

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СЕРВИСОВ ПО АРЕНДЕ НЕДВИЖИМОСТИ НА РЫНКАХ США И РОССИИ

Р.В. Евстигнеев

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург

А.П. Герман

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет», г. Санкт-Петербург

Научный руководитель – к.э.н., И.А. Кудинов

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург

В настоящее время рынок аренды недвижимости в развитых странах активно растет. По исследованию, проведенному аналитическим центром «НАФИ», объем рынка аренды недвижимости в России - 30, 5 млрд. долл. [2]. Для сравнения, в США данный показатель составляет 11,7 трлн. долл. [3].

В мегаполисах сложно быстро найти квартиру из-за низкой доли вакантной недвижимости на рынке. Удобство пользовательского интерфейса, скорость работы и оперирование достаточным объемом актуальной информации являются одними из важнейших критериев при выборе способа поиска недвижимости, поэтому клиенты всё чаще предпочитают интернет-сервисы. Целью проведения исследования является выявление особенностей рынков аренды недвижимости в России и в США и определение значения функциональных возможностей сервиса для пользователей в процессе выбора того или иного продукта. Также данная работа затрагивает вопросы оценки пользовательского интерфейса и прочих особенностей функционала, представляющих конкурентное преимущество сервисов.

Для целей анализа сервисов на рынках США и России были выделены три категории: 1) лидер; 2) ближайший конкурент лидера; 3) аутсайдер (или новичок). Эти группы были выделены на основе классификации по следующим критериям: 1) количество пользователей; 2) оценка/рейтинг приложения или сайта; 3) объем трафика.

Сравнительный анализ проводился по следующим характеристикам:

- Полнота фильтров для выбора и сортировки предложений;
- UX/UI (будут оцениваться: эффективность проектирования, удобство работы, понятность дизайна);
- Источники данных (под источниками данных понимаются ресурсы из которых добывается информация. Это могут быть как другие сервисы, так и дополнительные данные — например, об уровне благосостояния района или доступности школ);
- Бизнес-процессы;
- Прочие конкурентные преимущества.

Полученные данные будут полезны при дальнейшей разработке сервиса, основной функционал которого будет заключаться в возможности подписки на уведомления о появившихся предложениях по аренде, соответствующих требованиям клиента: установленным фильтрам по цене, району и прочим требованиям. Как правило наблюдается “долгое” размещение менее привлекательных предложений

аренды и быстрая реализация более выгодных и интересных, поэтому на вышеописанный сервис можно ожидать спрос.

В результате было выявлено, что предоставление дополнительных функций положительно влияет на потребительский опыт и сказывается на выборе клиентом того или иного сервиса. На рынке США наблюдается большее количество игроков и, как следствие, более высокий уровень конкуренции. Важно отметить, что не всегда наиболее популярным продуктом является “лучший” с точки зрения формальных характеристик. Иногда это сервис, завоевавший популярность в прошлом и держащий большую долю рынка из-за инертности пользователей и известности бренда.

Список используемой литературы:

1. Сервис веб-аналитики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.similarweb.com> - (Дата обращения: 17.02.2019);
2. Аналитический центр “НАФИ”. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nafi.ru/analytics/spros-na-semnoe-zhile-ne-rastet/> - (Дата обращения: 17.02.2019);
3. Бюро переписи США. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.census.gov> - (Дата обращения: 17.02.2019);
4. Press Releases by Zillow. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zillow.mediaroom.com/2019-01-03-California-Captured-One-Third-of-the-National-Housing-Recovery> - (Дата обращения: 17.02.2019).

Автор	Евстигнеев Р. В.
Научный руководитель	Кудинов И. А.
Руководитель программы	Кудинов И. А.