ДЕПАРТАМЕНТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДА МОСКВЫ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

ЦДП цифровое деловое пространство

СТАРТАП-КАФЕ

MOBILE PROPTECH

ИТОГИ МЕРОПРИЯТИЯ

Составлено на основе онлайн-опроса участников (140+ человек), проведенного до мероприятия, и результатов дискуссии

28.10.19

ПРОФИЛЬ УЧАСТНИКОВ СТАРТАП-КАФЕ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

55% участников – стартапы

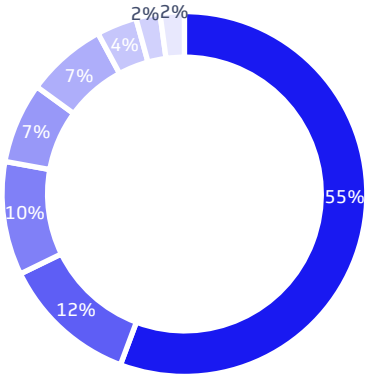
58% компаний-участников – в возрасте до 5 лет, из них подавляющее большинство моложе 2 лет

47% – микрокомпании (менее 10 сотрудников)

30% – только начали первые продажи,

еще **треть** находится на стадии расширения бизнеса и ищет новые рынки сбыта

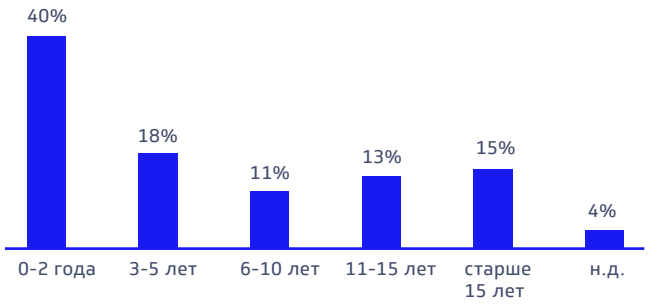
Типы участников мероприятия



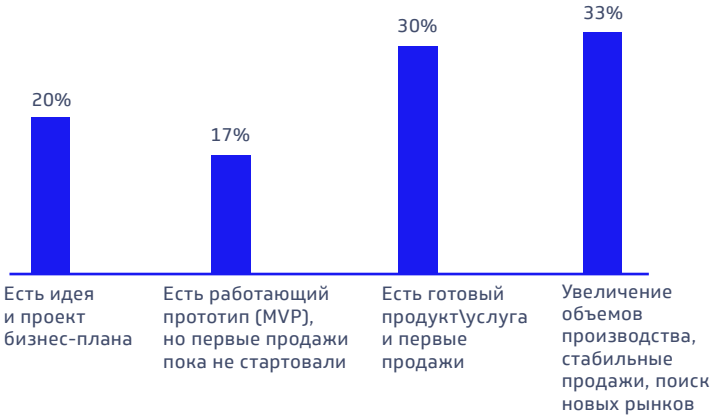
- Стартапы
- Корпорации/Инвесторы
- Другое
- Консалтинговые компании*
- Застройщики
- Агентства недвижимости
- Государство
- Образовательные организации

* Предоставляют различные сервисы и услуги (юридические, бухгалтерские, специализированные сервисы для инновационных компаний)

Распределение компаний-участников по возрасту



Распределение компаний-участников по стадии развития



Распределение участников по сфере деятельности

БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ И ЗАПРОС НА ПОДДЕРЖКУ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Барьеры развития рынка

На первый взгляд кажется, что участники настроены оптимистично и не видят барьеров для развития. Однако варианты, занявшие второе и третье места – **низкая цифровизация, особенности и инертность рынка** – указывают скорее на системный характер существующих барьеров.

* Много посредников, узкий рынок, бюрократия, монопольное преимущество крупных компаний

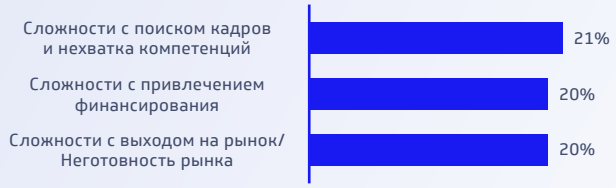
Востребованные меры поддержки

Участниками рынка PropTech наиболее востребована финансовая и информационная поддержка, в т.ч. единые базы данных об объектах недвижимости и участниках рынка, а также помощь в продвижении и поиске заказчиков для своих продуктов.

* Организация встреч с застройщиками, помощь в поиске крупных партнеров на строительном и банковском рынках, тематические мероприятия и площадки для взаимодействия участников рынка

ТОП-3 барьера развития FinTech-рынка

ТОП-3 барьера развития EdTech-рынка



PROPTECH, EDTECH И FINTECH: СРАВНЕНИЕ ВОСПРИЯТИЯ БАРЬЕРОВ РАЗВИТИЯ РЫНКА**

Для FinTech-компаний несовершенство законодательства является значительно более серьезным барьером. Консерватизм и инертность рынка затрудняют развитие как PropTech, так и EdTech-компаний, хотя для рынка PropTech этот барьер более значимый. Сложности с привлечением финансирования – общая проблема стартапов вне зависимости от того, на каком рынке они работают.

** По данным опроса участников FinTech и EdTech стартап-кафе

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА PROPTECH

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

1. Инертность и консерватизм рынка

В опросе, который проводился до мероприятия, большая часть участников отметила **инертность и консерватизм рынка**, **монополию крупных игроков** как серьезный барьер на пути развития отрасли. При этом эксперты в ходе обсуждения отметили, что рынок недвижимости консервативен не только в России, но и за рубежом.

В ходе дискуссии выступающие уточнили, что во многом причинами медленного развития рынка являются, во-первых, **отсутствие понимания выгоды сотрудничества, а также обмена данными и идеями,** а, во-вторых, **недооценка необходимости комплексного подхода**, когда, начиная с проектирования и закачивая эксплуатацией здания, закладывается пространство для внедрения цифровых решений. Такой подход может быть реализован только при совместной работе всех участников рынка.

«В целом у нас достаточно много ресурсов, возможностей, отдельных решений, и понимания того как рынок должен двигаться для развития PropTech. Просто проблема в том, что рынок недвижимости достаточно медленный, долгое время в него практически никто не вкладывал с точки зрения инноваций, потому что это достаточно сложно. В целом и так было понятно, что строить и как зарабатывать деньги.... Я думаю, что на рынке будет еще достаточно много коллабораций. ЦИАН идет по этому пути, то есть мы не только развиваем внутренние стартапы, мы начинаем общаться с внешними стартапами, потому что понимаем, что идей много».

Александр Гарбузов, руководитель направления стратегического планирования «ЦИАН ГРУПП»

2. Низкая цифровизация

Инертность рынка недвижимости приводит к тому, что пока уровень проникновения цифровых решений невысок, хотя именно PropTech в перспективе может существенно изменить рынок недвижимости, сделав его более «прозрачным» и понятным. Подобные изменения можно уже наблюдать в некоторых других ранее консервативных сферах (например, банковской).

Участники дискуссии отмечают также **дефицит стартапов и примеров успешных внедрений** на рынке PropTech, поэтому многие ставят эффективность технологий и их экономическую целесообразность под сомнение.

«Внедрение «цифры» на рынке недвижимости происходит очень медленно, потому что рынок недвижимости очень консервативен. Рынком будут востребованы продукты, которые предлагают относительно дешевое коробочное решение, позволяющее снижать косты для компании. Пока же стоимость решений для рынка довольно высокая».

Вероника Великосельская, руководитель по развитию цифровых технологий в недвижимости компании «Вымпелком» (Билайн)

3. Низкая эффективность из-за отсутствия достоверных данных

В то время как некоторые этапы цикла управления недвижимостью достаточно обеспечены регулярно обновляемыми данными (например, сдача жилья в аренду), для других этапов – проектирования объекта, определения его будущего назначения – **достоверных данных не хватает**. В большинстве регионов России генеральные планы развития территорий устарели, и информация не бьется с правилами застройки земельных участков. Отсутствие понимания того, как в действительности используется территория, обуславливает появление невостребованных объектов.

Позитивным трендом является появление нового направления в деятельности институтов развития – сбора информации обо всех существующих и строящихся объектах, проектных деклараций, информации от застройщиков и т.п. (например, Дом.рф). Однако полноценная единая база данных, объединяющая все организации страны, работающие в сфере недвижимости, пока отсутствует.

«У нас 300 млн га используется абсолютно не эффективно. Что это значит? Это когда бизнес строит что-то, что не отвечает запросу населения. Грубо говоря, там должна быть была гостиница, какие-то инфраструктурные объекты, а по факту просто стоит какая-то «свечка» и проживающие там люди не получают от этого никакого комфорта. Так получается потому, что на этапе проектирования не учли, например, нежилые помещения для развития бытовой инфраструктуры».

Дмитрий Котровский, общественный омбудсмен по защите прав предпринимателей в строительстве в Аппарате Уполномоченного при Президенте РФ по защите прав предпринимателей, председатель Комитета «ОПОРЫ РОССИИ» по строительству

4. Непонимание потребностей развития рынка среди стартапов

По мнению участников, стартапы плохо ориентируются в потребностях их целевой аудитории, часто предлагая невостребованные продукты или решения, к которым рынок еще не готов. Расширение числа клиентоцентричных сервисов, способных принести значимые преимущества конечному потребителю решений, может ускорить развитие рынка.

«Распространенная проблема среди стартапов – оторванность от бизнеса. В большинстве случаев решения, которые они приносят, уже обсуждались крупными игроками и оказались экономически невыгодными или наоборот их предложения сильно опережают состояние рынка. К примеру, замещение риелторов онлайн-сервисами – остается прекрасным будущим, которое произойдет не в ближайшее время. Пока люди не готовы покупать квартиры не приехав лично и не осмотрев место, где будут жить».

Александр Алексеев, руководитель сервиса Яндекс.Недвижимость

«Нужно понимать, кто твой клиент и что им движет, что для него важно. Нужно не только иметь возможность зайти, например, на Дом.рф в реестр застройщиков, нужно еще и знать, что и как там правильно смотреть. Нужно клиенту позволить получить простой сервис, который действительно решает его базовую проблему, которая действительно движет им, а не только фичи какие-то придумывать, которые в целом прикольные, но не особенно ему нужны».

Александр Гарбузов, руководитель направления стратегического планирования «ЦИАН ГРУПП»

УЧАСТНИКИ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ: ВЛИЯНИЕ PROPTECH

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Под влиянием цифровых технологий изменяются роли и взаимоотношения между разными участниками рынка недвижимости и на нем появляются новые игроки.

При этом участники считают, что «цифра» не заменит собой все, т.к. для ряда целевых аудиторий офлайн-контакт с поставщиком услуг или возможность протестировать объект недвижимости лично будут оставаться чрезвычайно важными при принятии решения о покупке. Поэтому, например, несмотря на быстрое развитие цифровых агентств недвижимости, офлайн-риелторы останутся значимыми игроками, хотя их услуги могут трансформироваться.

Агентства недвижимости

С появлением цифровых агентств недвижимости и маркетплейсов классические риелторы перестают быть монополистами на информацию о предложениях рынка недвижимости. По мнению участников дискуссии, в дальнейшем **агентства недвижимости будут трансформироваться** с точки зрения цепочки добавленной стоимости услуг (от «риелтора полного цикла» к персонализированному набору отдельных сервисов под потребности клиентов). Некоторые эксперты говорили о том, что риелторы станут скорее «экскурсоводами, которые заботятся и сопровождают клиента в сложном процессе выбора недвижимости»

Подрядчики

Более 90% подрядчиков по строительно-монтажным работам – представители **малого и микробизнеса**

Застройщики

Застройщики слабо заинтересованы в технологиях, т.к. не видят экономических выгод от их внедрения и не хотят брать на себя лишние обязательства

Управляющие компании

УК заинтересованы в цифровых инструментах коммуникации с жителями, расширяющих их возможности по предоставлению сервисов, но у них ограничен бюджет

Операторы коворкингов

Некоторые участники дискуссии отметили, что **основным потребителем новых технологий** на рынке являются не застройщики, а те, кто профессионально управляет недвижимостью (например, операторы коворкингов)

Новые участники рынка

Крупные телеком и ИТ-компании

Игроки нового типа, аккумулирующие **большие объемы данных**, которые они используют для построения экосистемы сервисов, в т.ч. в сфере недвижимости (например, Яндекс, Билайн)

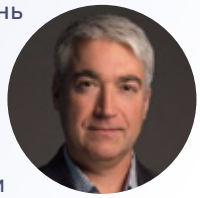
Жители

Во многих странах мира (США, Великобритания) **жители становятся активными участниками развития жилых комплексов** на всех этапах жизненного цикла проекта

Стартапы

Поставщики новых технологических решений. В 2017–2018 гг. в российский PropTech было инвестировано $16 млн (по данным PwC)

«Мы видим разрыв между цифровыми привычками и ожиданиями покупателей недвижимости, возможностями УК и основными задачами девелоперов, которые заняты в основном вопросами строительства и продаж, и не очень интересуются инвестициями в цифровые технологии.
В отсутствие законодательных требований, усиление конкуренции среди девелоперов является единственным фактором для появления таких сервисов. Самый оптимальный подход – это подумать застройщику об этих сервисах и предусмотреть их еще на этапе проектирования объекта/ЖК, а мы готовы в этом помочь».



Павел Кучерук, заместитель генерального директора Alphaopen

* Перечислены участники рынка, упоминавшиеся в ходе дискуссии

НАИБОЛЕЕ ВОСТРЕБОВАННЫЕ PROPTECH-ПРОДУКТЫ В МОСКВЕ В БЛИЖАЙШИЙ ГОД

Не равно 100%, т.к. вопрос предполагал несколько вариантов ответов

На фоне консерватизма и инертности рынка, ситуация, когда востребованными считают в одинаковой степени все типы инновационных продуктов, кажется предсказуемой: «нужно все» и «что угодно, только новое».

В ходе дискуссии участники говорили, что с учетом низкой цифровизации и консерватизма рынка нужны в первую очередь решения, которые дают значимые экономические выгоды конечному потребителю (например, снижение издержек и затрат).

«Большинство стартапов и решений, которые сейчас присутствуют на рынке, связаны с большими данными. Часто в них заложены простые идеи, которые отвечают на конкретные вопросы – как сделать правильное позиционирование объекта, с какой ценой выходить на рынок, как выстроить грамотную стратегию продажи, как найти помещение для нового бизнеса, как узнать, кто будет жить с тобой рядом».

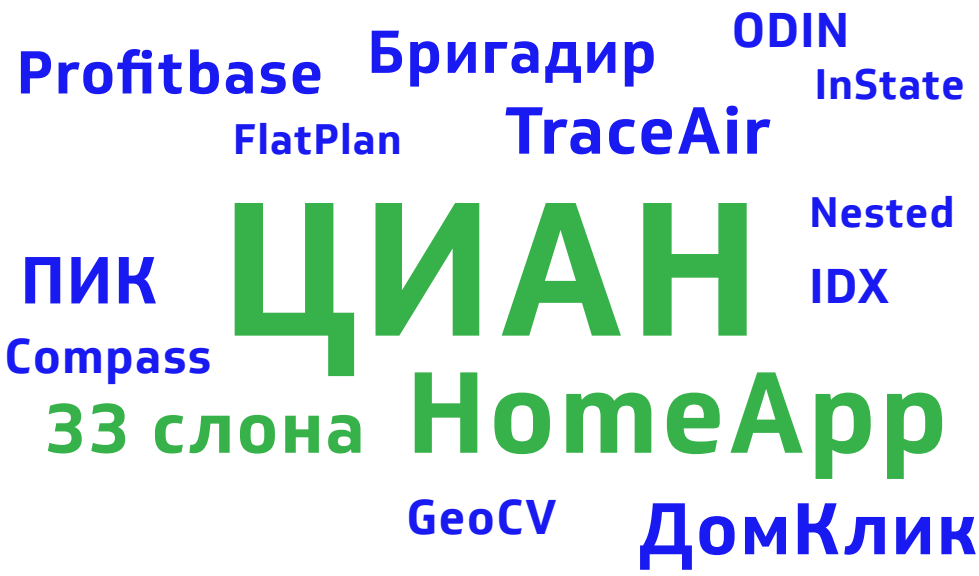
Александр Алексеев, руководитель сервиса Яндекс.Недвижимость

ПРИМЕРЫ УСПЕШНЫХ МОСКОВСКИХ PROPTECH-КОМПАНИЙ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Примеры успешных стартапов Москвы

Участников мероприятия просили назвать ТОП-3 лучших стартапов Москвы.
Чем больше размер надписи, тем выше упоминаемость



ЦИАН https://www.cian.ru
Год создания: 2001

База данных о продаже и аренде жилой, загородной и коммерческой недвижимости. Входит в ТОП-10 ведущих мировых сервисов по поиску недвижимости. Регулярно проводит обзоры рынка в различных регионах страны, например, мониторинг активности застройщиков.

В сентябре 2019 г. ЦИАН запустил новый сервис на основе нейросетей, который позволит участникам операций по аренде недвижимости проверить благонадежность второй стороны сделки.

HomeApp https://homeapp.ru
Год создания: 2015

Цифровое риэлторское агентство. С помощью алгоритмов искусственного интеллекта анализируют предложения, размещенные на сайтах недвижимости, на предмет достоверности информации, юридических рисков. Затем команда специалистов беседует с владельцем недвижимости и на основе собранных данных формирует таргетированную рекламу. Целевые группы клиентов, которые видят рекламные сообщения, также выделяются на основе анализа больших данных. Такая оценка помогает владельцу продать квартиру быстрее и не продешевить, а покупателю — подобрать лучший вариант за свои деньги.

В 2016 г. частные инвесторы вложили в проект $500 тыс., весной 2018 г. HomeApp дополнительно привлек еще более $1 млн от бизнес-ангелов.

33 слона https://33slona.ru/
Год создания: 2015

Цифровое агентство недвижимости. Предлагает услуги по оценке стоимости, фотосъемке объектов, подготовке к продаже и юридическому сопровождению сделки. Сервис переводит все операции с недвижимостью в онлайн и обеспечивает исключение из процесса подписания бумаг и посредников, сокращает срок сделки за счет использования современных технологий.

В апреле 2018 г. Mail.Ru Group приобрела 100% компании. Сумма сделки не раскрывается. «33 слона» также сотрудничает с банками и предлагает клиентам цифровую ипотеку, перекредитование и деньги под залог недвижимости. Среди партнёров — «Газпромбанк», «Металлинвестбанк», «Дельтакредит», «ЮниКредит Банк».

ВОВЛЕЧЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

По мнению участников дискуссии, проектирование и благоустройство новостроек, **развитие жилых комплексов предполагает активное вовлечение собственников на всех этапах**. Наиболее эффективно это может сделать управляющая компания, изначально выстроив правильную коммуникацию с собственниками и вызвав доверие своим управлением и качеством обслуживания. Однако в Москве пока таких примеров немного.

Застройщики за счет учета и внедрения цифровых сервисов еще на этапе проектирования также могут повышать свою привлекательность в глазах собственников, предоставляя им не просто помещение / квартиру, а целую экосистему сервисов.

При этом отдельные спикеры выразили опасение, что **культура коллективных действий на локальном уровне в России потеряна**, и это может быть препятствием для вовлечения сообщества.

«Люди в США, Нидерландах, Лондоне, в Украине – объединяются, берут и делают. Сообщество жильцов, резидентов берет на себя часть ответственности. У нас, к сожалению, потерялась культура коллективного решения проблем. Мы все ждем от управляющей, от государства, от провайдеров, от приложений, но культура сообщества потеряна в России. А это основа демократии и любого здорового общества....

Традиционная УК зачастую не способна и не хочет решать проблемы жильцов. Поэтому иногда в этом направлении начинают двигаться девелоперы. Например, компания ПИК, которая инвестировала в стартап «Кухня на районе». ... За счет этого ПИК чуть-чуть повышает свою привлекательность в глазах потенциальных покупателей жилья, потому что предоставляет не пустую коробку, а подключение к определенному хабу сервисов. Но готовых продуктов пока мало. Нужны районные дома услуг и локальные пункты выдачи/обслуживания, которые застройщики будут предусматривать в проектной документации и привлекать в них местный бизнес. С этим пока большая проблема, хотя технические и логистические решения для этого есть. Управляющие компании должны захотеть свои здания подключать не только к электричеству, газу и так далее, но и логистически, и коммуникационно к другим провайдерам, до которых у обычного жителя просто доступа просто нет».

Алексей Доценко, генеральный директор компании Crabler

Нужно ли вовлекать жителей, и если да, на каких этапах?

% от общего количества опрошенных участников*

Кто наиболее эффективно сможет вовлечь жителей?

% от общего количества опрошенных участников*

*Не равно 100%, т.к. вопрос предполагал несколько вариантов ответов

«По опыту скажу, что те управляющие компании, которые изначально выстроили правильный диалог с собственником, вызвали доверие своим управлением и качеством обслуживания домов, в этих жилых комплексах вовлеченность жильцов в систему «Домопульт» до 100%. У нас есть такие примеры».

Евгений Колчанов, коммерческий директор компании «Домопульт»

ЧТО МОЖЕТ ПОМОЧЬ РАЗВИТИЮ РЫНКА PROPTECH

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

1. Создание единой платформы для взаимодействия застройщиков, стартапов, управляющих компаний и правительства города.

2. Создание единой базы данных по объектам и участникам рынка, развитие цифровых двойников территорий и объектов строительства. Понимание основных характеристик объектов недвижимости, территорий, на которых они расположены, позволит компаниям и стартапам разрабатывать востребованные продукты. При этом необходимо обеспечить возможность интеграции различных платформ с данными между собой и разработать единые понятные критерии доступа к информации для всех участников рынка.

Отдельно в ходе дискуссии было отмечено, что в России до сих не существует маркетплейс по строительным материалам, который был бы очень востребован застройщиками и подрядчиками по строительству.

3. Доступная аналитика по российскому рынку PropTech.
Большой запрос на информационную и аналитическую поддержку свидетельствует о непонимании происходящих процессов и потребностей целевых аудиторий. Вариантом решения может стать использование данных телеком-операторов о поведении пользователей.

Также некоторые выступающие отметили востребованность базы PropTech-стартапов для инвесторов. Информация о существующих стартапах, их конкурентах и ключевых показателях поможет инвесторам принимать решение о вложении средств и будет способствовать развитию культуры инвестирования в отрасли.

4. Проведение тематических образовательных мероприятий.
Семинары, встречи с менторами и другие подобные мероприятия помогут стартапам лучше упаковывать свой продукт и презентовать его потенциальным клиентам.

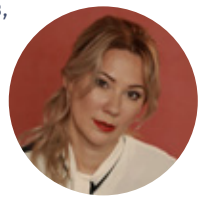
«Нужна платформа, где встречаются технологии, пользователи и инвесторы».

Кирилл Малышев, сооснователь PropTech Russia и InState Property Facility ManagementAlphaopen

«Не хватает единых платформ, баз данных по всему, что связано с недвижимостью, все разрозненно. ...Не хватает централизованного обмена данными, по понятным, прозрачным критериям доступным и для стартапов, и для крупных компаний. Сейчас многое может трактоваться как серая зона, это первая история. Вторая история, что на самом деле не хватает все-таки клиенто-центричных сервисов, потому что зачастую не все сервисы нужны людям и они готовы за них платить».

Александр Гарбузов, руководитель направления стратегического планирования «ЦИАН ГРУПП»

«Мобильный трафик позволяет посмотреть на рынок недвижимости с другой стороны, т.к. эти данные дают представление о любой сфере жизни абонента. Эти данные агрегируются и используются в различных решениях. Часть решений, которые разрабатываются на основе данных мобильных операторов, позволяют застройщику выбрать тот земельный участок и выбрать ту концепцию объекта, которая будет максимально востребована в данной точке. И эти данные позволяют нам дать оценку того, как целевая аудитория в данной застройке потребляет, куда тратит деньги, где она живет, где она работает, каким образом она перемещается».



Вероника Великосельская, руководитель по развитию цифровых технологий в недвижимости компании «Вымпелком» (Билайн)