

Комментарии к классификатору коттеджей

С.А. Мишин, январь 2012

Резюме. Здесь представлены комментарии к статье «Классификатор коттеджей» - <http://www.mishin-s.ru/realty2/20120118classifier.pdf>. - почему выбран именно такой вид классификатора.

Предисловие

Какую пользу дает классификация коттеджей?

Допустим, вы решили приобрести коттедж, т.е. получить статус покупателя на рынке недвижимости. Каким образом, каким языком вы опишите свои пожелания, приоритеты и потребности? Какой «сигнал» вы передадите другим участникам рынка – продавцам и риелторам?

Вот возможная и вполне типичная ситуация. Все описание потребности сводится к небольшой фразе:

«Хочется жить в красивом, удобном доме с большим участком, в престижном районе – и чтобы было недорого»

Что происходит, если потенциальный покупатель начинает поиск на рынке с такой установки? Он потратит массу времени на просмотр объявлений, на физические осмотры домов. Сейчас на рынке Московской области предлагается до 50 тысяч объектов коттеджного строительства. В лучшем случае покупатель осмотрит 15 домов, максимум до 30 и все равно это будет каплей в море всех предложений. Первый результат, который получит покупатель: осмотренные дома очень разные, а цены различаются в 2-4 раза. Покупатель продолжает поиск, иногда поиск длится долго, до 1-2 лет. У покупателя возникает понимание, что идеальный вариант не существует. У каждого объекта покупатель находит и преимущества, и недостатки. Часто все это сопровождается еще и усталостью от поисков – жизнь идет, а решение не принимается, и часто решение вытекает из простой жизненной установки:

«Надо либо прекращать поиски, либо на чем-то останавливаться»

Покупатель не выдерживает и заключает сделку. Вселяется в дом. Погружается в детали и через полгода - год к нему приходит понимание: приобретенный дом – это не то, что хотелось. Проявляется масса деталей, которые с точки зрения вновь возникшего жителя негативны. Как

следствие, новый житель на длительный период, до 10-ти лет погружается в период перестроек, ремонтов и дополнительных затрат.

Каким образом классификация коттеджей, некий унифицированный язык описания жилых объектов поможет покупателю:

- хороший классификатор сокращает время поисков, поиск становится продуктивным;
- покупатель дает четкий сигнал своему агенту и просто не ездит на осмотры не подходящих домов;
- хороший классификатор позволяет провести реальный анализ цен на рынке, не просто получить среднюю стоимость одного квадратного метра, а узнать цены на дома, характеристики которых сравнимы с точки зрения покупателя;
- хороший классификатор позволяет провести альтернативный анализ бюджет-цены, изменяя свои запросы можно четко выделить те предложения на рынке, которые укладываются в бюджет покупателя, но различаются по технически характеристикам;
- можно выбрать дом, максимально приближающийся к пожеланиям покупателя и кардинально устранить последующие «неожиданности».

Что такое «хороший» классификатор

В предыдущем разделе несколько раз упоминалась характеристика классификатора, обозначаемая словом «хороший». В чем же заключается это свойство классификатора. Оказывается, есть два простых условия для позиционирования классификатора, как «хорошего» инструмента.

Условие первое.

Цена коттеджа должна следовать за классификатором, должна вытекать из классификатора. Это означает, что задав описание, вы выделяете список предлагаемых на рынке домов и получаете диапазон цен. Сразу скажем, что существуют классификаторы, которые действуют обратным порядком: сначала выделяются диапазоны цен, а потом внутри диапазона происходит какое-то описание.

Условие второе.

Классификатор резко сужает область поиска. Это условие означает, если покупатель формулирует свои запросы на языке классификатора, то область поиска среди всех предложений на рынке должна сужаться до небольшого списка в 20-50 домов, при таком объеме списка, можно реально изучить, осмотреть все лучшие объекты, погрузиться в детали и выбрать оптимальный вариант.

Именно с помощью этих условий в следующем разделе будут проанализированы классификаторы, которые уже используются на рынке недвижимости.

Какие классификаторы существуют на рынке недвижимости

Казалось бы, сейчас должны существовать классификаторы, анкеты для установления статуса коттеджа. Действительно, в Интернете поисковые системы выдадут немало ссылок на запрос по фразе «классификация коттеджей». Вот некоторые из репрезентативных ссылок:

<http://www.vposelke.ru/>

<http://www.allcottage.spb.ru/index.php?p=49>

<http://www.bpn.ru/publications/1571/>

<http://www.kaluzhskoe.ru/viewpaper/objectid/3787>

<http://www.zagorod.spb.ru/articles/1713/>

http://www.homeplans.ru/practice/index.php?info=architecture_tipology&pg=4&print=y

<http://www.usadba.ru/press/article/2961/>

Лично мне, ни одна из указанных выше классификаций не показалась достойной.

На самом деле, ситуация в целом на рынке недвижимости не однозначная, есть и достойные примеры.

Среди всех классификаторов в области недвижимости наиболее известен классификатор офисных центров. Начиная где-то с 2000 года, начали появляться различные классификации от известных риэлтерских фирм, девелоперов и управляющих компаний. К настоящему моменту все эти классификации сведены воедино под эгидой Гильдии Управляющих и Девелоперов ([ГИД](#)). Суть классификации ГИД в том, что все офисные центры делятся на классы: А, В+, В, С, причем класс А лучше (и дороже), чем класс В+, класс В+ лучше В и т.д. Наверняка, те, кто связан с бизнесом, слышали про эту классификацию. При Гильдии действует сертификационная комиссия, которая присваивает класс тому или иному конкретному офисному центру. [Последнюю версию](#) классификации, от мая 2011 года можно посмотреть по этой ссылке.

Важно, что класс объекта по версии ГИД определяется не ценой, а комплексом строительных, инженерно-технических, архитектурных и географических параметров. В документе ГИД вообще нет слов про цены. В этом смысле классификатор ГИД надо считать корректно составленным документом – цена является производной от комплекса не-финансовых параметров.

Если кто-то всерьез задумывается о покупке, строительстве коттеджа рекомендую посмотреть классификацию от ГИД, чтобы оценить серьезность подхода при анализе недвижимости и чтобы было с чем сравнивать, когда вам будут предлагать какие-то банальные типологии.

В сфере загородного, коттеджного строительства все применяемые классификации на порядок слабее классификации от ГИД по офисным центрам. Во-первых, весьма часто смешиваются две разных типологии: по коттеджам и по коттеджным поселкам. Во-вторых, сама типология коттеджей часто сводится лишь к узкой комбинации местоположения, архитектурного стиля и функционального назначения дома.

Обыкновенно, поселки делятся по типам на премиум, бизнес, эконом, иногда добавляются категории люкс, элит для выделения особо статусных образований. Существует определенная связь между характеристиками поселка – расположение, ограждение, охрана, публичный статус – и типом поселка. Лично я не нашел четкого описания этой связи. Более того, для клиентов классификация поселков производится по цене дома:

- эконом: 100-500 тысяч долларов;
- бизнес: 500-1000 тысяч долларов
- премиум: свыше 1 млн долларов.

Уже только на основании этой краткой таблицы, можно назвать подобную классификацию некорректной – цена определяет тип, а должно быть наоборот. Бесспорно, классификация поселков необходима, но когда классификация поселка применяется без классификации домов, то как-то теряется само жилище человека, и, главное, исчезает индивидуальность человека.

Что касается представленной в Интернете типологии, собственно, коттеджей, то ее, вряд ли можно назвать полноценной классификацией, так как связь между типологией и ценой весьма зыбкая. Наиболее известная классификация основана на архитектурных стилях, причем перечень применяемых стилевых обозначений, гораздо шире списка архитектурных стилей, представленных в учебниках и энциклопедиях. Так на рынке Московского пригорода можно встретить такие обозначения стилей:

- классицизм, классика;
- модерн, авангард, русский модерн;
- хай-тек;
- конструктивизм;
- евростиль,

- эклектика;
- французский,
- бельгийский,
- английский,
- немецкий,
- американский,
- канадский,
- финский.

Если первые позиции в этом списке стилей еще вполне понятны, их описание можно найти в учебниках, то последующие позиции, происходящие от названия страны, могут вызвать лишь иронию. Неужели, во Франции, Бельгии и т.д. все дома построены только во французском, бельгийском и т.д. стилях? И, как говорилось, совсем не ясно, как влияет стиль дома на его цену. К примеру, что дороже классика или французский стиль. Наверное, хай-тек подороже остальных за счет дорогих материалов, и то весьма условно. Классика с утонченными деталями декора может оказаться дороже вследствие применения высококвалифицированного ручного труда.

Существует также классификация домов по функциональному назначению:

дом для сезонного проживания, прежде всего, в летний период;

дом для отдыха, для приезда на выходные дни;

дом-офис, особняк в котором живут, ведут работу и осуществляют широкие представительские функции;

дом для постоянного проживания.

Эта классификация вполне полезна, но ее явно недостаточно.

Собственно, всем перечисленным и заканчивается представленная в Интернете классификация коттеджей.

Какую классификацию коттеджей можно было бы разработать

Можно ли сделать классификацию коттеджей, которая по своей простоте и эффективности, была бы похожа на классификацию офисных центров от ГИД? То есть, иметь 4-6 классов, которыми описывать все предложения на рынке. Ответ есть сразу – нет нельзя, хотя многие классификаторы и предпринимают подобные попытки. Невозможность простой классификации вызвана разницей между сегментом офисных центров и широким коттеджным рынком.

Сфера офисных центров по своим характеристикам является очень узким сегментом, хотя этим сегментом и пользуются большое количество горожан (ходят туда на работу). Если исключить офисы с представительскими функциями в старых особняках в центре города и условно «бедные» офисы в старых зданиях 30-летней давности, то все более или менее новые офисы примерно одинаковы. На каждого работника приходится 8-10 кв.м. арендованной площади и эта цифра, так или иначе, задает все остальные параметры. Именно, в силу узости сегмента возможен одинаковый подход и со стороны арендаторов, и со стороны арендодателей, и управляющих в деле классификации объектов. То есть, все участники, и продавцы, и покупатели соглашаются с сертификацией конкретного объекта. Споры о классификации бывают, но одновременно действуют процедуры для разрешения возникших споров.

При первом взгляде, типологию коттеджей можно было бы построить, если взять объективные, измеряемые показатели дома, например, расстояние до МКАД, площадь дома, площадь участка, количество комнат на 1 человека, удельная площадь на одного человека, обеспеченность инженерными ресурсами, их эффективность и т.д. Если задуматься более внимательно, то перечень таких «объективных» показателей становится весьма широким. Но даже, если мы выстроим весь список объективных показателей, то обнаружим вопросы, которые не описываются простыми техническими цифрами, которые есть в паспорте БТИ.

Для коттеджей в принципе невозможно получить согласие в расстановке приоритетов.

В классификации офисных центров абсолютное большинство покупателей и продавцы соглашаются с расстановкой приоритетов. Применяемые классы одновременно задают приоритеты объекта. Как упоминалось, класс А лучше, чем класс В+ и т.д. На коттеджном рынке все иначе.

Представим гипотетическую ситуацию. Возьмем 10 разных коттеджей из представленных на рынке. Пригласим 20 потенциальных покупателей и попросим их расставить коттеджи в порядке их личных приоритетов: на первое место пусть поставят лучший коттедж, на второе место коттедж, хуже первого, но лучше остальных коттеджей и т.д. Каждому понятно - полученные 20 списков будут отличаться друг от друга, и, скорее всего, отличия будут существенными.

Вот простой пример, что лучше: коттедж площадью 300 кв.м. на расстоянии 50 км от МКАД или коттедж площадью 150 кв.м на расстоянии 10 км от МКАД? У разных людей-покупателей будет разная оценка.

Представьте, что мы, как продавцы, все-таки ввели приоритеты (классы) для этой пары коттеджей: первый коттедж назвали классом А, второй – классом Б (А лучше чем Б). Можно и наоборот: первый коттедж причислили к классу Б, второй к классу А. Какой сигнал мы посылаем покупателю? Означает ли такое присвоение приоритетов-классов то, что покупатель должен выбирать обязательно «лучший» класс?

Или другой пример: два коттеджа, в одном месте, построенные по одному и тому же проекту, но один без отделки, другой с отделкой. Какой из них лучше? Ответ то же. Единые приоритеты невозможны. Одному покупателю нужно вселиться сразу и у него нет желания самому заниматься отделкой. Другому покупателю, наоборот, важно жить в доме, облик которого совпадает с его душевными наклонностями и в который он вложил свои мысли, свой труд. Для такого покупателя важно полюбить свой дом, и эта любовь должна родиться не только как следствие первого впечатления, но, в первую очередь, любовь должна рождаться из сопричастности в созидании своего дома.

Получается, мы пришли к противоречию - единая классификация невозможна. По крайней мере, невозможно указать классы (полочки, как в книжном шкафу, ячейки), по которым можно было бы расположить коттеджи.

Что же, все-таки, можно сделать? Оказывается, здесь можно не изобретать велосипед. Такой «велосипед» называется унифицированный язык.

Немного отвлечемся от темы коттеджей и поговорим на тему языков. Какие языки мы знаем? Типичный ответ: русский, английский и т.д. Помимо этих, «понятных» языков, на которых происходит простое человеческое общение, за последние 60 лет возникли искусственные языки для различных производственных и бизнес целей. Каждый инженер знает языки программирования, ALGOL, JAVA, Visual Basic и еще десятки названий, это те языки, на которых работают компьютеры и общаются между собой. Помимо языков программирования появились языки для описания сложных моделей. Например, языки, на которых происходит описание работы предприятий. У каждого предприятия есть свои уникальные процессы и процедуры, есть функции работников, есть документы. Все это многообразие можно описывать унифицировано с помощью серии языков, например, BPMML (Business Process Modeling Language, Язык Моделирования Бизнес-Процессов).

Есть искусственный язык, с которым косвенно знакомы большинство землян – пользователи Интернет. Вероятно, многие обращали внимание, как пишутся адреса ВЭБ-страниц. Полный адрес всегда начинается с четырех букв – HTTP, например, <http://www.mishin-s.ru>. Эта аббревиатура является названием специального языка Интернета, на английском языке Hyper Text Transfer Protocol Language, возможный перевод на русский язык – Протокол Обмена Структурированным Текстом. Именно благодаря этому языку компьютеры со всего мира общаются друг с другом по сети Интернет.

В случае коттеджей поступаем аналогичным способом. В принципе, можно было бы использовать один из имеющихся языков для описания бизнес-процессов, например, UML (Unified

Modeling Language). У этих языков есть большое преимущество. Благодаря им можно сразу проводить электронную автоматизацию, создавать базы данных, переводить организационные процессы в электронный формат. К сожалению, при таком подходе возникает другая проблема. Большинство профессиональных участников будут не готовы к использованию таких языков.

В силу всех обозначенных проблем я предлагаю в качестве первого шага в построении классификатора (языка описания) использовать лишь общую логику построения формальных языков. В результате получается простая методика, которая будет сходу понятна любому человеку, не только профессионалу. Методика сводится к следующему:

- вводится простая таблица-анкета из двух колонок, по принципу «вопрос-ответ»;
- для каждого вопроса предусматривается перечень потенциальных ответов
- перечень возможных ответов не является строго обязательным, возможны и отклонения от предлагаемых ответов.
- в отличие от ответов, сами вопросы анкеты должны быть максимально унифицированы, именно в этом случае участники рынка смогут общаться на общем языке

Сама анкета представлена в [отдельной статье](#). Конечно, предлагаемый вариант можно улучшать и модифицировать. Буду рад, если мои предложения окажутся полезными, как для прямого использования анкеты, так и для стимулирования в поисках более совершенных классификаций.