупатели получают информацию об участках через:

…

Компании-покупатели получают информацию через:

…

1.5.4. Оценка существующего спроса на всём локальном рынке

Общий объём сделок с земельными участками в … (все категории) — порядка … тыс. за январь–июль (…, 2025–2026 гг.); в сегменте организованных коттеджных посёлков — … тыс. лотов в 2025 г. (-…% год к году), из них около …% — участки без подряда (≈… тыс. сделок). В … ценовой ориентир участков без подряда за 2024–2025 гг. составляет … тыс. руб./сотка[46], тогда как непосредственный аналог в … (…) продаёт по ≈… тыс. руб./сотка — то есть спрос на локальном уровне подтверждён по цене, близкой к проектному ориентиру.

Учитывая структурный сдвиг спроса к меньшим по площади лотам (… соток) и высокую (…%) долю сделок в ценовом коридоре … тыс. руб./сотка, земельные участки (… участка общей площадью … га) при нарезке на розничные лоты сопоставимого размера (до … соток по ПЗЗ) имеет обоснованный шанс найти спрос в течение пяти лет продаж; при нынешней рыночной конъюнктуре (-…% продаж в 2025 г.) темп продаж целесообразно закладывать нарастающим, с ускорением по мере оживления рынка.

Вывод к разделу 1.5

…

1.6. Основные конкуренты

Ниже профилированы пять действующих проектов в … и прилегающих районах, наиболее близких по локации и продукту к рассматриваемым земельным участкам; по каждому конкуренту раскрыты ассортимент, ценообразование, продвижение, каналы продаж, достоинства и недостатки в объёме, подтверждённом открытыми источниками. Дополнительные проекты района (в частности, …, …, …, …) использованы для перекрёстной проверки цен в разделе 1.2 «Структура локального рынка», но не профилированы отдельно ввиду ограниченного объёма раскрытых по ним данных по всем требуемым параметрам.

1.6.1. … (д. …)

Ассортимент товаров и услуг: … участков без подряда … соток (на дату проверки), а также формат … готового дома под ключ (… м², … млн руб.); при заказе строительства — септик и скважина в подарок.

Особенности ценообразования: базовая ставка ≈… тыс. руб./сотка для большинства предлагаемых лотов (сентябрь 2026 г.); отдельные более ранние или крупные лоты — … тыс. руб./сотка.

[46] …

Способы рекламы и продвижения: собственный сайт застройщика (…), присутствие на агрегаторах …, …, ….

Каналы продаж: прямые продажи застройщиком (…) и партнёрские риэлторские агентства (…, …).

Достоинства:

…

Недостатки:

…

1.6.2. … (…, …)

Ассортимент товаров и услуг: участки в формате СНТ, … км от ….

Особенности ценообразования: от … тыс. руб./сотка плюс отдельный инфраструктурный платёж … тыс. руб. (фактическая полная стоимость выше базовой ставки); для сравнения в конце 2021 г. цена составляла от … тыс. руб./сотка — существенный рост за … лет[47].

Способы рекламы и продвижения: собственный сайт (…).

Каналы продаж: прямые продажи; данные о партнёрских агентствах в открытых источниках не раскрыты.

Достоинства: газ, электричество (… кВт) и асфальтированная дорога уже подведены к участкам.

Недостатки:

…

1.6.3. …

Ассортимент товаров и услуг: участки … соток, газ подведён.

Особенности ценообразования: от … тыс. руб./сотка.

Способы рекламы и продвижения, каналы продаж, достоинства, недостатки: в открытых источниках, доступных на дату анализа, детальные данные по этим параметрам не раскрыты — проект использован в исследовании только как дополнительная точка ценового ориентира.

1.6.4. … (…)

Ассортимент товаров и услуг: участки с подведёнными газом и водоснабжением.

Особенности ценообразования: от … тыс. руб./сотка (данные требуют актуализации — наиболее свежая доступная информация относится к более раннему периоду наблюдения).

[47] …

Способы рекламы и продвижения, каналы продаж, достоинства, недостатки: детальные данные не раскрыты в открытых источниках на дату анализа; проект используется как дополнительный ценовой ориентир нижней границы диапазона для участков с частично подведёнными сетями.

1.6.5. … (…)

Ассортимент товаров и услуг: … участков без подряда, … км от …; газ не подведён.

Особенности ценообразования: от … тыс. руб./сотка — один из самых доступных по цене проектов среди рассмотренных аналогов.

Способы рекламы и продвижения, каналы продаж: детальные данные не раскрыты в открытых источниках.

Достоинства:

…

Недостатки:

…

Вывод к разделу 1.6

…

1.7. Прогноз развития рынка на период планирования

Прогноз тенденций

Ключевая ставка …, по прогнозу регулятора, останется повышенной до конца 2026 г., со снижением до …% в среднем за 2027 г. и далее до …% к 2029 г.; инфляция сходится к целевым …% к 2027–2029 гг.[48, 49]

На этом фоне ожидается оживление массового сегмента: такая логика разделяется участниками рынка — рейтинговое агентство … ожидает восстановления спроса на жильё (в т. ч. отложенного) по мере приближения ключевой ставки к ~…% в 2027 г.[50]; применительно непосредственно к сегменту ИЖС аналогичные ожидания на 2027 г. высказывает производитель стройматериалов … по итогам отраслевой конференции …[51], а риелторская компания … отмечает накопление отложенного спроса, способного быстро реализоваться при дальнейшем снижении ставки[52].

При этом консалтинговая компания … в базовом сценарии прогнозирует возврат объёма ввода частных домов к пиковому уровню 2025 г. (… млн м²) не ранее

[48] …
[49] …
[50] …
[51] …
[52] …

2030 г.[53] — то есть первые признаки оживления возможны уже в 2027 г., но полное восстановление объёмов, вероятно, будет растянуто на несколько лет.

Цены при этом продолжат расти даже при снижении объёмов: прогноз по рынку в целом на 2026 г. — спрос –…%, предложение +…%, цены +…%; в среднесрочной перспективе (2027–2029 гг.) при снижении ставки ожидается более сбалансированный рост цен на …% в год для массового сегмента и …% для качественных проектов.

Прогноз объёма в финансовом выражении по продуктовым сегментам: розничный сегмент участков без подряда, будучи наиболее ликвидным и подкреплённым льготной семейной ипотекой …% для ИЖС (действует до 2030 г.), сохранит статус основного канала реализации на протяжении всего периода продаж; оптовый (B2B) сегмент останется точечным и не формализованным рынком, пригодным для отдельных сделок, но не для планирования систематического потока сделок.

Прогноз объёма в финансовом выражении по клиентским сегментам: частные покупатели сохранят доминирующую роль (…% исторической структуры сделок), однако темп их спроса в 2027–2028 гг. будет зависеть от динамики ключевой ставки; компании-девелоперы и инвесторы останутся вспомогательным каналом, наиболее полезным на раннем этапе (до завершения смены ВРИ) для ускорения денежного потока за счёт частичной оптовой реализации, пусть и по более низкой цене за сотку.

Вывод к разделу 1.7

…

1.8. Выводы из анализа рынка

…

2. Маркетинговый план

Раздел содержит маркетинговый план продажи земельных участков: сведение сильных и слабых сторон проекта, а также возможностей и угроз рынка (раздел 1) в SWOT-матрицу и вытекающие из неё стратегические инициативы, план продаж с учётом инфляции и тактику маркетинга (продукт, каналы сбыта, ценообразование, продвижение).

2.1. Концепция маркетинга

Концепция маркетинга строится на сопоставлении внутренних характеристик проекта (сильные и слабые стороны) с внешними условиями рынка (возможности и угрозы), установленными в разделе 1.

2.1.1. Сильные стороны проекта

…

[53] …

2.1.2. Слабые стороны проекта

…

2.1.3. Возможности рынка

…

2.1.4. Угрозы рынка

…

2.1.5. SWOT-анализ

Матрица построена на пересечении шести сильных (С1-С6) и шести слабых (Сл1-Сл6) сторон проекта (строки … и …) с шестью возможностями (В1-В6) и шестью угрозами (У1-У6) рынка (столбцы … и …). Полные формулировки сторон и факторов приведены в п.п. 2.1.1–2.1.4. Символ … означает, что для сильной стороны она помогает использовать возможность либо противостоять угрозе; для слабой стороны — она препятствует использованию возможности либо противодействию угрозе.

Номера столбцов матрицы:

…

Таблица 1. SWOT-матрица проекта продажи земельных участков

…

2.1.6. Выводы из SWOT-анализа

Таблица 2. Стратегические инициативы по итогам SWOT-анализа

…

…

2.2. План продаж с учётом инфляции

Согласно пп. 6 п. 2 ст. 146 … реализация земельных участков не является объектом обложения НДС, поэтому таблица отражает выручку без НДС на сам участок; отдельно реализуемые объекты сетевой инфраструктуры (при их обособленной продаже) подлежат обложению НДС по ставке …% с 2026 г., что не учтено в данном расчёте, поскольку отдельная продажа сетевых объектов проектом не предполагается.

План продаж построен как расчёт (Р) по годам продаж на основе полезной площади земельных участков … га (… соток) и проектного ценового ориентира … тыс. руб./сотка; в расчёте принят уровень … тыс. руб./сотка в ценах 2026 года. Номинальные цены и выручка индексируются на …% в год — целевой уровень инфляции … (п. 1.1.1 «Состояние … рынка») — начиная с первого года продаж; рост цен сверх инфляции в расчёте не закладывается. Расчёт исходит из того, что на момент продаж вид разрешённого использования участков изменён на ИЖС.

Таблица 3. План продаж земельных участков по годам продаж (Р)

…

Рисунок 1. Объём продаж и выручка проекта ИЖС по годам продаж

…

Расчётная выручка за пять лет продаж составляет … млн руб. в ценах 2026 года и около … млн руб. в ценах соответствующих лет продаж, в том числе около … млн руб. за первые три года продаж. Каждый год между 2026 годом и началом продаж увеличивает номинальные суммы ещё примерно на …%, а в ценах 2026 года план не меняется.

Темп продаж заложен нарастающим, а не форсированным с первого года: массовый сегмент рынка участков без подряда на дату анализа находится в фазе спада (-…% сделок в 2025 г.), и его оживление ожидается по мере снижения ключевой ставки (раздел 1.7 «Прогноз развития рынка на период планирования»). При более быстром восстановлении спроса темп продаж может быть пересмотрен в сторону ускорения.

Оговорка

Приведённый расчёт выполнен на основе принятых на дату подготовки документа исходных параметров земельных участков (… участка, … га под жилую застройку + … га общественно-деловой зоны, полезная площадь … га, лимит … соток на участок по ПЗЗ). Итоговый мастер-план земельных участков на дату подготовки документа не утверждён; в случае изменения фактического количества и размера участков количественные показатели настоящего плана продаж (объём в сотках, число лотов, выручка) подлежат точечному пересчёту по изложенной методике, при этом качественные выводы анализа рынка (раздел 1) сохраняют силу независимо от результата согласования мастер-плана.

Вывод к разделу 2.2

…

2.3. Тактика маркетинга

Тактика маркетинга определяет конкретные решения по продукту, каналам сбыта, ценообразованию и продвижению, вытекающие из концепции маркетинга (п. 2.1 «Концепция маркетинга») и плана продаж (п. 2.2 «План продаж с учётом инфляции»).

2.3.1. Развитие продукта

Развитие продукта включает четыре меры:

…

2.3.2. Каналы сбыта

Продажи ведутся по двум каналам:

…

2.3.3. Метод ценообразования

Ценообразование строится на четырёх правилах:

…

Рисунок 2. Диапазоны цен сотки в сделках и предложениях аналогов и ценовой ориентир проекта ИЖС, тыс. руб./сотка

…

2.3.4. Программа рекламы и продвижения

Программа продвижения включает:

…

Вывод к разделу 2.3

…