

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА**

**СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ**

**КАТЕДРА “ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА СТРОИТЕЛСТВОТО”**

**Дисциплина: „ Икономика на недвижимата собственост ”**

# **КУРСОВА РАБОТА**

**НА ТЕМА: “ Онлайн продажба на недвижими имоти ”**

Разработил: Стефан Николов

Специалност: ИНС, група 29

Фак. №: 10 838

Проверил:.....

/ас. Ваня Антонова/

**Април, 2011**

**Варна**

## Съдържание

Увод .....стр. 3

### Глава Първа

#### Сайтове за продажба на имоти

1. Онлайн борси за имоти .....стр. 4

2. Фирмени сайтове на агенции и строителни фирми .....стр. 6

### Глава Втора

#### Проблеми и перспективи на онлайн продажбите в България

1. Нагласата на потребителя – сигурност и истинност на информацията .....стр.8

2. Онлайн оглед на имоти ..... .стр. 10

Заклучение .....стр. 10

## Увод

Интернет е световна информационна мрежа за комуникации и е най-евтиния път към световния пазар. В момента тя е най-всеобхватният рекламоносител и феноменално средство за просперитет. Всекидневно милиони хора се ползват от услугите на Интернет - за бизнес или проучвания. Статистиката помогна на експерти да докажат, че търговията чрез Интернет надхвърля 30 пъти скоростта, с която се развива световната икономика. В днешния динамичен свят Световната глобална мрежа е най-добрата среда за представяне на бизнеса. Тя е евтина, бърза и достъпна в целия свят. За нуждите на пазара за недвижими имоти Интернет предлага следните основни предимства:

- Имотът се представя със снимков материал и с пълно текстово описание, докато стандартната реклама, която се прави всекидневно в масмедииите, най-често е в телеграфен стил и с ограничен брой думи;
- С цялата си пълнота и блясък рекламната оферта става достойна на България и на света;
- Намират се потенциални клиенти от други области на страната;
- Намират се потенциални клиенти от чужбина, които вече пристигат в България безвизово, благодарение на членството ни в Европейския съюз.
- Рекламата в Интернет е най-евтиния път към световния пазар.

На клиента Продавач или Купувач вече се спестява ценно време и средства за представяне и продаване на своя имот на пазара или при търсене на подходящ за закупуване. Всичко това се извършва онлайн директно или чрез посредник (агенция за недвижими имоти). На заинтересованите страни се предлага среда, чрез която се осигурява възможно най-широкото информационно обслужване независимо от разстоянието на което се намират. Купувачът, в подходящо за него свободно време, спокойно се запознава чрез снимките и текстовете в уеб-сайтовете на мрежата с предлаганите на пазара имоти. В пространството на Интернет се осъществява и търсене на желаната оферта по различни признаци: вид на имота, цена, квадратура, местоположение, и др. Отделя се това, което конкретно интересува клиента и чак

тогава се осъществява оглед.

По вид онлайн сайтовете за продажби могат да се разделят на обществени и частни. При обществените потребителя свободно публикува обяви за покупка/продажба на имот,докато частните представят наличните към даден момент имоти на определена фирма/агенция в отделен сайт.

Интернет вече е в състояние да поеме на 100% сделките онлайн от информационно обслужване до подписване и изповядване на сделката. Едни най-големите онлайн магазини и аукциони в света вече предлагат публикуване на обяви и спомагат за осъществяването на онлайн продажби на недвижима собственост,като стават своеобразен гарант за автентичността им, а трансферирането на големи суми онлайн тепърва ще става нещо нормално за потребителите.

## **1. Глава Първа**

### **Сайтове за продажба на имоти**

#### **1.1 Онлайн борси за имоти**

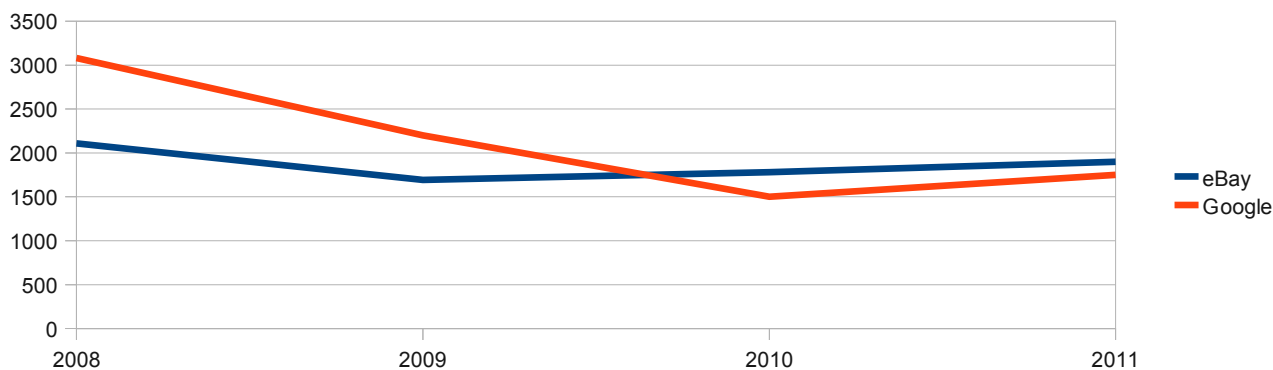
Възползващи се от завареното си положение на пазара за онлайн продажби много от световните интернет борси откриха специализирани секции за недвижими имоти в своите сайтове. Така те предлагат на огромната си аудитория още един сегмент в който да осъществяват сделки по покупко-продажба,което носи със себеси,освен позитиви и определени рискове за страните. Онлайн магазините и аукциони са **среда**. В множеството си те не предлагат консултантски услуги, което ограничава информационната обезпеченост на посетителя и ограничава критериите му за сравнение и избор между офертите. За крайните клиенти (продавачи и купувачи) остава възможността да се информират по други канали на информация или да вземат решение на базата на частична информация,което не е в техен интерес.

За момента онлайн борсите за недвижими собственост предлагат най-голяма гласност на обявите за имоти. Тяхната аудитория не е лимитирана географски,демографски,класово или по какъвто и да е друг признак и е в пъти повече от тази на печатните издания и останалите традиционни медии. Друга важна тяхна характеристика е,че те достигат до тази информация с ясното съзнание,че ще

купуват/продават т.е са обединени целево от най-важната стъпка в една сделка с недвижима собственост – решението за покупка/продажба, но онлайн борсите за недвижими имоти имат не само позитивни а и негативни аспекти в предоставянето на услугите си. Високата посещаемост и частична идентификация на страните по сделките създават предпоставки за публикуване на нереални оферти от хора с различни подбуди(измама, спекулация с пазара и тн.). Броят им постоянно намалява с техническото развитие на онлайн системите, но той никога не може да бъде сведен до нула, поради масовият характер на услугата.

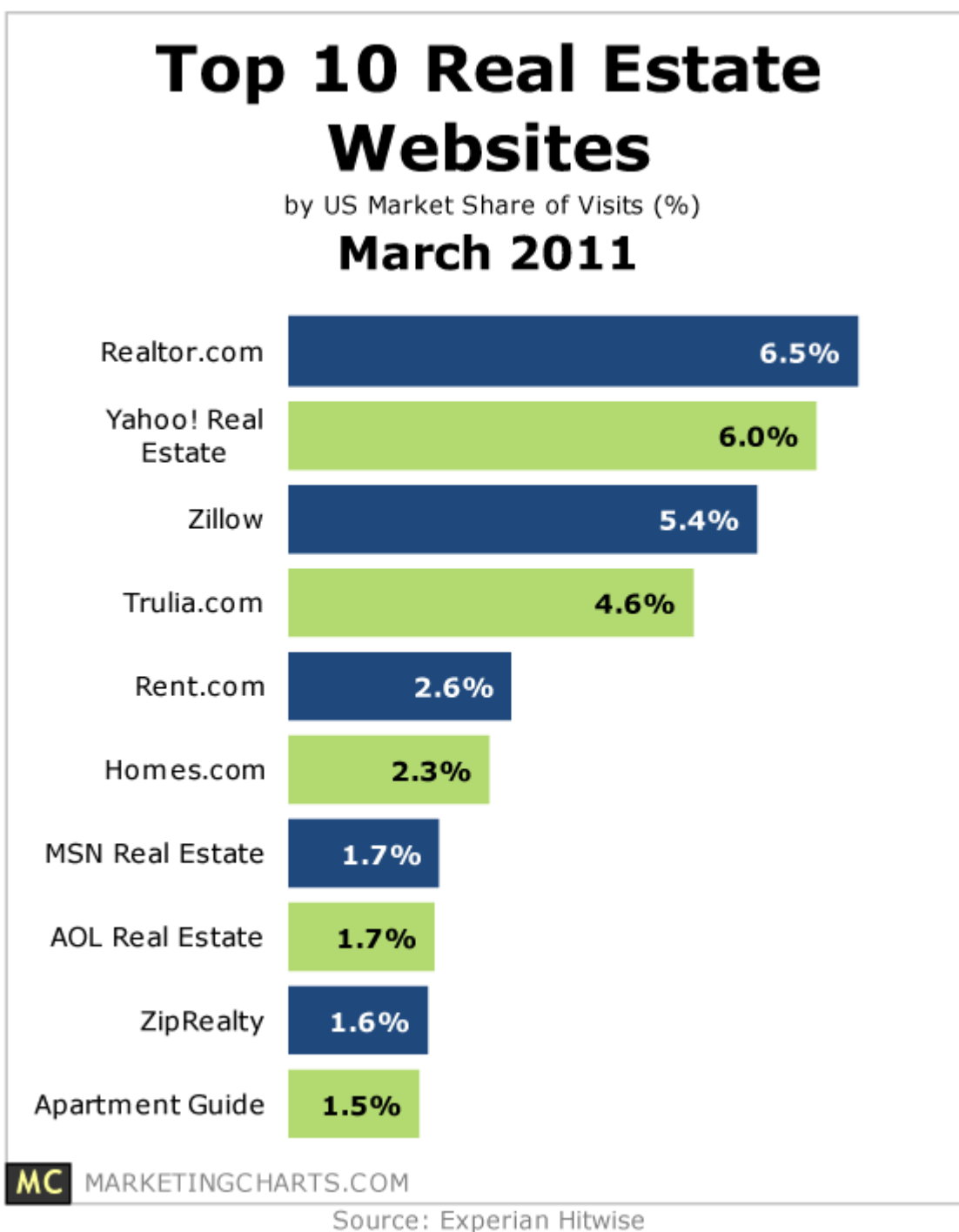
Онлайн борсите за недвижими имоти са най-утвърдени като бизнес модел в САЩ, Великобритания и Австралия, заради обема на сключените сделки и потребителските навици. Онлайн борсите за имоти в тези страни са собственост на интернет корпорации като eBay и Google, които чрез своето ноу-хау в други сфери на онлайн търговията обединяват агенциите за недвижима собственост и техните имоти в обща база данни достъпна за всеки човек на земята разполагащ с необходимите компютър и интернет връзка за да ги разгледа и прецени дали отговарят на неговите нужди и бюджет. В всеки момент активните онлайн търгове в тези мрежи за между две и три хиляди имота с всеобхватни характеристики. (Графика 1)

Към момента в България функционират няколко онлайн борси, но поради лимита на пазара офертите в тях рядко надвишават сто имота, което включва и оферти за наем предимно на жилища в големите градове. Тук възниква и икономическият проблем в нагласата на потребителите в нашата страна. (страница 8 )



Графика 1 Среден брой активни търгове в онлайн борсите за недвижими имоти  
[www.snikolov.net](http://www.snikolov.net)

## 1.2 Фирмени сайтове на агенции и строителни фирми



Друг канал за популяризация и продажба на имоти са фирмените сайтове на отделните агенции. Асортиментът в тях е ограничен само до имотните оферти предлагани от отделните агенции за недвижими имоти. Намаленият избор, обаче, е за сметка на гаранцията за тяхната истинност и репутацията на предлагащата ги агенция. За разлика от онлайн борсите за недвижими имоти тук принципът на продаване е един продавач

към много купувачи и цената е с включена комисионна за обслужване от агенцията, което улеснява купувачите и им гарантира по-висока информираност при избора. В фирмените сайтове на отделните агенции купувачите са и по-сигурни при решение за плащане на имота през Интернет. Въпреки високата цена на имотите сигурността на плащането е гарантирана, освен технически и от законодателството на Република България. Клиентът е наясно къде отиват парите му и какви са неговите права при промяна на решението му относно сделката.

Негативен аспект при изграждането на подобен вид канал за продажба на имоти са големите разходи по създаването на сайта, както и разходите по неговото популяризиране, което в много случаи води до по-малка аудитория т.е по-малък брой потенциални купувачи за агенцията. Този брой нараства паралелно с увеличаването на хората ползващи интернет и ползваемостта на онлайн търсачките, които са и основен източник на посещения за сайтовете като цяло. Като начин за популяризирането на определен сайт вече се предлага услугата “оптимизация за търсачки” която позиционира вашите връзки по-високо в резултатите при търсене за определени ключови думи (например: двустаен апартамент Владиславово). Въпреки огромният брой връзки, които би върнало подобно търсене маркетинговите изследвания на потребителските навици сочат, че детайлно се разглеждат до първите пет резултата. Ако сред тях потенциалният купувач намери точно имотът, който отговаря на неговите нужди, както и достатъчно детайлна информация за него вече е готов да пристъпи към покупка. От продавача (брокерът) се изисква единствено да попълни детайлна информация за предлаганият обект за предпочитане по предварително изграден шаблон (например: Вид, Локация, РЗП, особености и функционалности).

## 2. Глава Втора

### Проблеми и перспективи на онлайн продажбите в България

#### 2.1 Проблем: Нагласата на потребителя – сигурност и истинност на информацията

Много голяма част от младото население по света прекарва повечето си време онлайн било то в социални мрежи, сайтове за информация, забавление, наука и тн. Световната икономика веднага реагира на новата тенденция и започна да предлага различни платени онлайн услуги. Освен информационна Интернет вече е и поръчкова мрежа. С лекота може да се сдобие и освен с информация за прожекцията на любимият ви филм и с билет за него, при това сами да сте избрали мястото в кинозалона. За активния онлайн потребител риска при покупка на маловажни стоки онлайн е минимален, друг е обаче въпроса с покупката на ценни и продоволствени стоки от които зависи офлайн благосъстоянието на отделния индивид и за този човек дигиталният свят е новост. Бизнес предлагащ подобни услуги трябва да е легитимен на 100% и много детайлно да информира потенциалните си клиенти за това какво става с парите им, как те ще достигнат от купувача до продавача и какво ще получи първият в замяна.

Онлайн продажбата на недвижими имоти е добър пример за бизнес с прекалено важен продукт за да има и минимални съмнения от страна на купувача (хората ходят на кино всеки месец, но си купуват жилище веднъж в живота).

Дори и да бъде постигнато убеждаване на клиента друг потенциален проблем е транзакцията на парите и фактическото изповядване на сделката. Към момента с относително високо ниво на защита и доверие се ползват няколко начина на плащане:

- Банков превод
- Кредитна карта
- Различни платежни системи (PayPal, Moneybookers, ePay и тн.)

Банковите преводи и разплащанията с кредитни карти са сравнително добре познати за населението методи на разплащане. Технологиите от край време позволяват това да

става и чрез настолен компютър, лаптоп или мобилен телефон. Онлайн платежните системи са нов начин за моментален превод на пари до всяка точка на земното кълбо, който отнема секунди. Най-голямата от тях е PayPal използвана в над 350 000 интернет сайта в Интернет на различна тематика, сред които и основните онлайн борси за недвижими имоти eBay и Google Real Estate, и над 200 млн. потребители осъществяващи милиарди плащания всекидневно. Важно е да се отбележи, че PayPal предлага различни услуги за потребителите си в различните страни в зависимост от финансовата ситуация в страната. От 2007 г. насам системата предлага услугите си и на българският пазар и можем свободно да осъществяваме транзакции към всеки от останалите 200 милиона потребители по целият свят.

Оформянето на документите по сделката е друг важен елемент при покупко/продажбата на недвижими имоти. Размяната и подписването им вече също е напълно възможно да се осъществи онлайн посредством електронен подпис. Електронният подпис представлява идентифициращо Ви средство в електронното пространство. С полагането на електронен подпис Вие потвърждавате самоличността си, съгласието си със съдържанието на документа и му осигурявате защита от последващи промени. Електронният подпис осигурява достоверност и неотменяемост на електронните документи, съхранявани върху магнитен, оптичен или друг носител и на обменяните в интернет. Удостоверението за електронен подпис е документ, удостоверяващ Вашата електронна самоличност. Подобно на личната Ви карта, шофьорската книжка и други идентифициращи Ви документи - тази самоличност трябва да бъде потвърдена чрез издаване на документ - удостоверение - от легитимен орган - Доставчик на удостоверителни услуги. Удостоверенията съдържат определени от закона задължителни реквизити. Технологично електронният подпис се реализира чрез генериране на уникална асиметрична двойка математически ключове. Единият от тях става публично достояние като се публикува на интернет сайта на Доставчика и може да бъде разгледан от всеки. Втория ключ е частен и таен – той се генерира директно върху смарт-карта и достъп до него има само авторът на удостоверението посредством пин-код.

## 2.2 Перспектива: 3D онлайн оглед на имоти

Перспектива за увеличаването на онлайн продажбите на недвижима собственост е създаването на триизмерни модели на имотите. Така всеки заинтересован потенциален купувач ще може детайлно да разгледа избран имот от предлаганите от съответната агенция без да бъде ограничен от гео-локацията му и присъствието на брокер. Това ще даде възможност да се увеличат в пъти “огледите” на обекти, което ще спомогне за по-бързата им реализация на пазара.

Създаването на 3D модел е задача, която с помощта на съвременният софтуер може да бъде изпълнена и от човек без техническо образование (вкл. Брокер). Нужни са само снимки от една позиция в проекция на 360 градуса за останалото са нужни подходящ компютър и софтуер, който да ги сглоби. След това остава просто да се наслаждаваме на новото си творение.

Триизмерният модел би имал благатно влияние както за брокерите поотделно, така и за агенциите, като цяло. Брокерите ще могат да обърнат внимание на хора вече разгледали модела на имота и имащи конкретен интерес към него, което улеснява и възможността да бъде убеден клиента, че това е имота за него. Агенциите пък получават “брокер” на който е заплатено еднократно (при създаването) и който работи 24/7 за благото на фирмата и нон-стоп води огледи на заинтересуваните се да кликнат.

### Заклучение

Онлайн продажбите са нужни за икономиката на всеки отрасъл сегмент. За момента те предлагат най-ниска себестойност на единица потенциален клиент доказателство за което е високата им рентабилност. Сайтовете за продажба са само среда и трябва да останат единствено един от многото начини за продажба. Реалността на пазара в момента е, че по-малките брокери и агенции, които не разполагат с свободен ресурс или достатъчно оферти за създаването на собствени сайтове ползват единствено онлайн борсите за недвижими имоти, докато големите играчи на пазара, тези с свободен ресурс за иновации създават собствена среда за продажба в Интернет, поддържана от специализиран екип, но също използват борсите и аукционите като допълнителен вариант, спазвайки световната тенденция на цифровизация и виртуализация на

реалната икономика. Проблем в развитието е потребителската нагласа към този вид продажби, а бъдеща тенденция на развитие е техническото осъвършенстване на процеса и цялостната виртуализация на всички стъпки при сключване на сделка.