

Realty Monitor Capitals

Оценка рынка первичной
жилой недвижимости
Москвы
и Московской области

ORO

Выдержки из отчета
весенней волны 2024

Июнь 2024

О синдикативном проекте ORO Realty Monitor Capitals

Проект Realty Monitor Capitals

С **2014** года собираем данные **2 раза в год** в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге

В **2022** году **расширили** проект на регионы РФ (Realty Monitor Cities)

Цель проекта

Исследование здоровья брендов на рынке первичной недвижимости и определение потребительских предпочтений

Крупнейшие игроки рынка недвижимости используют данные трекинга для:

- Обновления стратегии бизнеса
- Повышения эффективности коммуникации с клиентами
- Отслеживания изменений в потребительском поведении
- Оценки восприятия имиджа брендов
- Выбора наиболее важных драйверов для укрепления бренда
- Глубокой проработки дополнительных бизнес-задач

Возможности синдикативного* проекта ORO Realty Monitor Capitals

На регулярной основе мы

- **Отслеживаем** настроения не только клиентов рынка первичной недвижимости, но и в целом жителей исследуемых регионов
- **Фиксируем** тренды в покупательском поведении
- **Оцениваем** здоровье брендов строительных компаний
- **Включаем** интересующие вопросы (в рамках общей длительности анкеты)
- **Делаем** глубокую аналитику (по запросу)
- **Используем** лучшие исследовательские практики ORO

В 2024 году мы

- **Оценим емкость рынка** (пенетрационное исследование)
- **Оценим привлекательность продуктовых характеристик**, влияющих на выбор жилья, **выделим основные изменения потребностей аудитории**
- **Получим больше инсайтов** о том, чем руководствуются клиенты жилья бизнес-класса при выборе квартиры
- **Покажем** как максимизировать влияние тачпойнтов и построить эффективную медиастратегию в категории недвижимости

Структура полной версии исследования

КРІ застройщиков
и жилых комплексов
(здоровье брендов)

Имидж
застройщиков

Лояльность (NPS)
и предпочтение

Покупательское поведение
и настроения клиентов
рынка недвижимости

Отношение жителей Москвы и Московской области к экономической ситуации

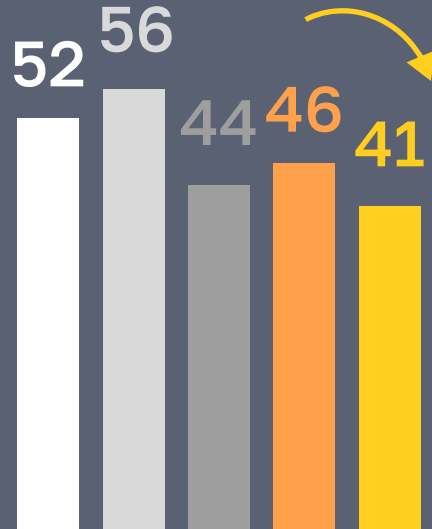
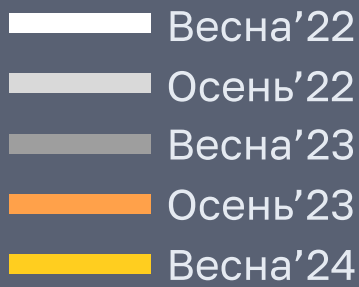
А также доля клиентов рынка
первичной недвижимости



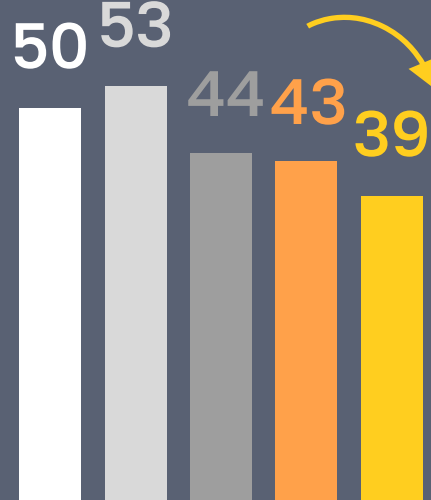
Отношение москвичей и жителей области к текущей ситуации в России

% ответов от выборки, (Т2В%)

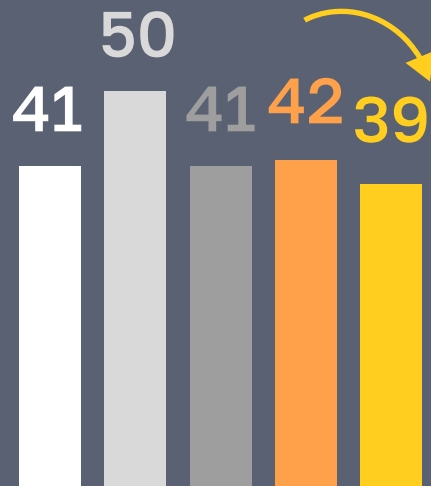
Весной 2024 уровень встревоженности ситуацией в экономике России среди москвичей существенно ниже, чем это было в 2022 году – люди постепенно адаптируются к новым условиям и более спокойно оценивают и планируют будущее



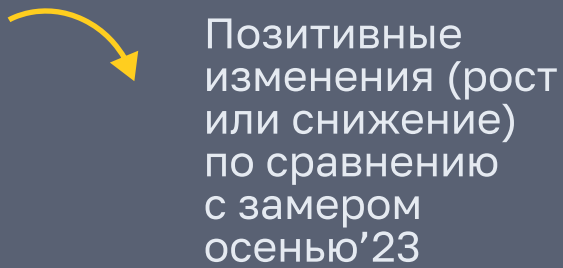
Обеспокоены экономической ситуацией в России



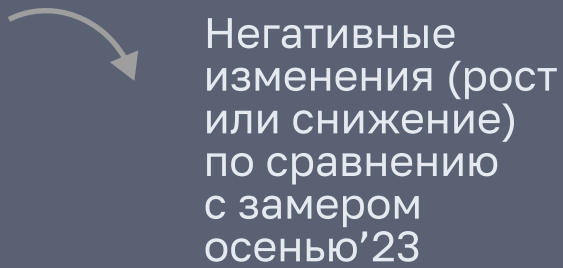
Предполагают, что восстановление экономики будет долгим



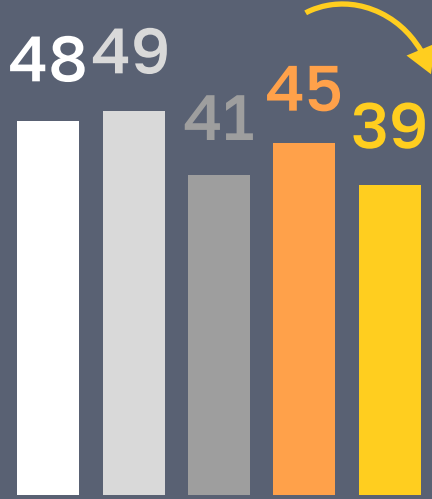
Переживают о будущем



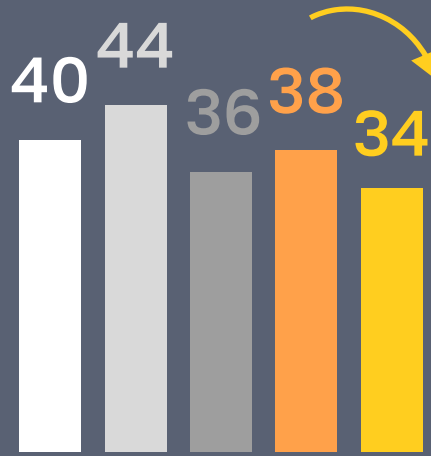
Позитивные изменения (рост или снижение) по сравнению с замером осенью'23



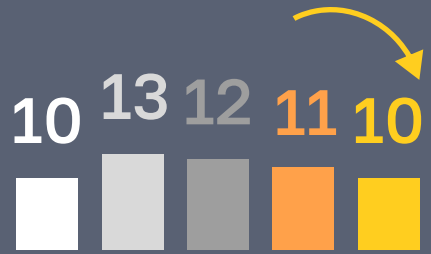
Негативные изменения (рост или снижение) по сравнению с замером осенью'23



Кризис уже отразился негативно



Волнуются за сохранность накоплений



Думают о переезде в другую страну

Жители Москвы и Московской области в возрасте 25-54 лет

Финансовое положение жителей Москвы и области

% ответов от выборки

Несмотря на то, что большинство людей все еще негативно оценивает влияние экономических событий в стране на размер кошелька, доля москвичей, которые ожидают роста своих доходов, постепенно увеличивается. Как и год назад, накопления того или иного размера есть у 70% людей



Финансовое планирование жителей Москвы и области в период кризиса

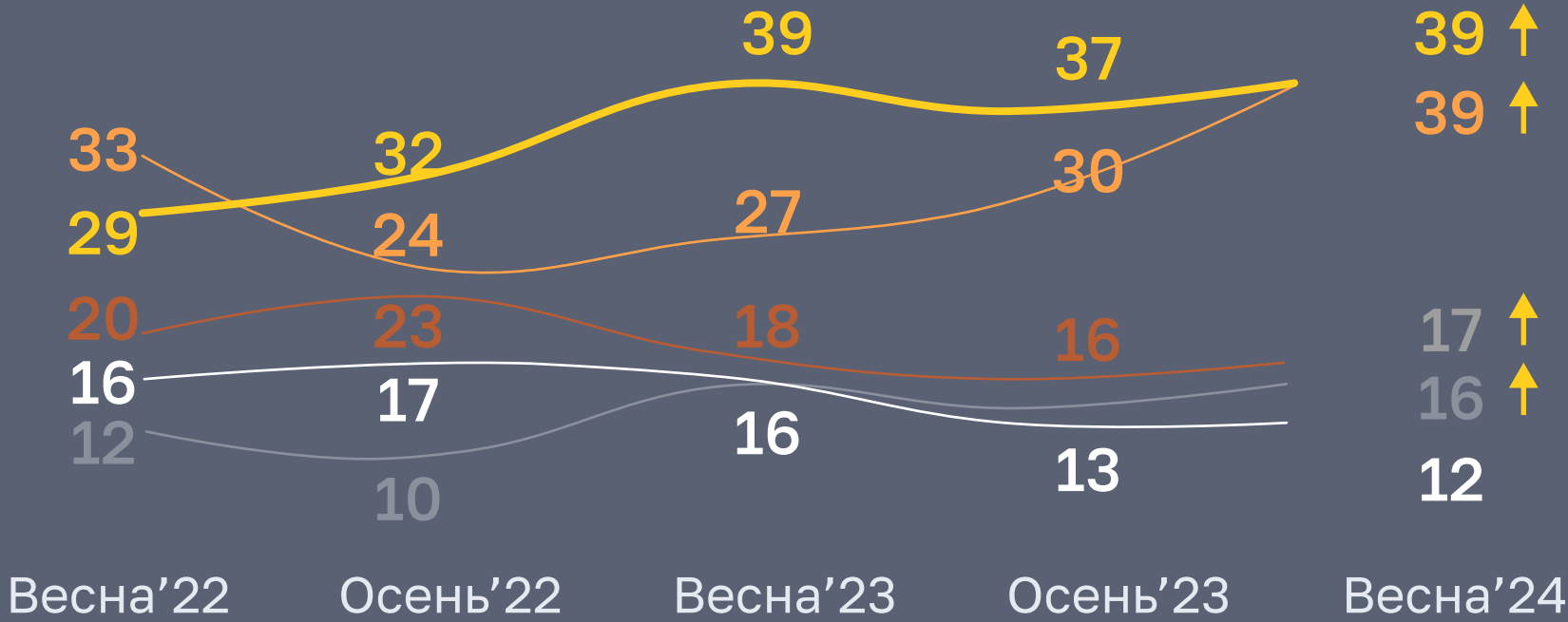
По мнению многих, сохранять накопленные средства стоит с помощью двух инструментов – вложений в недвижимость и банковских депозитов. Популярность вкладов достигла своего максимума за последние 2 года и сравнялась с вложениями в жилье.

Так как уверенность в надежности инвестиций в бетон сохраняется на высоком уровне, выбор в пользу депозитов также может быть способом накопить средства для тех, кто видит перспективы на рынке недвижимости, но откладывает покупку жилья на более долгий срок из-за ужесточения условий на рынке.

Жители Москвы и Московской области в возрасте 25-54 лет

% ответов от выборки

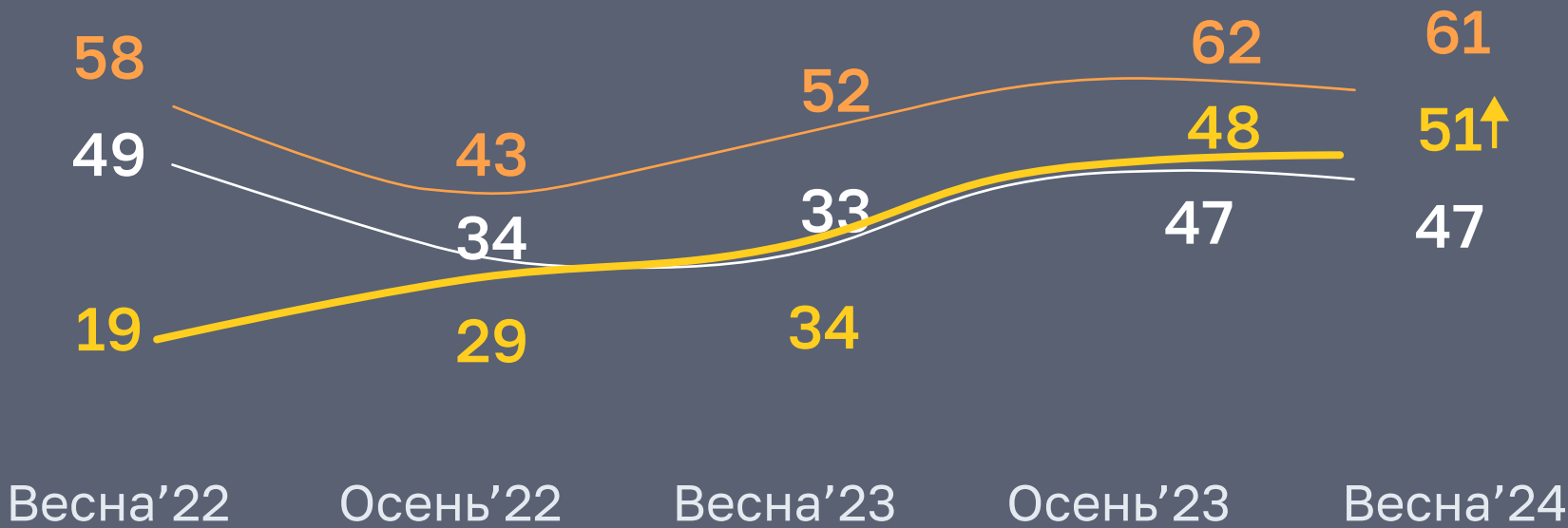
- Вложить в недвижимость
- Открыть вклад в рублях
- Хранить наличными или на счете в рублях
- Вложить в ценные бумаги
- Тратить как можно скорее



Прогнозы москвичей относительно рынка недвижимости

% ответов от выборки, T2B / B2B

- Инвестировать в жилье будет прибыльно
- Цены станут выше
- Ипотека станет недоступной и невыгодной

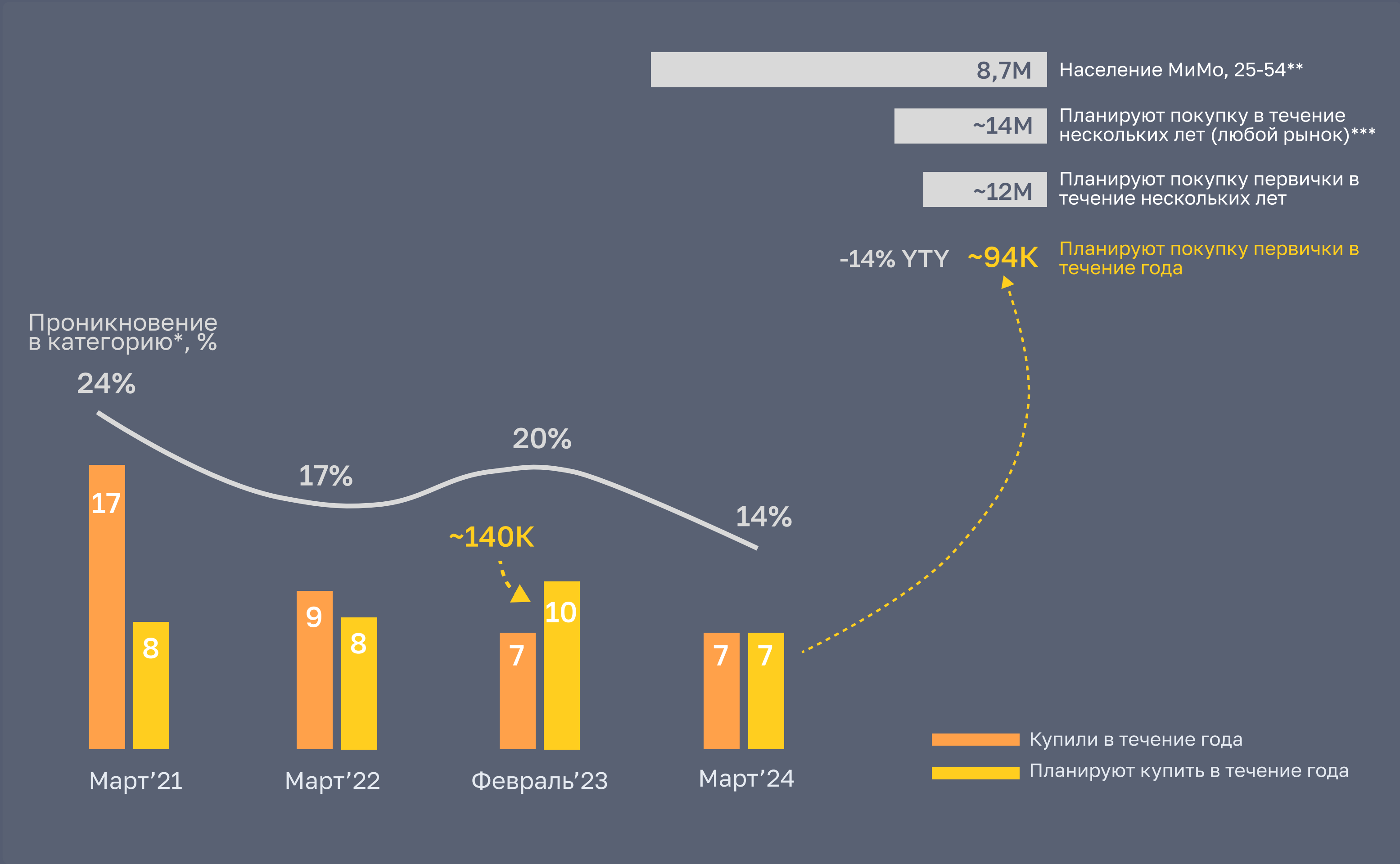


Доля аудитории рынка недвижимости среди жителей Москвы и области

% ответов от выборки

Весной 2024 года количество тех, кто планирует приобрести квартиру на первичном рынке в Москве и МО, сократилось на треть в сравнении с 2023 годом. 7% (или 94 тыс. чел) от всех жителей Москвы и Московской области в возрасте 25-54 года задумываются о покупке квартиры на первичном рынке в течение ближайших 12 месяцев. Это на 33% ниже в сравнении с прошлым годом (в феврале 2023 года о покупке квартиры на первичном рынке задумывалось 140 тыс. чел.).

Жители Москвы и Московской области в возрасте 25-54 лет



*доля ЦА среди жителей МиМо в возрасте 25-54, Пенетрационное исследование аудитории рынка первичной недвижимости, ORO, март 2024

ЦА - покупатели и планирующие купить первичную недвижимость в течение 12 месяцев в возрасте 25-54 лет

**Источник: Росстат, численность населения по полу и возрасту на 1 января 2022 года (пересчет от итогов ВПН-2020)

***Скорректировано на финансовые возможности и размер домохозяйства

Причины планирования сделки в более поздний период (от года и позже), %

% ответов от выборки

Чаще всего аудитория откладывает покупку первичной недвижимости по экономическим причинам.

Нестабильность экономики, рост ключевой ставки и ужесточение лимитов по ипотеке, насыщение спроса и рост цен заставляют клиентов планировать покупку на более поздний период.

Трети аудитории не хватает текущих доходов для оформления сделки или первоначального взноса.



Некоторые потенциальные клиенты также рассматривают покупку загородной недвижимости на первичном рынке, а не квартиры

Среди жителей Москвы и МО в возрасте 25-54 лет покупку загородного дома на первичном рынке планируют:

12% в течение нескольких лет

4% в течение ближайших 12 месяцев

Те, кто **откладывает** покупку ИЖС на срок дольше года, ждут:

- Роста собственного дохода (42%)
- Снижения цен (31%)
- Снижения ипотечных ставок (28%)
- Привлекательных предложений от девелоперов (12%)

Покупательское поведение. Клиенты рынка недвижимости

К клиентам мы относим людей, купивших квартиру на первичном рынке в течение 12 мес. и планирующих такую покупку в течение следующих 12 мес.

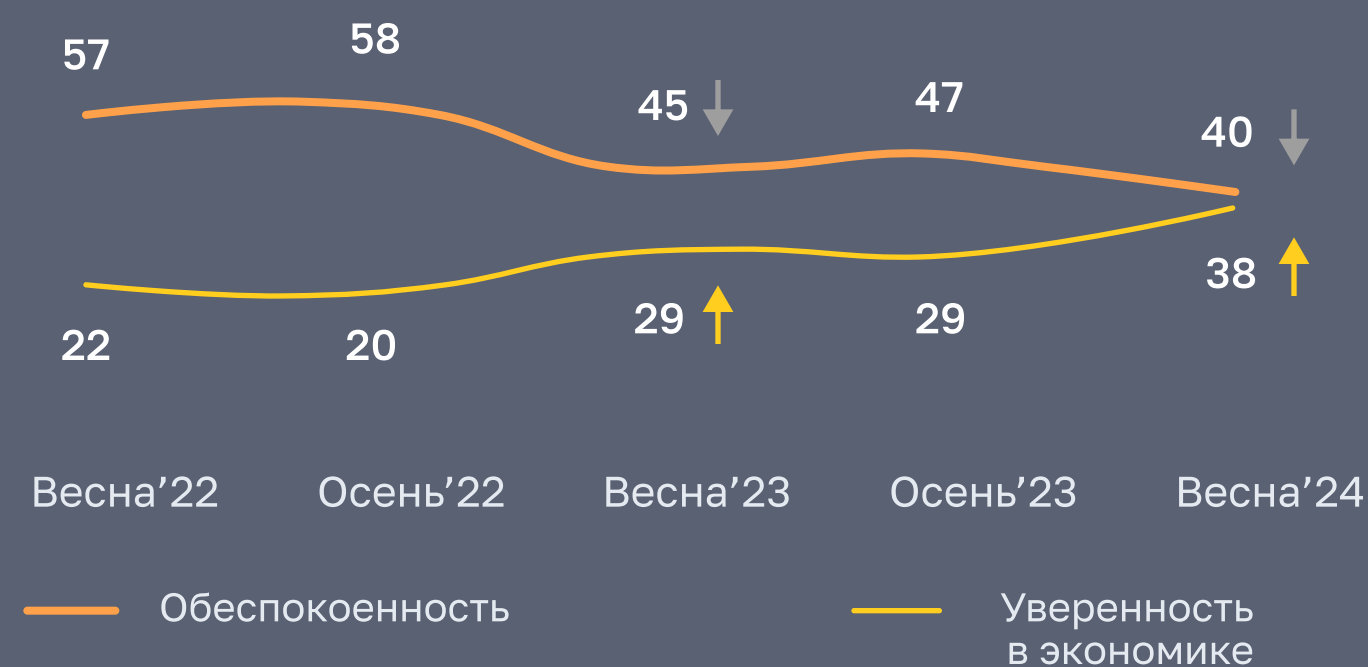
Отношение к экономической ситуации в России клиентов рынка первичной недвижимости

% ответов от выборки, T2B

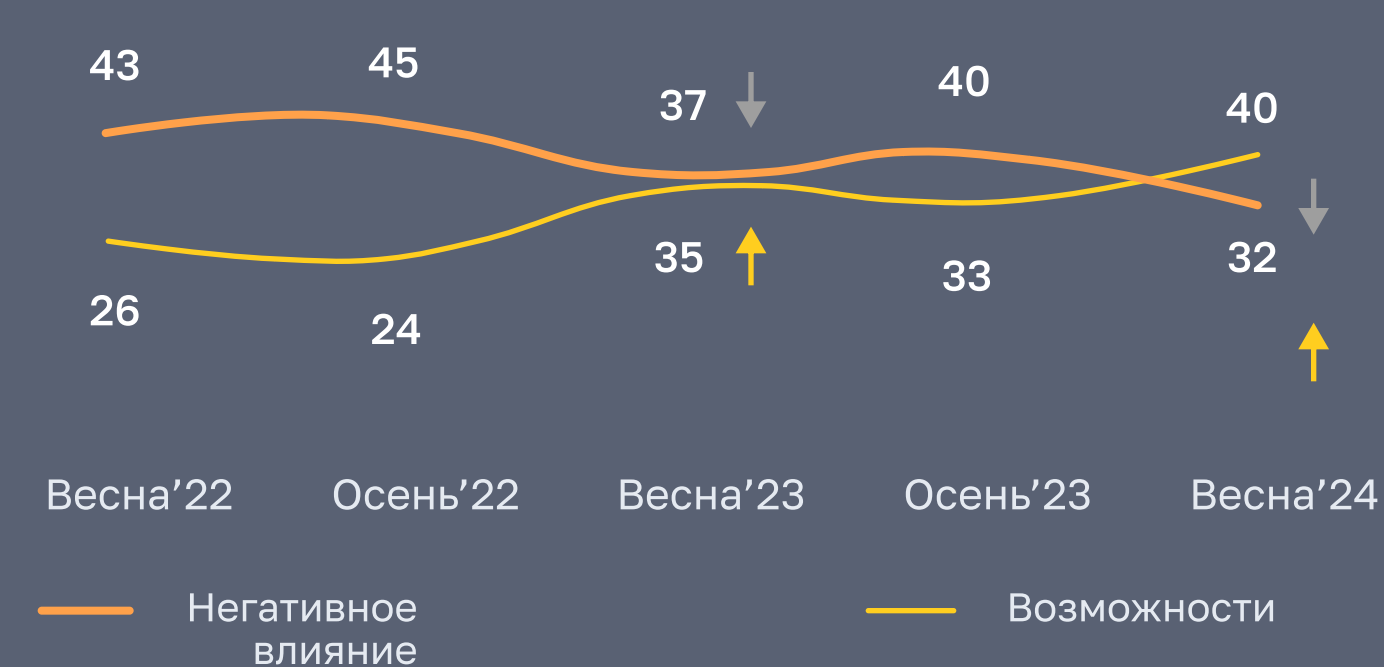
Уровень обеспокоенности экономической ситуацией в России среди клиентов рынка Москвы и области – наименьший с весны 2022 года. В переломные моменты (весна 2022 и период мобилизации) этот показатель достигал 60%.

Около 40% клиентов рынка заявляют о возможностях для позитивных изменений, 41% надеются на скорое восстановление экономики, у каждого второго есть план по сохранению сбережений.

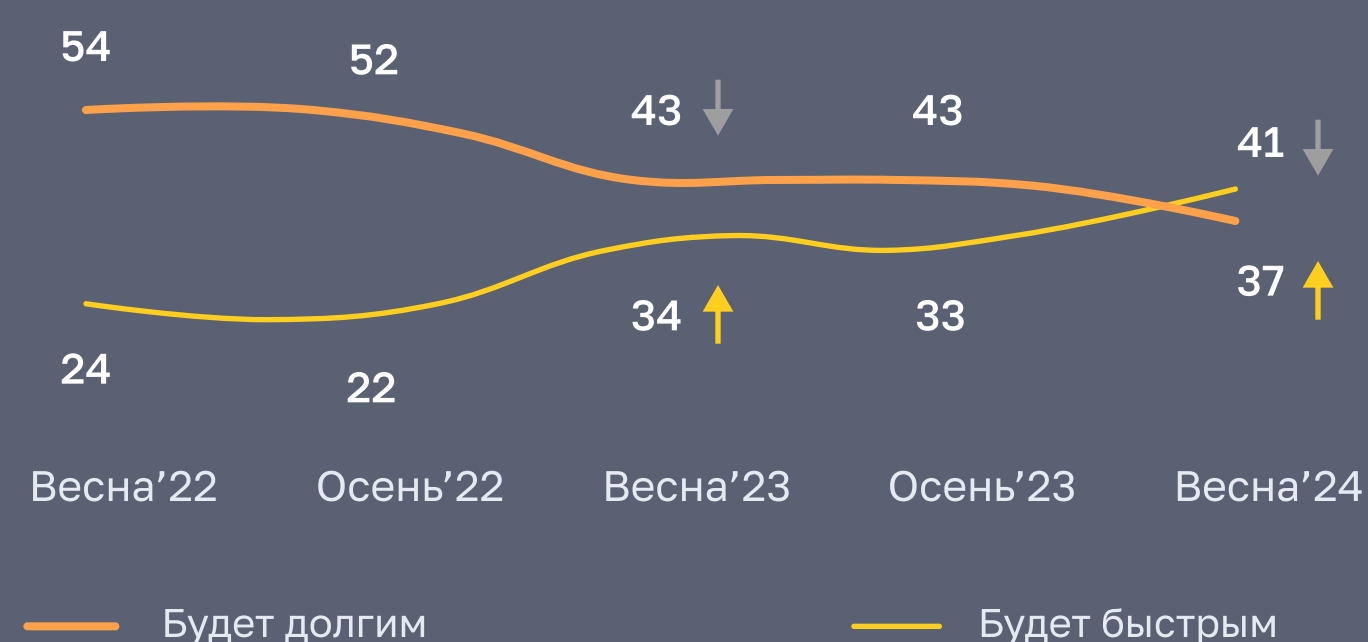
Обеспокоенность экономической ситуацией в России



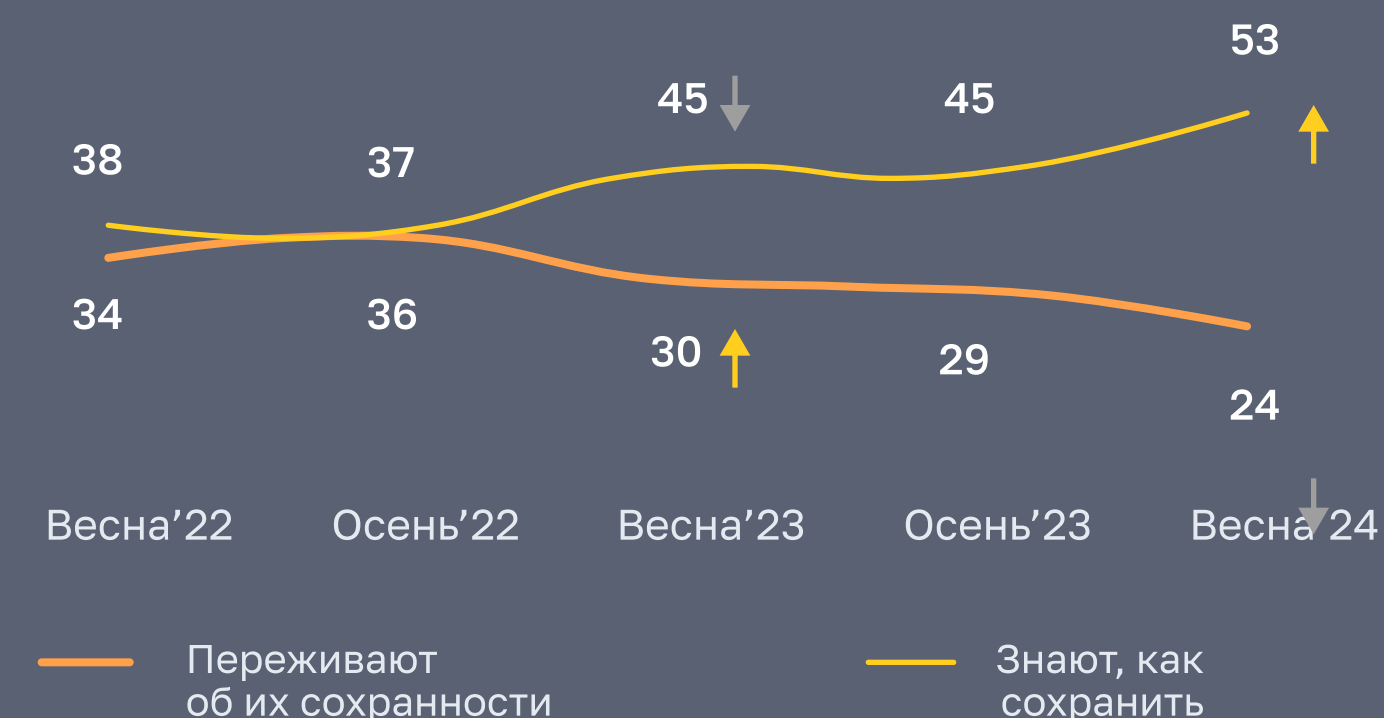
Влияние экономической ситуации в России на благосостояние



Восстановление экономики будет...



Собственные накопления



Финансовое положение аудитории рынка недвижимости

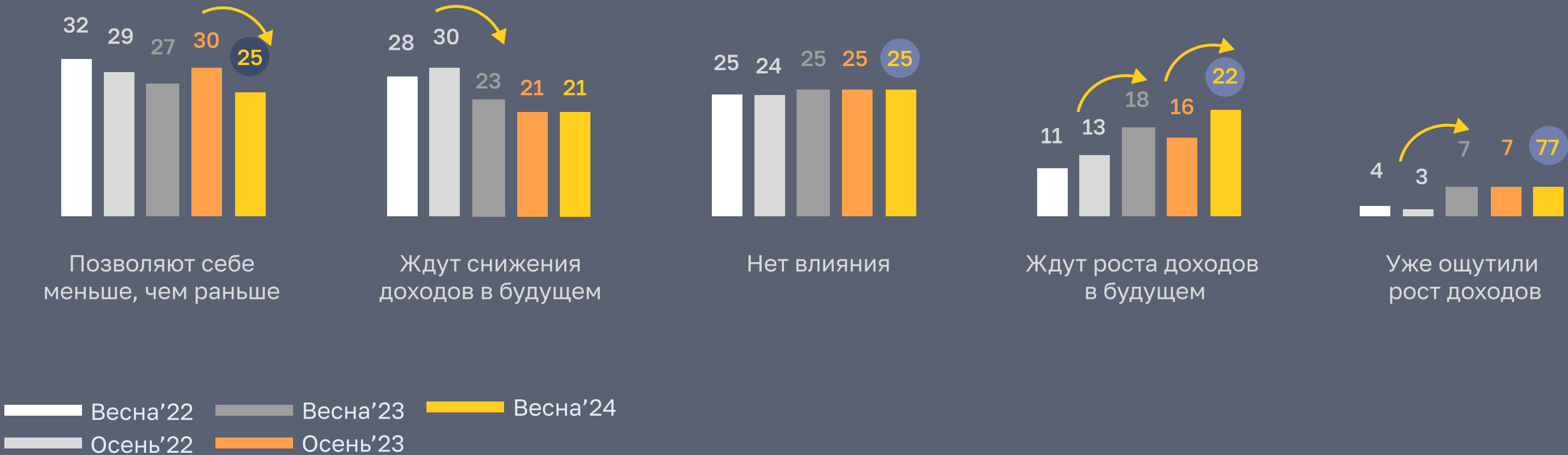
% ответов от выборки

Инфляционный рост не остается незамеченным – около половины представителей клиентов рынка уже ощутили на себе его влияние или ожидают его в ближайшем будущем.

Однако, как и прежде, клиенты рынка недвижимости более финансово устойчивы в сравнении с москвичами в целом:

- Каждый пятый настроен на увеличение доходов в будущем
- У половины клиентов есть сбережения, которых может хватить на 7 и более месяцев.

Жители Москвы и Московской области в возрасте 25-54 лет



Размер накоплений

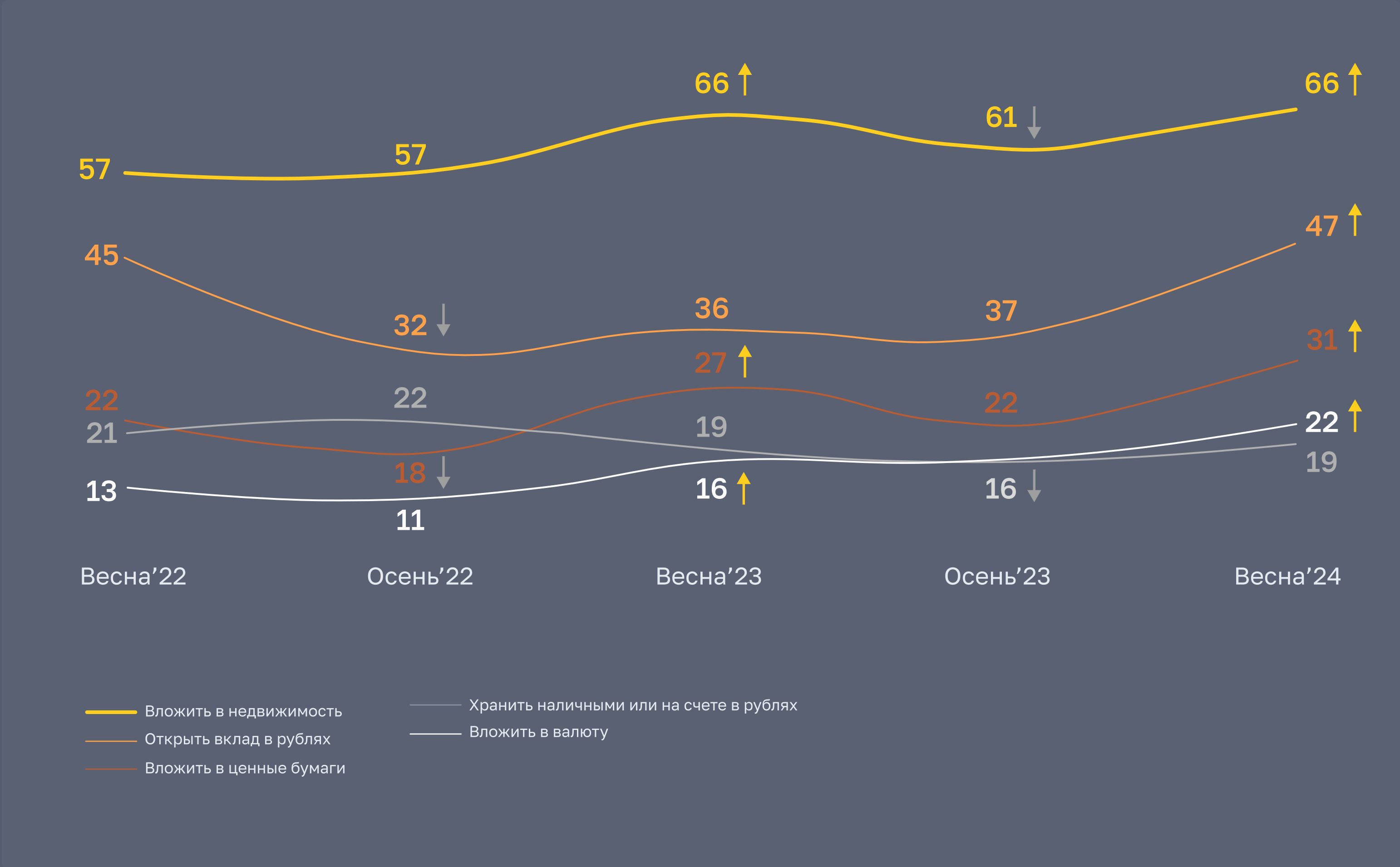


Финансовое планирование аудитории рынка недвижимости

% ответов от выборки

Как и год назад, 66% клиентов рынка считают инвестиции в бетон лучшей стратегией сохранения денежных средств. Конкуренцию категории могут составлять банки: регулярное повышение ставок по депозитам привлекает аудиторию. Клиенты рынка также проявляют осторожный интерес к вложениям в фондовый рынок и валюту.

Жители Москвы и Московской области в возрасте 25-54 лет



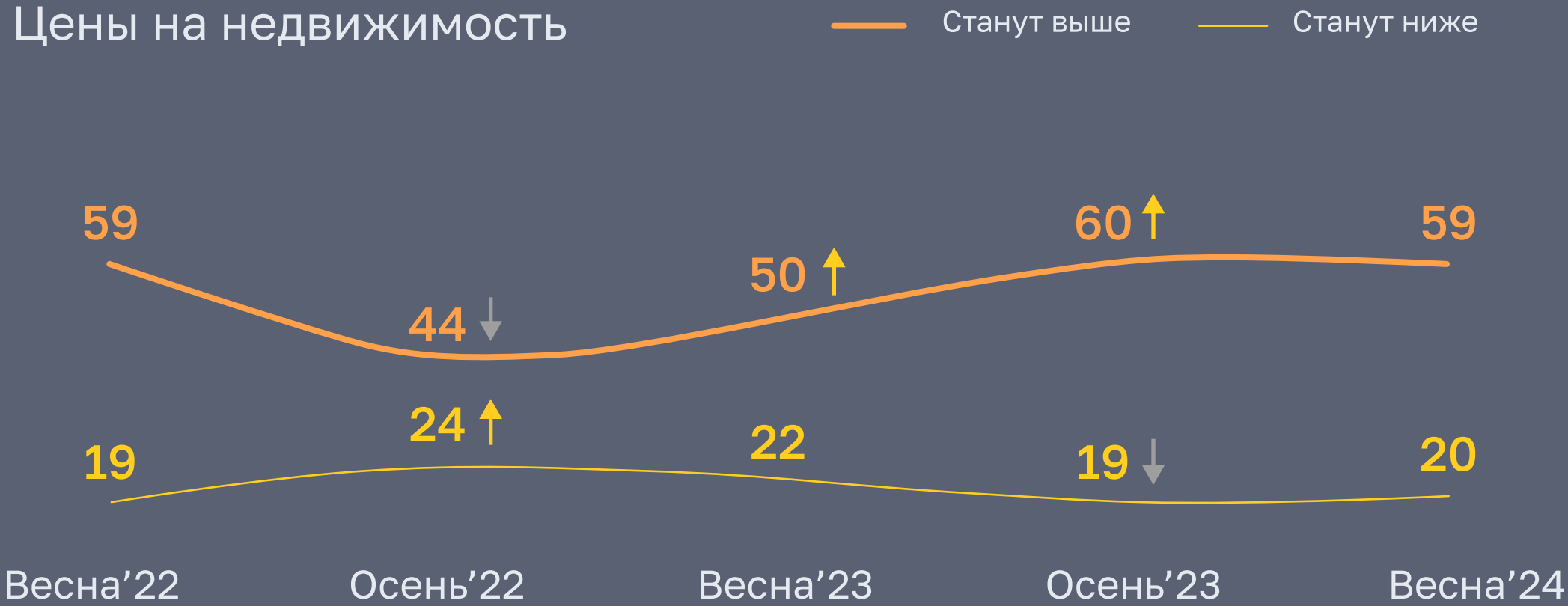
Что будет с рынком первичной недвижимости в ближайший год

% ответов от выборки, T2B / B2B

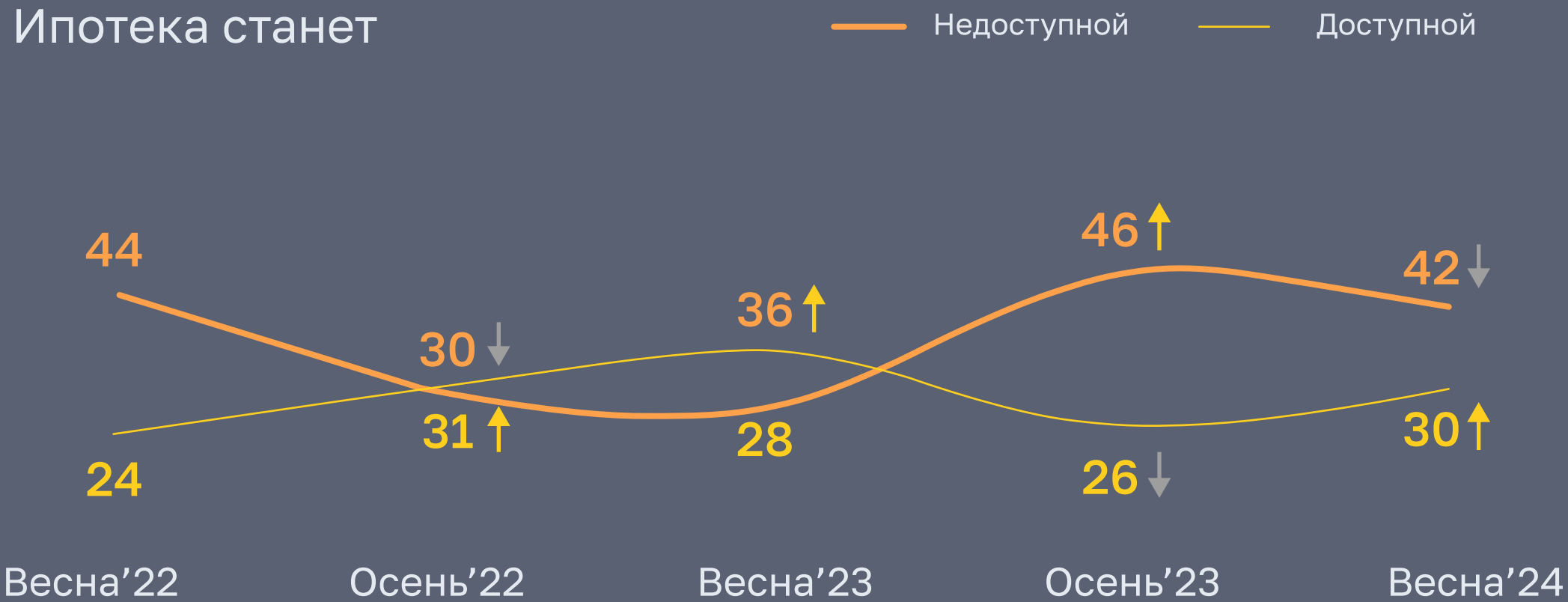
На фоне информационного шума об отмене льготной ипотеки наблюдаются полярные мнения:

- 42% предполагают, что ипотека станет недоступной (показатель чуть снизился после существенного роста прошлой осенью)
- Еще 30%, наоборот, ожидают появления выгодных финансовых предложений.

Цены на недвижимость



Ипотека станет



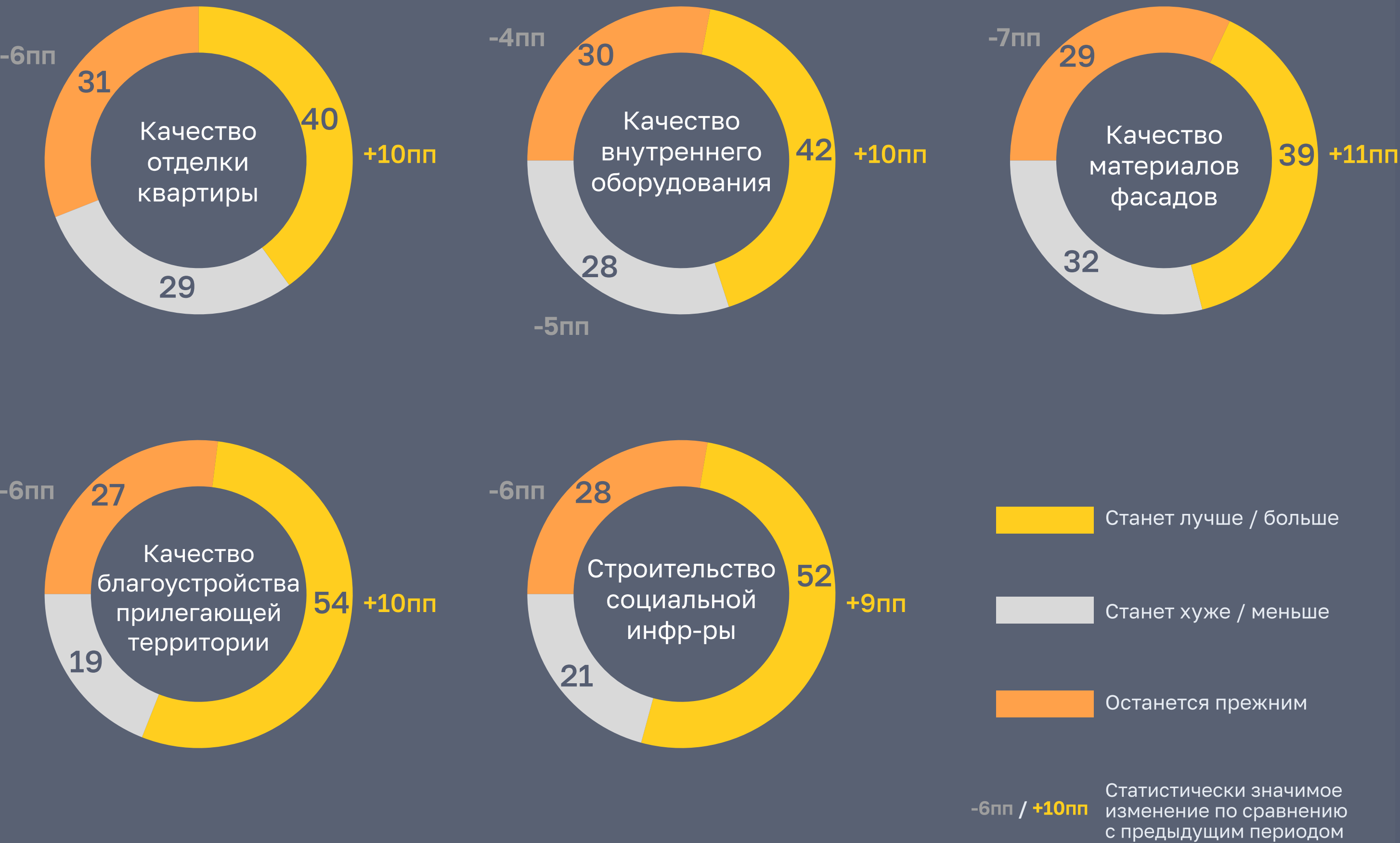
Прогнозы аудитории рынка о качестве новостроек

% ответов от выборки, T2B / B2B

Ожидания клиентов в части продукта
улучшаются:

- Больше половины клиентов уверены, что благоустройство территорий и социальная инфраструктура в новых домах будут лучше и разнообразнее
- Снижается доля тех, кто еще сомневается в качестве отделки, материалов фасадов и внутреннего оборудования новостроек.

Что будет с рынком первичной недвижимости в ближайший год?



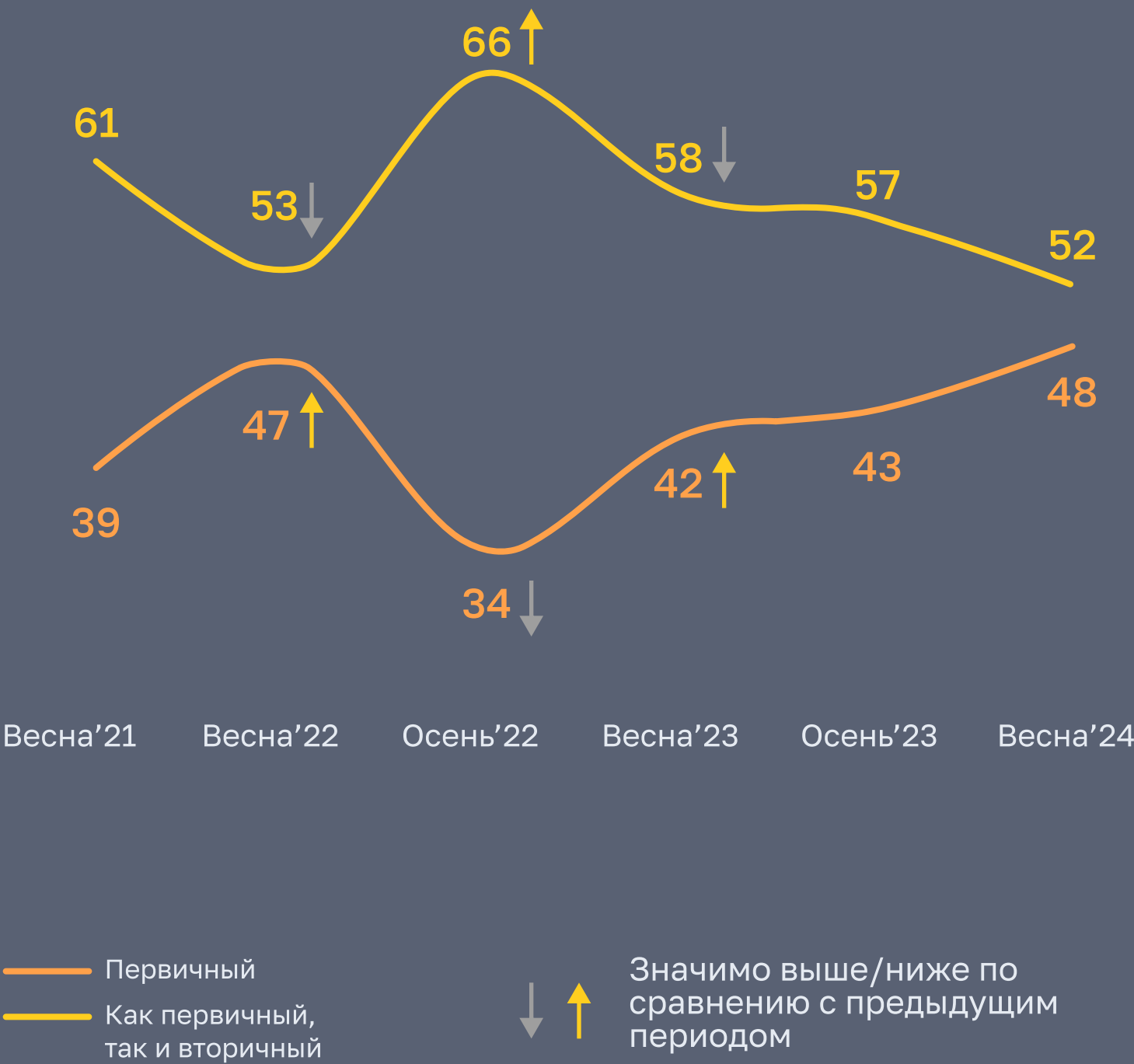
Рынок планируемой покупки

% ответов от выборки

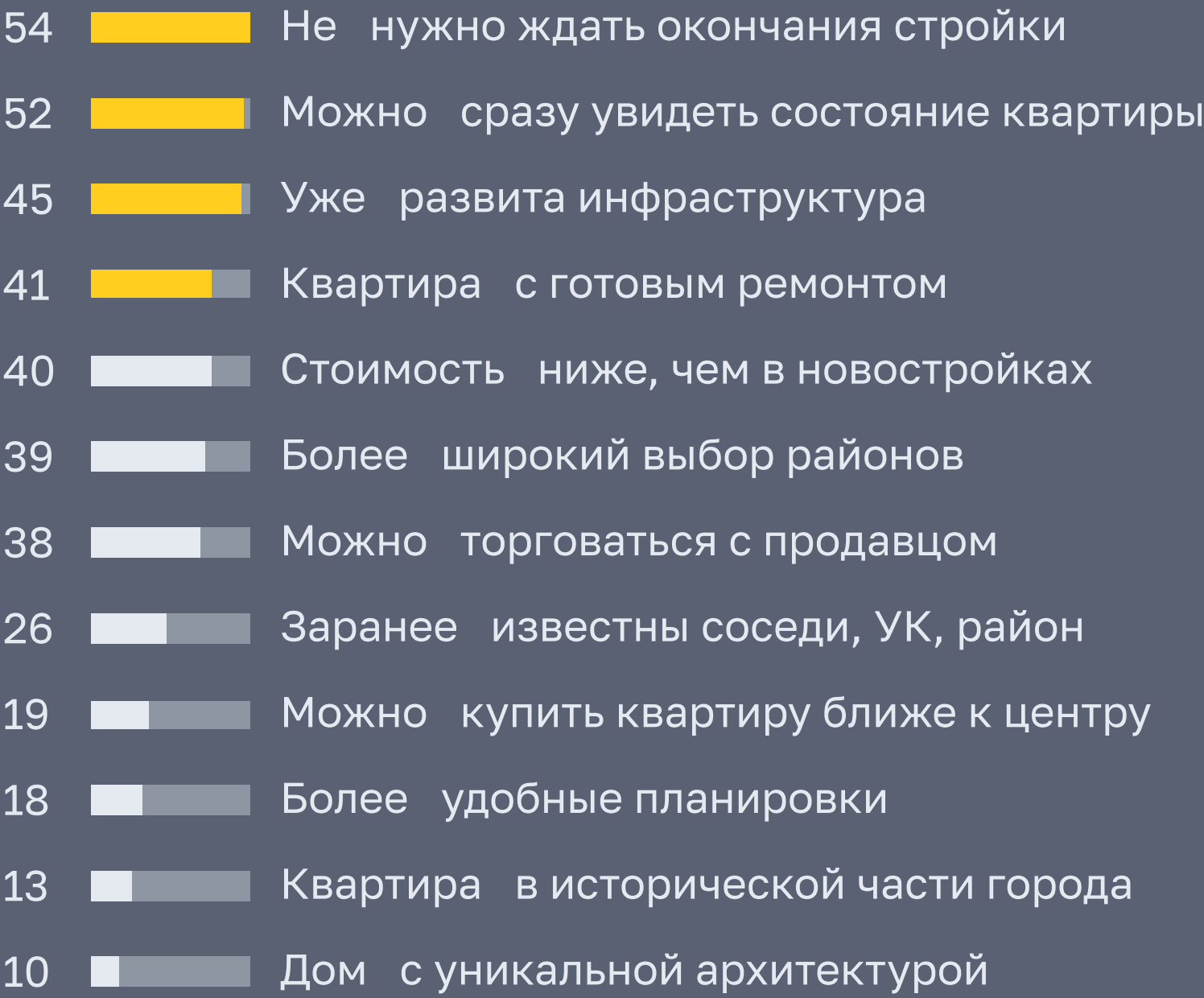
Позитивные ожидания относительно качества первичной недвижимости, а также различия условий ипотечных программ все больше настраивают аудиторию на рассмотрение преимущественно первичного типа жилья.

Те, кто все же рассматривает вторичные варианты, в первую очередь руководствуются тем, что увидеть объект покупки и получить ключи можно сразу, и инфраструктура района уже развита.

Рассматриваемый рынок планируемой покупки, %



Причины рассмотрения предложений на вторичном рынке, %



Дизайн исследования.

Опрос жителей Москвы и Московской области

География

Москва и Московская область
(естественное распределение ЦА)

Метод

Онлайн-опрос,
длительность интервью до 25 минут

Сбор данных

10.04.2024 - 03.05.2024

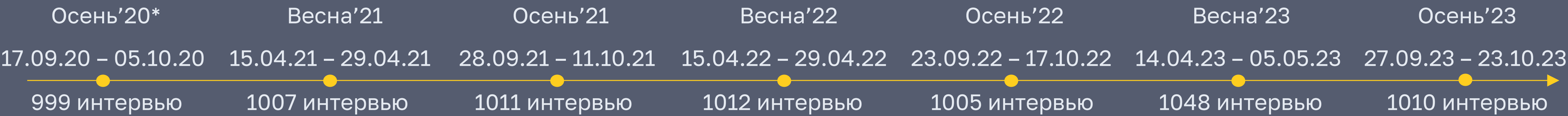
Выборка

1018 интервью (квотирование респондентов по полу и возрасту; взвешивание для приведения фактически набранной выборки к целевому распределению) + дополнительно 9500 интервью с жителями Москвы и Московской области

Целевая аудитория

Жители в возрасте 25-54 лет, купившие квартиру на первичном рынке за последние 12 месяцев или планирующие купить квартиру на первичном рынке в течение ближайших 12 месяцев, лично или в равной степени с близкими принимающие участие в выборе квартиры

Предыдущие волны



*Волны 2014-2019 доступны по запросу

ORO — агентство маркетинговых исследований

С 1989 года

компания помогает своим клиентам понимать покупателей, находить уникальные инсайты и ценные данные для принятия бизнес-решений.

Клиенты

– национальные и международные компании, бренды-лидеры в своих отраслях.

Ключевые направления

Исследования
рекламы

Исследования
продуктов

Исследования
брендов

Исследования
клиентского опыта

Мы выполняем исследования в соответствии с требованиями индустриальных стандартов качества

Первые в России

Компания ORO первая в России получила сертификаты по трём стандартам ISO. Несмотря на приостановку услуг по международной сертификации, мы продолжаем соблюдать все стандарты качества ISO.

Гарантия контроля качества

Соответствие стандарту гарантирует контроль качества всех этапов вашего проекта: сбор, обработку и анализ данных, а также обеспечение сохранности и конфиденциальности информации.

Мы подтверждаем свою приверженность требованиям индустриальных стандартов маркетинговых исследований согласно сертификату качества ОИРОМ.

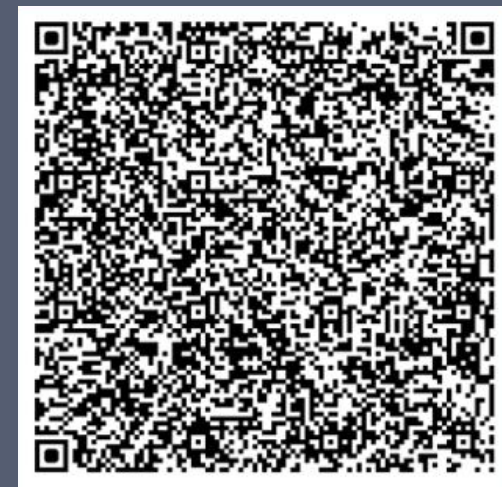
В работе с подрядчиками

Все работы, выполняемые нашими подрядчиками (проведение f2f интервью в регионах России, рекрутирование респондентов для онлайн-интервью), в обязательном порядке проходят контроль качества со стороны ORO в объемах, не меньших, чем того требуют принятые стандарты.

В ORO действует независимая служба качества для проведения заказных маркетинговых исследований.

**Александра
Тихомирова**

лидер направления
исследований
для клиентов категории
«Недвижимость»



+7 963 341 56 17

Aleksandra.Tikhomirova@oro.moscow

Хотите узнать больше об
исследовании или получить
полную версию?

Свяжитесь с
нами

ORO

www.oro.moscow