

РЕЙТИНГ ВЕБ-САЙТОВ КРУПНЕЙШИХ РИЭЛТЕРСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В.П. Киреенко, Т.В. Борздова

Государственный институт управления и социальных технологий БГУ
г. Минск, Беларусь

В настоящее время рынок недвижимости является одним из динамично развивающихся рынков с все возрастающим уровнем конкуренции, что вынуждает его участников совершенствовать существующие и искать новые инструменты продвижения своих товаров и услуг. Многие компании, работающие в сфере недвижимости, используют для этих целей возможности сети Интернет. Большинство риэлтерских организаций имеют свои сайты, что является одним из необходимых атрибутов агентства недвижимости. Наличие качественного веб-ресурса позволяет эффективно и своевременно предоставлять информацию об объектах недвижимости в различных форматах, осуществлять двухстороннюю связь практически в любое время и в любом месте, прогнозировать рыночную ситуацию, оценивать действенность рекламных мероприятий и просчитывать рыночную стоимость каждого объекта. Все это способствует повышению эффективности деятельности риэлтерской организации, достигая значительного результата с меньшими затратами, чем при использовании традиционных средств рекламы.

В 2014 г. среди застройщиков и риэлтерских компаний Республики Беларусь порталом real.by совместно с компанией EventMedia проводился конкурс рынка недвижимости Беларуси в различных номинациях – Премия REALT GOLDEN KEY [1]. Участие в ней приняли 12 крупнейших агентств недвижимости (таблица 1).

Студентами и сотрудниками кафедры управления недвижимостью Государственного института управления и социальных технологий БГУ была проведена рейтинговая оценка веб-сайтов приведенных в Таблице 1 агентств недвижимости (АН), исходя из следующих подходов:

Таблица 1 – Риэлтерские организации, принявшие участие в Премии REALT GOLDEN KEY 2014

Организация	Web-сайт
Альфа-Актив	alfa-active.by
БелЦГН	belctn.by
Бизнес Недвижимость	www.birealt.by
Дианэст	dianest.by
Загородный дом	anzdom.by
Мир недвижимости плюс	mir-n.com
Недвижимость линия закона	domina.by
ПАКОДАН	pakodan.by
Сильван	silvan.by
ТВОЯ СТОЛИЦА	www.t-s.by
Центральное	www.ancenter.by
Viva Invest	vivainvest.by

- сайт оценивается с точки зрения посетителя – потенциального клиента агентства недвижимости;
 - на сайте должна присутствовать и своевременно обновляться вся необходимая клиенту информация;
 - дизайн веб-сайта должен быть запоминающимся, производить приятные впечатления на пользователя и не вызывать отторжения;
 - на сайте должен быть реализован простой и удобный интерфейс;
 - навигация должна быть понятной и должна обеспечивать быстрый доступ ко всем информационным разделам и сервисам;
 - на сайте должен быть организован удобный поиск и отбор нужных объектов недвижимости по регионам с учетом необходимых требований посетителя;
 - сайт должен быть видим в поисковых системах.
- В качестве наиболее значимых критериев оцен-

ки были выбраны следующие качественные и количественные показатели: содержание, дизайн, навигация, база объектов недвижимости, технические параметры (время отклика и время загрузки главной страницы), раскрутка сайта в поисковых системах (PR и ТИЦ индексы).

Для сравнения качественных показателей (содержание, дизайн, навигация) была разработана специальная анкета (таблица 2), которая позволила максимально учитывать независимые мнения анкетированных.

Таблица 2 – Анкета для оценки качественных параметров веб-сайтов

Показатель	Параметры	Балл (0 или 1)	
Содержание (макс. 10 балл.)	общая информация об агентстве (название, логотип, услуги, лицензии, филиалы, контакты)		
	история компании		
	кадровый состав		
	аттестованные риэлтеры		
	награды, дипломы и прочее		
	наши клиенты и/или партнеры		
	вакансии, отзывы		
	раздел «вопрос-ответ», обратная связь (онлайн-консультация)		
	новости, статьи		
	аналитические обзоры и другая полезная информация		
Дизайн (макс. 5 балл.)	корпоративный стиль		
	цветовая гамма		
	запоминаемость		
	художественное впечатление		
	оформление		
Навигация (макс. 5 балл.)	структура (карта) сайта		
	поиск по сайту		
	фильтр	наличие	
		удобство пользования	
качество отбора			

Для получения результирующей оценки сайта по каждому из этих параметров выставленные участниками опроса оценки суммировались, и находилось среднее значение. Далее, учитывая, что полученные таким образом оценки позволяют только упорядочить объекты по принципу больше-меньше, но не могут указать, на сколько (во сколько раз) один объект лучше (хуже) другого, проводилось шкалирование балльных оценок по стандартной формуле (1) [2]:

$$\bar{a}_i = \left(\frac{a_i - a^{\min}}{a^{\max} - a^{\min}} \right), \quad (1)$$

где \bar{a}_i – результирующий балл i -го сайта по определенному параметру,
 a_i – суммарный балл i -го сайта всех участников опроса по этому параметру,
 a^{\min} , a^{\max} – минимальный и максимальный баллы по определенному параметру среди всех участников опроса.

Количественные параметры определялись для каждого сайта отдельно.

Оценка времени загрузки веб-сайта и времени его отклика проводилась с использованием инструмента ресурса <http://www.seobuilding.ru> в разное время суток в течение недели с последующим усреднением. Так как время отклика у всех анализируемых сайтов оказалось значительно меньше критического (если время отклика сайта превышает 2 секунды, то поисковик может посчитать что сайт не работоспособный и соответственно не проиндексировать его [3]), в дальнейшей оценке использовалось только для времени загрузки сайта.

Раскрутка сайта определялась на основе суммирования индексов PR (характеристика «значимости» по мнению поисковика Google) и ТИЦ (тематический индекс цитирования – «значимость» по мнению поисковика Яндекс), полученных с использованием сервиса www.cy-pr.com.

База объектов недвижимости подсчитывалась суммированием всех предложений в таких категориях, как продажа и аренда следующих объектов: комнат, квартир, домов, коттеджей, земельных участков, коммерческой недвижимости, гаражей.

Все количественные параметры (база недвижимости, технические характеристики, раскрутка сайта) приводились к виду, удобному для учета в итоговом рейтинге; для этого также проводилось их шкалирование. В этом случае, в качестве a , a^{\min} , a^{\max} выступали конкретные числовые значения для анализируемого сайта.

Для получения итогового результата, определяющего место в общем рейтинге, полученные баллы по каждому параметру после шкалирования складывались с использованием метода взвешенного суммирования. Весовые коэффициенты каждого параметров определялись на основе опроса экспертов. Для них была разработана анкета, где предлагалось оценить значимость каждого из предлагаемых па-

раметров по 10-балльной шкале. Весовой коэффициент рассчитывался как сумма оценок всех экспертов по каждому параметру, нормированный на общую сумму всех баллов по всем шести параметрам (сумма всех весовых коэффициентов равна единице). В качестве экспертов выступали специалисты в области недвижимости, сотрудники агентств недвижимости и разработчики веб-сайтов. Всего было опрошено 13 человек. В результате были получены следующие весовые коэффициенты, представленные в таблице 3.

Таблица 3 – Весовые коэффициенты показателей web-сайтов

Показатель	Обозначение	Сумма баллов	Весовые коэффициенты
содержание	С	103	0,164
дизайн	Д	99	0,157
навигация	Н	117	0,186
база недвижимости	Б	118	0,187
технические параметры	Т	94	0,149
«раскрученность»	Р	99	0,157
Итого:		630	1,000

По мнению экспертов, наиболее значимыми параметрами для посетителей веб-сайтов риэлтерских организаций является удобная, быстрая навигация и наличие большой базы объектов недвижимости; наименее значимый параметр – технические характеристики, в качестве которых в данном опросе выступало время загрузки страниц сайта. При современных скоростях Интернета любое замедление в работе сразу же становится заметным пользователю, и он, не дождавшись полной загрузки страницы, может покинуть сайт. Это подтверждается исследованиями Forrester Consulting, проведенными в сентябре 2009 года [4], которые установили, что две секунды – это новый порог максимального времени ожидания загрузки страницы сайта для среднестатистического Интернет-пользователя.

Таким образом, итоговый балл сайта (И) подсчитывался по формуле (2), в которую входят шкалированные оценки по шести показателям с соответствующими весовыми коэффициентами:

$$И = 0,164 \cdot С + 0,157 \cdot Д + 0,186 \cdot Н + 0,187 \cdot Б + 0,149 \cdot Т + 0,157 \cdot Р. \quad (2)$$

В анкетировании приняли участие 7 преподавателей и 120 студентов 1-3 курсов Государственного института управления и социальных технологий БГУ. Итоговый рейтинг веб-сайтов анализируемых риэлтерских организаций представлен в таблицах 4 и 5. Он указывает на наличие двух ярко выраженных лидеров: на первом месте сайт агентства недвижимости «ТВОЯ СТОЛИЦА», на втором – сайт Центра торговли недвижимостью «ПАКОДАН». Причем, практически по всем показателем (за исключением времени загрузки и объема базы данных) веб-сайты этих организаций занимают соответственно первые и вторые места, а отрыв от остальных в таких параметрах, как «содержание», «навигация» и «раскрученность» очень велик. Интернет-ресурсы остальных из рассмотренных агентств недвижимости получили значительно более низкие оценки.

Заметим, что именно риэлтерская организация «ТВОЯ СТОЛИЦА» стала победителем профессиональной Премии REALT GOLDEN KEY 2014 на рынке недвижимости Республики Беларусь в номинации «Золотой сайт агентства недвижимости», и в целом она стала победителем в 7 номинациях.

Таблица 4 – Итоговые средние баллы по каждому качественному показателю и данные по количественным показателям сайтов анализируемых риэлтерских организаций

Риэлтерская организация	Содержание	Дизайн	Навигация	База данных, кол-во объектов	Время загрузки, с.	ТИЦ+PR
ТВОЯ СТОЛИЦА	8,35	3,99	3,51	18046	0,85	354
ПАКОДАН	7,83	3,80	3,41	17467	2,94	328
Бизнес Недвижимость	6,93	3,69	3,02	16298	1,77	3
Сильван	6,87	3,59	2,38	20011	1,85	23
Загородный дом	7,46	3,12	3,12	6534	4,06	22
Мир недвижимости плюс	5,93	3,15	2,09	13651	0,54	23
БелЦТН	6,91	3,61	2,94	3659	2,61	23
«Viva Invest»	5,13	3,10	3,47	304	0,96	23
Альфа-Актив	5,15	1,92	2,39	26127	0,74	23
Недвижимость линия закона	5,89	3,07	2,67	6170	0,97	14
Дианэст	6,59	2,88	2,83	7260	2,15	12
Центральное	5,45	3,35	2,63	5924	1,01	0

Таблица 5 – Оценки после шкалирования и итоговый балл сайтов анализируемых риэлтерских организаций

Риэлтерская организация	Содержание	Дизайн	Навигация	База данных	Время загрузки	Раскрученность	Итоговый балл
ТВОЯ СТОЛИЦА	1,000	1,000	1,000	0,687	0,577	1,000	0,878
ПАКОДАН	0,839	0,907	0,931	0,665	0,059	0,927	0,731
Бизнес Недвижимость	0,559	0,852	0,652	0,619	0,199	0,008	0,493
Сильван	0,542	0,807	0,204	0,763	0,183	0,065	0,434
Загородный дом	0,725	0,577	0,727	0,241	0,000	0,062	0,399
Мир недвижимости плюс	0,250	0,595	0,000	0,517	1,000	0,065	0,391
БелЦГН	0,555	0,814	0,601	0,130	0,085	0,065	0,378
Viva Invest	0,000	0,569	0,976	0,000	0,495	0,065	0,355
Альфа-Актив	0,006	0,000	0,208	1,000	0,692	0,065	0,340
Недвижимость линия закона	0,236	0,555	0,409	0,227	0,487	0,040	0,323
Дианэст	0,455	0,466	0,519	0,269	0,136	0,034	0,320
Центральное	0,099	0,690	0,381	0,218	0,461	0,000	0,305

Следует отметить, что составленный рейтинг веб-сайтов риэлтерских организаций сопоставим со статистикой их посещаемости, которая ежемесячно публикуется на портале real.by [5], где на первом месте находится Интернет-ресурс агентства недвижимости «ТВОЯ СТОЛИЦА», а на втором – Центр торговли недвижимости «ПАКОДАН».

Таким образом, если риэлтерская компания ответственно подходит к разработке и продвижению своего веб-ресурса, то ей приходится уделять внимание всем аспектам сайта – от его внешнего вида до качественного наполнения. Это безусловно способствует росту авторитетности сайта и самой организации, повышению ее узнаваемости, увеличению целевой аудитории и числа будущих клиентов, повышению эффективности использования возможностей сети Интернет и, в конечном итоге, к увеличению количества заключаемых сделок и повышению эффективности деятельности компании в целом.

Литература

1. 2014 – Realt Golden Key // Премия REALT GOLDEN KEY [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : <http://goldenkey.realt.by/2014/>. – Дата доступа : 13.05.2014.
2. Лукашин, Ю.П. Современные направления статистического анализа взаимосвязей и зависимостей / Ю.П. Лукашин, Л.И. Рахлина. – М. : ИМЭМО РАН 2012. – 54 с.
3. Интернет-аналитика Алексея Скобелева [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа : <http://skobelev.ru/?tag=definitions>. – Дата доступа : 13.01.2015.
4. Akamai Reveals 2 Seconds as the New Threshold of Acceptability for eCommerce Web Page Response Times // Press Reliase [Electronic resource]. – September 14, 2009. – Mode of access : http://www.akamai.com/html/about/press/re-leases/2009/releases_2009.html#september-pr. – Date of access : 15.01.2015.
5. Рейтинг сайтов агентств недвижимости Беларуси // Интернет центр недвижимости [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : <http://realt.by/agencies/rating>. – Дата доступа : 13.01.2015.