

До 70% сделок с новостройками в Краснодарском крае проходит онлайн

Тематика: **Недвижимость**
Статьи и исследования

Дата публикации: 1.11.2022

Дата мероприятия / события: 1.11.2022

г. Москва

В октябре 2022 года команда DUGA Real Estate Branding провела серию интервью с крупными игроками краснодарского рынка недвижимости и выяснила, что огромная доля сделок в регионе проходит онлайн — строящуюся недвижимость в Краснодаре и Сочи покупают «не глядя» для переезда из более холодных регионов, а также под арендный бизнес.

Резкий рост количества онлайн-сделок с недвижимостью по всей России начался вместе с пандемией коронавируса. В результате локдауна и закрытия физических офисов продаж многие застройщики запустили собственную цифровую инфраструктуру для подбора квартиры и оформления сделок. После того, как жизнь вернулась в более-менее нормальное русло, к традиционному офлайну вернулись не все. Покупатели постепенно привыкли, что для приобретения можно и не посещать офис продаж, стройплощадку, общаться с менеджером; достаточно убедиться в репутации застройщика, внимательно изучить строительную документацию и подобрать подходящий лот. Поэтому рост доли онлайн-сделок продолжился и после локдауна — [в 2021](#) и в 2022 годах.

По разным данным, доля онлайн-сделок в общей структуре продаж разных застройщиков в Москве сейчас составляет от 20 до 40%. Активность в этом отношении видна и по действию властей. Так, Минцифры совместно с Росреестром в рамках цифровизации процесса оформления сделок с недвижимостью [заявили](#) о разработке суперсервиса под названием «Мое жилье». Сервис направлен на создание единой цифровой среды для всех участников рынка — застройщиков, покупателей и продавцов недвижимости, финансовых организаций и госорганов. Он позволит ускорить и обезопасить всю цепочку в сделке с недвижимостью.

— Москву и Санкт-Петербург принято считать столицами, которые диктуют тренды, но это часто оказывается совсем не так, и многие процессы в регионах развиваются гораздо более активно, чем на столичных рынках, — говорит Юрий Нарвин, CEO и основатель DUGA Real Estate Branding. — Так что с большим интересом узнали, что в онлайн-сфере мы не являемся лидерами, несмотря на то, что многие крупные девелоперы рассказывают о своих достижениях в этом отношении. Однако, пообщавшись с краснодарскими лидерами отрасли, мы выяснили, что регион давно ушел вперед. Во многом это связано, конечно, со структурой спроса: строящееся жилье в Краснодаре и Сочи сейчас покупают люди из других регионов, которые решили переехать жить и работать в более теплый климат, ближе к морю. Также спросом квартиры в курортных районах пользуются у тех, кто занимается арендным бизнесом: часто люди покупают по несколько квартир или апартаментов в перспективных проектах для того, чтобы в дальнейшем подготовить их под сдачу в аренду. Стоит отметить, что помимо радости от того, что Краснодарский край является передовым в вопросе онлайн-сделок, это может быть и проблемой. Например, зачастую у покупателей не оправдываются ожидания по качеству. Уровень в некоторых проектах, увы, не слишком высок, при достаточно высоких ценах.

В третьем квартале 2022 года Краснодарский край по стоимости квадратного метра недвижимости [занял третье место](#), по данным Минстроя России. Средняя рыночная стоимость «квадрата» здесь — 157 тыс. рублей, в Санкт-Петербурге и Москве, которые ожидаемо занимают 1 и 2 место, это 163 и 161 тыс. за квадратный метр, соответственно.

— При этом некоторые из тех проектов, что реализуются в Краснодаре и Сочи как бизнес-класс, в Москве по сервисам и ТЭПам отнесли бы скорее к комфорт-классу, — комментирует Юрий Нарвин. — Это отчасти связано с тем, что разделение на классы в принципе условно, и везде трактуется по-разному, а отчасти, к сожалению, приходится констатировать более низкий уровень качества в региональных проектах. Я думаю, что в ближайшие годы рынок недвижимости Краснодарского края ждёт серьезная трансформация, у региона есть все шансы стать российским аналогом технологичного и современного Дубая. Местные крупные игроки уже начали работу и с продуктовым маркетингом, и с повышением качества, мы видим это по результатам наших встреч и переговоров. На проекты привлекают экспертов, которые имеют хороший опыт в столичном девелопменте, компании растут и развивают собственную экспертизу. И да, мы также разрабатываем сейчас совместную стратегию развития с одним из крупнейших застройщиков региона. Для нас это интересный рынок, в котором мы видим большие перспективы.

О компании

DUGA® Real Estate Branding — агентство, которое специализируется на бренд-девелопменте. Главная особенность компании — комплексный подход к бренду от исследования рынка и аудитории до стратегического маркетинга и глубокой проработки всех аспектов клиентского опыта. DUGA — это команда профессионалов из областей дизайна, стратегии, сервис-дизайна, креатива, продакшна и медиа. Компания формирует гибкие команды под каждый проект.

Основная специализация DUGA® Real Estate Branding — проекты в недвижимости класса premium, business и corporate для крупных игроков рынка недвижимости. Среди клиентов компании — такие бренды, как ПИК, Forma, Ingrad, AB development, Insolver, Central Properties, Ziggurat, ФСК, Самолёт и другие.

Постоянная ссылка на материал: <http://www.smi2go.ru/publications/147639/>