

«КОМПЬЮТЕР НЕ ЗАМЕНИТ ЛУЧШЕГО МЕНЕДЖЕРА, НО ПОВЫСИТ ПОКАЗАТЕЛИ ЦЕЛОЙ КОМАНДЫ»

толчком для активной цифровизации сферы недвижимости стала пандемия. В отличие от финтеха, проптех развивается не так быстро и пока в основном в сфере коммерческой недвижимости. Эксперты рассказали Business Guide, почему это происходит и что выигрывает бизнес, делающий шаг в сторону диджитализации уже сегодня. АЛЕКСАНДРА ТЕН

Под проптехом (PropTech — Property Technologies) сегодня понимаются технологии в строительстве и недвижимости, а также компании, предлагающие технологические и инновационные продукты для игроков рынка недвижимости. По данным BusinessStat, в 2022 году оборот рынка проптеха в России снизился на 4,8% и составил 32,1 млрд рублей. Хотя до этого, в 2018–2021 годах, российский рынок IT-решений в сфере недвижимости ежегодно возрастал и увеличился за это время более чем в 1,5 раза: с 19,5 до 33,8 млрд рублей.

СКАЧОК К РАЗВИТИЮ Как рассказал руководитель компании PropTech Solutions Роман Блонов, большой стимул активному внедрению проптеха дала пандемия. «Вообще, отрасль недвижимости довольно инерционная. Пока объекты были заполнены, была выручка, никто не думал о цифровизации. Но ковид очень четко показал, какие бизнесы не смогли работать по старинке», — считает господин Блонов. Когда пришлось функционировать через удаленные системы, у компаний, не имеющих цифровых каналов (не только в недвижимости), бизнес очень сильно просел.

ЗАМЕРИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ По итогам 2023 года объем рынка проптеха в России достиг 10 млрд рублей, привел данные РБК руководитель PropTech Solutions, полагающий, что цифровизация позволяет автоматизировать процессы, улучшить качество услуг и повысить эффективность работы на всех этапах жизненного цикла объекта недвижимости.

По словам Сергея Марина, основателя и директора «Студии данных», технологии в недвижимости можно условно поделить на две категории: автоматизацию всех систем управления и учета на объекте недвижимости и непосредственно те новшества, которые могут сделать работу этой сферы более эффективной. В настоящее время, по оценке господина Марина, цифровизация наиболее развита в сегментах недвижимости, ориентированных на взаимодействие с постоянными (повторными) клиентами: в классических гостиницах, апарт-отелях и других объектах коммерческой недвижимости.

КОММЕРЧЕСКАЯ ВЫГОДА Господин Блонов согласен, что цифровизация сферы недвижимости продвигается неравномерно. «Сегмент коммерческой недвижимости наиболее оцифрован сегодня, потому что там есть деньги, есть обороты и есть большой потенциал для цифровизации процессов», — поясняет представитель PropTech Solutions. Что касается жилой недвижимости, то, по мнению господина Блонова, там сейчас технологии лучше всего внедрены в продажи, но говорить о глубокой цифровизации всех этапов строительства рынка первичной недвижимости пока не приходится.

«Лоскутной автоматизацией я называю случаи, когда в компаниях налажены какие-то отдельные цифровые



РОМАН БЛОНОВ,
РУКОВОДИТЕЛЬ КОМПАНИИ PROPTech SOLUTIONS

решения, но они не объединены в общую систему, — говорит господин Блонов. — Другое дело, когда все элементы автоматизации собраны в единую экосистему и сопряжены, интегрированы друг с другом. Благодаря такой экосистеме появляется возможность оценивать все бизнес-процессы и эффективно ими управлять».

ДЛЯ ПРОДВИНУТЫХ ИЛИ ДЛЯ ВСЕХ?

Консервативность — не единственная причина, почему сфера недвижимости цифровизируется не такими быстрыми темпами, как банки или отрасль телекоммуникаций. По мнению Сергея Марина, причина в специфике бизнесов. Финансовые и телекоммуникационные компании, работающие с огромными массивами данных, не смогли бы нормально функционировать без информационных технологий, а девелоперы годами строили и продавали недвижимость по хорошо отработанным схемам без цифровизации. Им не нужно было вкладываться в IT, потому что привычные инструменты приносили хорошие результаты. «Сколько внедряется цифровизация, столько люди сопротивляются этому процессу», — замечает господин Марин.

Хороший менеджер по продаже недвижимости понимает, какое предложение является более ликвидным и какие квартиры нужно продавать в первую очередь, а какие лоты можно позднее реализовать подороже. Он представляет примерную схему ценообразования, знает портрет своего покупателя и даже может с большей или меньшей долей вероятности предугадать его потребности. Чем же тогда машина лучше человека? Компьютер в принципе может делать все то же самое, но только он просчитывает все эти факторы автоматически и в постоянной динамике: в сравнении с продажами конкурентов, оценивая склонности клиента к тем или иным покупкам, исходя из его предпочтений, которые постоянно фиксируются в сети.



СЕРГЕЙ МАРИН,
ОСНОВАТЕЛЬ И ДИРЕКТОР «СТУДИИ ДАННЫХ»

«Практика показывает, что компьютер не будет эффективнее, чем лучший менеджер, потому что опытный сотрудник, вовлеченный в процесс, хорошо знающий продукт и рынок, замотивирован к работе на высоком уровне. Но как только мы говорим, что таких менеджеров у нас много и компания строит уже не один объект со 100 квартирами, а десять домов с тысячами квартир, тогда преимущества машины очевидны. Компьютер, не просто анализирующий показатели, а выстраивающий модели ценообразования, поведения покупателей, будет лучше уже не одного человека, а средних показателей всей команды», — убежден руководитель «Студии данных».

ЗАТИШЬЕ ДЛЯ ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЯ

После бурного роста диджитализации в ковидные годы развитие проптеха несколько замедлилось. Участники рынка признают, что после ухода зарубежных компаний из России IT в недвижимости в некотором роде откатились назад. И дело не только в том, что до 2022 года развитие российского проптеха напрямую зависело от зарубежного программного обеспечения. Сегодня российские разработчики дорабатывают собственные решения и уже успешно заместили или находятся в процессе замещения импортного ПО. Неплохо обстоят дела и с выпуском комплектующих местными производителями или с налаживанием импорта оборудования из дружественного Китая.

Иностранные технологии выступали скорее драйверами рынка, ориентирами для зарождающейся сферы отечественного проптеха, полагает господин Марин. «Агрегаторы типа Booking.com задавали тренды цифровизации в гостиничном бизнесе, — приводит пример руководитель «Студии данных». — И хотя эту нишу быстро заняли российские агрегаторы, отельная недвижимость переживает сейчас перенастройку под условия новых участников рынка».



В 2018–2021 ГОДАХ РОССИЙСКИЙ РЫНОК IT-РЕШЕНИЙ В СФЕРЕ НЕДВИЖИМОСТИ ЕЖЕГОДНО ВОЗРАСТАЛ И УВЕЛИЧИЛСЯ БОЛЕЕ ЧЕМ В 1,5 РАЗА: С 19,5 ДО 33,8 МЛРД РУБЛЕЙ

Среди других негативных факторов, способствующих замедлению диджитализации, Роман Блонов называет сокращение инвестиционных бюджетов компаний в условиях общей экономической нестабильности в стране.

СОФТ VS. ХАРД Разумеется, российский проптех не мог не воспользоваться переориентацией рынка на внутренних игроков. Цены на IT-решения за последние два года выросли на 10–30%. Но это не связано с тем, что российские компании, занимающиеся развитием собственных платформ, стали устанавливать монополию, делится наблюдениями господин Блонов: «Технологическая сфера в целом растет, увеличивается спрос на программистов, это толкает издержки вверх».

Вопрос сокращения затрат актуален и для потенциальных потребителей проптеха. Для оценки необходимых вложений в цифровизацию компании руководитель PropTech Solutions рекомендует разобраться, какой вид цифровизации нужен в каждом конкретном случае: софт или хард. В первом случае речь идет о цифровизации с помощью софта. В уже существующие отели можно внедрить «умный» софт и приложения: для клиентов, которые могли бы заказывать себе еду в номер, оценивать работу персонала, проходить предрегистрацию и многое другое; для персонала, который может отслеживать показатели, формировать нужные дашборды от сервисов, которые интегрированы в единую систему. В этом случае нет никаких временных затрат, так как весь софт уже внедрен и облегчает работу на объекте.

Хард-диджитализация подразумевает, что объект изначально создается «умным» и высокотехнологичным. Еще на стадии проектирования в него закладываются все элементы «умного дома»: «умные» замки, управление светом, кондиционером, голосовые помощники. «Хард-диджитализация — это добавочные затраты, которые позволяют создать продукт с высокой добавочной стоимостью», — говорит господин Блонов.

Господин Марин в вопросах цифровизации предлагает придерживаться такого же принципа, но называет разные степени диджитализации точечными или глобальными. «Для начала нужно найти локальные процессы, которые можно оцифровать за адекватные деньги. Как только эти процессы будут автоматизированы, другие потянутся за ними. Люди увидят, что где-то, возможно, прибыль выросла, а в чем-то удалось оптимизировать издержки. Сотрудники увидят, что у других коллег благодаря автоматизации высвободилось время и они стали заниматься не ежедневной рутинной, а более стратегическими задачами. А собственникам вообще станет понятнее, как устроен бизнес и как лучше им управлять», — описывает преимущества эксперт.

Роман Блонов убежден, что оцифровка бизнес-процессов в любом случае приносит бизнесу положительные результаты. «Цифровизация бизнеса неизбежна, и те компании, которые не включаются в этот процесс сейчас, рано или поздно проигрывают в эффективности и своим конкурентам», — заключает он. ■