

МОЛОДОЕ ПОКОЛЕНИЕ vs ВОЗРАСТНОЕ ПОКОЛЕНИЕ

ВЫВОДЫ

НА 8 %
выше доход

В 1,5 РАЗА ЧАЩЕ
готовы покупать котлован

100 % ОПЛАТУ
рассматривают в 2 раза реже
■ 15% ■ 30%

ОБСТОЯТЕЛЬСТВА ПОКУПКИ
В 2 раза выше доля «из-за желания иметь собственное жилье вместо съемного». В 2 раза ниже доля «из-за переезда в Москву»

В 1,5 РАЗА НИЖЕ
доля приезжих. Чаще покупают в родном городе.
■ 28% ■ 42%

В 2 РАЗА ЧАЩЕ
текущее жилье не в собственности
■ 70% ■ 35%

№1

Нет накоплений, но есть огромное желание купить собственную квартиру – чаще готовы покупать жилье на более низкой стадии (экономия) и в ипотеку (нет накоплений)

ФАКТОРЫ ЖИЛЬЯ ЗНАЧИМО ВЫШЕ – репутация застройщика, благоустройство, инфраструктура

ФАКТОРЫ ЖИЛЬЯ ЗНАЧИМО НИЖЕ – экология, красота фасадов, этажность, наличие балконов

> 1 ЧЕЛОВЕКА, планируется для проживания не смотря на возраст
■ 70% ■ 55%

№2

Развиты семейные ценности. Планируют не просто покупку квартиры, а дальнейшую счастливую жизнь. Квартира не символ «свободы», а символ «ответственности»

НА 35% меньше доля, интересующихся евро-форматом квартир

НА 30% ниже доля, интересующихся кладовками

№3

Еще не понимают рынка «Новички»

В 1,5 РАЗА чаще источником информации являются рекомендации знакомых

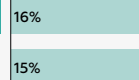
Без вывода

ИЗМЕНЕНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ

СМР



Внешние сети



Проектирование

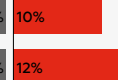
Благоустройство



СОЦ инфраструктура

Коммерческая инфраструктура

Прочее



ГРУППА КОМПАНИЙ «А101»

