

Халова Арина Дмитриевна, студент

ФГБОУ ВО «Петрозаводский государственный университет»

Кравцова Татьяна Сергеевна, преподаватель

ФГБОУ ВО «Петрозаводский государственный университет», аспирант

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ЖИЛЫХ ПОМЕЩЕНИЙ ПОД СДАЧУ В КРАТКОСРОЧНУЮ АРЕНДУ

Аннотация: В городах наблюдается большой спрос на посуточную сдачу квартиры. По последним данным, такое жильё может приносить прибыль в несколько раз больше, чем долгосрочная аренда. Ковид внёс свои изменения в рынок недвижимости, не обошёл он и этот сегмент. Однако сейчас идёт курс на восстановление, люди снова начали путешествовать, а значит, вернулся и спрос на квартиры. И очень часто туристам и командировочным людям проще, выгоднее и легче найти место для ночлега в жилом секторе, чем подбирать гостиницу, соответствующую всем параметрам, а для арендодателей это хороший способ заработать [1]. Целью научно-исследовательской работы является проектирование жилого помещения для сдачи в краткосрочную аренду.

Ключевые слова: маркетинг, жилые помещения под сдачу в краткосрочную аренду, проектирование, реклама, рынок услуг.

Abstract: In cities, there is a great demand for daily rent of an apartment. According to recent data, such housing can bring profits several times more than long-term rentals. Covid has made its own changes to the real estate market, it has not bypassed this segment either. However, now there is a recovery course, people have begun to travel again, which means that the demand for apartments has also returned.

And very often it is easier, more profitable and easier for tourists and business travelers to find a place to stay in the residential sector than to choose a hotel that meets all the parameters, and for landlords this is a good way to earn [1]. The purpose of the research work is the design of residential premises for short-term lease.

Key words: marketing, residential premises for short-term lease, design, advertising, services market.

Для российской экономики определение маркетинга как комплекс мер по продвижению товара или услуги находится в стадии становления на рынке.

Отрасли, которые динамично развиваются – рынки потребительских товаров или услуг, где присутствует конкуренция, и применяются законы рынка, которые придают маркетингу главное значение, а также пользуются его инструментами. Внимание к маркетингу обосновано тем, что потребитель стал более разборчив в вопросах спроса и предложения, требователен к товару или услуге. Таким образом, в условиях конкуренции лидирующую позицию занимает тот, кто сумеет на высшем уровне представить свой товар или услугу, а также соответствовать предпочтениям и ожиданиям потенциального потребителя [2].

В ходе изучения университетской дисциплины «Маркетинг» проводилось исследование на тему «Туристические предпочтения молодёжи в г. Петрозаводск», была составлена анкета, также проведен анализ полученных данных. Анкета включала в себя 19 вопросов, как открытых, так и закрытых, благодаря которым мы более точно определили туристические предпочтения респондентов.

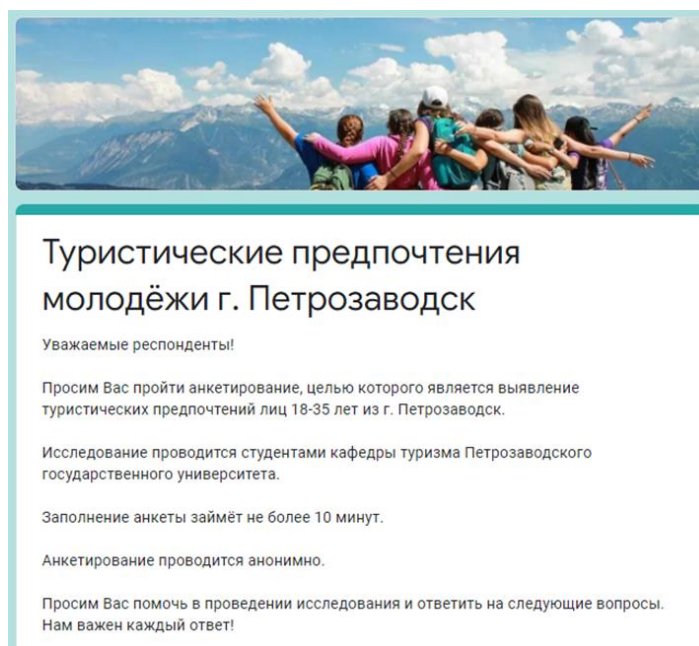


Рис.1. Анкета «Туристические предпочтения молодёжи г. Петрозаводска»

Одним из вопросов анкеты был: «Где Вы предпочитаете проживать во время путешествия?»

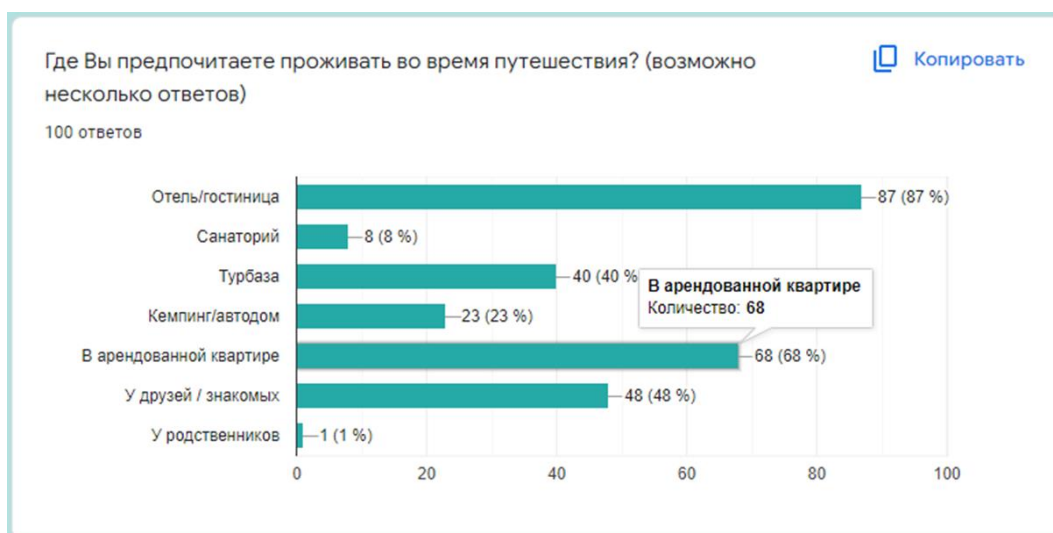


Рис. 2. Диаграмма по результатам ответов респондентов о месте проживания во время путешествий

Лидирующую позицию занимает такое средство размещения как «отель/гостиница» – 87% респондентов. На втором месте находится «арендованная квартира» – 68% респондентов. Также молодёжь предпочитает останавливаться «у друзей/знакомых» – 48%, «на турбазе» – 40%, «в санатории» – 8%, и наименьшее количество голосов занимает вариант ответа «у родственников» – 1%.

По результатам опроса, можно сделать вывод о том, что 68% респондентов

(а это немалая часть) предпочитают арендовать квартиру во время своего путешествия. А это значит, что данное средство размещения востребовано среди молодёжи.

На дисциплине «Управление номерным фондом» мы выбирали жилое помещение и проектировали его в средство размещения (гостиницу/хостел/квартиру под сдачу), при этом изучали нормативно - правовые акты, регламентирующие гостиничную деятельность, а также составляли дизайн, занимались оборудованием необходимой техникой и предметами декора для создания проекта.

В качестве жилого помещения была выбрана 4-х комнатная квартира, в которой на данный момент проживают. В ходе изучения и работы с дисциплиной квартира стала объектом жилого помещения под сдачу в краткосрочную аренду.

Для составления проекта необходимо было изучить рынок недвижимости с целью анализа схожих жилых помещений для выявления преимуществ и недостатков аренды квартир: внешний вид, комплектация, стоимость, условия сдачи и тому подобное.

Старт успешной маркетинговой стратегии в недвижимости – реклама в интернете. Любой эффективный способ рекламы услуг нацелен, в первую очередь, на информирование пользователей сети. Ведь даже наилучший товар и популярная услуга не смогут продаваться, если о них никто не будет знать. Реклама в интернете существенно дешевле, нежели традиционные ТВ, радио и печатные издания. Проанализировав способы и методы продвижения услуг, было выявлено, что арендодатели квартир под сдачу в краткосрочную аренду чаще всего используют рекламу услуг через собственный сайт и через сайты-агрегаторы.

Для сравнительного анализа 4-х комнатных квартир использовались платформы, где расположены различные объявления частных лиц о сдаче квартир в краткосрочную аренду:

- Avito;
- ЦИАН;

- Movi.ru;
- ONREALT.

Основными целевыми аудиториями, которые могут заинтересоваться предложением о сдаче 4-х комнатной квартиры в краткосрочную аренду, являются:

- Компании друзей (разного возраста);
- Семьи с детьми;
- Компании семей с детьми;
- Небольшая группа туристов.

Квартиры для сдачи в краткосрочную аренду для сравнительного ценового анализа должны были соответствовать следующим критериям:

- Местоположение: в одном районе (Древлянка) или ближайшие соседние районы (Перевалка, Кукковка, Голиковка, Центр);
- Наличие реальных фотографий;
- Количество кроватей/спальных мест (минимум 3 шт.);
- Наличие шкафов для одежды (2 шт.);
- Совместный или отдельный санузел;
- Наличие стиральной машины;
- Наличие балкона или лоджии;
- Наличие телевизора;
- Наличие кухонного оборудования (микроволновка, холодильник, чайник, плита);
- Наличие посуды;
- Наличие Wi-Fi;
- Предоставление постельного белья, полотенец.

Изучив и проанализировав рынок услуг на различных порталах, можно спроектировать достойный вариант квартиры под сдачу в краткосрочную аренду, при этом добавить необходимые предметы инвентаря, декора. Также проанализировав конкурентные предложения, можно установить приемлемую цену за суточное проживание, а также добавить дополнительные условия.

Стоит отметить, что предложения о сдаче 4-х комнатных квартир в краткосрочную аренду единичны на рынке услуг, что, несомненно, является плюсом, так как конкурентность минимальна, а спрос присутствует. Предложения о сдаче 4-х комнатных квартир в краткосрочную аренду на Древянке отсутствуют, что делает выбранное жилое помещение и предложение уникальным и единственным в данном районе в настоящее время.

Проектируемое жилое помещение находится по адресу: Республика Карелия, г. Петрозаводск, шоссе Лососинское. Квартира расположена в 5-этажном доме на 3 этаже и разделена на зоны:

- 1 – гостиная, общая зона;
- 2 – спальня № 1;
- 3 – спальня № 2;
- 4 – спальня № 3;
- 5 – ванная комната;
- 6 – туалет;
- 7 – холл, коридор;
- 8 – кухня;
- 9 – лоджия.



Рис. 3. Проектирование дизайна квартиры

Для каждой зоны квартиры была разработана в деталях мебель, дополнительное оборудование и элементы декора. Например:

Гостиная:

- Диван (белый) - 1 шт. (230 x 151 см).
- Кресло (белое) - 1 шт. (80 x 70 см).
- Тумба под телевизор (белая) - 1 шт. (57 x 209 см).
- Телевизор - 1 шт. (110 x 20 см).
- Столик (белый) - 1 шт. (55 x 45 см).
- Стеллаж (белый) - 1 шт. (120 x 202 см).
- Люстра (белая) - 1 шт. (40 x 40 см).
- Жалюзи (белые) - 1 шт. (145 x 250 см).
- Цветы комнатные (на полу) - 1 шт. (50 x 50 см).
- Картина на стене - 1 шт. (57 x 77 см).
- Настольные игры - 3 шт.
- Розетки (белые) - 3 шт. (8 x 8 см).
- Книги - 10 шт. (27 x 11 см).
- Часы настенные (белые) - 1 шт. (30 x 30 см).
- Небольшие подушки (цветные) - 4 шт. (100 x 24 см).

Рис. 4. Наименование мебели, дополнительного оборудования и декора в гостиной

Для более детального исследования был проведён опрос: «Сколько, по Вашему мнению, должна стоить 4-х комнатная квартира в сутки?»



Рис. 5. Результаты опроса респондентов по стоимости квартиры за сутки

2% респондентов считают, что стоимость квартиры в сутки должна составлять 10 000 рублей и более, 4% респондентов ответили до 1 000 рублей, 12

(11.9%) – до 10 000 рублей, 31 (30.7%) – до 3 000 рублей. Оптимальной стоимостью 4-х комнатной квартиры в сутки является до 5 000 рублей – так считают 52 (51.5%) респондентов.

Подводя итог исследования и работы в целом, можно сказать о том, что исходя из конкурентных предложений и результатам опроса, стоимость 4-х комнатной квартиры под сдачу в краткосрочную аренду будет составлять 3500 рублей в сутки, а также будет взиматься залог в размере 5000 рублей, который будет возвращён в случае сохранения порядка и целостности квартиры и ее имущества. Также будет установлен возрастной ценз: от 21 года при наличии паспорта, и с арендаторами будет заключаться договор.

По желанию гостей будут предоставляться:

- средства индивидуальной гигиены: мыло/гель для душа, шампунь, зубная паста и щётка;
- дополнительное оборудование: фен;
- развлечения (досуг): настольные игры для детей взрослых.

В перспективе будут исследованы 1-комнатные/ 2-комнатные квартиры, а также студии, так как на них самый большой спрос на рынке жилья для сдачи в краткосрочную аренду. Будет определена целевая аудитория, подобраны критерии и изучение, исследование рынка услуг.

Это необходимо для того, чтобы изучить предпочтения людей в выборе того или иного средства размещения, а также составить рекомендации для улучшения рынка услуг.

Библиографический список:

1. Аренда квартиры посуточно: какие нюансы и законно ли это [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://realty.yandex.ru/journal/post/arenda-kvartiry-posutochno/> (дата обращения: 25.04.2021).

2. Нужен ли маркетинг в недвижимости, или история одного продвижения [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.vashdom.ru/articles/kvartal_1.htm (дата обращения: 25.04.2021).