

Оценка востребованности интегрирующих онлайн-платформ в риелторской деятельности

Н. С. Алексеева¹, А. Е. Дружинин¹

¹ Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия

Исследование рынка риелторской деятельности показывает, что внедрение инноваций в этой сфере происходит с большим трудом. На основании этого актуален вопрос о существовании потребности цифровизации риелторской деятельности, в частности востребованности интегрирующих онлайн-платформ в этой сфере.

Цель исследования заключается в оценке востребованности интегрирующих онлайн-платформ в риелторской деятельности.

Задачи. Сравнить интегрирующие онлайн-платформы риелторского рынка с интегрирующими онлайн-платформами гостиничного сектора и рынка индивидуальных пассажирских перевозок по величине доли выручки пользователей, которую получают интеграторы за предоставление услуг на онлайн-платформе. Сравнить величину доли выручки пользователей, получаемой интеграторами за предоставление услуг на онлайн-платформе, с аналогичным показателем в различных сферах мировой экономической деятельности. Оценить степень ценности услуг интегрирующей онлайн-платформы с использованием методики, предложенной Г. Г. Азгальдовым и Н. Н. Карповой.

Методология. Сбор данных проводился с помощью открытых источников в сети Интернет, а также на основании личного интервьюирования директоров компаний, представляющих или использующих услуги интегрирующих онлайн-платформ в Санкт-Петербурге. Интервьюирование и работа с интернет-источниками проводились в ноябре 2019 г.

Результаты. Интегратор риелторского рынка получает сопоставимые с интеграторами в гостиничном секторе и на рынке индивидуальных пассажирских перевозок доли выручки пользователей их услуг. Доля выручки российского интегратора риелторского рынка существенно превосходит значения долей выручки в таких сферах мировой деятельности, как развлечения, мода, спорт. Степень ценности интегрирующей онлайн-платформы определена как сверхценная, поскольку расчетное значение показателя в полтора раза превосходит максимальное табличное значение.

Выводы. Выполненный анализ показал высокую востребованность интегрирующих онлайн-платформ в риелторской деятельности. Участники рынка готовы платить за применение новых цифровых технологий.

Ключевые слова: цифровая трансформация, риелтор, недвижимость, онлайн-платформа, интегратор, ставка роялти.

Для цитирования: Алексеева Н. С., Дружинин А. Е. Оценка востребованности интегрирующих онлайн-платформ в риелторской деятельности // *Экономика и управление*. 2020. Т. 26. № 1. С. 46–54. <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-1-46-54>

Assessing the Demand for Online Integration Platforms in the Real Estate Business

N. S. Alekseeva¹, A. E. Druzhinin¹

¹ Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia

Examination of the real estate market shows that implementing innovations in this field is a very difficult task. This prompts the question of the necessity of digitalizing the real estate business and of the demand for online integration platforms in this field.

Aim. The presented study aims to assess the demand for online integration platforms in the real estate business.

Tasks. The authors compare the online integration platforms in the real estate market with the online integration platforms in the hospitality sector and the individual passenger transport market in terms of the share of user profits that integrators receive for their services on the online platform; compare the share of user profits that integrators receive for their services on the online platform with the

equivalent indicator in various other global economic activities; assess the value of the services provided by an online integration platform using the methodology proposed by G. G. Azgaldov and N. N. Karpova.

Methods. The data were acquired from public Internet sources and personal interviews with the directors of companies that represent or employ the services of online integration platforms in St. Petersburg. The interviews and work with Internet sources were conducted in November 2019.

Results. An integrator in the real estate market receives a share of profits of their service users that is comparable to that of the integrators in the hospitality sector and the individual passenger transport market. The share of profits of a Russian integrator in the real estate market is significantly higher than that in such industries as entertainment, fashion, or sports. The value of an online integration platform can be defined as highly valuable, since the expected value of this indicator is 1.5 times higher than the maximum table value.

Conclusions. The performed analysis shows a high demand for online integration platforms in the real estate business. Market participants are willing to pay for the ability to use new digital technologies.

Keywords: *digital transformation, realtor, real estate, online platform, integrator, royalty rate.*

For citation: Alekseeva N.S., Druzhinin A.E. Assessing the Demand for Online Integration Platforms in the Real Estate Business. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management*. 2020;26(1): 46-54 (In Russ.). <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-1-46-54>

Введение

В России сложилась ситуация, когда далеко не все граждане доверяют продаже своей недвижимости профессионалам, многие предпочитают продавать или покупать самостоятельно. К примеру, на территории России всего 40–45 % сделок совершаются с помощью риелторов [1]. Вместе с тем в США и Голландии этот показатель составляет более 90 %, в Канаде — более 95 %. Скандинавские страны тоже ушли от нас далеко в этом вопросе: в Норвегии, Финляндии, Швеции более 75 % сделок совершается через риелторов [1].

Низкий уровень использования услуг риелторов [2, с. 856] в России обусловлен особенностями функционирования девелоперского бизнеса. Застройщики закладывают в свои расходы содержание офиса продаж квартир в строящихся домах. Особенность работы такого офиса заключается в том, что клиенту предлагаются квартиры только в конкретном доме или максимум в домах одного застройщика. Тем самым потребности клиента могут быть удовлетворены только возможностями определенного застройщика, в то время как другой девелопер может иметь в продаже квартиры, более соответствующие потребностям клиентов.

Попытки работы застройщиков с риелторами, которые предпринимались в связи с развитием бизнеса девелопера и неудовлетворенностью работой собственных офисов продаж, не дали существенного улучшения механизма продажи квартир в строящихся домах. Застройщики столкнулись с необходимостью консультирования огромного количества риелторов, что привело к большой загруженности специалистов из офисов продаж, не увеличив

скорость реализации квартир. И так, на рынке возникла потребность в формировании единой справочной базы данных по всем строящимся домам и квартирам в них различных застройщиков на одной территории, которой могли бы пользоваться агенты недвижимости с целью удовлетворения потребностей покупателей. При этом опыт работы девелоперов в сфере реализации строящихся квартир сначала самостоятельно, а впоследствии — с привлечением услуг риелторов, привел их к пониманию, во-первых, необходимости работы с каждым клиентом индивидуально, во-вторых, пользы привлечения риелторов к продаже строящихся объектов, в-третьих, готовности оплачивать услуги риелторов из собственных средств, не перекладывая эти расходы на плечи потенциальных покупателей. Единая справочная система, которая могла бы удовлетворить потребности застройщиков по реализации их объектов, в мировой практике уже известна и имеет название мультилистинговой системы.

У стран с наиболее развитым рынком недвижимости — США, Канады и Нидерландов — существует мультилистинговая система [3, с. 102], содержащая всю информацию об объектах в продаже, аренде и т. д. [4, р. 493]. В странах, где реализуется указанная система, доступ к ней получают только агенты [5, р. 61]. Опытные агенты постоянно используют ее в своей деятельности, поскольку она ускоряет поиск необходимых объектов. Начинающим риелторам легче развиваться, выстраивая свою профессиональную карьеру с помощью мультилистинговой системы. Выставив объект, они мгновенно получают отклик от других агентов, заинтересованных в поиске покупателя, зная о том, что гарантировано получают свою долю комиссионных. Конечно, в результате деления

комиссионных вознаграждение будет меньше, но сделок будет больше.

В России развитие рынка риелторских услуг связано с компанией «Адвекс. Недвижимость». Именно в этой компании в 1996 г. возникла идея создания централизованной базы данных по предложениям объектов недвижимости, которая в дальнейшем превратилась в корпоративную риелторскую информационную систему, существующую и сегодня на платформе www.emls.ru, которую называют самой крупной базой данных о вторичной недвижимости Санкт-Петербурга.

Продолжением идей специалистов «Адвекс» и новой значимой вехой в развитии риелторской отрасли стало появление на базе онлайн-платформ интеграторов предложений о продаже недвижимости в строящихся домах. Интегрирующие онлайн-платформы состоят из совокупности баз данных о застройщиках и их объектах, системы бронирования, продукта по созданию индивидуального предложения для клиента, в некоторых случаях виртуальных туров [6, с. 168], а также новостной ленты о значимых на рынке событиях. Появление и развитие интегрирующих онлайн-платформ служат развитию цивилизованного рынка недвижимости и улучшению качества и видов предоставляемых клиентам услуг. Однако, несмотря на существование положительных тенденций по созданию цивилизованного рынка недвижимости, существуют и процессы, тормозящие его развитие.

Исследование рынка риелторской деятельности показывает, что внедрение инноваций в этой сфере происходит с большим трудом [7, с. 23]. В 1997 г. на рынке появился каталог рекламных предложений о купле, продаже и сдаче в аренду недвижимости Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Не все агенты сразу начали использовать его в работе, не все осознавали, что открытая информация только способствует росту качества их услуг и расширению возможностей взаимодействия. С 2005 г. каталог представлен и в виде сайта в сети Интернет. Внедрение в работу электронного ресурса не было быстрым. Даже в начале этого века некоторая категория агентов по-прежнему предпочитает бумажные, а не электронные носители. К данной категории, в частности, относятся пенсионеры и неработающие пожилые домохозяйки.

Несмотря на цифровизацию большого количества секторов экономики и жизни людей в целом [8, с. 22], распространение использования компьютеров и смартфонов, а также расширение охвата беспроводных мобильных сетей, дающих доступ в сеть Интернет практически из любого места в мире, риелторский бизнес имеет склонность к замедленному раз-

витию и переходу на новые инструменты работы [9, с. 98]. Потому актуальным является вопрос о востребованности цифровых технологий на рынке риелторских услуг.

Наиболее яркий пример цифровой трансформации риелторского бизнеса — появление интеграторов на базе онлайн-платформ [10]. Сегодня в Санкт-Петербурге существует несколько таких платформ. Наиболее известны среди агентов Nmarket и Metris. Эти онлайн-платформы являются интеграторами всех предложений застройщиков города и служат ответом на сложившуюся ситуацию на риелторском рынке, когда сегмент продажи квартир в строящихся домах наименее развит в этом виде бизнеса [11, с. 272].

К достоинствам интегрирующих онлайн-платформ для риелторов относится доступ сразу к огромному количеству предложений о продаже, причем даже для маленьких агентств или единичных агентов, что раньше было невозможно [12, р. 131]. Очень привлекательным для риелтора является и то, что оплата его услуг поступает от застройщика и гарантируется им, размер комиссионных известен сразу. Включение в рынок мелких агентств и индивидуальных агентов делает его более конкурентным, а следовательно, заставляет его развиваться, улучшать качество и виды предлагаемых услуг.

В качестве существенного плюса работы с интегрирующими онлайн-платформами для застройщика можно отметить экономию времени, так как приходится работать только с одним партнером — интегратором, а не с каждым агентством недвижимости, которых в городе несколько сотен. Важна и возможность распространения информации о строящемся объекте гораздо большему количеству специалистов и клиентов, содержащей максимальный объем данных об особенностях строящегося объекта и квартирах в нем. Застройщики также говорят о сокращении расходов на маркетинг при работе с интегрирующими онлайн-платформами, несмотря на то, что вознаграждение риелтору выплачивает именно девелопер.

Следовательно, создание и введение в практику работы агентов интегрирующих онлайн-платформ рынка недвижимости — это естественный ход событий с учетом общей цифровизации деятельности различных субъектов рынка, а также важный вклад в развитие рынка недвижимости. Анализ тенденций развития рынка риелторских услуг и качественный анализ современного его состояния указывает на высокую востребованность интегрирующих онлайн-платформ в этой отрасли. Тем не менее в процессе качественного анализа отрасли выявлено, что значимой проблемой является низкий уровень обучаемости крупного сег-

мента субъектов и их нежелание работать с цифровыми ресурсами. Поэтому в дальнейшем для оценки востребованности интегрирующих онлайн-платформ рынка недвижимости проводится количественный анализ их использования.

Объектом исследования выступает интегрирующая онлайн-платформа Metris, созданная специалистами одного из подразделений компании «Адвекс» семь лет назад. Предметом исследования служат процессы цифровизации риелторской деятельности. Цель нашего исследования заключается в оценке востребованности интегрирующих онлайн-платформ в риелторской деятельности. Для реализации данной цели нами поставлены следующие задачи:

1. Сравнить интегрирующие онлайн-платформы риелторского рынка с интегрирующими онлайн-платформами гостиничного сектора и рынка индивидуальных пассажирских перевозок по величине доли выручки пользователей, которую получают интеграторы за предоставление услуг на онлайн-платформе.
2. Сравнить величину доли выручки пользователей, которую интеграторы получают за предоставление услуг на онлайн-платформе, с аналогичным показателем в различных сферах мировой экономической деятельности.
3. Оценить степень ценности услуг интегрирующей онлайн-платформы с использованием методики, предложенной Г. Г. Азгальдовым и Н. Н. Карповой [13].

Методы

Основными методами нашего исследования являются метод наблюдения и сбора фактов, метод абстрагирования, логический метод.

Сбор данных проводился с помощью открытых источников в сети Интернет, а также на основании личного интервьюирования директоров компаний, представляющих/использующих услуги интегрирующих онлайн-платформ в Санкт-Петербурге. Интервьюирование и работа с интернет-источниками осуществлялись в ноябре 2019 г.

Для определения ценности интегрирующей онлайн-платформы риелторской деятельности применялся метод, предложенный Г. Г. Азгальдовым и Н. Н. Карповой [13] и основанный на практике лицензионной торговли СССР (впоследствии РФ). Метод Азгальдова–Карповой базируется на знании ставки роялти. Под ставкой роялти понимается доля выручки пользователя услуг интегратора, которую последний берет за пользование своими услугами. Использованный метод связывает величину ставки роялти с ценностью технологии. В методе применяется следующая формула:

$$R = \gamma \cdot Pr, \quad (1)$$

где R — ставка роялти или доля того, кто предоставляет интеллектуальный продукт, в выручке того, кто его использует, %; γ — доля того, кто предоставляет интеллектуальный продукт, в прибыли того, кто его использует, определяемая по данным таблицы 2; Pr — рентабельность продаж, %.

Согласно представленной формуле (1) для выполнения расчетов необходимо определить рентабельность продаж. Авторы метода указывают, что если информация о рентабельности конкретного предприятия по тем или иным причинам труднодоступна, можно применять средние данные о рентабельности соответствующей отрасли. Рентабельность продаж для интеграторов в риелторском бизнесе определена по данным Единой межведомственной информационно-статистической системы по Санкт-Петербургу. Для работы использовался показатель деятельности «операций с недвижимым имуществом», наиболее сопоставимый с исследуемым бизнесом, а также применялось значение показателя за 2018 г., поскольку более поздние данные по состоянию на дату исследования (конец 2019 г.) еще не опубликованы.

Результаты

На основании интервьюирования директора ООО «Адвекс “Управление Проектами”» Г. А. Гринבלата определено, что интегратор в сфере риелторской деятельности на рынке первичной недвижимости берет с риелторов 20 % от выручки. Данная величина сопоставима с величиной, которую интеграторы в других видах экономической деятельности получают от предоставления своих услуг, что отражено в таблице 1.

Итак, интегратор риелторского рынка получает сопоставимые с интеграторами в других сферах деятельности доли выручки пользователей их услуг. Следовательно, востребованность интегрирующей онлайн-платформы на риелторском рынке находится на уровне, сопоставимом с востребованностью интегрирующих онлайн-платформ в гостиничном бизнесе и на рынке пассажирских перевозок, а точнее такси.

Величину доли выручки пользователя от применения интеллектуальных продуктов называют ставкой роялти. Ставка роялти представляет собой величину периодических выплат правообладателю технологии за пользование ею, согласованную между сторонами договора и зависящую от результатов использования технологии [14]. Наиболее известные компании, предоставляющие информацию

Данные о стоимости услуг интегрирующих онлайн-платформ в различных сферах деятельности

Сфера деятельности	Интегрирующая онлайн-платформа	Доля от выручки пользователей услуг интегратора	Источник информации
Риелторская деятельность	Metris	0,20	Интервьюирование директора компании «Адвекс “Управление Проектами”» Г. А. Гринבלата
Гостиничная сфера	Booking	0,20	Интервьюирование директора компании «Гости Любят» К. А. Кудинова
Онлайн-такси	Uber	от 0,15	Материал сайта «Сколько получает?»
	Различные интеграторы	0,10–0,30	Материал сайта moneyscanner.ru
	Gett	0,15	Материал сайта «360°»
	Uber	0,20	Материал сайта «360°»

о сделках с технологиями и интеллектуальной собственностью в целом, предлагают свои отчеты о величинах ставка роялти в прошедших сделках. К таким компаниям относятся RoultySource и ktMINE. На базе предоставляемой ими информации можно заключить, что преобладающим вариантом установления цены заключаемых договоров является ее зависимость от выручки пользователя технологии. Наблюдения, представленные в работе Г. Г. Азгальдова, Н. Н. Карпова [13] о том, что 80–90 % лицензионных соглашений используют форму расчетов через роялти, подтверждает изложенное выше.

В работе этих же авторов отмечается, что при выборе выручки от продажи в качестве базы расчетов роялти наблюдается наименьшее число конфликтов по вопросам выплаты лицензионного вознаграждения. Преимущество подхода к установлению цены в виде роялти, рассчитываемой от выручки, заключается в отсутствии зависимости продавца от структуры себестоимости пользователя технологии, выбранной им формы налогообложения, используемых правил начисления амортизации, создания резервных фондов и др. Независимость ставки роялти от указанных переменных делает ее удобным инструментом для сравнения при анализе различных сделок и проведения экспресс-анализа. Именно этими особенностями такого показателя, как ставка роялти объясняется выбор инструмента анализа, использованного в представленной статье.

В развитых странах мира, например, в США и странах Евросоюза, существует большой рынок передачи прав на интеллектуальные продукты. В России сегодня рынок прав на интеллектуальную собственность не столь развит, и статистика о нем практически отсутствует. Поэтому в целях анализа сопоставимости ставок роялти интегратора риелторского рынка

в России обратимся для сравнения к данным зарубежной статистики.

Ассоциация лицензирующих отраслевых мерчендайзеров (LIMA) недавно выпустила каталог средних ставок роялти для различных направлений деятельности. Среди них — знаменитости (Celebrity) — 7–10 %, развлечения (Entertainment) — 8–12 %, корпоративное (Corporate) — 6,5–9,5 %, дизайнер/мода (Designer/Fashion) — 4–8 %, виды спорта (Sports) — 8–11 %. Как видно из представленных данных, величина ставки роялти российского интегратора риелторского рынка, равная 20 %, существенно превосходит значения ставок для многих направлений деятельности, исследованных LIMA. Это указывает на высокую востребованность интегрирующих онлайн-платформ на риелторском рынке в России.

В работе Г. Г. Азгальдова и Н. Н. Карповой предложен метод, связывающий величину ставки роялти с ценностью предлагаемого интеллектуального продукта через показатель рентабельности деятельности. Поскольку задачей данной работы является определение степени ценности услуг интегрирующей онлайн-платформы, формула (2), предложенная авторами метода в целях настоящей статьи, будет иметь вид

$$\gamma = R/Re \quad (2)$$

где γ — доля того, кто предоставляет интеллектуальный продукт, в прибыли того, кто его использует, определяемая по данным из таблицы 2; R — ставка роялти или доля того, кто предоставляет интеллектуальный продукт, в выручке того, кто его использует, %; Re — рентабельность продаж, %.

Для определения степени ценности технологии интегратора риелторского рынка применяем рентабельность операций с недвижимым имуществом по данным Единой межве-

Таблица 2

Доля того, кто предоставляет интеллектуальный продукт, в прибыли того, кто ее использует (γ), % [13]

Степень ценности интеллектуального продукта	Объем передаваемых прав				Ноу-хау
	Исключительный		Неисключительный		
	Запатентованный	Беспатентный	Запатентованный	Беспатентный	
Особо ценная	40–50	30–40	25–30	20–25	25–30
Средней ценности	30–40	25–30	20–25	15–20	10–25
Малоценная	20–25	15–20	10–15	5–10	3–10

Таблица 3

Определение степени ценности технологии интегратора риелторского рынка

Показатель, %	Значение
Ставка роялти	20,0
Рентабельность продаж	25,4
Доля того, кто предоставляет интеллектуальный продукт, в прибыли того, кто его использует	78,7

домственной информационно-статистической системы (ЕМИСС) за 2018 г., более поздние данные пока не опубликованы. Выбранная сфера деятельности, представленная на сайте ЕМИСС, наиболее сопоставима с исследуемой. Рентабельность продаж на рынке операций с недвижимым имуществом в Санкт-Петербурге составляет 25,4 %. Величина роялти или доли от выручки пользователей услуг интегратора в риелторской деятельности отражена в таблице 1. Расчет доли того, кто предоставляет технологии, в прибыли того, кто ее использует, содержится в таблице 2.

Расчетное значение доли того, кто предоставляет технологии, в прибыли того, кто ее использует, составляет 78,7 %, что существенно превышает значения, представленные в таблице 2. Такое превышение говорит о том, что на современном рынке услуги интегрирующих онлайн-платформ оцениваются очень высоко, а их востребованность высока.

Обсуждение

Система продажи квартир с применением интегрирующих онлайн-платформ выстроена так, что покупатель контактирует с риелтором, а не с застройщиками. Риелтор не заинтересован в продаже квартиры конкретного застройщика, он ориентирован на нужды покупателя. Таким образом, очевидный плюс использования интегрирующей онлайн-платформы при проведении сделки для покупателя жилья заключается в более качественном удовлетворении его потребностей, обеспечиваемом индивидуальной работой с клиентом риелтора при том, что оплата за предоставление таких услуг с покупателя напрямую не взимается.

Застройщик готов оплачивать услуги интегратора и риелтора, который реализует квартиры с использованием интегрирующей онлайн-платформы, так как это приводит к более эффективному расходованию маркетингового бюджета и увеличению скорости реализации строящейся недвижимости. Риелторы же получают удобный инструмент для работы с покупателями строящегося жилья. Интегрирующие онлайн-платформы, соответственно, упорядочивают работу по продаже квартир в строящихся домах, цивилизуют рынок по продаже первичной недвижимости.

В ходе проведенного исследования выявлено, что интеграторы в сфере риелторской деятельности предоставляют свои услуги за вознаграждение, равное 20 % от выручки пользователей. Данная величина сопоставима с расценками на услуги наиболее популярной в мире интегрирующей онлайн-платформы предложений гостиниц компании Booking. В среднем и на рынке такси предоставляются услуги интеграторов по цене около 20 %, как видно из таблицы 1. Следовательно, по показателю доли выручки пользователей, которую интеграторы получают за предоставление своих услуг интегрирующие онлайн-платформы риелторского рынка сопоставимы с интегрирующими онлайн-платформами гостиничного сектора и такси.

При существующих расценках договоры о сотрудничестве с интегратором Metris заключены у 103 застройщиков из 113 существующих на рынке Санкт-Петербурга, по данным Единого реестра застройщиков (erzrf.ru). В среднем в месяц проводится около 500 сделок с применением базы Metris. В совокупности, по данным о расценках за услуги, количестве сделок и количестве заключенных договоров о сотруд-

ничестве, можно говорить о высокой востребованности интегрирующей онлайн-платформы в сфере риелторской деятельности на рынке Санкт-Петербурга.

Показатель доли выручки пользователей на рынке продажи интеллектуальных продуктов называют ставкой роялти. По данным Ассоциации лицензирующих отраслевых мерчендайзеров (LIMA), ставки роялти колеблются в диапазоне от 4 % до 12 % от выручки в зависимости от сектора экономики или в среднем от 7 % до 10 %. Анализ деятельности интегрирующей онлайн-платформы в сфере риелторской деятельности показал, что ставка роялти для нее составляет 20 %, что существенно выше тех значений, которые показывает LIMA. Соответственно, доля выручки пользователей, которую получают интеграторы за предоставление своих услуг, в среднем не менее чем в два раза выше аналогичного показателя в других сферах экономической деятельности, исследованных Ассоциацией лицензирующих отраслевых мерчендайзеров. Итак, можно сделать вывод о высокой доходности интегрирующей онлайн-платформы в сфере риелторской деятельности на дату исследования, что указывает на высокую ее востребованность на рынке Санкт-Петербурга в частности и России в целом.

Стоит отметить, что особенности ставки роялти как инструмента сравнения не способны учесть структуру себестоимости пользователя технологии, выбранной им формы налогообложения, используемых правил начисления амортизации, создания резервных фондов и иных показателей, которые могут оказать влияние на финансовые показатели деятельности. Однако существенное отличие ставки роялти российского интегратора риелторского рынка от показателей, представленных LIMA, дает основания полагать, что общий вывод о высокой доходности интегрирующей онлайн-платформы в сфере риелторской деятельности корректен.

Аналогичные выводы о высоком уровне востребованности интегрирующих онлайн-платформ в сфере риелторской деятельности получены и в ходе применения методики Азгальдова–Карповой. В результате проведенных расчетов выявлено, что доля того, кто предоставляет технологии, в прибыли того, кто ее использует, составила 78,7 %. Сравнивая это значение со среднеотраслевыми данными, указанными в таблице 2, установлено, что расчетное значение в полтора раза превосходит максимальное значение, представленное в таблице (78,7 % / 50 %). На основании проведенного сравнения можно сделать вывод о том, что степень ценности интегрирующей онлайн-платформы в сфере риелторской деятельности

оценивается участниками рынка как сверхценная, что свидетельствует о высоком уровне востребованности рассматриваемых платформ в риелторской деятельности.

Выводы

Проведенное исследование показывает, что цифровизация риелторской деятельности проходит успешно для создателей и пользователей интегрирующих онлайн-платформ. Интегратор риелторского рынка получает 20 % от выручки пользователя своих услуг, что сопоставимо с интеграторами в иных сферах деятельности, таких как гостиничный бизнес и услуги такси. Сравнение доли выручки пользователей, которую получают интеграторы за предоставление своих услуг, с аналогичным показателем в различных сферах экономической деятельности говорит о том, что этот показатель в среднем не менее чем в два раза выше аналогичного показателя в других сферах экономической деятельности.

Степень ценности интегрирующей онлайн-платформы, оцененная по методике Азгальдова–Карповой, определена как сверхценная, поскольку расчетное значение в полтора раза превосходит максимальные табличные значения. Таким образом, очевидным становится тот факт, что деятельность интеграторов на рынке риелторских услуг востребована, участники рынка оценивают цифровые продукты очень высоко и готовы платить за использование новых технологий значительно больше, чем за другие интеллектуальные продукты.

Если в Санкт-Петербурге, городе с населением более пяти миллионов, в настоящее время работают четыре интегрирующие онлайн-платформы, то в регионах России — не более одной интегрирующей онлайн-платформы, а в большинстве случаев они отсутствуют. Поэтому перспективой развития цифровизации риелторской деятельности является выход во все регионы России интегрирующих онлайн-платформ рынка недвижимости. Второе направление развития — охват не только рынка первичной недвижимости России, но и выход на рынок зарубежных стран. Третьим направлением цифровизации риелторской деятельности путем создания интегрирующих онлайн-платформ видится работа с залоговым имуществом банков и других институциональных инвесторов.

Перспективными направлениями изучения рассмотренного в статье вопроса являются анализ структуры запросов потребителей и их динамики, структуры затрат компании-интегратора и исследование эффективности ее деятельности, сравнение показателей де-

тельности компании-интегратора в зависимости от региона, влияние законодательства страны на доходы интегратора, развитие эффективности внедрения интегрирующую

онлайн-платформу других инструментов, помогающий агентам в работе, например, калькулятор оценки привлекательности инвестиций в объект.

Литература

1. Адвекс недвижимость. Сайт Ассоциации риэлторов Санкт-Петербурга и Ленинградской области. URL: <https://www.advecs.com/about/publications/38708/> (дата обращения: 07.10.2019).
2. Усова Д. С. Роль риелтора на рынке недвижимости // Экономика и социум. 2018. № 1 (44). С. 853–857.
3. Хызырова В. И. Регулирование риелторской деятельности в США и России: сравнительная характеристика // Вестник магистратуры. 2018. № 1-2 (76). С. 101–103.
4. Li L., Yavas A. The Impact of a Multiple Listing Service // Real Estate Economics. 2015. Vol. 43. No. 2. P. 471–506. DOI: 10.1111/1540-6229.12076
5. Abernethy A. M., Padgett D., Hollans H. Diversity in Residential Real Estate Sales Brokerages: A Study of Five Indiana Cities // Journal of Real Estate Practice and Education. 2011. Vol. 14. No. 1. P. 53–70.
6. Магоматов В. С. Применение дополненной реальности на рынке недвижимости // ФГУ Science. 2019. № 3 (15). С. 165–169.
7. Голованова Е. И. Коммуникативный портрет российского риелтора по данным профессионального лексикона // Человек и язык в коммуникативном пространстве: сборник научных статей. 2017. Т. 8. № 8. С. 19–25.
8. Бабкин А. В., Алексеева Н. С. Тенденции развития цифровой экономики на основе исследования наукометрических баз данных // Экономика и управление. 2019. № 6 (164). С. 16–25. DOI: 10.35854/1998-1627-2019-6-16-25
9. Пичугин А. С., Галимуллина С. Р. Электронная система хранения и обработки информации об объектах недвижимости риелторского агентства // Информационные технологии в науке, бизнесе и образовании: сб. тр. X Междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. М., 2018. С. 97–100.
10. Sun Y., Ifeanyi O. A Qualitative Study of E-business Adoption in The Real Estate Sector in China // Open Journal of Social Sciences. 2014. Vol. 2. No. 3. P. 64–69. DOI: 10.4236/jss.2014.23012
11. Овчинников А. Н. Функциональные требования к онлайн-платформе по сертификации объектов недвижимости // Естественные и технические науки. 2017. № 12 (114). С. 271–273.
12. Barwick P. J., Pathak P. A. The costs of free entry: An Empirical Study of Real Estate Agents in Greater Boston // The RAND Journal of Economics. 2015. Vol. 46. No. 1. P. 103–145. DOI: 10.1111/1756-2171.12082
13. Азгальдов Г. Г., Карпова Н. Н. Оценка стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов. М.: РИО МАОК, 2006. 400 с.
14. Бухарин Н. А., Алексеева Н. С. Оценка стоимости предприятия (бизнеса). Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности: учеб. пособие. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2011. 301 с.

References

1. Advex. Nedvizhimost'. Website of the Association of Realtors of St. Petersburg and Leningrad Region. URL: <https://www.advecs.com/about/publications/38708/> (accessed on 07.10.2019). (In Russ.).
2. Usova D. S. The role of a realtor in the real estate market. *Ekonomika i sotsium*. 2018;(1):853-857. (In Russ.).
3. Khyzyrova V. I. Regulation of real estate activities in the United States and Russia: A comparative description. *Vestnik magistratury*. 2018;(1-2):101-103. (In Russ.).
4. Li L., Yavas A. The impact of a multiple listing service. *Real Estate Economics*. 2015;43(2):471-506. DOI: 10.1111/1540-6229.12076
5. Abernethy A. M., Padgett D., Hollans H. Diversity in residential real estate sales brokerages: A study of five Indiana cities. *Journal of Real Estate Practice and Education*. 2011;14(1):53-70.
6. Magomadov V. S. The application of augmented reality in the real estate market. *FGU Science*. 2019;(3):165-169. (In Russ.).
7. Golovanova E. I. Communicative portrait of a Russian realtor according to professional dialect. *Chelovek i yazyk v kommunikativnom prostranstve: sbornik nauchnykh statei*. 2017;8(8):19-25. (In Russ.).
8. Babkin A.V., Alekseeva N. S. Trends in the development of the digital economy based on a study of scientometric databases. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management*. 2019;(6):16-25. (In Russ.). DOI: 10.35854/1998-1627-2019-6-16-25
9. Pichugin A. S., Galimullina S. R. Electronic system for storing and processing information about real estate objects of a real estate agency. In: Information technology in science, business and education. Proc. 10th Int. sci.-pract. conf. of students, graduate students and young scientists. Moscow: Moscow State Linguistic University; 2018:97-100. (In Russ.).

10. Sun Y., Ifeanyi O. A qualitative study of e-business adoption in the real estate sector in China. *Open Journal of Social Sciences*. 2014;2(3):64-69. DOI: 10.4236/jss.2014.23012
11. Ovchinnikov A. N. Functional requirements for the online real estate certification platform. *Estestvennye i tekhnicheskie nauki*. 2017;(12):271-273. (In Russ.).
12. Barwick P. J., Pathak P. A. The costs of free entry: An empirical study of real estate agents in Greater Boston. *The RAND Journal of Economics*. 2015;46(1):103-145. DOI: 10.1111/1756-2171.12082
13. Azgal'dov G. G., Karpova N. N. Valuation of intellectual property and intangible assets. Moscow: International Academy of Valuation and Consulting; 2006. 400 p. (In Russ.).
14. Bukharin N. A., Alekseeva N. S. Assessment of the value of the enterprise (business). Valuation of intangible assets and intellectual property. St. Petersburg: Polytechnic University Publ.; 2011. 301 p. (In Russ.).

Сведения об авторах

Алексеева Наталья Сергеевна

старший преподаватель

Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого
195251, Санкт-Петербург, Политехническая ул., д. 29,
Россия

(✉) e-mail: natasha-alexeeva@yandex.ru

Дружинин Андрей Евгеньевич

кандидат психологических наук, доцент

Высшая инженерно-экономическая школа
Санкт-Петербургского политехнического
университета Петра Великого
195251, Санкт-Петербург, Политехническая ул., д. 29,
Россия

(✉) e-mail: druandr@mail.ru

Поступила в редакцию 13.12.2019
Подписана в печать 15.01.2020

Author information

Natalia S. Alekseeva

Senior Lecturer

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
29 Politekhnikeskaya Str., St. Petersburg, 195251,
Russia

(✉) e-mail: natasha-alexeeva@yandex.ru

Andrey E. Druzhinin

Candidate of Psychological Sciences, Associate
Professor

Graduate School of Industrial Economics of Peter the
Great St. Petersburg Polytechnic University
29 Politekhnikeskaya Str., St. Petersburg, 195251,
Russia

(✉) e-mail: druandr@mail.ru

Received 13.12.2019
Accepted 15.01.2020