Альфа Банк × Авито

Тренды в строительстве 2026: теория и практика



Совместное исследование

О чём это исследование

В этом отчёте мы разобрали ключевые изменения на рынке строительства и проверили их на практике вместе с экспертами отрасли.

Мы хотели понять, какие изменения уже влияют на рынок, а какие пока остаются только прогнозами. Поговорили с 15 экспертами и изучили более 30 отраслевых источников, чтобы отделить реальные изменения рынка от иллюзий и оценить влияние трендов на разных игроков — от гигантов рынка до малого бизнеса.

Содержание

Что происходит на рынке сегодня? 4

Тренд 1. Цифровизация строительства 8

Тренд 2. Импортозамещение оборудования и материалов 13

Тренд 3. Модульные и префаб-решения: строительство частично переезжает на завод 17

Тренд 4. Переход бизнеса в онлайн 20

Тренд 5. Безопасность и комфорт: дом покупают вместе со средой и сервисом 23

Источники 28

Что происходит на рынке сегодня?

Объём строительных работ в России в первом полугодии 2026 года — **7,49 трлн рублей.** В текущих ценах он вырос на 1,3%, но с поправкой на инфляцию сократился на **5%** год к году. Рынок не рухнул, но прежнего объёма работ за те же деньги уже нет.

Во втором квартале снижение замедлилось: в июне объём работ оказался на 3,5% выше прошлогоднего уровня. Это похоже на попытку рынка удержать загрузку после слабого начала года. В первом квартале спад в реальном выражении достигал 10%.

7,49 трлн ₽
объём строительных работ в I полугодии 2026 года

–5%
динамика в сопоставимых ценах год к году

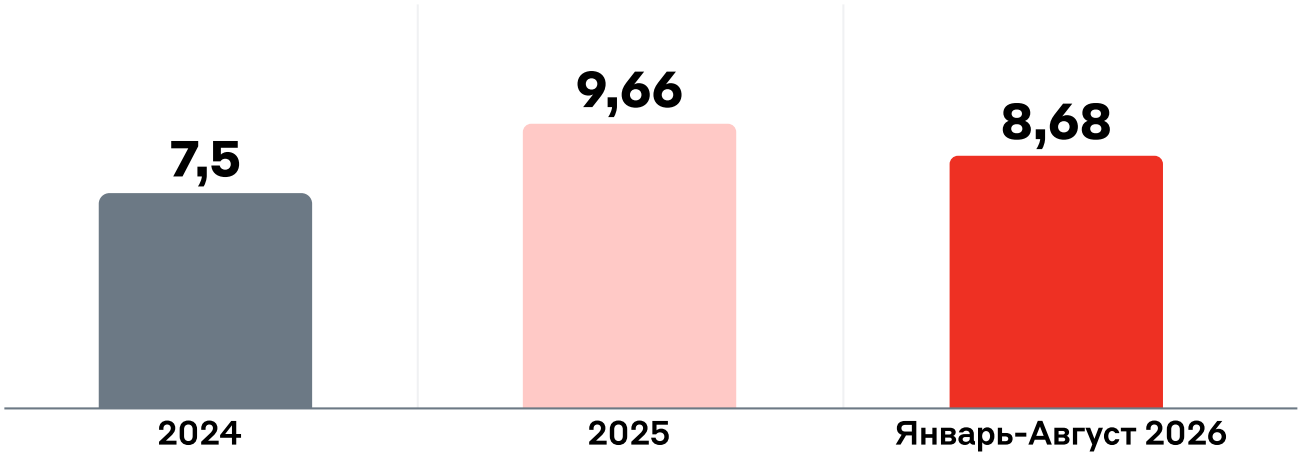
–11 п. п.
баланс оценок объёма работ во II квартале

+54 п. п.
баланс оценок цен на строительно-монтажные работы

Настроение бизнеса подтверждает эту картину. Во II квартале 65% строительных организаций назвали экономическую ситуацию удовлетворительной, 18% — неудовлетворительной и только 6% — благоприятной. Компании не говорят о кризисе, но одновременно фиксируют сокращение объёма работ, числа новых договоров и собственных финансовых ресурсов.

Дополняет картину аналитика Альфа-Банка по активным клиентам малого и микробизнеса строительного сегмента: после роста среднего ежемесячного оборота на 28,9% в 2025 году в январе — августе 2026 года он оказался на 4% ниже сопоставимого периода прошлого года.

Средний ежемесячный оборот активного клиента Альфа-Банка из сегмента «Строительство», млн ₽



«Строительный рынок входит в период более жёсткой экономики. Снижение оборотов, новые правила эскроу в ИЖС, изменения требований к членству в СРО, кадровый дефицит и сокращение маржи заставляют бизнес перестраиваться. В таких условиях конкурентоспособность всё больше зависит от того, насколько точно компания умеет считать экономику проекта, работать с подрядчиками, соблюдать сроки и снижать потери на площадке»

Анастасия Коляда
Альфа-Банк, Руководитель по развитию продуктов в сегменте «Строительство и недвижимость»

1 Новостройки: продажи держатся, но становятся менее равномерными

Первичный рынок адаптировался к дорогому финансированию, но говорить о полноценном восстановлении пока рано. За январь — июль покупатели приобрели 12,7 млн кв. м жилья в новостройках — это на 5% больше, чем годом ранее, поступления от продаж выросли на 9% — до 2,7 трлн рублей. Однако июль оказался слабее прошлогоднего уровня: реализовали 1,85 млн кв. м — на 8% меньше год к году.

12,7 млн м² продано в новостройках за семь месяцев	**+5%** динамика продаж по площади	**2,7 трлн ₽** поступления от продаж, +9% год к году	**22,9 млн м²** новых проектов запущено, +11% год к году

Годовая динамика складывается из отдельных всплесков спроса, а не из устойчивого ускорения. При этом всё заметнее становится вклад регионов за пределами крупнейших рынков: в топ-10 регионов продажи за семь месяцев сократились на 2%, а в остальных выросли на 13%.

Для девелопера сейчас важен не только объём спроса, но и его качество: насколько быстро продаётся проект, как наполняются эскроу-счета и выдерживает ли экономика ещё один год длинного цикла продаж. В июле соотношение распроданности и строительной готовности снизилось до 69%. Застройщики всё чаще концентрируют спрос на уже открытых проектах и не спешат выводить в продажу новые очереди.

Ипотека постепенно оживляет спрос, но её эффект распределён неравномерно. Покупатели увеличивают первоначальный взнос и берут меньшие суммы, поэтому само по себе снижение ставки не возвращает рынок к прежней скорости принятия решений.

2 Вторичное жильё, ИЖС и ремонт: меняются сценарии спроса

Часть покупателей, которые раньше выбирали новостройки, теперь обращают внимание на вторичный рынок. В июле в России зарегистрировали 142 900 сделок со вторичным жильём — на 9% больше, чем в июне, и на 22% больше, чем в июле 2025 года. Это максимальный показатель с начала года.

142,9 тыс. сделок на вторичном рынке в июле	**+22%** год к году	**+9%** месяц к месяцу	**12,1 тыс.** ипотек на покупку и строительство частных домов в июле

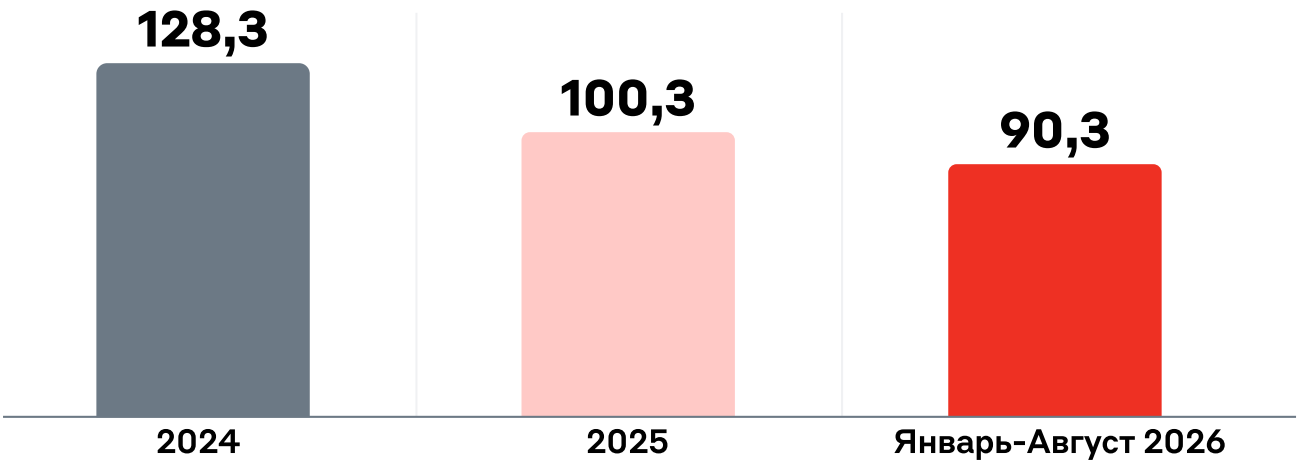
Готовая квартира или дом позволяют покупателю быстрее понять итоговый бюджет. Но всё чаще покупка жилья становится только первым этапом нового потребительского цикла: дальше идут ремонт, отделка, благоустройство, установка инженерных систем и обустройство участка.

Рынок ИЖС проходит более сложный период: за семь месяцев ввод индивидуальных домов сократился на 25,6%. При этом финансирование частного домостроения постепенно восстанавливается. В июле на покупку и строительство индивидуальных домов выдали 12,1 тыс. ипотечных кредитов на 58,5 млрд рублей. За январь — июль объём и количество таких выдач выросли примерно в полтора раза год к году. Это важный, но пока не мгновенный сигнал: рост ипотеки сегодня ещё не означает быстрый рост ввода завтра.

Для рынка ремонта и поставщиков материалов это означает сдвиг от разовой продажи жилья к более длинной цепочке расходов после покупки.

При этом прямые траты физлиц в категории «Дом и ремонт» в январе-августе 2026 года были на 10% ниже, чем годом ранее, при почти неизменном среднем чеке. Это не обязательно означает снижение спроса на ремонт: далее в отчёте уже зафиксирован сдвиг от DIY к модели Do It For Me, когда клиент всё чаще покупает готовый результат, а закупку материалов и организацию работ берёт на себя подрядчик.

Прямые траты физлиц - клиентов Альфа-Банка в категории «Дом и ремонт», млрд ₽



3 Кадровый дефицит меняет форму

Рынок найма становится спокойнее, но строительным компаниям по-прежнему непросто находить сотрудников. В первом полугодии 2026 года темпы роста вакансий замедлились: с 30–40% год к году в предыдущие периоды до 7–10%. При этом активность соискателей начала расти. Конкуренция за массовый персонал снизилась, однако дефицит сохранился в профессиях, от которых зависит сам ход строительства.

7–10%

темп роста числа вакансий в I полугодии 2026 года — после 30–40% годом ранее

Авито Работа

+56%

вакансий для специалистов без опыта к сопоставимому периоду 2025 года

Авито Работа

+27%

работодателей, предлагавших обучение кандидатам

Авито Работа

Наиболее остро нехватка ощущается среди сварщиков, монолитчиков, фасадчиков и плиточников. Отдельный риск — дефицит специалистов, которые управляют процессом на объекте: водителей спецтехники, прорабов, инженеров и руководителей проектов. Эти позиции нельзя быстро закрыть за счёт расширения бригады: без них стройка теряет темп, управляемость и качество.

> «Наибольший дефицит сегодня — среди сварщиков, монолитчиков, фасадчиков и плиточников. Не хватает и тех, кто организует процесс: водителей спецтехники, прорабов, инженеров и руководителей проектов».
>
> **Роман Губанов**
> Авито Работа, Директор по развитию

Ответ рынка — не только повышение зарплат. Компании всё чаще нанимают сотрудников с минимальным опытом и обучают их под конкретную роль. Поэтому адаптация становится не только задачей HR, но и частью производственного процесса: новичку нужны понятные требования к результату, наставник и маршрут, который поможет перейти от первых задач к самостоятельной работе.

> «Работодатели меняют свои бизнес-процессы так, чтобы принимать людей без опыта (с минимальным опытом) и дообучать их до необходимой квалификации уже на производстве. Крупные компании формируют внутренние подразделения, которые занимаются полным циклом развития сотрудника: от первичного онбординга и введения в роль до последующего развития компетенций».
>
> **Роман Губанов**
> Авито Работа, Директор по развитию

В ближайшие годы кадровое преимущество будут получать не компании с самым большим бюджетом на найм, а те, кто умеет выстраивать собственный кадровый контур: сотрудничать с колледжами и вузами, обучать на площадке, удерживать сильных специалистов и сохранять знания команды при смене людей. Окно более спокойного найма сейчас есть, но дефицит ключевых профессий никуда не исчез.

Тренд 1

Цифровизация строительства

От внедрения разрозненных цифровых инструментов рынок движется к единому контуру данных, который связывает все этапы строительства — от проектирования до продаж

Строительная отрасль в России сталкивается с несколькими системными вызовами: дефицитом квалифицированных кадров при общей стабилизации рынка найма, ужесточением регуляторных требований (в том числе обязательным переходом на BIM), ростом стоимости ошибок и необходимостью повышать производительность без увеличения числа занятых.

Цифровизация становится инструментом развития и конкурентоспособности. Она помогает компенсировать нехватку кадров, соответствовать нормативным требованиям, сокращать издержки, повышать качество и создавать основу для внедрения AI и роботизации.

Как тренд живёт сегодня

Цифровизация перестаёт быть отдельным проектом IT-департамента. Её новая роль — создать единый цифровой контур, в котором одновременно работают проектировщики, закупочный отдел, производства, подрядчики, стройплощадка, финансовый блок и продажи.

47%
застройщиков используют BIM/ТИМ в своей работе

28%
средний уровень цифровизации на стройплощадке в России

21%
разрыв в уровне цифровизации крупных и малых застройщиков в России

53%
строящегося жилья было охвачено BIM/ТИМ в Москве в 2025 году

Распространение BIM показывает, что цифровое моделирование в строительстве прижилось и стало отраслевым стандартом. Однако наличие цифровой модели ещё не означает, что проект действительно управляется данными. Модель может существовать только как обязательный комплект документации и почти не влиять на ежедневные решения.

Вероятно, главное расслоение в будущем пройдёт не между компаниями «с BIM» и «без BIM», а между теми, для кого данные становятся реальным инструментом управления жизненным циклом объекта, и теми, для кого цифровизация остаётся обязательным артефактом для допуска к проекту.

Что говорят эксперты?

1 Единое ядро данных становится фундаментом для сквозного контура строительства

Следующий этап цифровизации — не в бесконечном усложнении и оцифровке процессов, а в создании единого ядра данных и управлении конечными результатами.

Данные об объекте появляются ещё до подробного проектирования. Сначала компания фиксирует основные параметры объекта и ожидаемые финансовые результаты. По мере развития проекта эти данные уточняются и меняют статус: становятся проектными, прогнозными, а затем фактическими. Такая архитектура особенно важна при масштабировании. Когда компания работает в нескольких регионах, единое ядро помогает одинаково понимать показатели, сопоставлять объекты и не создавать параллельные версии информации в разных подразделениях.

> «Данные — это актив, и сегодня их высокое качество обеспечивает быстрый старт продаж и контроль себестоимости. Но главное — единое ядро создаёт массив данных, без которого не случится дальнейшее внедрение искусственного интеллекта и предиктивной аналитики».
>
> **Алексей Павлов**
> Брусника.Проектирование, Руководитель отдела BIM

Практический эффект особенно заметен на стыке функций. Планировки и площади на сайте продаж могут формироваться из проектной модели, а изменения в ней сразу показывают, какие квартиры, объёмы и бюджеты затронуты. Если в модели заложена одна тысяча кубометров бетона, заказать или списать больше без зафиксированного изменения уже нельзя. Модель становится не иллюстрацией объекта, а основой для контроля продукта и себестоимости.

В компании Брусника. Проектирование цифровизацию процессов дополняют фокусом на артефактах — законченных результатах, которые одна функция передаёт другой. Артефакт нельзя передать «наполовину»: он должен быть готов целиком, содержать необходимые человеко- и машиночитаемые данные, иметь срок и стоимость. Такой подход позволяет зафиксировать конкретный результат передачи между двумя функциями, связать его со следующим этапом и начать управлять этой связью уже сейчас.

Дальше каждая функция самостоятельно цифровизирует внутренние процессы на той глубине, которая ей необходима. В Бруснике преимуществами такого подхода называют конечность, простоту и управляемость.

> «На самом деле артефакты — это единственное, что нужно цифровать.
> Чтобы чем-то управлять, надо это измерить, надо посчитать, надо знать срок, качество, себестоимость.
> А дальше уже каждая функция внутри себя сама цифрует те процессы, которые ей нужны».
>
> **Алексей Павлов**
> Брусника.Проектирование, Руководитель отдела BIM

Цифровизация во многих компаниях начиналась с документооборота и проектирования, но дальше процессы часто остаются разрозненными: производство, поставки и стройплощадка работают в разных системах, а часть информации по-прежнему сводится вручную. Следующий шаг — связать все этапы и участников в единой цифровой среде. Когда система видит актуальный статус элементов и последовательность работ, эти данные можно использовать не только для контроля, но и для автоматизированного планирования.

> «Куда идёт тренд? К автоматизированному планированию на основе онлайн-данных. Хорошо работает, когда бригадир монтажной бригады видит статус того, что происходит на заводе у поставщика, и может нормально спланировать свою работу».
>
> **Денис Кузнецов**
> BIMAR SYSTEM, Основатель и генеральный директор

Так цифровой контур перестаёт быть внутренней системой одного участника. Он связывает проектировщика, завод, логистику, подрядчика и площадку общим состоянием объекта. Экономический эффект возникает не от самой оцифровки, а за счёт сокращения лишних закупок, ожидания и переделок.

> «Прогнозы на основе метрик крупных объектов говорят о том, что применение нашей системы позволяет экономить порядка 6–7% бюджета на гражданском строительстве и 9–11% — на промышленном и инфраструктурном».
>
> **Денис Кузнецов**
> BIMAR SYSTEM, Основатель и генеральный директор

Сквозной контур строительства создаёт и управленческое напряжение. Он показывает не только ошибку, но и момент её появления, фактические остатки и действия участников. Поэтому цифровизация меняет распределение ответственности: подразделению может быть удобна прежняя непрозрачность, даже если компания в целом на ней теряет. Технологический проект здесь неизбежно становится проектом изменения правил управления.

2 Цифровизация становится ответом на кадровый дефицит

Дефицит людей превращает цифровизацию из инструмента контроля в способ увеличить производительность существующей команды. Речь не о «стройке без человека», а о сокращении времени, которое квалифицированный сотрудник тратит на поиск версии, повторные расчёты, ручную передачу данных и исправление предотвратимых ошибок.

В строительстве такие потери часто возникают на стыке функций. Прораб ждёт согласования, сметчик пересчитывает изменённый объём, снабженец уточняет спецификацию, инженер вручную собирает исполнительную документацию, бригада переделывает узел по устаревшему листу. Каждый отдельный эпизод кажется незначительным, но вместе они ограничивают пропускную способность бизнеса не меньше, чем незакрытая вакансия.

Цифровизация не решает проблему кадрового дефицита сама по себе, но снимает со специалистов часть повторяющейся координационной работы.

> «У нас остро встаёт вопрос наличия трудовых ресурсов в стране. Крупные и государственные корпорации решают эту проблему классическим способом — залить деньгами и нанять ещё несколько тысяч человек. Частному бизнесу с ограниченными ресурсами этот путь зачастую недоступен».
>
> **Денис Кузнецов**
> BIMAR SYSTEM, Основатель и генеральный директор

Стройка конкурирует за людей с другими отраслями, а приток в ряд рабочих профессий остаётся ограниченным. В такой ситуации автоматизация нужна не для демонстрации технологичности, а для сокращения объёма ручных и повторяющихся операций, которые сегодня требуют постоянного расширения бригад.

> «Дефицит кадров — это вопрос не только количества людей, но и количества профессий. Мы работаем с вузами и видим: новое поколение не хочет идти в сварщики или каменщики. Строительство — одна из самых трудоёмких отраслей, поэтому всё, что можно автоматизировать, придётся автоматизировать».
>
> **Алексей Розов**
> Лерто, Основатель компании

Кадровая текучка делает особенно ценными инструменты, которые сохраняют знание компании, стандартизируют передачу задачи и снижают цену ошибки в первые недели работы. Крупные работодатели развивают внутреннее обучение — от онбординга до развития компетенций. Цифровые регламенты, визуальные инструкции и доступные статусы работ не заменяют наставника, но помогают масштабировать его опыт: новичок быстрее получает необходимый контекст, а опытный специалист меньше времени тратит на повторение типовых действий.

Эта логика проявляется и в найме: работодатели расширяют вход в профессию, но для этого им нужно быстрее передавать новичкам контекст и стандарты работы.

> «В условиях нехватки кадров работодатели из наиболее дефицитных отраслей, таких как строительство, логистика и промышленность, всё чаще рассматривают кандидатов без опыта работы».
>
> **Роман Губанов**
> Авито Работа, Директор по развитию

MU Eurasia показывает, как цифровая инструкция может приблизить компетенцию к рабочему месту. Когда сложность задачи растёт, сотруднику уже недостаточно многостраничного документа: ему нужно быстро увидеть следующий шаг, место установки и целевой результат. Визуальная подсказка снижает зависимость от постоянного присутствия наставника и помогает быстрее вводить новых работников.

> «С одной стороны, есть проблема с притоком молодых кадров. С другой — технологии эволюционируют: появляются новые системы и решения, а люди не всегда хотят и готовы им обучаться. И здесь цифровые инструменты могут стать мостиком: вместо 40-страничной инструкции дать человеку визуал — смотри, надо делать так».
>
> **Андрей Яров**
> MU Eurasia, Руководитель отдела управления продуктами

Однако автоматизация не отменяет квалификацию, а меняет её содержание. Чем больше решений зафиксировано в модели и системе, тем важнее специалисты, которые могут описать стандарт, проверить исключение и связать цифровой статус с физическим результатом. Цифровизация высвобождает квалифицированное время, но одновременно повышает цену ошибок в исходных данных и технологических правилах.

3 От модели к площадке: цифровой инструмент должен стать частью физической работы

Чем ближе цифровой инструмент к физической работе, тем сильнее его ценность зависит от условий объекта, удобства интеграции и стоимости предотвращённых ошибок. Часто данные доходят до руководителя проекта, технического заказчика, генподрядчика и руководителя объекта, но не всегда до рабочего. Пока управленческое звено видит показатели стройки, контролирует отклонения и принимает решения, непосредственный исполнитель часто получает информацию через бумажный чертёж, устное объяснение или физическую метку на элементе.

Чтобы цифровой контур действительно доходил до площадки, инструмент должен быть встроен в саму операцию. AR, визуальные инструкции и цифровые подсказки могут показать, какой элемент взять, куда его установить и что проверить. Но они сработают только в том случае, если рабочему не приходится ради этого прерывать монтаж и обращаться к ещё одному экрану.

Поэтому для площадки важны форматы «без рук»: носимые устройства, визуальные подсказки в поле зрения, голосовая фиксация действий. Пока такие решения остаются дорогими и не всегда удобными для массового применения. Их экономика лучше сходится на сложных промышленных и инфраструктурных объектах, где ошибка или простой стоят дорого. На типовой стройке цифровой интерфейс должен быть предельно коротким: показать следующий шаг, отсканировать метку, подтвердить этап фотографией или зафиксировать отклонение голосом.

> «Чаще всего рабочий на стройке работает в перчатках, что затрудняет использование сенсорных устройств. К тому же обе руки у него обычно заняты: в одной инструмент, в другой — монтируемый элемент. Когда не нужно ничего держать в руках и постоянно отвлекаться, рабочий процесс существенно упрощается».
>
> **Андрей Яров**
> MU Eurasia, Руководитель отдела управления продуктами

Размер компании сам по себе не определяет её способность к цифровизации. Важнее другое — насколько близко ежедневная проблема находится к человеку, который может изменить процесс. Там, где решение не проходит через длинную цепочку согласований, локальную задачу на площадке, в производстве или закупках проще быстро превратить в работающий инструмент.

> «Чем [компании] меньше, тем они быстрее это внедряют. Потому что человек, который принимает решение, ближе к проблеме. Он её чувствует каждый день и готов решить».
>
> **Денис Кузнецов**
> BIMAR SYSTEM, Основатель и генеральный директор

4 ИИ сокращает путь от идеи к модели, но не отменяет инженерную ответственность

Искусственный интеллект начинает менять строительство прежде всего в задачах, где есть понятный и быстро измеримый эффект: подготовка визуализаций, проверка документов, клиентская коммуникация и другие процессы. Например, в 3D-печати генеративный инструмент уже сокращает этап подготовки модели: референс можно быстро превратить в исходную 3D-модель.

> «Когда я начинал заниматься 3D-печатью, к принтеру нужен был ещё человек, который занимается 3D-моделями. Сейчас очень мало времени уходит на создание моделей благодаря искусственному интеллекту: нахожу референс, загружаю в ИИ — она делает 3D-модель, я загружаю её в принтер».
>
> **Алексей Розов**
> Лерто, Основатель компании

АПС ДСК параллельно тестировала два сценария применения ИИ на стройке. Первый — обработка видео с камер для поиска нарушений культуры строительства: например, работа без касок, мусор и другие очевидные нарушения на объекте. Второй — технический стройконтроль: проверка толщины швов между блоками, шага арматуры и других параметров работ.

Для второго сценария недостаточно просто подключить ИИ к существующим камерам. Нужны более плотное покрытие объекта, высокая точность распознавания и проверка результата человеком. Пока такая система не сокращает объём контроля, а добавляет ещё один этап и требует дополнительных затрат на оборудование.

> «Мы хотели, чтобы ИИ за нас проверял работу, а получится так, что ИИ будет проверять за нас, а мы в то же время будем перепроверять ИИ — правильно ли он всё определил».
>
> **Александр Кальсин**
> АПС ДСК, CEO

Ближайший эффект ИИ заметнее в задачах, где результат можно быстро проверить: подготовке визуализаций, работе с документами, анализе коммуникаций и поиске простых нарушений по видео. Чем ближе задача к физическому объекту и выше цена ошибки, тем важнее качество исходных данных и ответственность инженера за итоговое решение.

Куда движется тренд

Цифровая модель будет всё чаще выходить за пределы проектирования: из обязательного файла она превратится в рабочий инструмент для закупок, производства, площадки и продаж. Новые технологии активнее всего развиваются и приживаются там, где их применение экономически оправдано.

Главный вывод для бизнеса

Цифровизация создаёт эффект не тогда, когда компания оцифровала больше процессов, а тогда, когда единый цифровой контур проходит через всех участников проекта — от модели и бюджета до подрядчика, площадки и продажи.

Тренд 2

Импортозамещение оборудования и материалов

Рынок прошёл этап экстренной замены ушедших брендов. Следующую фазу определяют глубина локализации, скорость внедрения, доказанная эффективность и стоимость полного жизненного цикла товара

98%
уровень импортозамещения материалов и оборудования в строительной области

+2,5 п. п.
рост доли российских товаров в Лемана ПРО за два года

≈15%
оценочная доля отечественной техники на российском рынке дорожно-строительной техники, I полугодие 2026

До 70%
оценочная доля китайской техники на российском рынке дорожно-строительной техники, I полугодие 2026

За последние несколько лет российский строительный рынок заметно изменился. Ещё недавно импортное происхождение и знакомый международный бренд для многих служили быстрым сигналом качества и надёжности. Уход части зарубежных компаний, усложнение логистики и валютные колебания заставили рынок пересобрать привычные цепочки поставок и ускорили развитие российских производителей.

Сегодня отечественные материалы и оборудование всё чаще рассматривают не как вынужденную замену, а как самостоятельный вариант для проекта. Особенно это заметно в базовых строительных и отделочных категориях, где российские производители хорошо знают местные нормы, климат и особенности эксплуатации. При этом рынок остаётся неоднородным: в технологически сложных сегментах зависимость от зарубежных компонентов, оборудования и разработок по-прежнему остаётся высокой.

Как тренд живёт сегодня?

Импортозамещение больше не выглядит как выбор между «российским» и «импортным». Рынок перестроился и разделился на несколько моделей: базовые материалы производятся внутри страны, часть оборудования и компонентов поставляется из Азии, а новые бренды развиваются через локальных дистрибьюторов и собственные торговые марки.

Подход к закупкам товаров и оборудования тоже изменился: важно не только наличие товара, но и возможность быстро его получить, подтвердить характеристики, встроить в существующее решение и вернуть в работу при поломке.

Что говорят эксперты?

1 Локализация есть не во всех товарных категориях

В базовых материалах — цементе, смесях, металле, части отделочных материалов — российское производство уже занимает сильные позиции. Такие товары дорого перевозить издалека, поэтому локальные заводы здесь экономически оправданы. Но чем сложнее продукт, тем выше зависимость от внешних технологий. В электроинструменте, светотехнике, инженерном оборудовании и электронике российская сборка не всегда означает, что вся производственная цепочка находится внутри страны. Часто ключевые компоненты, оборудование или технологии по-прежнему приходят из-за рубежа.

> «Черновые стройматериалы исторически локализованы: их нерационально и невыгодно везти издалека. Столярные изделия производятся в России, потому что сырьеё уже здесь»
>
> «Наименее локализованные категории — это инструменты, электроинструмент и освещение. В освещении устойчивый тренд на то, что в Китае товарная группа технологически быстро развивается. Заместить невозможно: необходимо не только разместить производство, ещё необходимы R&D, чтобы товар был актуальным и конкурентным».
>
> **Михаил Никифоров**
> Лемана ПРО, Директор по товарным закупкам

Одно из уязвимых мест локализации — производственная цепочка: товар может выпускаться в России, но зависеть от импортного оборудования, автоматики, программного обеспечения или сервисного партнёра. В таком случае риск становится менее заметным и проявляется позже — например, при поломке или необходимости нарастить производственные мощности.

> «Оборудование для производства строительных материалов чаще всего зарубежное. Отсюда возникают валютный риск, риски ремонта и доступности сервиса».
>
> **Никита Магницкий**
> Альфа-Лизинг, Директор по стратегии

2 Выигрывает не самый дешёвый аналог, а самое быстрое доказанное решение

Конкуренция смещается от цены товара к скорости его внедрения в стройку. Выигрывает поставщик, который умеет быстро понять задачу, предложить совместимый товар, подтвердить его качество, доставить и взять на себя решение проблемы, если что-то пойдёт не так. Сегодня закупщик отвечает не только за выбор товара, но и за то, чтобы работа на объекте не останавливалась.

> «Поставщик, который на запрос подбирает качественный недорогой аналог и быстро его привозит, всегда будет выигрывать. Во многих отделах закупок висит девиз: „Нужно ещё вчера“.»
>
> «Нам важно, чтобы инструмент использовали именно на объекте — чтобы его взяли в руки люди, которым с ним работать. Если рабочие дают положительную обратную связь, итогом обычно становится рост доли закупки».
>
> **Дмитрий Юдин**
> ВсеИнструменты.ру, Ведущий менеджер по работе с ключевыми B2B-клиентами сегмента «Строительство»

На практике скорость зависит не только от логистики. Поставщик может привезти товар за день, но проект всё равно потеряет неделю на согласовании характеристик, подборе совместимых расходников или ожидании оплаты. Поэтому в B2B ценятся поставщики, которые снимают с клиента всю неопределённость сразу: помогают подобрать решение, дают понятные условия и не создают кассовый разрыв.

> «Если у нас цена чуть выше, но есть отсрочка на 90 дней, клиент закажет у нас, а не у производителя без отсрочки. Деньги стоят денег — возможность не платить в моменте может быть выгоднее низкой цены».
>
> **Дмитрий Юдин**
> ВсеИнструменты.ру, Ведущий менеджер по работе с ключевыми B2B-клиентами сегмента «Строительство»

Так поставщики всё чаще конкурируют не самим товаром, а готовностью решения: наличием продукции, скоростью подбора, технической поддержкой, условиями оплаты и способностью быстро исправить ошибку. Для строительного бизнеса это означает простой сдвиг: выбирать нужно не самый дешёвый товар, а самый надёжный путь от запроса до работы на объекте.

3 Цена владения важна не меньше цены покупки

Несколько лет назад рынок строительной техники и оборудования жил в логике расширения: на фоне высокого объёма строительства компании активно пополняли парк. Сейчас подход меняется — важнее не покупать больше машин, а дольше и эффективнее использовать уже имеющиеся. Это меняет структуру спроса: вместо новой техники растёт значение ремонта, запасных частей, сервиса и решений, которые помогают продлить ресурс оборудования.

> «Технику сейчас обновляют не так активно. Компании пытаются продлить срок полезного использования уже купленного парка — выкачать его ресурс до конца».
>
> **Никита Магницкий**
> Альфа-Лизинг, Директор по стратегии

Старая машина ценна для компании не только тем, что уже окупилась. Вокруг неё сформировалась привычная инфраструктура: механики знают, как её обслуживать, запчасти понятны, а сроки ремонта можно прогнозировать. Новому бренду приходится конкурировать не только с характеристиками техники, но и с накопленным опытом эксплуатации. Поэтому появляется другой критерий выбора: важно не только, сколько машина стоит сегодня, но и сколько денег она поможет сохранить или, наоборот, потерять за несколько лет.

> «В оборудовании, как и во многих других сферах, превалирует китайская транзакционная модель. Клиент не всегда понимает реальную остаточную стоимость, не знает итоговых издержек владения и не может оценить ликвидность актива в долгой перспективе. Можно купить китайскую технику дорого, а через три года она значительно снизится в цене. Лизинговые компании уже научились с этим работать. Поэтому если техника взята в лизинг, остаточная стоимость становится проблемой лизинговой компании, а не клиента».
>
> **Никита Магницкий**
> Альфа-Лизинг, Директор по стратегии

4 Собственные бренды меняют правила замены

Прозрачность цен в цифровых каналах усиливает давление на поставщиков: один и тот же товар покупатель может сравнить на нескольких площадках за несколько минут. На самых известных позициях становится сложнее удерживать маржу, поэтому компании всё чаще строят ассортимент не только вокруг узнаваемых брендов, но и вокруг собственных торговых марок. Они дают больше контроля над ценой, ассортиментом и экономикой продажи.

При этом собственная торговая марка сама по себе не означает локализацию: товар может производиться за рубежом. Но в условиях перестройки поставок она становится одним из способов быстрее предложить рынку альтернативу привычному бренду.

Для покупателя бренд перестаёт быть единственным ориентиром. Если аналог доступен, понятен по характеристикам и не уступает в работе, переход на менее известную марку становится рациональным решением. По оценке ВсеИнструменты.ру, жёсткая привязка к конкретному бренду остаётся скорее исключением, чем правилом — хотя в части технологичных категорий полноценных российских альтернатив всё ещё не хватает.

> «Все готовы: почему бы не покупать за меньшие деньги качеством не хуже? Сложностей с переориентацией мы не видим».
>
> **Дмитрий Юдин**
> ВсеИнструменты.ру, Ведущий менеджер по работе с ключевыми B2B-клиентами сегмента «Строительство»

В потребительских категориях переход на новые марки происходит быстро: решение всё чаще принимается прямо в момент выбора — на основании цены, отзывов и характеристик. Это снижает барьер для брендов-челленджеров: им не нужно годами завоёвывать место на полке, чтобы попасть в поле зрения покупателя.

> «Есть устойчивое снижение бренд-зависимости. Люди начинают обращать меньше внимания на сам бренд. Появление нового бренда настолько быстро набирает обороты, его можно через ритейл-медиа прокачать и повысить узнаваемость среди покупателей. Происходит трансформация рынка А-брендов, брендов-челленджеров во всех товарных группах».
>
> **Михаил Никифоров**
> Лемана ПРО, Директор по товарным закупкам

Куда движется тренд

В ближайшие годы импортозамещение перейдёт от срочного поиска замены к системной работе с рисками. Для критичных категорий компании будут заранее утверждать аналоги, фиксировать требования к совместимости, срокам поставки, наличию запчастей и сервису. Решение о замене поставщика всё реже будет приниматься уже после сбоя на объекте.

Поставщики будут глубже интегрироваться в процесс закупок: не просто продавать товар, а помогать с подбором, испытанием, запуском и ремонтом. Для новых марок обязательным условием доверия станет история эксплуатации товаров.

Главный вывод для бизнеса

Следующая стадия импортозамещения — создание управляемой системы закупок, в которой замена товаров не останавливает работу на стройплощадке.

Тренд 3

Модульные и префаб-решения: строительство частично переезжает на завод

>2 млн м²

площадь жилья по программе реновации в Москве, строящегося с применением префаб-технологий

30—50%

сокращение сроков строительства при использовании префаб-технологий

6%

доля жилищного строительства с применением префаба в России

Префабрикация — это перенос части строительных работ с площадки на производство. На заводе изготавливают элементы высокой степени готовности: панели, перекрытия, лестницы, фасадные и инженерные узлы. В модульном строительстве на объект доставляют уже собранный объём — например, комнату, санузел или блок здания. На площадке остаются монтаж, стыковка и контроль качества соединений.

Такой подход позволяет вести процессы параллельно: пока на участке готовят фундамент, завод выпускает элементы. Но префаб не стоит воспринимать как универсальную замену традиционной стройке. Его эффективность зависит от тиражируемости проекта, точности инженерной подготовки и способности площадки принять готовые элементы без простоев и переделок.

Как тренд живёт сегодня?

Сегодня префаб уже не нужно доказывать как идею: он работает в типовых и повторяемых проектах, при жёстких сроках и там, где особенно важны контролируемое качество и понятная смета. Но с практическим опытом ушло и избыточное ожидание, что технология сможет универсально заменить традиционную стройку. Её результат зависит от тиражируемости проекта, точности подготовки, логистики и готовности площадки принять элементы без переделок.

Что говорят эксперты?

От префаба ожидают скорости и прозрачности, а не автоматической экономии

Скорость строительства напрямую влияет на экономику проекта. Чем раньше объект готов, тем быстрее девелопер может передать его заказчику, раскрыть эскроу и сократить стоимость финансирования. Поэтому префаб прежде всего помогает управлять сроками сдачи, а не просто заменяет ручной труд заводским.

> «Скорость строительства нужна, чтобы использовать деньги на счетах эскроу как можно меньшее время и платить за это меньший процент. Поэтому стройка должна быть быстрая, понятная банку и всем остальным участникам, в том числе клиенту».
>
> **Антон Боев**
> ФинСтройПанель, Управляющий партнёр

Однако заводская готовность не означает автоматического снижения себестоимости. Вместо части ручных работ на площадке появляются инженерная проработка, упаковка, доставка крупногабаритных элементов, крановая техника и подготовленный монтаж. В тиражных проектах эти расходы распределяются на десятки и сотни изделий. В штучном проекте они остаются внутри одного дома или объекта.

> «Ни одна из существующих префаб-технологий, к сожалению, не дешевле технологии ручной сборки. Да, скорость есть».
>
> **Александр Кальсин**
> АПС ДСК, CEO

Прямая себестоимость элемента — только часть расчёта. В префабе дороже обходится и позднее изменение: если ошибку обнаруживают после выпуска изделия, к стоимости новой панели добавляются простой бригады, демонтаж, обратная логистика и потерянное время. Поэтому дополнительная проверка до отгрузки — не перестраховка, а часть экономики технологии.

> «Нам проще потерять несколько дней на ручной проверке, чем потом остановить стройку, увезти панель, утилизировать её и изготовить новую. Ошибка, которая доехала до объекта, слишком дорога».
>
> **Антон Боев**
> ФинСтройПанель, Управляющий партнёр

Это особенно заметно в ИЖС: высокая вариативность домов мешает заводу работать как серийному производству. Каждый новый проём, планировка или конструктивное решение требуют новых чертежей, перенастройки процессов и дополнительного ручного труда.

> «В ИЖС дома разные, у нас уже больше ста моделей. На заводе одно дело — повторять один и тот же оконный проём на каждом этаже, а другое — когда от дома к дому меняются проёмы, чертежи и трудозатраты».
>
> **Антон Боев**
> ФинСтройПанель, Управляющий партнёр

Применение 3D-печати в строительстве хорошо показывает границу между заводской организацией и реальной автоматизацией. Цех снимает часть погодных и производственных ограничений, но не отменяет ручные операции. Пока они остаются, технология не может конкурировать с традиционной стройкой только за счёт переноса работ под крышу.

> «Переход в цеховые условия — фундаментальное решение, но пока в префабе [бетонных конструкций через 3D-печать] много ручного труда. Только когда мы уберём человека и автоматизируем укладку арматуры и подачу смеси, мы получим и красиво, и дешевле традиционной стройки».
>
> **Алексей Розов**
> Лерто, Основатель компании

Куда движется тренд

Префаб будет развиваться прежде всего в отдельных сегментах, а не через массовый переход всей стройки на готовые модули. Быстрее будет распространяться производство тиражируемых элементов.

Полностью модульные здания останутся нишевым решением для понятных сценариев: гостиниц, социальной инфраструктуры, удалённых территорий и проектов с ограниченной вариативностью. В ИЖС и более дорогих сегментах заводам придётся искать баланс между серийным конструктивом и запросом покупателя на индивидуальность.

Главный вывод для бизнеса

Технология окупается, когда компания повторяет решения и управляет всей цепочкой — до установки элемента на объекте. Если каждый проект приходится заново перепроектировать, а монтаж продумывать после выпуска изделий, заводская готовность добавит сложности и затраты, а не даст ожидаемой экономии.

Тренд 4

Переход бизнеса в онлайн

60%

исполнителей используют онлайн-рекламу или контент для продвижения

Авито Услуги и Авито Реклама

27%

считают рекомендации знакомых и соседей главным фактором доверия

Авито Услуги

1/3

целевого рынка услуг может уйти в онлайн за пять лет

Авито Услуги

Переход бизнеса в онлайн — это перенос клиентского пути в цифровую среду: от первого запроса и выбора исполнителя или товара до расчёта, оплаты, сопровождения заказа и повторной покупки. Для рынка услуг это площадки поиска, отзывы, портфолио и коммуникация с мастером; для торговли и B2B-закупок — каталоги, личные кабинеты, цифровой подбор и интеграции между заказчиком и поставщиком.

Онлайн не отменяет физическую работу, поставку или консультацию специалиста. Он берёт на себя процессы, которые можно стандартизировать и сделать прозрачными: поиск, сравнение вариантов, сбор исходных данных, оформление типовых операций и сопровождение сделки.

Как тренд живёт сегодня?

Онлайн в строительстве и ремонте уже не сводится к размещению объявления или каталога. Сегодня клиент выбирает исполнителя, сравнивает цены и условия, оценивает репутацию, получает расчёт и следит за ходом работ. Офлайн остаётся частью сделки, но всё реже становится её первым этапом.

Клиент всё чаще формирует короткий список специалистов, принимает решение о доверии или отказе и оценивает качество сервиса ещё до встречи. Онлайн становится инфраструктурой выбора и сопровождения, а не отдельным рекламным каналом. Скорость в этой инфраструктуре становится частью ценности услуги, как и удобство интерфейса. На рынке, где клиент делегирует ремонт, чтобы сэкономить время и силы, быстрый и честный ответ о возможности выполнить работу становится конкурентным преимуществом уже на первом контакте.

Что говорят эксперты?

1 Онлайн делает репутацию проверяемой

Рекомендация знакомого остаётся одним из самых сильных сигналов доверия, особенно когда мастер получает доступ в квартиру или отвечает за дорогую работу. Но онлайн позволяет распространить этот механизм за пределы личного круга: ещё до первого звонка клиент может увидеть портфолио, отзывы, специализацию, район работы и историю выполненных заказов.

> «Онлайн-платформы позволяют мастерам и компаниям снижать маркетинговые расходы, налаживать стабильный поток заказов и выстраивать долгосрочные отношения с клиентами. Они становятся единым окном для продвижения услуг: помогают исполнителям собирать отзывы, рейтинг, портфолио и всю информацию, необходимую заказчику для выбора специалиста».
>
> **Светлана Филимонова**
> Авито Услуги, Руководитель бизнес-направления «Строительство и ремонт»

Размещение объявлений онлайн упрощает поиск для обеих сторон: клиент быстрее находит подходящего специалиста, а исполнитель снижает долю случайных обращений и наращивает клиентскую базу. Сегодня эффективность онлайн-поиска определяется не количеством откликов на объявление, а качеством совпадения ожиданий заказчика и предложений исполнителя. Чем точнее карточка отвечает на вопросы клиента до первого звонка — о специализации, цене, локации, примерах работ и условиях, — тем меньше пустых диалогов и выше вероятность сделки.

> «Побеждают те исполнители — независимо от размера компании, — которые могут подтвердить свою квалификацию портфолио и отзывами, обеспечить прозрачную коммуникацию и предсказуемый результат».
>
> **Светлана Филимонова**
> Авито Услуги, Руководитель бизнес-направления «Строительство и ремонт»

Вопреки распространённому мнению, онлайн не конкурирует с сарафанным радио, а наоборот усиливает его. Локальная репутация, рекомендации соседей, отзывы о похожих работах в своём районе становятся цифровым подтверждением, которому клиент может доверять ещё до личного знакомства.

> «Сарафанное радио по-прежнему остаётся важным фактором выбора. Задача цифрового сервиса — сделать эту рекомендацию видимой и полезной не только для личного круга заказчика, но и для его района».
>
> **Светлана Филимонова**
> Авито Услуги, Руководитель бизнес-направления «Строительство и ремонт»

2 Переход от ручного подбора товаров к цифровым рекомендациям

В B2B-закупках онлайн постепенно становится рабочим контуром для типовых операций: через личные кабинеты и интеграции компании передают и согласовывают заявки, видят статус заказа и сокращают ручную работу закупщиков. Это делает процесс быстрее и прозрачнее, но не отменяет роль специалиста: стандартный заказ можно оформить в цифровом канале, а сложный подбор с учётом условий эксплуатации, аналогов и особенностей конкретного объекта по-прежнему требует экспертной консультации.

> «Процессы, которые раньше занимали несколько часов и требовали участия многих сотрудников, постепенно сводятся к нескольким действиям в личном кабинете».
> «Простые операции и первичный подбор переходят в онлайн, тогда как сложные и нестандартные запросы остаются в зоне ответственности экспертного сотрудника».
>
> **Дмитрий Юдин**
> ВсеИнструменты.ру, Ведущий менеджер по работе с ключевыми B2B-клиентами сегмента «Строительство»

Подбор оборудования и сопутствующих товаров в B2C всё чаще передаётся сайту, личному кабинету или цифровому ассистенту. Система может автоматически сформировать комплект необходимых позиций, избавляя покупателя от необходимости обращаться в магазин или консультироваться по телефону.

Для поставщика такая автоматизация снижает затраты на персонал, увеличивает количество товаров в одной покупке и повышает средний чек. При этом цифровые рекомендации могут использоваться не только для помощи клиенту, но и для продвижения более выгодных поставщику товарных позиций.

> «Личный кабинет всё подбирает за клиента. С онлайн-площадки редко уходят с одной позицией: как правило, покупают один, два, три, четыре SKU».
>
> **Дмитрий Юдин**
> ВсеИнструменты.ру, Ведущий менеджер по работе с ключевыми B2B-клиентами сегмента «Строительство»

Продажи строительных материалов и оборудования продолжают переходить в онлайн. Полноценные магазины и шоурумы постепенно превращаются в точки знакомства с товаром и пункты выдачи заказов, а сам выбор и оформление покупки происходят на сайте.

Для B2B-поставщиков этот переход преимущественно выгоден: он ускоряет закупки, автоматизирует документооборот и сокращает операционные затраты. Однако в рознице сохраняется проблема возвратов, особенно в категориях, где покупателю важно увидеть цвет, фактуру или другие свойства товара вживую.

> «Рынок всё активнее переходит в онлайн. Ключевым становится объединение в общую систему всех каналов общения и продаж — цифровых и физических. Если раньше у строительных компаний были привычные офлайн-магазины, то сейчас они постепенно превращаются в шоурумы и пункты выдачи: клиент может зайти на сайт, получить консультацию в чате, прийти посмотреть на товар вживую, а после заказать онлайн и забрать из магазина».
>
> **Дмитрий Юдин**
> ВсеИнструменты.ру, Ведущий менеджер по работе с ключевыми B2B-клиентами сегмента «Строительство»

3 Новое поколение — драйвер цифровизации

На рынок активно выходит поколение молодёжи — зумеры, чья юность пришлась на глобальный виток цифровизации. Они практически не готовы решать бытовые задачи офлайн, как это делали, например, их родители. Дело не в том, что они не умеют заниматься ремонтом или не хотят чему-либо учиться. Просто их фокус внимания сосредоточен сейчас на обучении, карьере, создании семьи, путешествиях. Вместе с ростом их потребительских запросов на рынке закрепляются 2 структурных сдвига: окончательный переход от DIY к Do It For Me и массовая цифровизация услуг.

> «Новое поколение практически не готово решать бытовые задачи офлайн. Вместе с ростом потребительских запросов оно закрепит за рынком услуг цифровой подход и стратегию делегирования задач».
>
> **Светлана Филимонова**
> Авито Услуги, Руководитель бизнес-направления «Строительство и ремонт»

Куда движется тренд

Онлайн станет основным местом, где клиент выбирает исполнителя. Платформы будут конкурировать не только за трафик, но и за качество подбора: насколько точно они понимают задачу, показывают релевантных специалистов, помогают сравнить условия и фиксируют ход работ.

Для исполнителей будет расти ценность цифровой репутации: портфолио, отзывы, специализация, скорость ответа и история работы станут не дополнением к сарафанному радио, а его публичной версией. Одновременно закрепится гибридная модель: типовые услуги и закупки перейдут в самообслуживание, а сложные случаи останутся за специалистом и личной консультацией.

Главный вывод для бизнеса

Переход в онлайн — это способность сделать путь клиента короче и понятнее: помочь быстро понять, подходит ли исполнитель или товар, снять ключевые сомнения до оплаты и не потерять связь после заказа.
Выигрывать будут компании, которые используют цифровой канал не как витрину, а как продолжение сервиса: показывают специализацию и опыт, честно формулируют условия и дают клиенту понятный контроль над работой.

Тренд 5

Безопасность и комфорт: дом покупают вместе со средой и сервисом

51%
россиян считают развитую инфраструктуру ключевым фактором при выборе нового жилья

89%
покупателей новостроек хотят видеть умные решения в самом доме и на придомовой территории

64%
управляющих организаций внедрили или планируют внедрить цифровую связь с жителями

Комфорт для покупателя всё чаще сводится к простому вопросу: сколько личного времени и непредвиденных расходов потребует дом после покупки. Площадь и «умные» функции — только часть выбора. Не меньшее значение имеют планировка, расходы на содержание, территория вокруг дома и понятный сервис.

Дом может выглядеть современным на бумаге, но проигрывать, если его сложно содержать, вокруг нет среды, а любую проблему приходится решать самостоятельно. Поэтому дом всё чаще покупают не как набор характеристик, а как возможность жить, а не постоянно заниматься организацией быта.

Как тренд живёт сегодня?

Сегодня комфорт становится частью самого продукта — наряду с архитектурой, инженерией и стоимостью покупки. Девелоперу и управляющей компании уже недостаточно построить качественный объект: важно заранее продумать, как человек будет пользоваться домом и территорией, получать услуги и решать повседневные вопросы.

Это меняет границы ответственности рынка. Планировка, благоустройство, цифровые сервисы, работа управляющей компании и доступ к бытовым услугам всё чаще воспринимаются как единый опыт проживания, а не как набор отдельных функций.

Что говорят эксперты?

1 Приоритеты покупателя при выборе дома изменились

Запрос на загородное жильё смещается от демонстративной площади к удобству повседневной жизни. Дом площадью 350–400 кв. м требует не только больших вложений при покупке, но и постоянных расходов на отопление, уборку, ремонт и обслуживание. Поэтому более компактные и одноэтажные форматы всё чаще воспринимаются как рациональный выбор: в них проще жить, их легче содержать, а площадь работает на реальные потребности семьи.

Одновременно меняется и сам подход к выбору. Покупатель всё реже погружается в детали фундамента, армирования или утепления — базовое качество строительства он ожидает получить по умолчанию. Вместо этого он оценивает планировку, свет и сценарии жизни в доме, которые определяют ежедневный комфорт.

> «Люди ушли от этих дворцов. Раньше чем больше дом, тем лучше. Сейчас прекрасно понимают: большой дом надо убирать, содержать, отапливать. Поэтому всё больше выбирают одноэтажные дома».
>
> **Александр Кальсин**
> АПС ДСК, CEO

В дорогом сегменте эта логика проявляется особенно явно: владельцу важна не максимальная технологичность дома, а предсказуемость его эксплуатации. Материалы и инженерные решения должны сохранять качество, не требовать постоянного ремонта и не отнимать время на обслуживание.

> «Больше запрос на долговечность самого здания, строительства и ликвидность, чем на экологичность... Задача — меньше времени тратить на подкраску, докраску, эксплуатацию».
>
> **Кирилл Корнеев**
> Компания СТМК, Сооснователь и генеральный директор

Тот же принцип лежит в основе роста популярности формата «заезжай и живи»: покупатели всё чаще интересуются домами не просто с черновой отделкой, а с готовым ремонтом, мебелью и кухней — форматом «дома под тапочки». Люди хотят избежать стресса, связанного с ремонтом, и не готовы брать на себя этот процесс из-за непредсказуемости расходов и сроков.

> «Люди не могут решиться на покупку дома, потому что они не знают, а сколько надо ещё на ремонт, а сколько надо на благоустройство...».
>
> **Ирина Коломасова**
> Юникор Недвижимость, Управляющий собственник

Покупатель оценивает не только участок и стены, но и всю среду вокруг дома: дороги, благоустройство, освещение, безопасность, места для детей, общественные пространства и доступ к сервисам. Поэтому эти элементы всё чаще приходится создавать до продаж, а не переносить «на потом». Отдельные технологические опции не заменяют среду: камера, домофон или приложение имеют смысл лишь тогда, когда делают жизнь безопаснее и проще — помогают спокойно отпустить ребёнка во двор, впустить курьера или быстро решить бытовой вопрос.

> «Сейчас так вообще трудно продать. Надо создавать среду. Мы в первую очередь делаем благоустройство: детские и спортивные площадки, дороги. Если раньше это делали в последнюю очередь, то сейчас — в первую».
>
> **Ирина Коломасова**
> Юникор Недвижимость, Управляющий собственник

2 Управляющая компания становится частью продукта

Обычная логика девелопмента разделяет проектирование и эксплуатацию: одна команда создаёт объект, другая начинает работать уже с готовым результатом. Сервисная модель снимает это разделение. Управляющая компания подключается к проекту не для формального согласования, а чтобы заранее выявить решения, которые позже могут оказаться неудобными или дорогими в обслуживании. После заселения она возвращает реальный опыт жителей в следующие версии продукта.

> «Мы подключаемся на этапе мастер-плана, когда уже есть территория, на которой планируются конкретные сценарии жизни и продукт. Вместе с командой проектирования обсуждаем систему мусороудаления, гранд-лобби, соседские центры, ресепшены, общественные пространства — как они будут жить и как повлияют на стоимость содержания».
>
> **Алёна Метелёва**
> Брусника. Управление домами, Генеральный директор

После ввода объекта в эксплуатацию сервисная команда получает то, чего нет ни у проектировщика, ни у отдела продаж: повседневный опыт жителей. Повторяющиеся обращения, домовые чаты, данные об эксплуатации и работа партнёрских сервисов показывают, где проект оказался неудобным или дорогим в обслуживании. Эта обратная связь нужна не только для решения текущих проблем, но и для того, чтобы не закладывать те же ошибки в следующие объекты.

> «Одна из целей УК — изучение потребительского поведения, формирование более точного знания о целевой аудитории, о жителях. Мы накапливаем эту базу знаний, обрабатываем её и делаем сервис понятным и персонализированным».
>
> **Алёна Метелёва**
> Брусника. Управление домами, Генеральный директор

После заселения житель дома становится постоянным потребителем десятков услуг: бытовых, технических, коммерческих и досуговых. Сегодня он чаще ищет их по отдельности: сравнивает исполнителей, проверяет качество, решает вопросы с доступом и оплатой.

Сервисная модель сокращает этот путь: управляющая компания не пытается заменить все сервисы своими силами, а собирает вокруг повседневных потребностей жителя проверенных партнёров и отвечает за удобство взаимодействия с ними.

Такая модель важна и для устойчивости самой управляющей компании. Дополнительные и партнёрские сервисы создают экономику, которая позволяет поддерживать качество базовой эксплуатации.

> «Рынок переходит от конкуренции к партнёрству: всё больше сервисов для жизни будут бесшовно интегрированы в приложение клиента».
>
> **Алёна Метелёва**
> Брусника. Управление домами, Генеральный директор

Органичным развитием сервисной модели станет переход от реакции на поломки к формату подписки на регулярное обслуживание дома с понятным графиком ремонтов и работ.

> «Сейчас сервисные и подписочные модели — это один из главных трендов: бытовые сценарии жизни можно внести в календарь, как ТО машины».
>
> **Алёна Метелёва**
> Брусника. Управление домами, Генеральный директор

3 Умный дом переходит от набора функций к управлению домом

Рост интереса к умному дому связан прежде всего с прикладными сценариями. В 2026 году, по данным Авито Услуг, установку умных штор стали заказывать в девять раз чаще год к году, датчиков протечек — в семь раз, умного кондиционирования — в 6,5 раз.

За этим спросом, особенно в дорогом сегменте, стоит желание оптимизировать рутину: сократить число бытовых решений и освободить время владельца. Хороший умный дом работает почти незаметно: предотвращает проблему, берёт на себя рутину и не заставляет человека разбираться в сложной системе.

> «Время — это тот фактор, который не восстанавливается: его нельзя повернуть назад, его нельзя купить. Задача умного дома — освободить человека от управления бытовыми процессами: нужные сценарии уже заложены в систему. Всё скрыто, но всё работает. Человек выстраивает своё время и пространство, а дом становится инструментом для этого».
>
> **Кирилл Корнеев**
> Компания СТМК, Сооснователь и генеральный директор

Отдельные устройства постепенно уступают место связанной системе управления зданием. Она включает не только функции внутри квартиры, но и доступ, инженерные системы, общие пространства, безопасность и обслуживание. Массовое внедрение зависит не от количества доступных технологий, а от экономики проекта и понятного владельца каждой функции.

> «Следующий шаг — умные здания. Это цифровая модель дома. Из неё мы сможем получать стандарт, как правильно управлять конкретным домом: как часто нужна уборка, когда обслуживать оборудование и что нужно именно этому зданию».
>
> **Алёна Метелёва**
> Брусника. Управление домами, Генеральный директор

Куда движется тренд

Комфорт будет всё больше зависеть от того, насколько незаметно все его компоненты работают вместе. Наиболее востребованными станут решения с понятным эффектом: профилактика аварий, управляемый доступ, прозрачная история объекта, надёжная инженерия и сервис, который снимает с жителя регулярные заботы.

Сервисные компании будут глубже участвовать в создании продукта, а данные эксплуатации — возвращаться в проектирование. Умные функции будут закрепляться в сценариях, где они экономически эффективны и дают измеримую пользу жителям.

Главный вывод для бизнеса

Безопасность и комфорт измеряются не дорогой комплектацией и уровнем «премиальности», а способностью продукта снижать неопределённость и нагрузку на человека: заранее показывать будущие расходы, делать среду удобной для жизни, предотвращать часть проблем и давать понятный маршрут решения, если проблема всё же возникла.

Инструменты для роста вашего бизнеса

Отраслевое решение Альфа-Банка для строительных компаний

Упростим расчёты с сотрудниками и подрядчиками, поможем с тендерами и снизим риски блокировок по 115-ФЗ

Подробнее

Бесплатный подбор СРО и помощь в ускоренном вступлении

Подберём СРО в нужном регионе, поможем со специалистами НРС и документами и сопроводим на всех этапах

Подробнее

Массовые выплаты внештатным специалистам

Переводите деньги физлицам и самозанятым по номеру карты или номеру телефона через СБП

Подробнее

Участвуйте и побеждайте в госзакупках по 44-ФЗ, 223-ФЗ и 185-ФЗ

- Откройте специальный счёт участника закупок
- Подбирайте подходящие закупки и заключайте выгодные сделки
- Подключите электронную банковскую гарантию
- Пользуйтесь банковским сопровождением

Подробнее

Получите до 50 000 бонусов в Авито Работе

Экономьте на продвижение вакансий: пополните счёт, получите бонусы и оплатите ими до 99% стоимости продвижения

Подробнее

7000 бонусов на продвижение в Авито Услугах

Начните предлагать услуги на Авито и получите бонусы для продвижения, чтобы привлечь больше клиентов

Подробнее

Скидка 7000 бонусов на продвижение на Авито

Продавайте товары на Авито и привлекайте покупателей с выгодой: перейдите на тариф, пополните его аванс или Авито Кошелёк и получите 7000 бонусов

Подробнее

Заявите о себе и привлеките клиентов с помощью Авито Рекламы

Запускайте рекламу на Авито и привлекайте клиентов, которые ищут товары и услуги для строительства и ремонта

Подробнее

Источники

Официальная статистика и регулирование

1. Росстат. «Строительный комплекс Российской Федерации в 2025 году»
2. Росстат. Оперативная статистика строительства
3. Росстат. Индексы цен производителей на строительную продукцию
4. Банк России. Решение по ключевой ставке от 24 июля 2026 года
5. Банк России. Статистика ипотечного жилищного кредитования
6. Правительство России. Эскроу при строительстве ИЖС
7. Правительство России. Электронный паспорт дома
8. Минстрой России. Распространение ТИМ среди застройщиков
9. Минстрой России. Площадь жилья, строящегося с ТИМ
10. Минстрой России. Цифровизация проектов комплексного развития территорий
11. Минстрой России. Перечень критической промышленной продукции
12. ГОСТ Р 70346-2022. «Зелёные» многоквартирные жилые здания
13. Росстат. Деловая активность строительных организаций во II квартале 2026 года
14. Росстат. О жилищном строительстве за январь—август 2026 года
15. Росстат. Промышленное производство в январе—июле 2026 года
16. КонсультантПлюс. Изменение регулирования деятельности СРО в строительстве и проектировании

Партнёрская и отраслевая аналитика

17. Внутренняя аналитика Альфа-Банка.
18. Альфа-Лизинг. Экспертная оценка структуры российского рынка дорожно-строительной техники, I полугодие 2026 года
19. Авито Услуги. Исследование критериев выбора мастеров
20. Авито Услуги и Авито Реклама. Исследование продвижения исполнителей
21. Doma.ai. Исследование цифровых каналов связи управляющих компаний с жителями
22. NF Group. Происхождение материалов и оборудования в офисном строительстве
23. РБК. Локализация строительных материалов и оборудования
24. Corestone. Критический перечень 2027 для стройматериалов
25. Sherpa Group / «Сибирский деловой союз». Динамика объёма строительных работ
26. Fontanka. Модульное и индустриальное строительство
27. Novostroikino. Префаб-технологии в московском домостроении
28. AK&M. Расширение завода prefab-конструкций
29. Банк ДОМ.РФ. Загрузка подрядчиков ИЖС, работающих с эскроу
30. Банк ДОМ.РФ. Финансирование подрядчиков ИЖС с использованием эскроу
31. Ведомости. Производство дорожной техники в России в 2024 году
32. ТеДо. Российский рынок спецтехники: обзор 2026 года
33. Финмаркет. Росспецмаш о производстве и продажах дорожно-строительной техники в 2024 году

Экспертные интервью

34. Анастасия Коляда — Альфа-Банк, Руководитель по развитию продуктов в сегменте «Строительство и недвижимость»
35. Роман Губанов — Авито Работа, Директор по развитию
36. Светлана Филимонова — Авито Услуги, Руководитель бизнес-направления «Строительство и ремонт»
37. Никита Магницкий — Альфа-Лизинг, Директор по стратегии
38. Алексей Павлов — Брусника.Проектирование, Руководитель отдела BIM
39. Алёна Метелёва — Брусника. Управление домами, Генеральный директор
40. Михаил Никифоров — Лемана ПРО, Директор по товарным закупкам
41. Дмитрий Юдин — ВсеИнструменты.ру, Ведущий менеджер по работе с ключевыми B2B-клиентами сегмента «Строительство»
42. Денис Кузнецов — BIMAR SYSTEM, Основатель и генеральный директор
43. Андрей Яров — MU Eurasia, Руководитель отдела управления продуктами
44. Алексей Розов — Лерто, Основатель компании
45. Кирилл Корнеев — Компания СТМК, Сооснователь и генеральный директор
46. Александр Кальсин — АПС ДСК, CEO
47. Антон Боев — ФинСтройПанель, Управляющий партнёр
48. Ирина Коломасова — Юникор Недвижимость, Управляющий собственник