

*Лебедев Никита Максимович, магистрант
СПБГАСУ, Факультет экономики и управления*

МОДЕРНИЗАЦИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ ЗА СЧЕТ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Аннотация: В настоящее время сервисы и технологии развиваются очень стремительно. Также возрастают требования клиентов на рынке продажи недвижимости, что заставляет компании искать новые решения для повышения своих продаж. Одним из таких решений является использование технологий виртуальной и дополненной реальностей. В данной статье рассмотрены основные направления применения технологий виртуальной реальности на рынке недвижимости. Приведен сравнительный анализ использования VR-технологий при продаже квартир в России и странах Европы. Рассмотрены статистические данные эффективности использования данных технологий, а также перспективы развития данной сферы.

Ключевые слова: недвижимость, виртуальная реальность, дополненная реальность, рынок недвижимости, 3D тур.

Abstract: Currently, services and technologies are developing very rapidly. Clients' demands on the real estate market are also increasing, forcing companies to look for new solutions to increase their sales. One of these solutions is the use of virtual and augmented reality technologies. This article discusses the main areas of application of virtual reality technologies in the real estate market. A comparative analysis of the use of VR technologies in the sale of apartments in Russia and European countries is presented. The article considers statistical data on the efficiency of using these technologies, as well as the prospects for the development of this area.

Key words: real estate, virtual reality, augmented reality, real estate market, 3D

tour.

На протяжении многих лет рынок недвижимости показывает стабильный рост. Однако, в связи с тем, что в настоящее время всё больше возрастает занятость людей, рынок недвижимости нуждается в новых сервисных технологиях, которые ускорят процесс реализации жилья. Существуют различные формы обслуживания клиентов, направленные на максимальное удовлетворение их потребностей и запросов. При этом, в сложившихся условиях рынок недвижимости нуждается в развитии сервиса и переходе от традиционных форм обслуживания к более современным, инновационным и удобным.

В настоящее время отношения между участниками рынка недвижимости по большей части строятся в традиционном формате, который предполагает очные встречи, просмотры недвижимости. Однако данный способ отнимает достаточно много времени. Усовершенствовать данный формат возможно с использованием технологий VR/AR. Преимуществами использования данных технологий для потребителя являются:

- обслуживание в удобное время;
- обслуживание в удобном для клиента месте;
- ориентация на реализацию желаний и запросов клиента;
- высокое качество предоставляемых услуг и другие;

Внедрение данного рода инноваций повысит конкурентоспособность на рынке недвижимости. В настоящее время данная услуга является уникальной на рынке, следовательно, её применение выделит компанию из общего числа конкурентов. Использование технологий виртуальной реальности на рынке предоставит возможность клиенту дистанционно осматривать предлагаемые объекты невидимости. Это может быть особенно актуально, если клиент планирует приобрести невидимость в другом городе/стране или же он рассматривает достаточно большое число вариантов, для просмотра которых необходимо большее время.

Согласно аналитическим данным технологии виртуальной и

дополнительной реальности (VR/AR) являются прибыльной сферой бизнеса. По мнению аналитиков Goldman Sachs Research объем рынка виртуальных технологий к 2025 году достигнет 80 миллиардов долларов. Фонд Skolkovo Ventures сообщает, что по итогам 2020 года объем рынка виртуальной (VR) и дополненной (AR) реальности вырос на 16% в сравнении с предыдущим годом и составил 1,4 млрд. рублей [1].

Об использовании виртуальной реальности в маркетинговых целях на строительном рынке в России стали говорить около 8 лет назад. Однако в то время применение данных технологий не оправдало своих ожиданий, и многие застройщики были разочарованы эффективностью данных инструментов и делились негативным опытом его использования в продажах.

На сегодняшний день использование VR/AR технологий в сфере продажи недвижимости набирает свои обороты и можно выделить следующие сценарии их использования:

1. При помощи 3D туров происходит визуализация квартир на сайте застройщика;
2. Использование мобильного VR, посредством загрузки виджета квартир на смартфон клиента и совершение виртуального тура при помощи картборда;
3. При помощи 3D очков или шлемов виртуальной реальности проведение презентации недвижимости;
4. Проведение презентаций на выставках и отраслевых мероприятиях с использованием технологий виртуальной реальности.

Количество подобных сценариев будет расти одновременно с увеличением опыта применения VR улучшением качества предложений со стороны разработчиков [2]. По приблизительным оценкам на сегодняшний день на российском рынке осуществляют свою деятельность не более 50 компаний, которые предлагают подобные решения для застройщиков. Однако руководитель российской Ассоциации виртуальной и дополненной реальности Екатерина Филатова поясняет, что ключевых игроков, показывающих

эффективные решения для продажи недвижимости на рынке не более пяти [3].

Внедрение VR/AR технологий на рынок недвижимости развитых западных стран произошло немного раньше, чем в России, однако в настоящее время объемы их использования приблизительно равны. Это связано с тем, что мотивы использования данных технологий у российских и зарубежных застройщиков абсолютно разные.

VR на рынке недвижимости в развитых западных странах начали использовать немного раньше, чем в России. Но на сегодняшний день темпы распространения технологии на западе схожи с нашими. Все дело в том, что мотивы использования инструмента у западных застройщиков и у российских, совершенно разные.

В России застройщики гораздо охотнее соглашаются на тестирование новых технологий. Покупательская способность населения снижена, что заставляет компании перестраивать свои коммуникации с клиентами, которые к тому же становятся всё более образованными и избирательными. В России, в отличие от Европы особенно успешны небольшие компании, готовые к экспериментам. А также, активнее меняют свои сценарии общения с клиентами региональные застройщики, а не столичные. Практика применения технологий виртуальной реальности у России и Европы имеет существенные отличия. Так, в Германии, например VR используют при продаже элитного жилья, а в России данные технологии применяют для продаж жилья эконом сектора. Тур по квартире в строящемся доме позволит сократить значительное количество предстоящих вопросов клиентов. Дополнительным плюсом этого сегмента является стандартизация квартир, благодаря которой их легче и быстрее моделировать.

Эффект от продаж недвижимости с использованием VR технологий трудно измерить. Некоторые цифры можно собрать, если интерактивы в формате 3D размещены на сайте застройщика. При этом новосибирская строительная компания Д54 использует технологии виртуальной реальности исключительно как инструмент офиса продаж, полагая при этом, что размещение VR-туров на

сайте будет лишать мотивации клиентов прийти на очную встречу. Эффективным сценарием здесь является то, что клиент, придя в офис и имея сомнения между вариантами квартир, получает VR-погулку по каждому из вариантов и уже на месте делает выбор и принимает решение. Это снижает риск того, что нерешительный клиент уедет к конкурентам [4].

Крупные застройщики пытаются повысить качество своего сервиса при помощи использования виртуальных технологий. В процессе строительства дома клиент может выбрать не только квартиру, а ещё и её внутреннюю отделку. Надев 3D очки, клиент может выбрать дизайн-проект своей будущей квартиры или же сформировать свой собственный. Человек меняет в виртуальной модели отделку и тут же видит её цену, так он управляет стоимостью своего ремонта. Такую услугу своим клиентам предлагает Ленстройтрест. По данным генерального директора данной компании такая опция добавляет 2-3 % к статистике сделок.

Таким образом, использование технологий виртуальной реальности на рынке недвижимости обладает рядом преимуществ в сравнении с традиционным форматом обслуживания клиентов. Данные преимущества характерны как для самих компаний (увеличивая число сделок), так и для их клиентов (повышая удобство). Уже очевидно, что VR в недвижимости это восходящий тренд и многие препятствия будут преодолены. Во-первых, постепенно снижается стоимость решений для девелоперов. Во-вторых, получает распространение информация о применении технологий виртуальной реальности в продажах недвижимости с контрастными результатами (увеличение визитов клиентов в офис, звонков, продаж).

Библиографический список:

1. Официальный сайт Фонда «Сколково» [Электронный источник] <https://sk.ru/foundation/> / (дата обращения 25.11.2021).
2. Волынов М.М., Китов А.А., Горячкин Б.С., Виртуальная реальность виды, структура, особенности, перспективы развития. – М. – 2020. С. 795-812.

3. Ассоциация дополненной и виртуальной реальности в России. [Электронный источник] <https://www.alladvertising.ru> (дата обращения 24.11.2021).

4. Официальный сайт компании «Девелопмент 54» [Электронный источник] <http://d54.group/> (дата обращения 27.11.2021).