

image not found or type unknown



Аннотация: в данной работе проведен анализ источников сбора данных о рынке купли-продажи загородной недвижимости и недвижимости в целом, кроме того рассмотрены основные инструменты, которые необходимы для сбора такого рода данных.

Ключевые слова: загородная недвижимость, купля-продажа, данные.

Достоверность результатов исследований рынка во многом определяется достоверностью и качеством исходной информации, которая может быть получена и в процессе разового изучения тенденций и состояния развития рынка, и на основании мониторинга рынка. Для получения достоверной информации о рынке купли-продажи загородной недвижимости требуются качественные источники для мониторинга.

Под мониторингом рынка понимают длительное систематическое наблюдение за рынком по обширному спектру параметров заданных заранее.

Мониторинговые приемы изучения рынка, в том числе рынка недвижимости, имеют значительное преимущество, так как дают актуальную и предельно подробную картину функционирования рынка, но требуют достаточно серьезных организационных усилий и финансовых затрат.

Результатами изучения информации о рынке должно являться получение достоверной информации о динамике и состоянии развития рынка недвижимости в целом либо по заданному сегменту, в рамках данного исследования о рынке купли-продажи загородной недвижимости.

Изучение данного сегмента рынка на данном этапе дает возможность получить обобщенную информацию, которая характеризует состояние рынка:

- динамику и уровень цен на разные объекты, и типы загородной недвижимости;
- количество, динамику и структуру сделок с загородным недвижимым имуществом;
- срок экспозиции объектов загородной недвижимости на рынке;

- затраты на реконструкцию или строительство объектов загородной недвижимости;
- размер издержек по совершению сделок с загородной недвижимостью;
- структуру и объем предложения на вторичном рынке загородной недвижимости;
- объем предложения на первичном рынке загородной недвижимости (число строящихся объектов, их виды и назначение) [1].

Учитывая специфику рынка купли-продажи загородной недвижимости, получение данной информации представляет собой некоторую сложность в связи с такими факторами, как:

- - отсутствие единого источника информации;
 - закрытость информации о сделках (в особенности относительно цен);
 - несоответствие фактического содержания сделок их форме (продажа коммерческой недвижимости через передачу пакетов акций, жилой – через оформление договоров дарения, мены и т.д.);
 - несовершенство системы учета затрат на строительство [3].

Вся информация о рынке загородной недвижимости может подразделяться на первичную и вторичную.

Первичная информация – это прямые данные о ценах, сделках, доходности и издержках, которые получены непосредственно «у источника» – застройщиков, риелторов, участников сделок, органов государственной власти.

Вторичная информация – это обработанная рыночная информация, которая представляется средствами массовой информации, консалтинговыми фирмами и информационными агентствами.

Часто утверждается, что первичная информация более ценна, нежели вторичная, так как не подвергнута намеренным либо ненамеренным искажениям. С одной стороны, это так, но правильнее было бы говорить о том, что каждый из видов информации имеет собственные преимущества. Первичная информация более точна, однако зачастую разрозненна, представлена в разных форматах, подчас трудно сравнима друг с другом. Агрегированная вторичная информация не так точно отражает, например, отдельные сделки, объекты, однако может быть более ценна при изучении общих тенденций развития рынка.

Самой сложной проблемой является получения сведений о спросе. На некоторых площадках объявлений можно увидеть соответствующую рубрику, однако ее нельзя рассматривать всерьез, так как количество объявлений мало и не всегда они достоверны. Недостаточность информации можно компенсировать применяя статистические инструменты контекстных рекламных систем «Direct» и «AdWords». При помощи инструмента подбора ключевых слов можно определить количество запросов в месяц по конкретным ключевым словосочетаниям, например, «куплю загородный дом в Подмосковье». Расширив список запросов, можно собрать количественные показатели спроса, какое было количество запросов, в каком районе, по каким типами недвижимости и увидеть динамику изменений. В идеале, полнота сведений о спросе могла бы в значительной степени улучшить качество оказания услуг на рынке недвижимости. Зная потребности определенных покупателей, можно автоматически выстраивать цепочки. В настоящее время данные задачи решаются профессиональными участниками рынка самостоятельно, централизованно данная информация не собирается.

С предложением ситуация обратная, исходных данных огромное множество. Ее источниками выступают как профессиональные инструменты, такие как «Winner» и «Cian», и множество сайтов (площадок и порталов), которые предоставляют сервис по размещению объявлений, например «Недвижимость и Цены», «Из Рук в Руки», «Где Этот Дом» и др. Зачастую объявления уже содержат информацию об объектах из базы БТИ, год постройки, планировка. Предложения рынка можно также рассматривать как источник информации о субъектах, так как в объявлениях зачастую имеются ссылки на агентство. Некоторые информационные ресурсы акцентируют внимание на социальном взаимодействии, стимулируя профессиональных участников к ведению собственных страничек и блогов.

Необходимо выделить особенности программного обеспечения для профессиональных участников (риэлторов и агентств) и общую тенденцию на рынке программного обеспечения. Традиционная концепция установки программы на компьютер уходит в прошлое, ее заменяют онлайн-сервисы. Основное преимущество нового подхода заключается в том, что основные вычисления, такие как поиск объектов, производятся на удаленном сервере. Открывая сайт в браузере, пользователь, фактически работает в режиме «тонкого» клиента. Базы «Realto» и «Winner», можно считать исключениями, они последовательно идут по пути установки программы под Windows. Недостатки данного подхода: необходимость в технической поддержке, обновлении, и со стороны агентства, и самой базы. Встроенный инструмент экспорта объектов в «Winner», имеет

ограничение, его сложно считать серьезным источником информации. Общая тенденция к раскрытию информации, появление тех же объявлений в других источниках, привела к появлению онлайн-версии базы Winner («Журнал Собственник»), где есть те же предложения, что и в программе, бесплатно, однако с рекламными блоками. У «Realty» также имеется сайт и поисковик объявлений, однако при разработке упор был сделан на затруднении автоматического импорта, при помощи некорректного кода разметки страниц. Корректное отображение такого сайта в браузере уже сложная задача, вероятно с этим связано отсутствие развития. С другой стороны «Realty» единственная база, которая официально предлагает купить архивы предложений [2].

База Циан, пожалуй, является вторым по значимости инструментом поиска и размещения объявлений в московском регионе. Пользуется особой популярностью среди специалистов, которые занимаются арендой, однако интересна и для тех, кто занимается куплей-продажей загородной недвижимости. Отличается строгим контролем качества, благодаря «обратной связи» и ручной проверке объявлений [5].

В жестких конкурентных условиях важна полнота, качество представляемой информации и удобство поиска. Мы наблюдаем соревнование, кто проще и с максимальными удобствами удовлетворит потребности профессиональных и самостоятельных участников рынка. В последнее время появилось множество «агрегаторов», альтернативных поисковых базы, информационных систем, цель которых заключается в сборе как можно большего количества предложений из разных источников и предоставления дополнительных возможности, например «afu.ru» предоставляет автоматизированный сервис по размещению объявлений на большое количество площадок. Наиболее агрессивно в данном направлении продвигается «Яндекс», пытаюсь реализовать собственный лозунг «Найдется все», создавая онлайн площадки для взаимодействия покупателей и продавцов в сфере товаров массового потребления, автомобилей и недвижимости. «Яндекс-недвижимость» относительно молодой проект, но у него есть серьезное конкурентное преимущество - любой поиск начинается с поисковой системы. На начальном этапе «Яндекс» сотрудничал исключительно с агрегаторами, которые быстро поняли, что получается «игра в одни ворота».

Как правило, типичный информационный ресурс старается с одной стороны затруднить автоматизированный сбор информации, а с другой, не брезгует копированием объявлений конкурентов. Обозначим основные проблемы автоматизированного получения информации с онлайн-ресурсов и способы их

решения:

- ○ отсутствие четкой структуры, некорректность кода разметки страниц. Если живой посетитель легко понимает содержание страницы, то для программы небольшое изменение структуры может оказаться фатальным. Необходима адаптация к изменяющейся структуре отображаемой информации;
- ограничения на общее количество запросов, их скорость (количество в единицу времени). Решением является использование промежуточных (proxy) серверов, сведения о которых можно получать посредством API;
- наличие так называемых «капчей», или представление контактных сведений в виде картинок. Существуют автоматизированные сервисы по распознаванию с API;
- наиболее трудоемкий способ противодействия – использование скриптов, программно отображающих информацию на экране. Например, сайт Росреестра и Официальный сайт Российской Федерации для размещения информации о проведении торгов. Это важный источник информации о субъектах рынка – должника, которые не смогли расплатиться за квартиру или иной объект недвижимости. «Разобрать» или «распарсить» подобные сайты традиционными методами, затруднительно. На этот случай есть решения в виде «безголовых браузеров». У них отсутствует графический интерфейс и для программного взаимодействия реализован API [3].

Таким образом, можно отметить, что какие бы «изошренные» методы не использовались для затруднения получения информации, найдется не менее эффективное решение. Есть еще один фактор который способствует информационной открытости. По мере роста любого агентства возрастает количество одновременно продаваемых или сдаваемых объектов, что приводит к увеличению нагрузки на персонал, который вынужден добавлять один и тот же объект одновременно на сайт агентства и во множество информационных ресурсов. Как следствие, развиваются инструменты автоматического экспорта-импорта объектов. Общая схема следующая. Агентство один раз добавляет объект в свою базу, как правило, на сайт, далее программно формируется файл выгрузки в формате xml, который периодически проверяет робот информационной базы и, таким образом, осуществляется перенос объявлений. Структурно, обычная html страничка и xml файл выгрузки похожи, с той разницей, что структура документа xml четко формализована и специально адаптирована для описания объекта

недвижимости, а значит, вероятность ошибок сведена к минимуму.

В ближайшее время мы будем наблюдать войну форматов, так как со стороны площадки объявлений гораздо проще предоставить гибкие возможности импорта, чем произвольному агентству реализовывать множество отдельных выгрузок под каждую базу. Таким образом, в ближайшем будущем сбор данных о предложениях рынка купли-продажи загородной недвижимости будет осуществляться автоматически, в стандартизированном виде, непосредственно от профессиональных участников, агентств и даже риэлторов, которые, в отличие от существующих информационных ресурсов, заинтересованы в как можно более широком распространении своих эксклюзивных предложений.

Медленно, но верно, рынок купли-продажи загородной недвижимости и недвижимости в целом в России движется в сторону информационной открытости. Не малую роль в этом играет развитие инструментов, которые облегчают обработку и сбор информации. Универсальность данных инструментов позволяет с легкостью задействовать труд многих разработчиков и ученых для решения частных проблем, которые связаны с мониторингом. В общем, сбор данных о рынке купли-продажи загородной недвижимости остается затратным этапом анализа, так как требует специфических навыков, применения разнообразных инструментов, причем непрерывно и в течение продолжительного времени. Но соблюдены достаточные и необходимые условия для создания комплексного инструмента мониторинга, который бы позволил посредством интерфейса прикладного программирования получать нормализованные сведения о рынке купли-продажи загородной недвижимости.

Список литературы

1. Анализ и прогноз развития рынка недвижимости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.arn.ru> (дата обращения: 09.03.2019).
2. База WinNER – крупнейшая база недвижимости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://baza-winner.ru> (дата обращения: 09.03.2019).
3. Группа компаний RWAY [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rway.ru> (дата обращения: 09.03.2019).
4. Прогноз и цены на недвижимость в Москве и Подмосковье [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.irn.ru> (дата обращения: 09.03.2019).
5. ЦИАН – рынок недвижимости Москвы и России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cian.ru/novosti/> (дата обращения: 09.03.2019).