

Strategy Partners

Рынок курортной недвижимости в России: текущее состояние и перспективы развития

2026 г.

strategy.ru

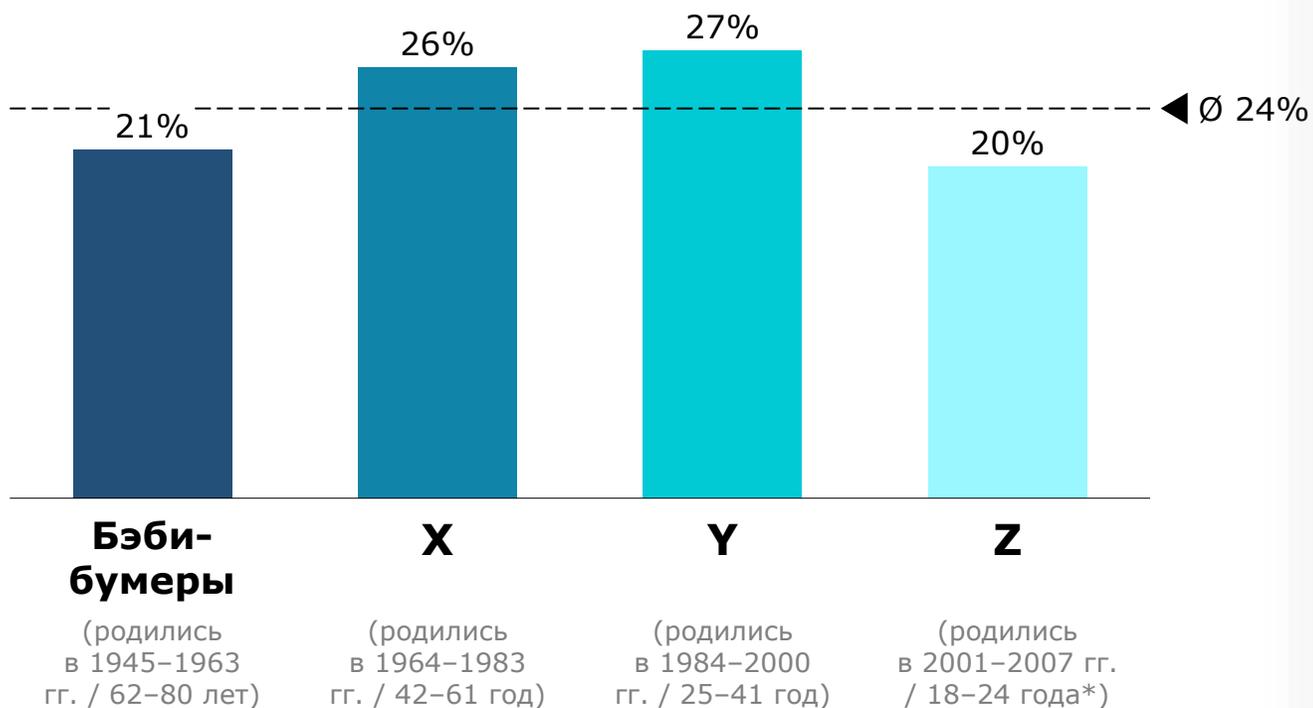


Резюме

1. Почти четверть российских туристов заинтересованы сегодня в размещении в апартаментах во время отпуска. Ключевыми факторами, способствующими высокой популярности данного формата, являются: экономичность для семей/групп, возможность получить больше пространства и удобств, гибкость планирования, развитие платформ для самостоятельного бронирования.
2. Рост популярности приобретения курортных апартаментов для инвестиций и личного пользования стимулировал активное увеличение данного предложения со стороны девелоперов, при этом оно пока сосредоточено в основном в пяти регионах РФ, которые традиционно принято считать «туристическими». Общий объем экспозиции на конец 2025 г. составил более 1 млн кв. м, а крупнейшими по объему предложения рынками стали: Республика Крым (437,4 тыс. кв. м), Сочи (345,0 тыс. кв. м) и побережье Краснодарского края (117,8 тыс. кв. м).
3. Средние площади лотов пока являются сравнительно небольшими: 53 кв. м (бизнес-класс) и 61 кв. м (премиум-класс), а средние цены на них варьируются от 270 до 1 880+ тыс. руб. за кв. м в зависимости от локации и класса. Самые дорогие апартаменты представлены на курортах Сочи.
4. Целевая аудитория, заинтересованная в покупке апартаментов в курортных локациях, в основном ориентируется на приобретение 1–2-комнатных апартаментов в диапазоне 20–60 млн руб., предпочитая мало- и среднеэтажные комплексы с чистовой отделкой и (опционально) меблировкой. На морских курортах для покупателя наиболее критично наличие собственного пляжа, объектов питания и спортивной инфраструктуры, а также высокого уровня безопасности, консьерж-сервиса и паркинга. Основная часть покупателей (более 75%) готова рассмотреть передачу апартаментов под профессиональное управление.
5. Дальнейшее развитие рынка курортной недвижимости будут стимулировать несколько движущих факторов: рост туристического потока по России (внутреннего и в перспективе внешнего), недостаток качественных средств размещения в сегменте 3–5*, который вряд ли будет восполнен в ближайшие 5–10 лет, а также привлекательная инвестиционная доходность девелопмента таких объектов, позволяющая собственникам получить прибыль не только от строительства, но и от последующего управления активом.

Более 20% туристов разных возрастов в период своего отпуска заинтересованы в размещении в квартирах или апартаментах

Доля туристов, заинтересованных в размещении в квартирах/апартаментах в период отпуска, %

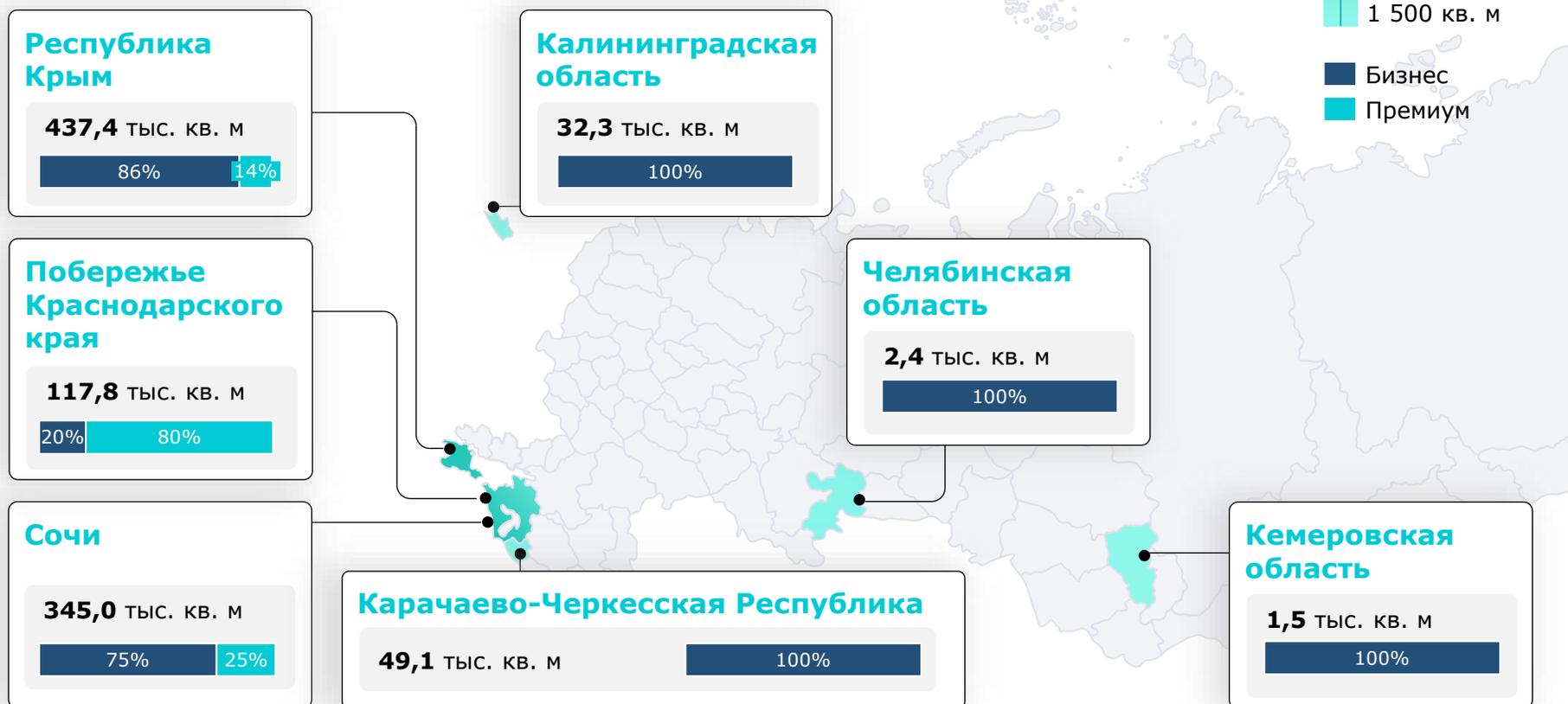


Ключевые факторы, способствующие популярности формата апартаментов у целевой аудитории:

1. Выгодная экономика: в пересчете на человека (и особенно для семей/групп) апартаменты часто дешевле отелей и позволяют экономить на питании (готовить еду самостоятельно)
2. Как правило, апартаменты позволяют получить больше пространства и удобств: отдельная спальня, гостиная, кухня, иногда несколько санузлов, что особенно важно для семей и долгих поездок
3. Более высокая гибкость — возможность самостоятельно планировать питание, график, приглашать гостей, жить менее «регламентированно», чем в отеле
4. Развитие платформ, через которые можно напрямую забронировать апартаменты у хозяина, а также постепенное развитие сегмента сервисных апартаментов под управлением профессиональных УК

Основной объем экспозиции курортных апартаментов* бизнес- и премиум-класса сосредоточен в шести регионах России и составляет ~1¹ млн кв. м

Карта экспозиции строящихся курортных апартаментов в России по состоянию на IV кв. 2025 г. (предложение первичного рынка, кв. м)



Комментарии

733,8 тыс. кв. м — экспозиция апартаментов бизнес-класса.

1

251,7 тыс. кв. м — экспозиция апартаментов премиум-класса.

2

Предложение курортных апартаментов **экономкласса** представлено единичными объектами и в исследовании не учитывалось.

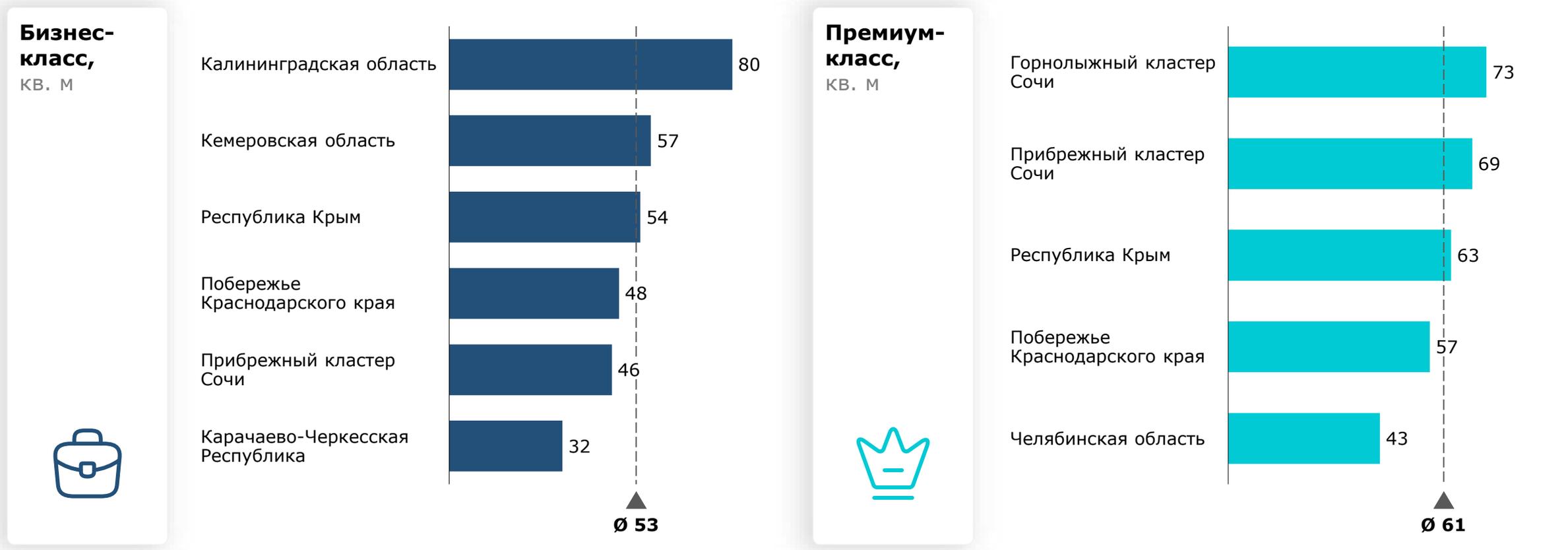
3

1 — по данным на IV кв. 2025 г.



Средняя площадь курортных апартаментов России в сегментах «бизнес» и «премиум» составляет 53–61 кв. м соответственно

Средние площади лота в строящихся комплексах курортных апартаментов в России в разрезе классов по состоянию на IV кв. 2025 г. (предложение первичного рынка, кв. м)

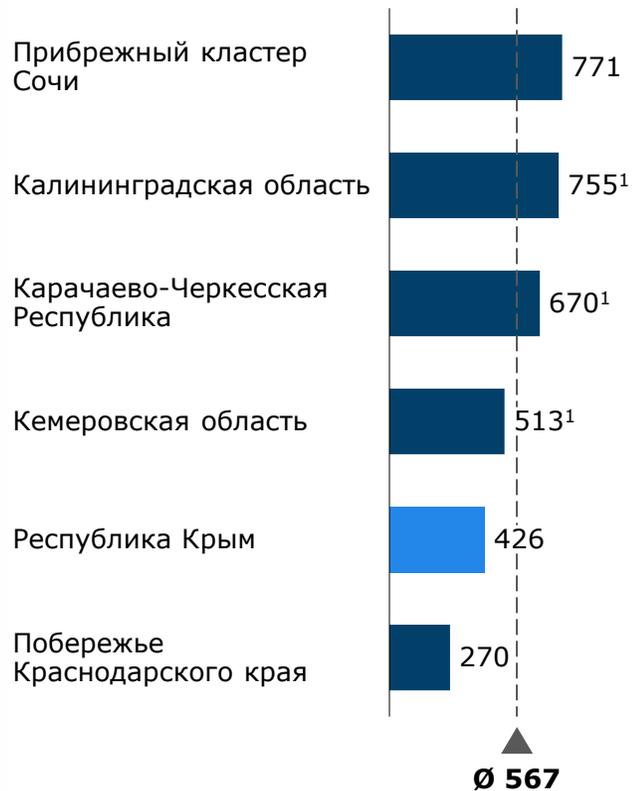




Средняя цена в сегментах «бизнес»/«премиум» варьируется от 270 до 1 880+ тыс. руб. за кв. м в зависимости от локации

Средние цены в строящихся комплексах курортных апартаментов в России в разрезе классов по состоянию на IV кв. 2025 г. (предложение первичного рынка, тыс. руб. / кв. м)

Бизнес-класс,
тыс. руб. / кв. м



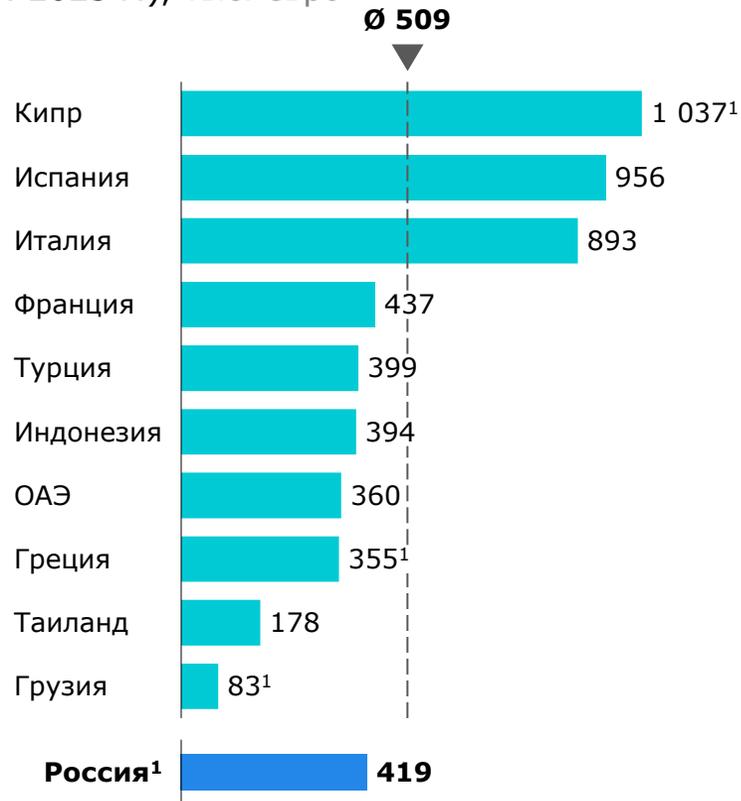
Премиум-класс,
тыс. руб. / кв. м



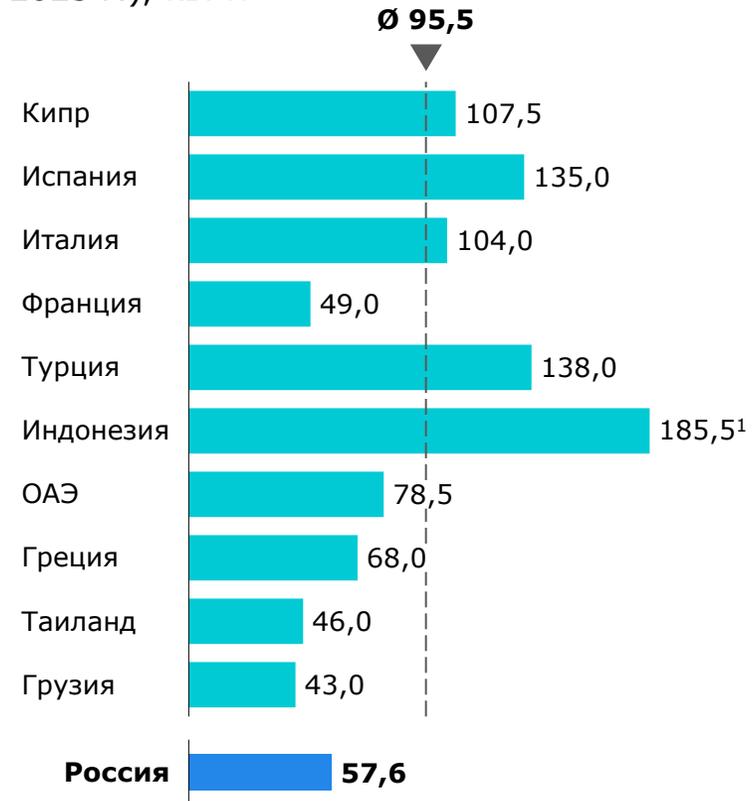
1 — цена с чистовой отделкой и меблировкой.

Общая стоимость покупки курортной недвижимости в РФ ниже средней в группе сравнения, что обусловлено меньшей площадью и менее развитой инфраструктурой

Средняя стоимость лота в экспозиции в апарта-комплексах бизнес- и премиум-класса в зависимости от страны (IV кв. 2025 г.), тыс. евро



Средняя площадь лота в экспозиции в апарта-комплексах бизнес- и премиум-класса в зависимости от страны (IV кв. 2025 г.), кв. м



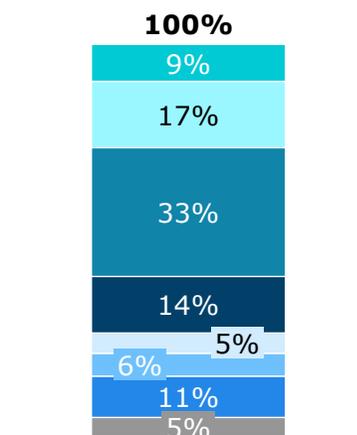
1 — курс евро для расчета — 94 руб.

Более 60% целевой аудитории заинтересовано в покупке 1–2-комнатных апартаментов площадью 40–80 кв. м в диапазоне 20–60 млн руб.

ПРОДУКТОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

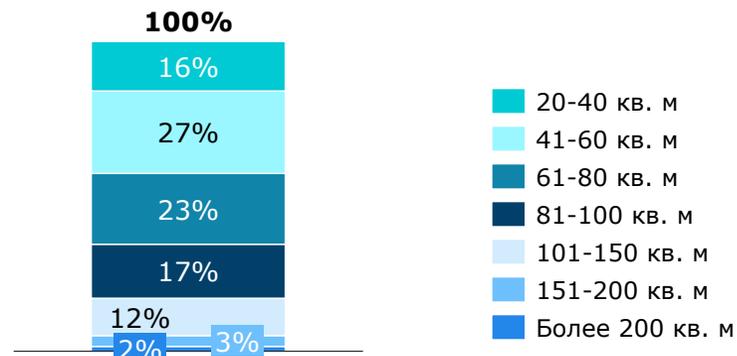


Тип апартаментов, %

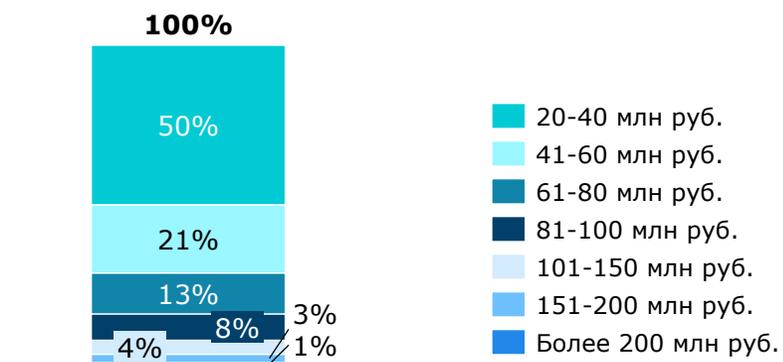


- Студия
- 1-комн. апартаменты
- 2-комн. апартаменты
- 3-комн. апартаменты
- Более 3 комнат
- Пентхаус
- Двухур. апартаменты
- Вилла

Площадь апартаментов¹, %



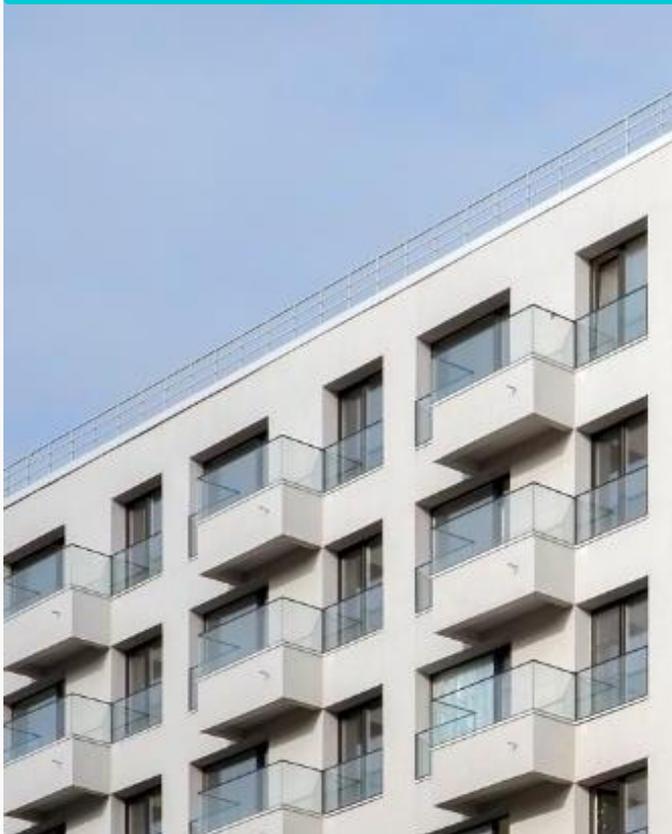
Стоимость апартаментов¹, %



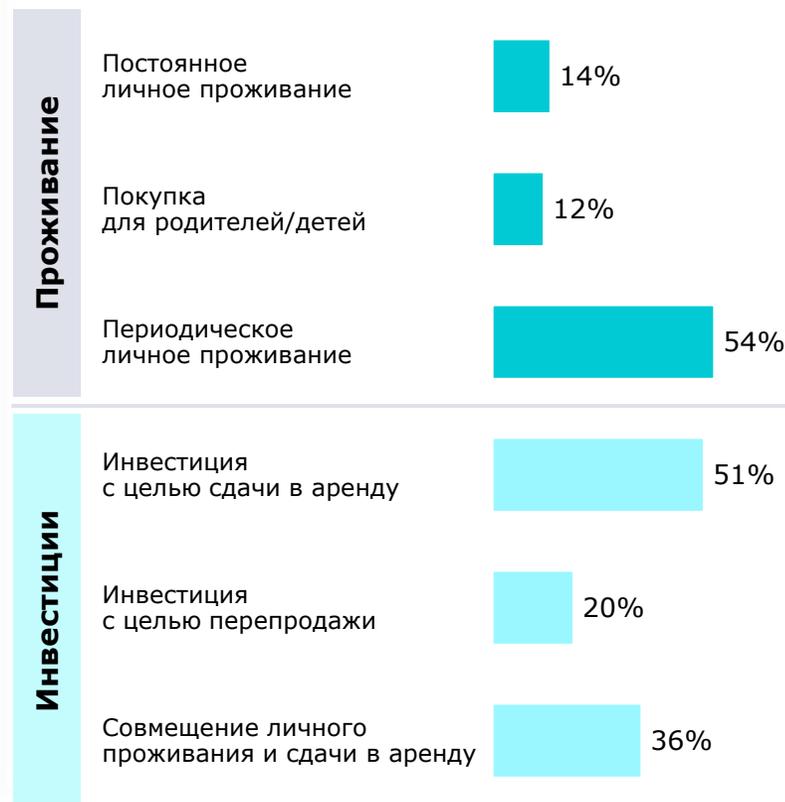
1 — с учетом террас.

Более 50% ЦА рассматривает приобретение апартаментов как инвестицию, эти покупатели заинтересованы в рассрочке и готовы рассмотреть передачу актива в управление

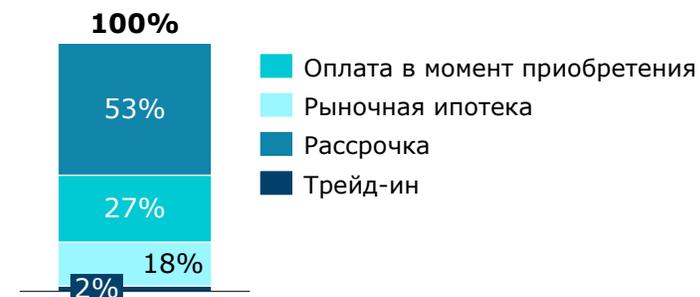
ПРИЧИНА И СПОСОБ ПОКУПКИ



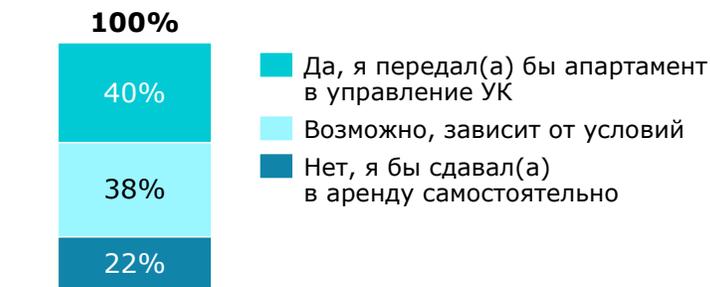
Причина покупки апартаментов в курортной зоне¹, %



Предпочитаемый способ покупки апартаментов, %



Готовность ЦА передать апартаменты в управление профильной УК, %



1 — вопрос предусматривает возможность нескольких вариантов ответа, в связи с чем сумма ответов может превышать 100%.

Наибольший интерес у ЦА вызывают мало- и среднеэтажные апартамент-комплексы с чистовой отделкой и меблировкой, более 30% аудитории готовы также приобрести машино-место

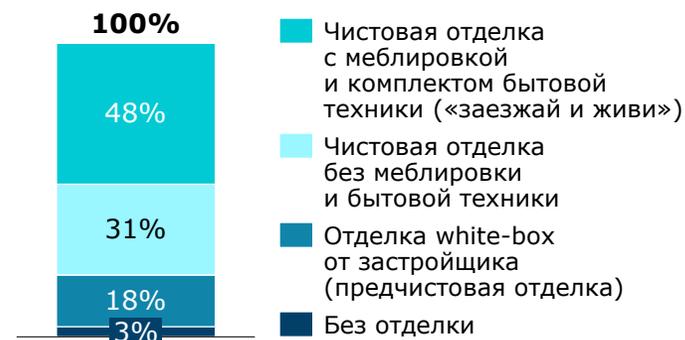
ПРОДУКТОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ



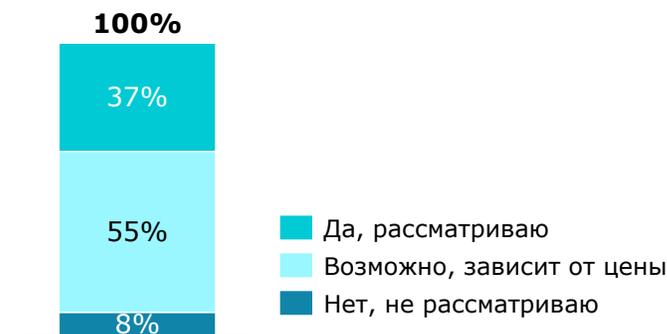
Предпочтения по этажности комплекса апартаментов¹, %



Предпочтения по отделке апартаментов (вкл. в стоимость), %



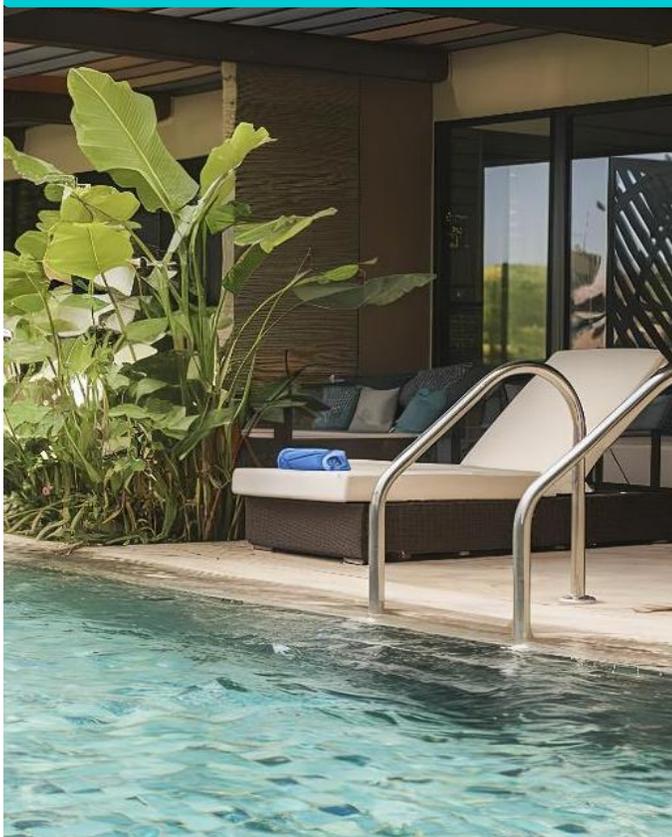
Приобретение машино-места при покупке апартаментов, %



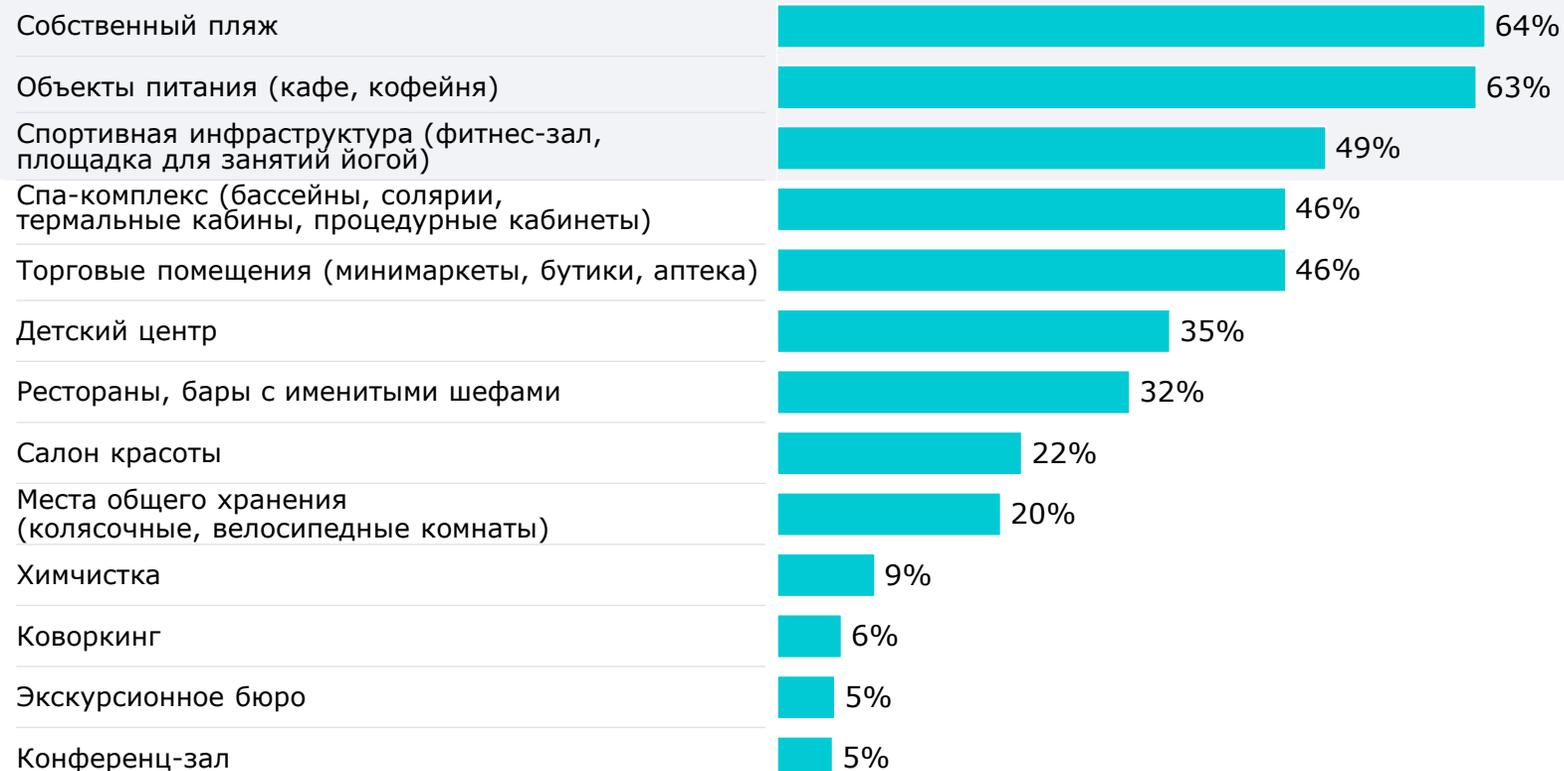
1 — вопрос предусматривает возможность нескольких вариантов ответа, в связи с чем сумма ответов может превышать 100%.

Для покупателей апартаментов на морских курортах важно наличие собственного пляжа, объектов питания и спортивной инфраструктуры

ПРОДУКТОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ



Объекты инфраструктуры, которые (по мнению ЦА) необходимы для премиального комплекса¹, %



1 — вопрос предусматривает возможность нескольких вариантов ответа, в связи с чем сумма ответов может превышать 100%.

Среди наиболее значимых характеристик и сервисов заинтересованная аудитория выделяет безопасность, консьерж-сервис и места для парковки каршеринга

ПРОДУКТОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ



Дополнительные сервисы, которые (по мнению ЦА) необходимы для премиального комплекса апарт-отелей с гостиницей 5* в пгт Кореиз¹, %



1 — вопрос предусматривает возможность нескольких вариантов ответа, в связи с чем сумма ответов может превышать 100%.

Дальнейшее развитие рынка курортной недвижимости будут стимулировать несколько факторов

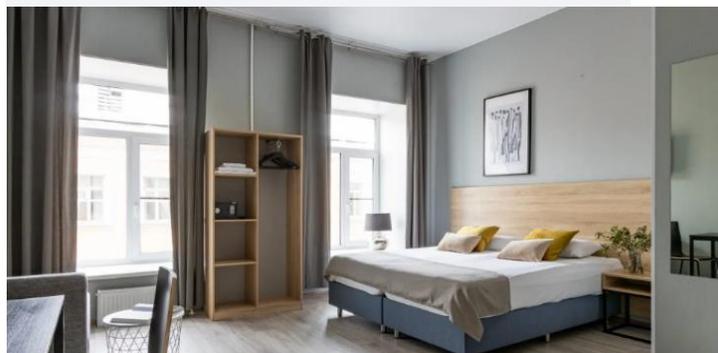
Ключевые факторы развития рынка курортных апарт-отелей в России

Динамичный рост внутреннего туризма



К 2030 г. ожидается рост в 1,5 раза туристического потока в РФ (согласно целевым индикаторам Стратегии развития туризма в РФ).

Недостаток качественных КСР во многих регионах



Всего 25–30% средств размещения сегодня имеют классификацию уровня 3–5* — дефицит, который сложно восполнить в ближайшие 5–10 лет с учетом невысокой инвестиционной доходности гостиничного бизнеса.

Рост привлекательности сегмента для частных инвестиций



Более высокая доходность для девелопера, чем в сегменте гостиниц (сопоставимая с жильем), а также возможность получать в дальнейшем стабильный доход от управления после продажи лотов.



Решения,
которые работают



Елена Киселёва

Партнер

+7 (985) 769-71-36

kiseleva@strategy.ru



[t.me/strategy
partners](https://t.me/strategypartners)



strategy.ru

121099, г. Москва, ул. Композиторская, д. 17

+7 (495) 730-77-47 | inbox@strategy.ru