

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»
Кафедра теоретичної та прикладної економіки**

Самсонюк Владислав Андрійович

УДК 332.85:658

Дипломна робота

**«Комплексна діагностика ринкового середовища функціонування
підприємств на ринку нерухомого майна»**

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітня програма «Управління портфелем нерухомості»

Подається на здобуття освітнього ступеня магістр

Дипломна робота містить результати власних доробок. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ В.А. Самсонюк

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник

Пекна Галина Борисівна

Кандидат економічних наук, доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ НЕРУХОМОГО МАЙНА	7
1.1. Сутність та складові ринкового середовища підприємства	7
1.2.Характеристика діяльності підприємств на ринку нерухомого майна	13
1.3.Методика діагностики стану ринкового середовища підприємства та аналіз діяльності конкурентів.....	19
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОВ АН «ПАРТНЕР-КИЇВ» НА РИНКУ НЕРУХОМОГО МАЙНА	30
2.1. Аналіз ринку нерухомості в Україні та тенденції його розвитку	30
2.2. Організаційно-економічна характеристика ТОВ АН «Партнер-Київ»	44
2.3. Діагностика ринкового середовища для ТОВ АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості м. Києва	54
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ НЕРУХОМОГО МАЙНА	68
3.1. Конкурентні переваги ТОВ АН «Партнер-Київ» та напрями їх посилення на ринку нерухомості	68
3.2. Проект підвищення конкурентоспроможності ТОВ АН «Партнер-Київ»	74
3.2. Економічне обґрунтування запропонованого проекту	82
ВИСНОВКИ	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	96
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Кожне підприємство функціонує у певному ринковому середовищі, яке забезпечує ефективність діяльності підприємства, навіть значною мірою детермінує його існування. Процеси взаємодії підприємства із ринковим середовищем постійні. Ринкове середовище охоплює набір певних факторів, функціонування яких відбувається за власними законами, які є однаковими для всіх підприємств на певному ринку, але по-різному впливають на кожне підприємство. Діагностика розвитку ринкового середовища стає базою для прогнозування та управління конкурентоспроможністю підприємства, оскільки вона допомагає визначити основних конкурентів існуючих на ринку, потенційних учасників ринку, а також виділити конкурентні переваги підприємств.

Нерухомість належить до тих галузей, які тісно залежать від тенденцій змін вимог ринкового середовища. Тому, ринкове середовище функціонування підприємств на ринку нерухомого майна характеризується надзвичайно високим рівнем складності, динамізму і невизначеності. Здатність пристосовуватися до змін у ньому – основна умова конкурентоздатності підприємства сервісу нерухомості, оскільки змушує учасників ринку нерухомості постійно пропонувати нові концепції та цінові пропозиції, здійснювати вдосконалення систем управління, надавати послуг відповідно до вимог ринку та споживачів, здійснювати роботу в нових сегментах.

Діагностика ринкового середовища на ринку нерухомості передбачає дослідження компонентів конкурентного середовища, з яким підприємство безпосередньо контактує в процесі господарської діяльності. У результаті діагностики ринкового середовища виявляються ті підприємства на ринку нерухомості, які являють собою особливу небезпеку як конкуренти відносно яких розробляються спеціальні стратегії і форми економічної поведінки. Саме тому,

комплексна діагностика ринкового середовища функціонування підприємств на ринку нерухомого майна є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню ринкового середовища підприємства присвячено роботи видатних учених, а саме: *Клименко С. М., Омеляненко Т. В., Барабась Д. О., Дуброва О. С., Вакуленко А. В та ін.* Дослідженню теоретичних та практичних питань проведення аналізу ринкового середовища для досягнення рівня конкурентоспроможності підприємств присвячено роботи *А. Денисової, Ю. Іванова та О. Тищенко.*

Процеси функціонування ринку нерухомості постійно перебувають у центрі уваги науковців. Вивченням теоретичних засад формування ринку нерухомості й проблем його розвитку, механізмів його регулювання на різних етапах економічних перетворень займалися такі дослідники, як *В. Мевіус, В. Зеленський, Н. Лебідь, В. Гайдук, О. Мухін, О. Грищенко, А. Моченков, М. Коваленко, Л. Радванська, І. Брижань, В. Чевганова, А. Асаул, І. Балабанов, В. Горемикін, Н. Волоченков, В. Григор'єв, С. Коростельов, С. Максимов, Л. Сівкова, І. Тарасович, А. Черняк.*

Мета дипломної роботи полягає в проведенні комплексної діагностики ринкового середовища функціонування підприємств на ринку нерухомого майна (на прикладі ТОВ «АН «Партнер-Київ»).

Реалізація поставленої мети визначила необхідність вирішення наступних **завдань:**

- дослідити теоретико-методичні основи ринкового середовища функціонування підприємств на ринку нерухомого майна;
- проаналізувати ринок нерухомості в Україні та визначити тенденції його розвитку;
- провести аналіз показників ефективності господарської діяльності на ТОВ АН «Партнер-Київ»;

- дослідити ринкове середовище функціонування ТОВ АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомого майна;
- розробити проект підвищення конкурентоспроможності ТОВ АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості та обґрунтувати його ефективність.

Об'єктом дипломної роботи є ринкове середовище ринку нерухомого майна та господарська діяльність ТОВ АН «Партнер-Київ».

Предметом дипломної роботи є теоретичні, методичні і практичні підходи до проведення комплексної діагностики ринкового середовища функціонування підприємств на ринку нерухомого майна.

У процесі дослідження для розв'язання поставлених завдань було використано загальні **методи та прийоми наукового дослідження**. В процесі дослідження використані традиційні способи та засоби економічного аналізу (табличного, порівняння, групування, графічний), обробка матеріалів з використанням персональних ЕОМ. Системний підхід використано в ході аналізу сутності та виокремлення складових ринкового середовища підприємства. Метод узагальнення застосовано в процесі аналізу ринку нерухомості та господарської діяльності ТОВ АН «Партнер-Київ». Діагностика ринкового середовища функціонування підприємств на ринку нерухомого майна проводилась за допомогою методів: чотирьохчасткового показника концентрації ринку; індексу Герфіндаля-Гіршмана; індексу Розенблюта (Холла-Тайдмана); коефіцієнту відносної концентрації. Для оцінки економічної ефективності проекту підвищення конкурентоспроможності ТОВ АН «Партнер-Київ» застосовано методи аналізу чутливості інвестиційних проектів та аналізу сценаріїв. Результати надано за допомогою методів порівняння економічних показників та графічного відображення.

Методологічну і теоретичну основу дипломної роботи складають фундаментальні і прикладні наукові праці українських учених, а також, фінансова

звітність ТОВ АН «Партнер-Київ», тобто документи, які стосуються господарської діяльності підприємства: баланс, звіт про фінансові результати, звіт про рух грошових коштів.

Теоретична і практична цінність досліджень полягає в можливості впровадження сформульованих в роботі рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності ТОВ АН «Партнер-Київ» у практику функціонування на ринку нерухомості.

Апробація результатів дипломної роботи. Результати дослідження були апробовані на IV Міжнародній конференції «Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку», 7 грудня 2022 року, Університет «КРОК», м. Київ.

Структура та обсяг роботи. Дипломна робота складається із вступу, 3 розділів, 9 підрозділів, висновків до розділів, висновків, списку використаних джерел, що налічує 82 найменувань, 5 з яких іншомовних джерел. Основний зміст роботи викладено на 96 сторінках, загальний об'єм займає 120 сторінок. У роботі міститься 38 таблиці та 24 рисунка, 9 додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ НЕРУХОМОГО МАЙНА

1.1. Сутність та складові ринкового середовища підприємства

Кожне підприємство функціонує у певному середовищі. У ринковій економіці середовище переважно і забезпечує ефективність діяльності підприємства, навіть значною мірою детермінує його існування. Саме тому розроблення стратегії і починається з діагностування та прогнозування розвитку середовища підприємства, а результати цього стануть базою для формування його місії, цілей, вибору стратегій.

Ринкове середовище являє собою безліч сил і суб'єктів, що безпосередньо або опосередковано впливають на функціонування підприємства і діють за його межами. Важливим є те, що ринкове середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але в першу чергу – відносинами між ними

У табл. 1.1 наведено визначення «ринкове середовище» різними авторами.

Таблиця 1.1

Підходи до змісту поняття «ринкове середовище»

Науковці	Визначення
<i>Ринкове середовище як історично конкретна соціально-економічна структура суспільного господарства</i>	
Прикін Б. В., Василенко В. А., Раїцький К. А.	Історично конкретна соціально-економічна структура суспільного господарства, яка забезпечує товарно-грошовий обмін, згідно із законами товарного виробництва
<i>Ринкове середовище як сукупність умов і факторів</i>	
Усик Н. В.	Інституційні умови координації діяльності суб'єктів ринків

Продовження таблиці 1.1

Лазебна І. В.	Сукупність умов, в яких діють господарські суб'єкти та їх відношення, які склалися у відповідний період часу з приводу суперництва за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб
Лагутін В. Д.	Сукупність організаційно-правових, інституційних, фінансово-економічних та інших умов і факторів, що визначають та впливають на розвиток підприємництва, змагальності в економіці в цілому і в окремих її секторах за найбільш вигідні умови діяльності й отримання прибутку
Колесніков Г. О.	Сукупність неконтрольованих суб'єктів і сил, що діють за межами підприємства
<i>Ринкових середовище як система відносин</i>	
Готра В. В.	Взаємозв'язана сукупність суб'єктів господарської та інших видів діяльності, що діють в умовах обмеженості ресурсів для задоволення власних потреб на ринку послуг
Панчишин А. І.	Сукупність конкурентних взаємодій ринкових агентів, спрямованих на отримання конкурентних переваг, координованих у межах встановлених інституційних обмежень
Андросова Т. В., Власова Н. О., Михайлова Н. В., Круглова О. А.	Система відносин значної кількості суб'єктів ринку, а також певного зовнішнього впливу, які характеризуються певним комплексом дій та часовим періодом
Клименко С. М., Омеляненко Т. В., Барабась Д. О., Дуброва О. С., Вакуленко А. В	Результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію

Джерело: складено автором на основі [33, С.243-249]

Аналізуючи приведені визначення «ринкове середовище» різними авторами, констатуємо, що ринкове середовище – це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію.

Розглядаючи структуру ринкового середовища, виявимо його елементи, тобто складові. Ці самі елементи, з точки зору впливу на підприємство, є факторами. Фактори, які швидко і безпосередньо впливають на діяльність підприємства, належать до середовища прямої дії, усі інші, які впливають опосередковано, – до середовища непрямой дії. Фактори ринкового середовища здійснюють вплив на стратегічну стійкість підприємства, характеризуються високою динамічністю – здатністю швидко змінюватися в часі, і мають як внутрішні, так і зовнішні джерела.

Розглянемо основні характеристики факторів ринкового середовища (рис 1.1).

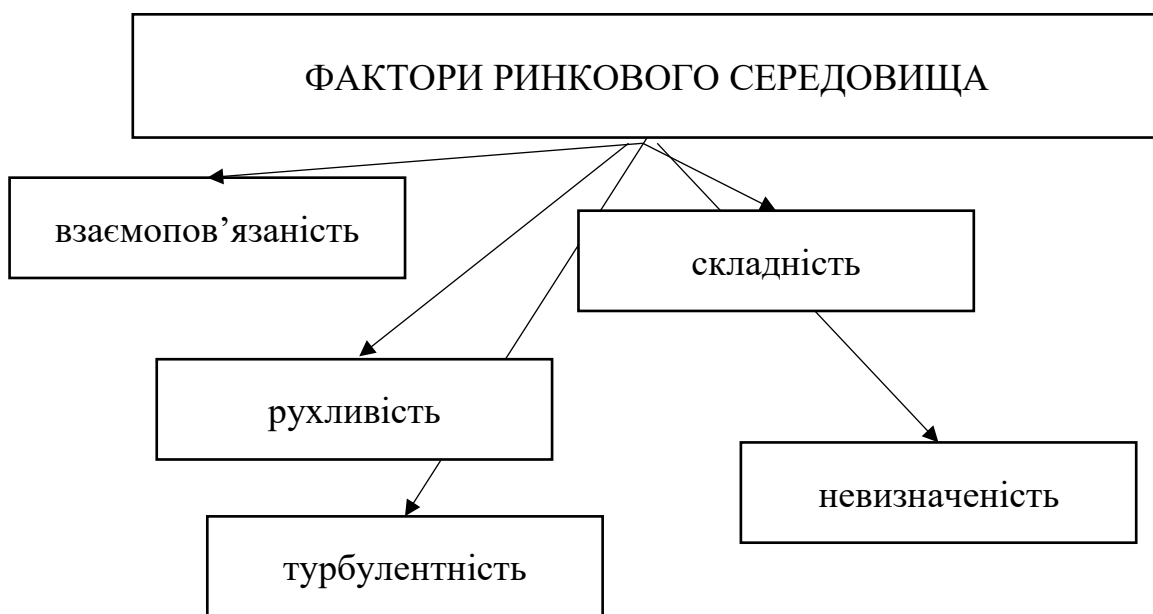


Рис.1.1. Фактори ринкового середовища

Джерело: складено автором

Незалежно від того, до якого рівня належить той або інший фактор ринкового середовища, можна виділити чотири основні характеристики: взаємопов'язаність; складність; рухливість; невизначеність; турбулентність.

Взаємопов'язаність факторів ринкового середовища – це рівень сили, з якою зміна одного фактора впливає на інші. Під складністю ринкового середовища розуміється число факторів, які можуть істотно впливати на господарську діяльність фірми і на які фірма зобов'язана реагувати. Рухливість ринкового середовища – це швидкість, з якою відбуваються зміни в оточенні підприємства. Невизначеність ринкового середовища є функцією кількості інформації, якою володіє підприємство з приводу конкретного фактора, а також функцією впевненості в ній. Турбулентність середовища, що означає постійні зміни ринкового середовища, які мають значний вплив на стратегічну діяльність [5]. Турбулентність характеризує неоднорідність змін середовища, у якому організація здійснює свою діяльність, тому вона розглядається як один з найважливіших факторів, що впливає на її стратегічну поведінку. Посилення турбулентності середовища діяльності спричинене стрімким розвитком науки, техніки, ринкових механізмів..

Ринкове середовище підприємства поділяють на такі групи елементів-факторів: макросередовище, мікросередовище.

Макросередовище складається з елементів-факторів непрямой дії, тобто вони переважно прямо не пов'язані з конкретним підприємством, проте створюють певне сприятливе або несприятливе середовище для його господарсько-бізнесової діяльності. При розробленні стратегії варто враховувати вплив таких факторів макросередовища: а) стану економіки країни; б) політико-правових відносин; в) ефективності державного регулювання економіки; г) рівня НТП; д) рівня соціального розвитку; ж) стану культури, ціннісних орієнтацій у суспільстві; з) дієвості профспілок, партій і громадських організацій; е) демографії; к) природних умов, екології; л) міжнародного становища; м) надзвичайних обставин, яким не могли запобігти керівники (форс-мажорних).

Мікросередовище – це середовище безпосереднього впливу на підприємство, тобто це учасники ринку, які безпосередньо контактують із підприємством. Фактори мікросередовища: а) конкуренти; б) покупці; в) постачальники; г) партнери; д) місцеві органи профспілок, партій, громадських організацій; ж) місцеві органи влади тощо.

Залежно від цілей, покладених в основу дослідження ринкового середовища, визначають його окремі рівні:

- мікрорівень (рівень окремого релевантного ринку);
- мезорівень (рівень галузевого ринку);
- макрорівень (рівень агрегованого національного ринку);
- мегарівень (рівень міжнародного глобального ринку).

При цьому окремі складові ринкового середовища та алгоритм їх дослідження у міру зміни рівня проведення такого дослідження залишаються незмінними.

Слід виділяти три основні складові ринкового середовища:

- 1) інституціональну;
- 2) структурну;
- 3) функціональну.

Інституційна складова конкурентного середовища охоплює вплив на умови конкуренції на ринку таких чинників, як:

- законодавча та нормативно-правова база функціонування ринку, що визначає основний набір правил, обов'язкових для дотримання всіма учасниками відповідного ринку;
- організаційно-правові засади державного регулювання ринку, що включає систему органів державного регулювання зі здійснюваним ними виконавчим провадженням, а також прийнятні в країні політичні норми;

- соціально-культурні традиції й цінності, що найчастіше визначають міжгалузевий розподіл конкурентної активності та способи конкурентної боротьби;

- величина національного багатства та загальний рівень розвитку економіки як індикатори типу домінуючих конкурентних стратегій;

- місце ринку в системі міжнародних економічних відносин, присутність на ринку суб'єктів формування системи неформальних правил функціонування ринку та характеру міжфірмової взаємодії;

- рівень науково-технічного прогресу та поширеність інновацій, здатних змінити межі ринку та замінити жорстку цінову конкуренцію на більш витратну, втім м'якшу нецінову конкуренцію нових товарів, технологій, реклами; рівень розвитку інфраструктури як індикатор виживання на ринку дрібних суб'єктів господарювання на противагу інтегрованим корпоративним структурам.

Структурна складова ринкового середовища є функцією від: місткості ринку та рентабельності господарювання на ньому; кількості та відносного розміру учасників ринку з боку попиту та пропозиції; ступеня диференціації товарів/послуг; еластичності попиту за ціною; інтенсивності потенційної конкуренції; міри диверсифікації бізнесу тощо.

Функціональна складова ринкового середовища визначається системою взаємовідносин, що склалися між учасниками ринку – конкурентами, споживачами, постачальниками, яка, своєю чергою, залежить від індивідуальних стратегій ринкової поведінки кожного із ринкових гравців.

Стан ринкового середовища може бути представлено значеннями ряду технічних і економічних характеристик, найважливішими з яких є: кількість продукції, послуг; розмір ринку; темпи росту ринку; сумарні виробничі потужності; рівень задоволення попиту; кількість конкурентів та їх структура; кількість та структура покупців; величина вхідних бар'єрів; характер вертикальної

інтеграції; рівень заробітної плати; чисельність працюючих; обсяг інвестицій; продуктивність, виражена через рентабельність. Тому, дослідження ринкового середовища підприємства повинне встановити, які сили визначають ступінь інтенсивності конкурентної боротьби.

Отже, ринкове середовище – це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію. Важливим є те, що ринкове середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але в першу чергу – відносинами між ними.

1.2.Характеристика діяльності підприємств на ринку нерухомого майна

Для того, щоб розкрити специфіку діяльності підприємств на ринку нерухомості, необхідно виокремити особливості функціонування цього ринку, а саме, процесів виробництва (створення), споживання (використання) та обміну об'єктів нерухомості та управління ринком, а також механізмів, що забезпечують функціонування ринку нерухомості (інфраструктури та правового середовища ринку)

Ринок нерухомості має важливе значення в забезпеченні ефективного функціонування всіх елементів економічної системи, а також у створенні оптимальних умов для розвитку інвестиційних процесів і забезпеченні економічного зростання. Він є складним правовим, організаційно-економічним та соціальним інститутом, без чіткого уявлення сутності якого, а також понять пов'язаних з ним, не можливо проводити його аналіз, ефективно і професійно працювати на ньому, здійснювати його державне регулювання.

Нерухомість з економічної точки зору є певним фізичним об'єктом, поєднаним з правами власності на нього. В ринкових умовах нерухомість є товаром, якому властиві специфічні ознаки:

- непереміщенність (абсолютний зв'язок із землею);
- фізична неоднорідність;
- тривалість створення;
- довгостроковість функціонування;
- особливий характер споживання (багатократне або безкінечне використання);
- унікальність і неповторність, які для кожного покупця (або інвестора) визначають привабливість об'єкта нерухомості.

Крім того, нерухомість є типом власності з особливими правами володіння, користування та розпорядження нею, що зумовлює низький рівень ліквідності нерухомості як товару.

У сучасному вітчизняному законодавстві відсутнє чітке визначення терміну «нерухомість». Цивільний Кодекс України (стаття 181) дає наступне визначення об'єкта нерухомості: «до нерухомих речей (нерухоме майно, нерухомість) належать земельні ділянки, а також об'єкти, розташовані на земельній ділянці, переміщення яких є неможливим без їх знецінення та зміни їх призначення. [70]. Відповідно до Закону України «Про податок з доходів фізичних осіб» нерухоме майно (нерухомість) – об'єкти майна, які розташовуються на землі і не можуть бути переміщені в інше місце без втрати їх якісних або функціональних характеристик (властивостей), а також земля [53]. Згідно зі статтею 2 Закону України «Про державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обмежень» об'єкт нерухомого майна (нерухоме майно, нерухомість) – це земельні ділянки, а також об'єкти розташовані на земельній ділянці (будівлі, споруди

тощо), переміщення яких є неможливим без їх знецінення та зміни їх призначення [51].

Отже, нерухоме майно можна трактувати як земельну ділянку, що має юридично закріплені межі її розташування, включаючи фізичні та природні особливості об'єктів розташованих на ній та під ній, із встановленим правом власності на них та переміщення яких без втрати їх вартості та призначення обмежене або неможливе.

Виходячи з цих визначення, об'єкти нерухомості можна поділити на природні об'єкти (земельні ділянки, ліси і багаторічні насадження, посіви, окремо розташовані на них водойми та ділянки надр) та штучні об'єкти/споруди (комерційна нерухомість – офіси, бізнес центри, торгові центри, магазини, готелі, будівлі і споруди, складські приміщення, логістична нерухомість, цілісні майнові комплекси; житлова нерухомість – квартири, апартаменти, котеджі, будинки; громадські будівлі й споруди; інженерні споруди; а також кораблі і судна, відділення яких від землі не можливо без не нанесенням їм істотного збитку)

Поняття «нерухомість» дозволяє визначитися із сутністю поняття як «ринок нерухомості». В літературі є різні підходи до визначення поняття та сутності ринку нерухомості. Ринок нерухомості може являти собою певну систему фінансово-економічних відносин, що виникають під час операцій з об'єктами нерухомості, у межах якої формується попит, пропозиція та ціни на об'єкти нерухомості [16, с. 122]. Або, ринок нерухомості – це сфера вкладання капіталу в об'єкти нерухомості та систему економічних відносин, що виникають при здійсненні операцій з нерухомістю[8].

Визначення ринку нерухомості як механізму ефективної взаємодії підприємств з метою проведення операцій з нерухомістю вимагає виявлення його учасників. Унікальність, невизначений проміжок часу між окремими угодами за об'єктами нерухомості, відносно низька ліквідність і високі ризики обумовлюють

необхідність участі в ринкових операціях з нерухомістю, крім покупців і продавців, професійних учасників ринку нерухомості (ріелторів і оцінювачів), органів державної влади, представників інфраструктури ринку нерухомості.

Учасники ринку нерухомості, що вступають у взаємодію через виконання операцій з нерухомістю представлено на рис.1.2.

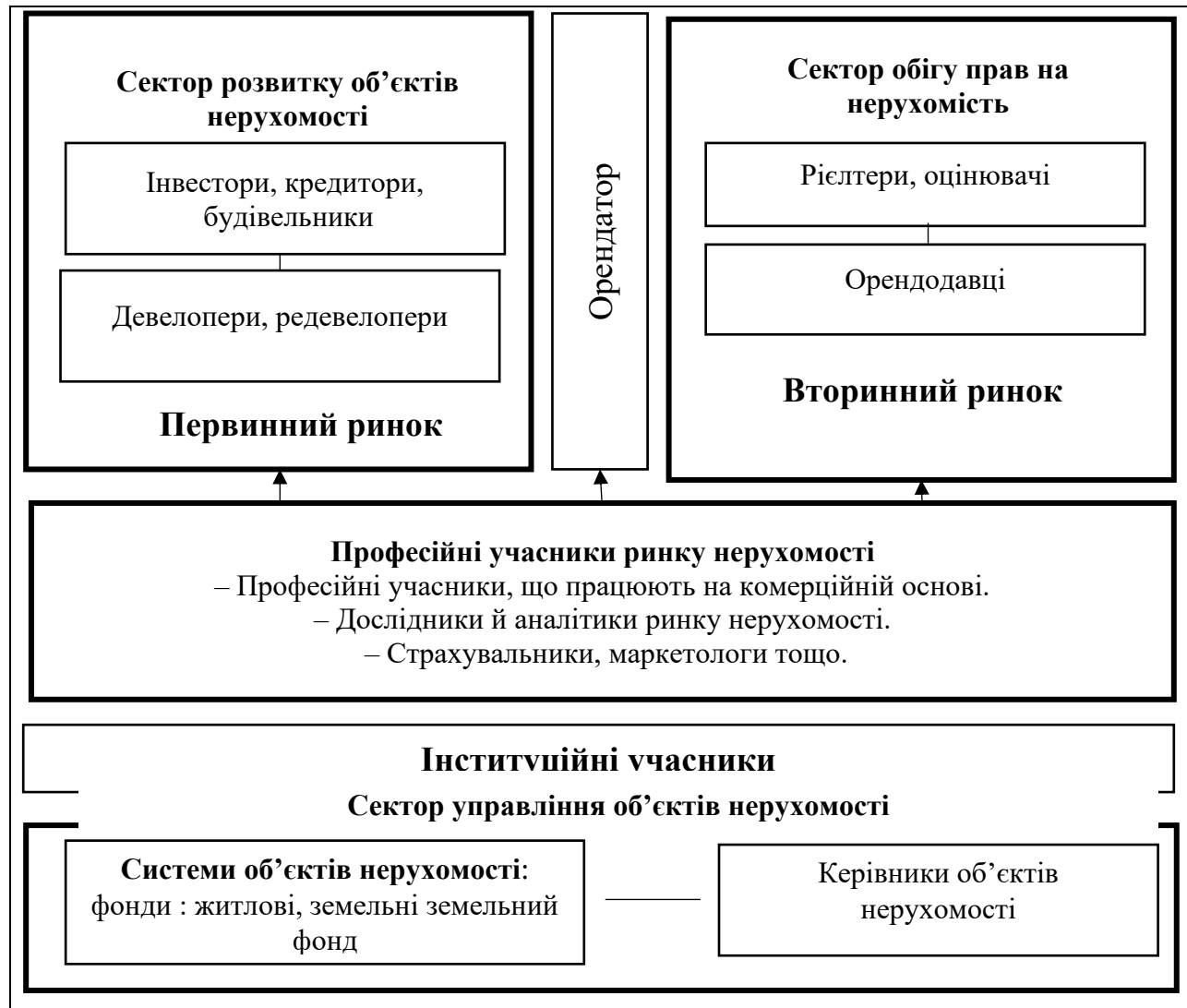


Рис.1.2 Взаємодія підприємств на ринку нерухомості

Джерело: складено автором на основі [12, С.243-249].

Підприємницька діяльність на ринку нерухомості передбачає певною мірою участь у створенні та експлуатації об'єктів нерухомості, отримання прибутку та підвищення вартості об'єктів нерухомості для її власників. Предмет

підприємницької діяльності на ринку нерухомості – це сукупність відносин та прав, що виникає при створенні, володінні, використанні, розпорядженні та розподілі (обміні) об'єктів нерухомості, що складається на ринку нерухомості, у процесі взаємодії між його суб'єктами щодо об'єктів ринку.

З розвитком ринку нерухомості відбувається формування повноцінної структури підприємницької діяльності в сфері проведення операцій з нерухомим майном, що включає: 1) девелоперські фірми, які орієнтовані на вдосконалення об'єктів нерухомості, їх якісне перетворення; 2) оцінні фірми; 3) сервейнговані фірми з управління нерухомістю (ефективне використання об'єкта нерухомості); 4) ріелторські фірми; 5) страхові компанії.

Систематизація характеристик за видами підприємницької діяльності, що здійснюються на ринку нерухомості, представлена в табл. 1.2

Таблиця 1.2

**Характеристика видів підприємницької діяльності
на ринку нерухомого майна**

Підприємницька діяльність	Характеристика	Зміст послуг та функції підприємств, що надають даний вид послуг
Сервейнгова діяльність	визначає принципи управління нерухомістю і, спираючись на них, розробляє програми, спрямовані на збільшення доходу власника за рахунок ефективного використання об'єктів нерухомості.	Послуги по комплексному, системному управлінню нерухомістю на всіх етапах її життєвого циклу Збір та обробка інформації про об'єкти нерухомості; оцінка, експертиза і управління об'єктів нерухомості; підготовка і впровадження проектів по забудові та модернізації будівель
Девелоперська діяльність	як форма підприємницької діяльності виражається в інвестиційному процесі розвитку об'єктів нерухомості: ініціює і забезпечує реалізацію найкращого з можливих варіантів створення та розвитку об'єктів нерухомості	Послуги з розробки інвестиційних проектів у сфері нерухомості та нагляду за ходом будівництва об'єктів нерухомості Створення об'єкта нерухомості; - розробка бізнес-концепції; - здача готового об'єкта

Продовження таблиці 1.2

Ріелторська діяльність	посередницькі та інформаційні послуги при здійсненні операцій з об'єктами нерухомості	надання послуг щодо здійснення цивільно-правових угод з нерухомим майном (купівля-продаж, оренда, міна, забезпечення розселення тощо) і правами на нього підбір об'єктів нерухомості; організація перегляду об'єктів; перевірка документів, що підтверджують права орендодавця; сприяння в складанні договору оренди
Оціночна діяльність	визначенні вартості майна та виконанні всіх процедур, пов'язаних із нею. Практична діяльність з оцінки майна може здійснюватися виключно суб'єктами оціночної діяльності, відповідно до чинного законодавства України	Оцінка ринкової, інвестиційної, заставної та інших видів вартості об'єктів нерухомості; консультаційна діяльність, яка полягає у наданні консультацій з оцінки майна; рецензування звітів про оцінку майна:
Страховання нерухомості	як форма підприємницької діяльності виражається у страхуванні нерухомості: покриття ризиків випадкового знищення чи пошкодження нерухомості, що сталися в результаті подій визначених договором.	Страхові послуги на ринку нерухомості виконують дві функції: - запобігання знеціненню нерухомості, що пов'язана з ризиком функціонування самого об'єкта, умовами його господарської діяльності; - забезпечення страхування юридичної правомочності, пов'язаної з неякісним виконанням обов'язків за договорами або неналежним здійсненням операцій.

Джерело: складено автором

Розвиток ринку нерухомості сприяє появі нових форм підприємницької діяльності з дуже специфічними умовами функціонування. Слід зазначити, що в рамках одного підприємства можуть бути різні напрямки його діяльності. Наприклад, якщо раніше забудовники співпрацювали з агентствами нерухомості, то сьогодні самостійно організовують свій відділ продажу з вигіднішими умовами для покупця (купівля без комісії).

Дослідження сукупності прав та можливості ведення підприємницької діяльності на ринку нерухомості, ефективності бізнесу на ньому вимагає:

- обліку законодавчо-правового забезпечення ринкових процесів та визначення способів та можливостей ведення підприємницької діяльності;
- визначення стану ринку нерухомості в цілому, структурування та порівняння на основі факторів аналізу ринків, різних його сегментів та видів нерухомості у просторово-економічних, соціальних та інших межах виникнення, існування, функціонування та розподілу об'єктів нерухомості;
- визначення суб'єктів ринку нерухомості, аналізу структури їхньої взаємодії, умов конкуренції та перспектив присутності на ринках, вибору найбільш привабливих об'єктів, сегментів ринку нерухомості та ефективних способів діяльності;
- аналізу умов, конкуренції та перспектив присутності на ринках для різних компаній та видів бізнесу, у тому числі кредитно-фінансового, виробничого, комерційного, юридичного, страхового, оцінного тощо – всіх видів бізнесу, якимось чином пов'язаних з ринком нерухомості.

Отже, умови підприємницької діяльності на ринку нерухомості визначаються характеристиками ринку, його станом, ступенем розвиненості, циклом розвитку. Саме тому для успішної підприємницької діяльності на ринку нерухомого майна необхідно постійно проводити діагностику ринкового середовища.

1.3. Методика діагностики стану ринкового середовища підприємства та аналіз діяльності конкурентів

Діагностика ринкового середовища – це спосіб оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства з урахуванням дії зовнішніх і внутрішніх чинників, що базується на динаміці результируючих показників діяльності. Саме

діагностика ринкового середовища виступає передумовою розробки дієвої конкурентної стратегії підприємства, визначення найбільш ефективних напрямків стратегічного розвитку.

Діагностика ринкового середовища підприємства передбачає певну послідовність і охоплює низку етапів:

1. Виявлення переліку підприємств, що перебувають на цільовому або новому ринках (аналіз конкурентів);
2. Збір вихідної інформації та зведення економічних показників до зіставного вигляду;
3. Визначення типу ринку та оцінювання конкурентних сил його суб'єктів;
4. Оцінювання інтенсивності конкуренції;
5. Аналіз конкурентних позицій підприємства на ринку;
6. Побудова конкурентної карти ринку, а також карт стратегічних груп, виявлення стратегічних положень підприємства

Отже, алгоритм оцінки ринкового середовища передбачає покроковий аналіз кожного окремого ринку за складовими конкурентного середовища. Зазначимо, що такий аналіз є досить детальним й використовується тільки у разі повного дослідження ринку. Набагато частіше метою ринкового дослідження є лише аналіз тих передумов конкуренції, що склалися на досліджуваному ринку. У таких випадках об'єкт дослідження звужується до структурної складової конкурентного середовища ринку і здійснюється на основі показників концентрації, ринкової влади та бар'єрів входу в ринок / виходу з ринку.

До показників концентрації ринку належать:

- коефіцієнт ринкової концентрації (індекс концентрації);
- індекс Херфіндаля-Хірінмана;
- індекс Розенблюту;
- чотирьох частковий показник концентрації;

- показник ентропії;
- коефіцієнт Джині;
- коефіцієнт відносної концентрації.

Коефіцієнт (індекс) ринкової концентрації (CR_n) дає можливість порівняти рівні концентрації окремих галузей і ринків. Аналіз динаміки коефіцієнта ринкової концентрації CR дозволяє виявити тих суб'єктів, за рахунок яких відбуваються процеси перегрупування ринкової власті, дає кількісну інформацію про конкурентний або монополістичний характер ринку. Розраховується як сума ринкових часток декількох найбільших фірм на ринку:

$$CR_n = \sum_{j=1}^n P_j \quad (1.1)$$

де n – кількість найбільших фірм на ринку, для яких розраховується коефіцієнт концентрації;

j – відсоткова частка ринкових продажів, підконтрольна i -й фірмі.

Світовий досвід антимонопольного регулювання засвідчує доцільність розрахунків коефіцієнта ринкової концентрації для 3, 4, 6, 8, 10, 25, 50 і навіть для 100 найбільших суб'єктів господарювання. У Франції зазначений показник розраховується для 4, 8, 20, 50 та 100 найбільших підприємств галузі; у Канаді, Німеччині, Англії – для 3, 6, 10, 20 найбільших підприємств [33, С.243-249].

Доцільність використання коефіцієнтів ринкової концентрації для оцінки конкурентного середовища в Україні зумовлена тим, що певні значення CR_1 , CR_3 і CR_5 виступають як юридичні факти, які враховуються при визначенні монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку. Відповідно до ст. 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції» ринкова частка одного суб'єкта господарювання, яка перевищує 35%, частка трьох суб'єктів господарювання, яка перевищує 50%, і частка п'яти суб'єктів господарювання, що перевищує 70%. є однією з умов, за наявності якої положення

суб'єкта господарювання на ринку може бути визначене як монопольне (домінуюче).

Відповідно до ст. 12 Закону України "Про захист економічної конкуренції" ринкова частка одного суб'єкта господарювання, яка перевищує 35%, частка трьох суб'єктів господарювання, яка перевищує 50%, та частка п'яти суб'єктів господарювання, яка перевищує 70%, є однією з умов, за наявності якої становище суб'єкта господарювання на ринку може бути визначено як монопольне (домінуюче) [52].

Разом з тим, застосування коефіцієнта ринкової концентрації має деякі недоліки. Зокрема, він є нечутливим до варіантів розподілу часток суб'єктів на ринку, оскільки є дискретним показником, що характеризувати ме стан сукупності лише в одному вимірі. Так, CR буде однаковим і для ринку, де чотири суб'єкти мають частки по 20% кожен ($CR=80\%$), і для ринку, де частка одного суб'єкта дорівнює 77%, а три – лише по 1% ($CR=80\%$). Натомість передумови монополізації та поведінка суб'єктів господарювання на ринку в цих випадках відрізнятимуться суттєво [33, С.253-255].

Позбутися цього недоліку дозволяє індекс Херфіндаля-Хіріімана (I_{HH}), який характеризує розподіл «ринкової влади» між усіма суб'єктами даного ринку, тобто враховує як кількість підприємств (фірм), так і нерівність їх положення на ринку

Індекс Херфіндаля-Хіршмана розраховується як сума квадратів ринкових часток:

$$I_{HH} = \sum_{i=1}^m q_i^2 \quad (1.2)$$

Де q_i - частка продажу кожного з n підприємств галузі, $i = 1, \dots, m$.

n – загальна кількість фірм на ринку.

Для модифікованого індексу суми квадратів часток розраховуються лише для перших 50 найбільших підприємств, які працюють на ринку, що аналізується. Якщо його значення перевищує 0,18, йдеться про низьку інтенсивність конкуренції та про високу концентрацію ринку, що вимагає втручання держави для нормалізації ситуації на ринку. Проте, I_{HH} не враховує ранги підприємств за ринковими частками. На відміну від коефіцієнта ринкової концентрації індекс Херфіндаля-Хіршмана є чутливим і до кількості фірм на ринку, і до характеру розподілу між ними ринкових часток.

Індекс Розенблюту усуває недоліки індексу Херфіндаля-Хіршмана, оскільки розраховується з урахуванням порядкового номера підприємств, отриманого на основі ранжування часток від максимуму до мінімуму:

$$I_R = \frac{1}{2 \sum (i * D_i) - 1}, i = 1, 2, \dots, n \quad (1.3)$$

Де D_i – частка i -го підприємства на ринку;

i – номер підприємства в порядку убутання частки ринку.

Значення показника належить проміжку від $1/n$ до 1; чим менше значення цього показника, тим нижче ступінь концентрації. Високий рівень концентрації – явна ознака можливої монополізації ринку і, отже, високого бар'єра для аутсайдерів, які мали намір ввійти в ринок.

Чотирьох частковий показник концентрації являє собою загальну частку 4-х перших підприємств ринку, що реалізують максимальний обсяг продукції в загальному обсязі реалізації продукції на даному ринку. Дозволяє оцінити ступінь монополізації ринку та є величиною, оберненою до інтенсивності конкуренції. Розраховується за формулою:

$$CR_4 = \frac{OP_1 + OP_2 + OP_3 + OP_4}{OP}, \quad (1.4)$$

де OP – загальний обсяг реалізації продукції заданого асортименту, тис. грн.;

OP_i – обсяг реалізації i - того підприємства, тис. грн.;

$OP_1 = \max\{OP_1\}$ для всіх $i=1.... n$; $OP_2 = \max\{OP_2\}$ для всіх $i=1...(n-1)$

$OP_3 = \max\{OP_1, OP_2\}$ для всіх $i=1...(n-2)$; $OP_4 = \max\{OP_1, OP_2, OP_3\}$ для всіх $i=1$;

n – загальна кількість підприємств, які реалізують максимальні обсяги продукції у загальній кількості реалізації продукції на даному ринку.

Суттєвий недолік показника – нечутливість до різних варіантів розподілу часток між конкурентами. Наприклад, CR_4 буде однаковим і буде дорівнювати 0,8 у двох різних ситуаціях: 1) одне підприємство контролює 77% ринку, а інші три по 1-му %; 2) чотири рівно потужні підприємства володіють по 20% ринку.

Іноді до показників концентрації також відносять показники нерівномірності розподілу ринкових часток. Ринкова частка відображає найбільш важливі результати конкурентної боротьби, фіксуючи ступінь домінування фірми на ринку, її можливості впливати на і структуру попиту та пропозиції, ціни і динаміку ринку в цілому.

Частка ринку може бути розрахована різними способами [35]:

- частка ринку за обсягом (відношення кількості проданих виробів до сумарного обсягу продажів на базовому ринку);
- частка ринку у вартісному виразі, що визначається на основі виручки; частка ринку, що розраховується не щодо всього базового ринку, а відносно продажів в сегментах (сегменті);
- частка ринку, що обслуговується завжди більше, ніж частка ринку в цілому;
- відносна частка ринку (відношення обсягів продаж фірми до продаж конкурентів (наприклад, якщо фірма утримує 30 % ринку, то її частка відносно конкурентів рівна $30:70 = 0,43$, або 43 %));
- частка ринку відносно лідера, що визначається порівнянням із

найбільшим конкурентом (якщо конкурент утримує 20 % ринку, то частка ринку тієї ж фірми відносно найбільшого конкурента складає $30 : 20 = 1,5$).

Ентропія ринкових часток характеризує міру неупорядкованості ринкової структури, невизначеності й безсистемності розподілу ринкових часток між суб'єктами ринку як опосередкованого свідчення зростання інтенсивності конкуренції й зниження концентрації:

$$E = \sum D_i * \ln D_i, i = 1, 2, \dots, n \quad (1.5)$$

Де D_i - частка i -д фірми в ринкових продажах;

n – загальна кількість фірм на ринку.

Застосовується при оцінці розподілу часток. Середньозваження часток проводиться не на основі рангів підприємств, а за допомогою натуральних логарифмів часток. Чим вище значення ентропії, тим нижче концентрація продавців на ринку та їх можливості впливати на ринкову ціну. Якщо значення індексу ентропії:

- коливається в межах від 0 до 0,5 – ринок є монополізованим;
- належить проміжку від 0,5 до 2 – йдеться про олігопольний ринок з високим потенціалом колективної монополізації;
- вище за 2, свідчить про високий ступінь конкурентності ринку.

Індекс Джині є індикатором нерівномірності розподілу ринкових часток. Розрахунок індексу Джині потребує попереднього ранжування всіх суб'єктів ринку від найменшого до найбільшого за критерієм частки ринкових продажів. Це забезпечить правильність вектору кумуляції ринкових часток:

$$G = (1/n) * \sum [(i-1) * A_i - i * A_i] \mid i = 1, 2, \dots, n, \quad (1.6)$$

де A_i – накопичене (кумулятивне) значення часток i найбільших підприємств ринку.

Результативне значення індексу Джині може знаходитись в межах від 0 до 1, коли нуль – свідчить про абсолютно рівномірний розподіл часток на ринку, а прямування індексу до одиниці – про високий ступінь нерівномірності розподілу

ринкових часток та, відповідно, можливість монополізації ринку. Графічною інтерпретацією індексу Джині є крива Лоренца (рис.1.3).

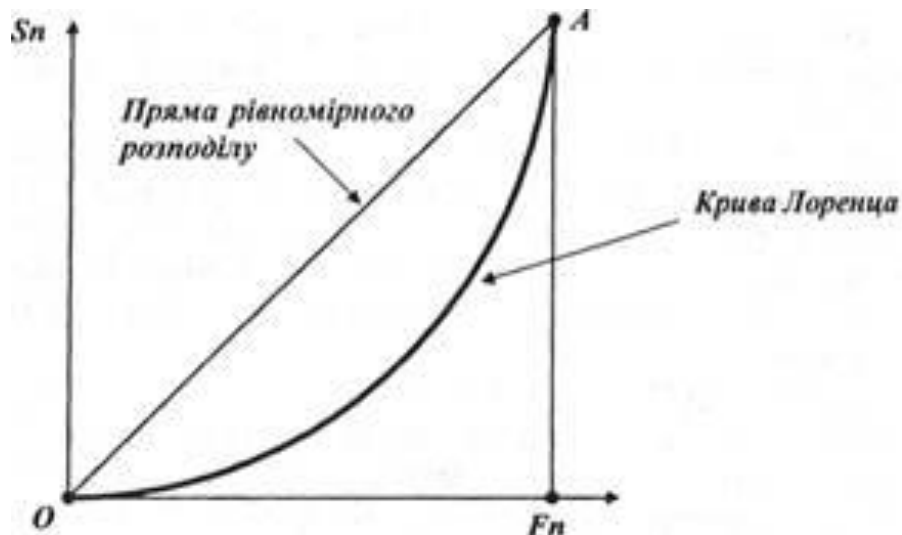


Рис. 1.3 Крива Лоренца

Джерело: [5]

Зокрема співвідношення площі фігури, обмеженої зверху прямою абсолютно рівномірного розподілу, а знизу кривою Лоренца, до площі трикутника OAF_n і дає нам Індекс Джині. Чим далі крива Лоренца відхиляється від прямої абсолютно рівномірного розподілу тим більш нерівномірним, за інших рівних умов, є розподіл часток між учасниками ринку, тим більш концентрованим є ринок.

Коефіцієнт відносної концентрації ґрунтується на зіставленні кількості найбільших підприємств та їх частки у обсязі реалізації продукції

$$K = (20 + 3\beta) / \alpha, \quad (1.7)$$

де K – коефіцієнт відносної концентрації;

β – частка найбільших підприємств у загальній кількості учасників ринку, %;

α – частка продажу цих самих підприємств у загальному обсягу продажу, %.

Якщо $K > 1$ – ринок неконцентрований; $K < 1$ – ринок висококонцентрований.

В результаті розрахунків наведених показників виявляються ті підприємства,

які представляють собою особливу небезпеку як конкуренти і відносно яких розробляються спеціальні стратегії і форми економічної поведінки. Ці показники дають достатньо серйозну інформацію про інтенсивність конкуренції, але не враховують особливостей конкретних ринків, досвід і методи ведення конкурентної боротьби.

Потужними інструментами для систематичної діагностики основних конкурентних сил, що впливають на ринок, оцінки ступеня впливу кожної з них та визначення характеру конкурентної боротьби на даному ринку є модель п'яти сил конкуренції Портера та PEST-аналіз.

Згідно класичної моделі Портера конкурентне середовище формується під впливом таких конкурентних сил, як: суперництво між конкуруючими продавцями однієї галузі; конкуренція з боку товарів, що виробляються фірмами інших галузей, і що є гідними заміниками (субститутами), а також конкурентоспроможні за ціною; загроза входу в галузь нових конкурентів; економічні можливості та торгівельні спроможності постачальників; економічні можливості та купівельні спроможності покупців. П'ять чинників конкуренції відбивають той факт, що конкуренція в галузі не зводиться лише до гри між підприємствами, що вже закріпилися на ринку. Покупці, постачальники, товари – замітники та претенденти на вхід до галузі – це "конкуренти" підприємства на певному ринку, що відіграють різну роль залежно від обставин. [47, с.22].

Сутність PEST-аналізу полягає в необхідності мати чітке уявлення про всі складові макросередовища діяльності підприємства. Елементи макросередовища здійснюють вплив на підприємство переважно непрямим шляхом. Макросередовище складається з його правової, економічної, політичної, екологічної, демографічної, соціальної та інших складових. Проведення PEST-аналізу дає можливість обрати такі методи та форми роботи, які сприятимуть отриманню перемоги у конкурентній боротьбі, визначення обмежень

законодавчого та правового характеру тощо. Підприємство повинно мати у своєму розпорядженні адекватні відповіді на зміну будь-якого компонента чинників, що створюють зовнішнє оточення.

Отже, діагностика ринкового середовища передбачає покроковий аналіз кожного окремого ринку за складовими конкурентного середовища і здійснюється на основі показників концентрації, ринкової влади та бар'єрів входу в ринок / виходу з ринку. В результаті розрахунків цих показників виявляються ті підприємства, які представляють собою особливу небезпеку як конкуренти і відносно яких слід розробити спеціальні стратегії. Ці показники дають достатньо серйозну інформацію про інтенсивність конкуренції, але для враховування особливостей конкретних ринків, досвід і методи ведення конкурентної боротьби можна використовувати модель п'яти сил конкуренції Портера, PEST-аналіз та інші.

Висновки до розділу 1. Ринкове середовище – це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію. Важливим є те, що ринкове середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але в першу чергу – відносинами між ними. Отже, ринкове середовище являє собою безліч сил і суб'єктів, що безпосередньо або опосередковано впливають на функціонування підприємства і діють за його межами.

З розвитком ринку нерухомості відбувається формування повноцінної структури підприємницької діяльності в сфері проведення операцій з нерухомим майном, що включає: 1) девелоперські фірми, які орієнтовані на вдосконалення об'єктів нерухомості, їх якісне перетворення; 2) оцінні фірми; 3) сервейнговані

фірми з управління нерухомістю (ефективне використання об'єкта нерухомості); 4) ріелторські фірми; 5) страхові компанії.

Умови підприємницької діяльності на ринку нерухомості визначаються характеристиками ринку, його станом, ступенем розвиненості, циклом розвитку. Саме тому для успішної підприємницької діяльності на ринку нерухомого майна необхідно постійно проводити діагностику ринкового середовища.

Діагностика ринкового середовища передбачає покроковий аналіз кожного окремого ринку за складовими конкурентного середовища і здійснюється на основі показників концентрації, ринкової влади та бар'єрів входу в ринок / виходу з ринку. До показників концентрації ринку належать: коефіцієнт ринкової концентрації (індекс концентрації); індекс Херфіндаля-Хірінмана; індекс Розенблюту; чотирьох частковий показник концентрації; показник ентропії; коефіцієнт Джині; коефіцієнт відносної концентрації. В результаті розрахунків цих показників виявляються ті підприємства, які представляють собою особливу небезпеку як конкуренти і відносно яких слід розробити спеціальні стратегії. Ці показники дають достатньо серйозну інформацію про інтенсивність конкуренції, але для врахування особливостей конкретних ринків, досвід і методи ведення конкурентної боротьби можна використовувати модель п'яти сил конкуренції Портера, PEST-аналіз та інші.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ АН «ПАРТНЕР-КИЇВ» НА РИНКУ НЕРУХОМОСТІ

2.1 Аналіз ринку нерухомості в Україні та тенденції його розвитку

Зараз в Україні спостерігається бурхливий розвиток ринку нерухомості. Все нові й нові профільні і непрофільні компанії, інвестори та фінансові структури, землевласники і будівельники виходять на ринок нерухомості зі своїми проектами. У рамках такого розвитку, спектр послуг на ринку нерухомості значно розшириться, а механізми надання існуючих послуг зазнають істотних змін. Із зростанням кількості проектів, житлових комплексів, заміських селищ, торгових та офісних центрів зростає конкуренція, а, отже, і потреба в аналізі ринку нерухомості та виокремлення його особливостей. Відповідно до цього маємо дослідити характеристику та особливості ринку нерухомості в Україні; динаміку операцій з нерухомістю, визначення ефективності функціонування підприємств на ринку нерухомості.

У сучасних умовах ринок нерухомого майна має чотири напрями функціонування: як сфера інвестування; як ринок, на якому об'єкти нерухомості виступають певними товарами; як ринок послуг; як каталізатор розвитку суміжних галузей народного господарства.

Аналізуючи власне продаж нерухомості, доцільно окремо розглядати:

- первинний ринок нерухомого майна (ситуація, коли нерухомість як товар вперше надходить на ринок: введені в експлуатацію квартири, приватні будинки та комерційні приміщення)
- вторинний ринок нерухомого майна (вторинний ринок нерухомості охоплює продаж раніше придбаної нерухомості).

Співвідношення первинного та вторинного ринку склало 55% і 45% відповідно у 2021 році (див.рис.2.1).



Рис.2.1. Співвідношення первинного та вторинного ринку нерухомого майна в Україні у 2021 р.

Джерело: складено автором на основі [43]

В Україні у 2021 р. обсяг введенного в експлуатацію житла в багатоквартирних будинках виріс на 14% і становив 5,8 млн кв. м. За кількістю новозбудованих квартир на 1000 осіб населення у 2021 р. Україна випередила країни Європейського Союзу (2,8 порівняно з 2,7), водночас за рівнем забезпеченості житлом вона все ще поступається (менше 400 квартир на 1000 осіб порівняно з 486 у країнах Європейського союзу). Кількість виданих дозволів на будівництво багатоквартирних будинків знизилася на 25% [7]. Це свідчить про негативну динаміку вітчизняного житлового будівництва на найближчі роки. Нова пропозиція житлової нерухомості нерівномірно розподілена за регіонами: понад 46% прийнятого в експлуатацію житла в багатоквартирних будинках припало на м. Київ та Київську область, на другому та третьому місцях – Одеська та Львівська області.

В Україні ціни на нерухомість фіксуються здебільшого в доларах США: на вторинному ринку прямо, а на первинному – ціни в гривні змінюються залежно від зміни курсу долара, у деяких випадках зазначаючи в договорі прив'язку до долара,

в рідких випадках – до євро. У зв'язку з девальвацією гривні, аналізуючи ціни на нерухомість за 2017-2021 рр., може здатись, що вони суттєво знизились, проте це не так – причиною є швидкі темпи інфляції. При конвертації за курсами валют стає очевидним зростання цін. (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Динаміка цін за 1 кв. на ринку нерухомого майна м. Києва за 2017–2021 рр.

Район	Ціна 1 кв. м, дол. США на первинному ринку					Ціна 1 кв. м у, дол. США на вторинному ринку				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
м. Київ загалом	1226	1070	1054	1013	962	1359	1199	1172	1129	1071
Голосіївський	1241	1078	1061	1019	969	1286	1122	1092	1047	986
Дарницький	1286	1122	1092	1047	986	1080	959	920	871	802
Деснянський	978	853	839	804	759	1099	1008	994	965	923
Дніпровський	1066	921	902	861	805	1200	1062	1033	979	927
Оболонський	1281	1134	1119	1079	1027	1452	1285	1266	1228	1175
Печерський	1787	1519	1500	1446	1377	2108	1806	1780	1734	1663
Подільський	1089	959	952	930	894	1276	1149	1129	1093	1042
Святошинський	1092	975	963	932	890	1186	1044	1009	962	900
Солом'янський	1117	987	963	914	864	1187	1034	1009	967	916
Шевченківський	1506	1317	1305	1267	1217	1646	1471	1458	1423	1372
Середня Ціна 1 кв. м, дол. США за рік	1426	1268	1252	1212	1161	1536	1378	1353	1311	1254

Джерело: складено автором на основі [43].

Середня вартість квартир у новобудовах м. Києва у 2021 р. становить 24429 грн/кв. м. За рік середня вартість 1 кв. м квартир у новобудовах зросла на 3,5%. За рік цінові показники збільшилися в «дорогому» сегменті житла на 4,2%. [11].

Основними трендами в 2021 році на ринку нерухомого майна в Україні стали: домінування Комфорт та Бізнес класу; масштабні об'єкти в форматі "місто в місті", в інфраструктуру яких входять житлові та нежитлові будівлі; багатофункціональні комплекси, що поєднують в собі різні функції: житлові, торгові, офісні та інші приміщення.

Структура пропозиції первинного житла представлена на рис.2.2.



Рис. 2.2. Тренди пропозиції на ринку житлової нерухомості

Джерело: складено автором на основі [43].

У структурі пропозиції первинного житла переважають новобудови комфорт-класу – 41% та економ-класу – 26%. Частка новобудов бізнес-класу – 23%, а преміум-класу – 10% від загальної кількості.

Аналіз ринку нерухомості вимагає його розбиття на окремі субринки з метою визначення конкретного ринкового сегмента та вплив на об'єкт нерухомості зовнішніх факторів. Діагностика окремого сегмента нерухомості у масштабах конкретного міста надає змогу визначити загальні тенденції ринку. Тому, для проведення дослідження було обрано ринок нерухомості м. Києва. Діагностику

поточної ситуацію на ринку нерухомості розпочато з аналізу кількості підприємств, які здійснювали діяльність протягом певного періоду.

Динаміка кількості підприємств в сфері послуг на ринку нерухомості м. Києва за 2017-2021 рр наведена в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

**Динаміка кількості підприємств в сфері послуг на ринку нерухомості
м. Києва за 2017-2021 рр**

	Всього підприємств, од.	великі підприємства		середні підприємства		малі підприємства		з них мікропідприємства	
		Од.	у % до кількості підприємств	Од.	у % до з кількості підприємств	Од.	у % до кількості підприємств	Од.	у % до кількості підприємств
2021	9990	2	0,0	153	1,5	9835	98,5	8997	90,1
2020	9782	2	0,0	187	1,9	9593	98,1	8743	89,4
2019	8891	2	0,0	159	1,8	8730	98,2	7951	89,4
2018	8243	2	0,0	145	1,8	8096	98,2	7321	88,8
2017	7452	1	0,0	153	2,1	7298	97,9	6510	87,4
Відхилення 2021 до 2017р.									
(+/-)	2528	1	0,0	10	-0.6	2537	0.6	2487	2.7
%	33.92	100.0	x	6.5	x	34.76	x	38.20	x

Джерело: складено автором на основі статистичної інформації [43]

Динаміка кількості підприємств в сфері послуг на ринку нерухомості м. Києва за 2017-2021 рр. характеризується позитивною тенденцією: кількість підприємств у 2021 році збільшилось на 34% по відношенню до 2017 р. На ринку нерухомості м. Києва наявні 2 підприємства сфери послуг, що належать до категорії «великі підприємства», це означає, що середня кількість працівників для цих підприємств становить більше ніж 250 осіб, а сума чистого прибутку переважає 40 тис. євро. Кількість підприємств в категорії «середніх» зменшилось на 6% підприємств у 2021 році, а в категорії «малі підприємства», навпаки, кількість підприємств збільшилось на 34,76%, при чому активне зростання зафіксовано підприємств, які належать до категорії «мікро» (середня кількість до

10 осіб, сума чистого прибутку 700 тис. євро), у 2021 році їх стало більше на 38,20%. Отже, на ринку нерухомості м. Києва спостерігається суттєве зростання суб'єктів господарської діяльності в сфері послуг з проведення операцій з нерухомим майном, особливо мікропідприємств.

Дослідження результатів діяльності підприємств сфери операцій з нерухомим майном здійснюються на основі використання показника обсягу реалізованих послуг (обороту підприємства). Дані щодо обсягу реалізованих послуг з проведення операцій з нерухомим майном надають можливість здійснити оцінку поточного розвитку підприємства на ринку нерухомості. Узагальнення показника загального обсягу реалізованих послуг за операціями з нерухомим майном дозволяє сформувати узагальнену характеристику всієї сфери послуг з проведення операцій з нерухомим майном, аналізувати тенденції її розвитку.

Динаміка обсягу реалізованих послуг з проведення операцій з нерухомим майном по м. Києва за 2017-2021 рр. наведена в табл.2.3.

Таблиця 2.3

**Обсяг реалізованих послуг з проведення операцій з нерухомим майном
по м. Києву за 2017-2021 рр.**

	Обсяг реалізованих послуг, тис.грн	У т.ч. реалізовано послуг, тис.грн			Розподіл обсягу реалізованих послуг за категоріями споживачів (у % до загального обсягу)		
		населенню	підприємствам (установам)	іншим категоріям споживачів	населенню	підприємствам (установам)	іншим категоріям споживачів
2021	61447746	798820.7	56286135	4362790	1.3	91.6	7.1
2020	63284476.6	1012552	57588874	4683051	1.6	91	7.4
2019	56225721.9	1068289	49591087	5566346	1.9	88.2	9.9
2018	48401033.3	580812.4	43754534	4065687	1.2	90.4	8.4
2017	37338439.8	560076.6	34052657	2725706	1.5	91.2	7.3
Відхилення 2021 до 2017р р.							
(+/-)	24109306.2	238744.1	22233478	1637084	-0.2	0.4	-0.2
%	64.57	42.63	65.29	60.06	-13.33	0.44	-2.74

Джерело: складено автором на основі статистичної інформації [43]

Дані табл.2.3 свідчать, що обсяг реалізованих послуг з проведення операцій з нерухомим майном по м. Києва за 2017-2021 рр. має прогресивну динаміку: обсяг реалізованих послуг у 2021 році збільшилось на 64,57% по відношенню до 2017 р. Розподіл обсягу реалізованих послуг з проведення операцій з нерухомим майном за категоріями споживачів характеризується відносною стабільністю. Найбільша частка реалізованих послуг належать підприємствам (91,6%).

Отже, позитивна динаміка обсягу реалізованих послуг з проведення операцій з нерухомим майном засвідчує активне зростання ринку нерухомості по м. Києву протягом 2017-2021 рр., яке можна пояснити зростанням кількості підприємств на ринку (рис.2.3) та і прискореною інфляцією в річному вимірі як у країні, так і у світі, що в свою чергу спровокувало зростання цін на українську нерухомість. На доказ цього, розглянемо індекс цін на житлову нерухомість, який характеризує зміни у часі рівня цін на житлову нерухомість (рис.2.4).

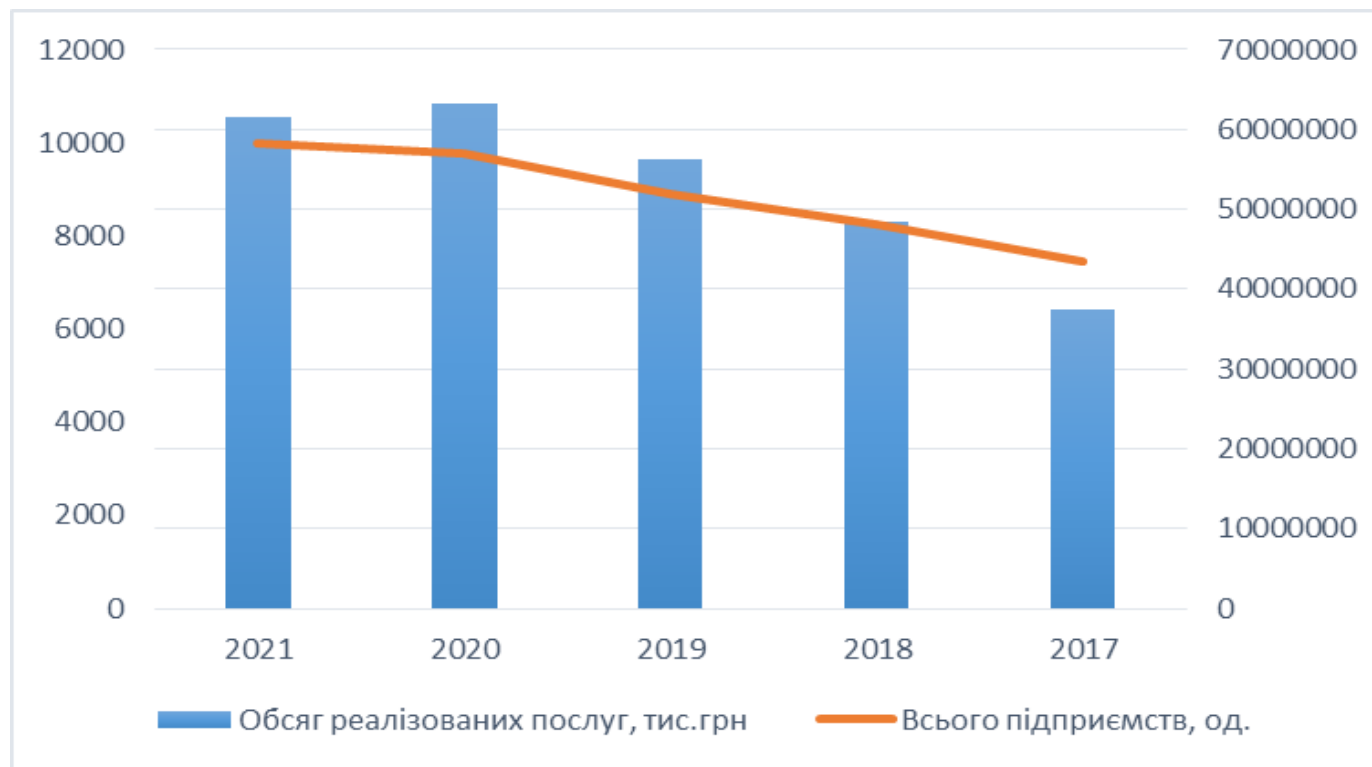


Рис.2.3 Динаміка зростання ринку нерухомості м. Києва протягом 2017-2021 рр.

Джерело: складено автором на основі розрахунків

З графіку 2.3 бачимо, що зі збільшення кількості підприємств в сфері нерухомості збільшується і обсяг реалізованих послуг з проведення операцій з нерухомим майном по м. Києву за 2017-2021 рр.

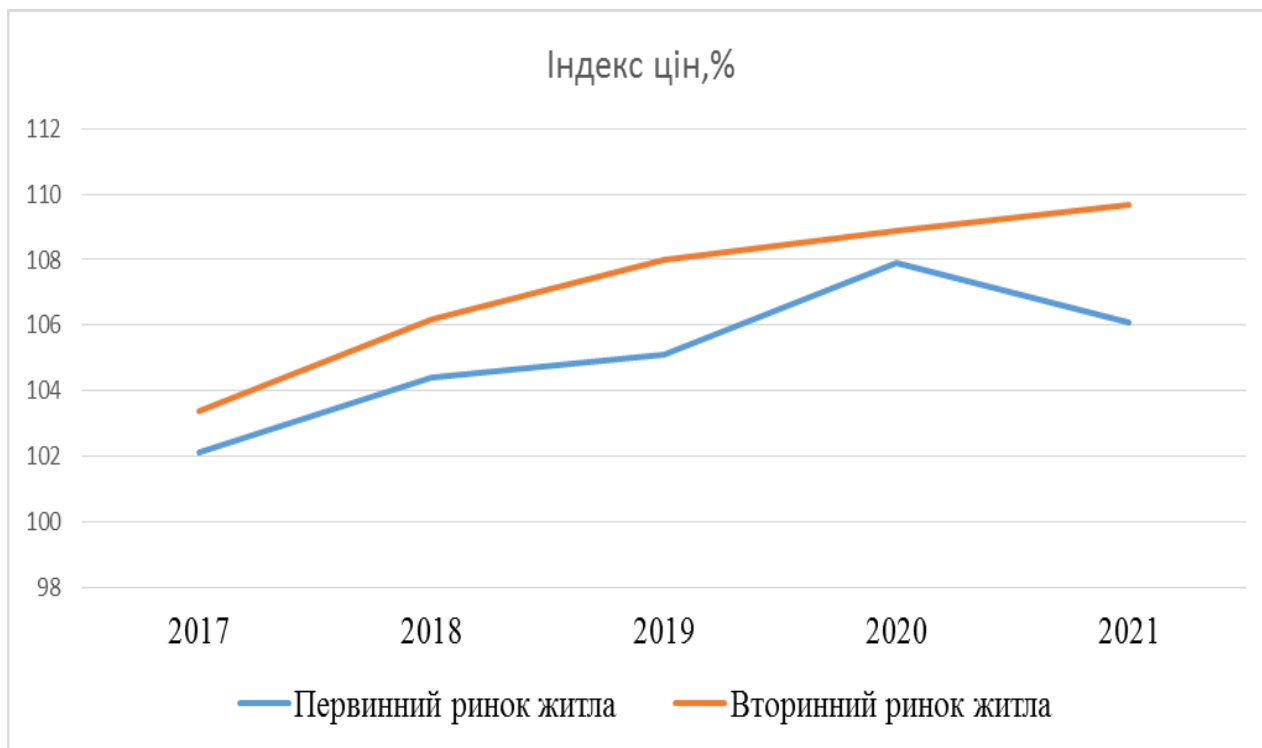


Рис.2.4 Динаміка індексу зміни ціни на житло м. Києва

Джерело: складено автором на основі статистичної інформації

З графіку 2.4 видно, що протягом даних п'яти років індекс зміни ціни на житло м. Києва як на первинному ринку, так і на вторинному ринку характеризується стабільною позитивною динамікою.

Таким чином, ринок нерухомості по м. Києву протягом 2017-2021 рр. характеризується активною появою мікропідприємств в сфері послуг з проведення операцій з нерухомим майном, а також підвищенням загального рівня цін на нерухомість.

Дослідимо ефективність функціонування підприємств на ринку нерухомості. Ефективність господарської діяльності підприємств сфери операцій з нерухомим майном визначається рентабельністю. Рівень рентабельності операційної діяльності розраховується як відношення прибутку від операційної діяльності до величини операційних витрат і характеризує прибутковість підприємств сфери операцій з нерухомим майном.

Динаміка показників рентабельності операційної діяльності підприємств з проведення операцій з нерухомим майном м. Києва за період 2017–2021 рр. представлена в таблиці 2.4

Таблиця 2.4

**Рентабельність операційної діяльності підприємств
за операціями з нерухомим майном по м. Києву (тис.грн)**

	Результат від операційної діяльності	Витрати операційної діяльності	Рівень рентабельності (збитковості), %
2021	-7253584,9	80734518,6	-9,0
2020	26628317,1	62735006,1	42,4
2019	12259611,0	65145201,9	18,8
2018	4440409,8	57868200,7	7,7
2017	-7993653,9	59548647,4	-13,4
Відхилення 2021 до 2017р р.			
(+/-)	740069.00	21185871.20	4.40
%	-9.26	35.58	32.84
Відхилення 2021 до 2020р.			
(+/-)	-33881902.00	17999512.50	-51.40
%	-127.24	28.69	-121.23

Джерело: складено автором на основі статистичної інформації [43]

Дані таблиці 2.4 свідчать, що протягом 2017-2021 рр. господарська діяльність підприємств сфери операцій з нерухомим майном визначається нестабільністю. Рівня рентабельності на 2021 рік становив -9%, що говорить проте, що підприємства на ринку нерухомості функціонували неефективно. А рівень рентабельності 2020 року, який становив 42,4 навпаки, засвідчує високу прибутковість підприємств в сфері нерухомості.

Графічно рівень рентабельності підприємств з проведення операцій з нерухомим майном м. Києва за період 2017–2021 рр. зображено на рис.2.5. З графіку видно, що протягом даних п'яти років коливання рівня рентабельності підприємств на ринку нерухомості становив фактично 51,4% (від –9% до +42,4%), така нестабільність пояснюється негативними явищами (інфляція, COVID-19, тощо) в економічному середовищі в країні.

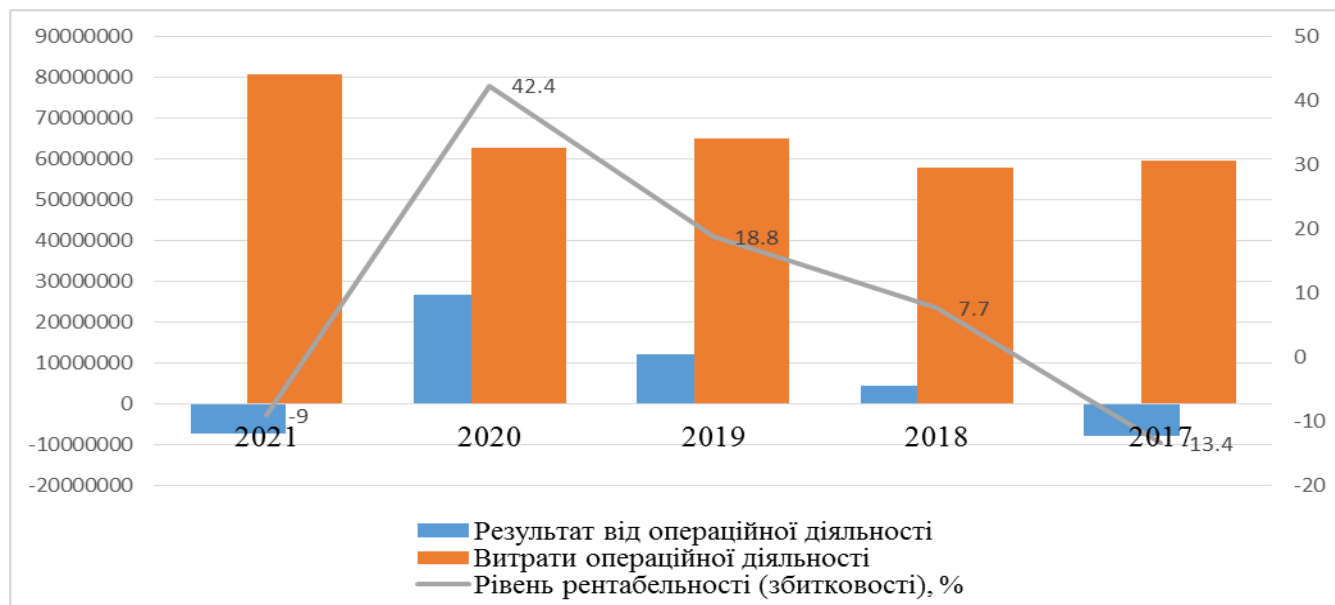


Рис.2.5 Динаміка рентабельності підприємств з проведення операцій з нерухомим майном м. Києва за період 2017-2021 рр.

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Характеристика діяльності підприємств на ринку нерухомості великою мірою залежить від інфраструктури ринку нерухомості, що пов'язана з різноманітними операціями і послугами на ньому. Нерухомість, як предмет операцій на ринку нерухомості, має ринкову ціну, а отже, залежно від операції з нею визначається попит, пропозиція та ціни на ринку нерухомості.

Операції на ринку нерухомості здійснюються за допомогою спеціальних механізмів, завдяки яким передаються права на об'єкти нерухомості. Для проведення операції з нерухомим майном є обов'язковим залучення на законних

підставах агентів або агентств з нерухомості, нотаріусів тощо, є. За даними звітів нотаріусів, дослідимо статистику укладених договорів з проведення операцій з нерухомим майном по м. Києву за 2017-2021рр. (табл.2.5).

Таблиця 2.5

**Динаміка договорів з проведення операцій з нерухомим майном
по м. Києву за 2017-2021 рр.**

Угоди	Роки					Відхилення	
	2017	2018	2019	2020	2021	(+/-)	%
Договори відчуження нерухомого майна	53726	55308	63938	69795	72846	19120	35.59
– купівлі-продажу квартир та житлових будинків	36690	39063	45780	51347	50396	13706	37.36
– міни квартир та житлових будинків	29094	574	549	484	370	-28724	-98.73
– інші договори відчуження нерухомого майна	1212	2354	458	3341	3230	2018	166.50
Договори відчуження земельних ділянок	17026	16451	15009	16038	22999	5973	35.08
– купівлі-продажу	13902	13705	11794	12990	19155	5253	37.79
– міни	177	204	287	66	141	-36	-20.34
Договори найму (оренди)	8022	7888	8384	8140	7953	-69	-0.86
– квартир та житлових будинків	80	132	260	297	273	193	241.25
– нежитлової будівлі або іншої капітальної споруди	477	574	681	762	855	378	79.25
– земельних ділянок	711	333	408	244	359	-352	-49.51
Договори управління нерухомим майном	34	22	57	54	35	1	2.94

Джерело: складено автором на основі статистичної інформації[43]

Згідно даних, наведених в таблиці 2.5, загальна кількість укладених нотаріальних договорів купівлі-продажу квартир, будинків та земельних ділянок у 2021 року в середньому зросла на 35% у порівнянні з 2017 року. Незначні коливання відслідковуємо за договорами найму (оренди)., так протягом 2017-2021 рр. кількість операцій з оренди нерухомості залишалася в межах 8000 укладених

угод. Кількість договорів з управління нерухомим майном збільшилася у 2021 р. на 2,9.

Аналіз структури договорів з проведення операцій з нерухомим майном надають можливість дослідити визначити питому вагу кожної угоди в загальному обсягу здійснених операцій з нерухомим майном. Динаміка структури договорів з проведення операцій з нерухомим майном по м. Києву за 2017-2021 рр. наведена в табл. 2.6

Таблиця 2.6

**Структура договорів з проведення операцій з нерухомим майном
по м. Києву за 2017-2021 рр., %**

Угоди	Роки					Відхилення	
	2017	2018	2019	2020	2021	(+/-)	%
Договори відчуження нерухомого майна	68.17	69.42	73.17	74.23	70.16	1.98	2.91
– купівлі-продажу квартир та житлових будинків	46.56	49.03	52.39	54.61	48.54	1.98	4.25
– міни квартир та житлових будинків	36.92	0.72	0.63	0.51	0.36	-36.56	-99.03
– інші договори відчуження нерухомого майна	1.54	2.95	0.52	3.55	3.11	1.57	102.28
Договори відчуження земельних ділянок	21.60	20.65	17.18	17.06	22.15	0.55	2.53
– купівлі-продажу	17.64	17.20	13.50	13.82	18.45	0.81	4.58
– міни	0.22	0.26	0.33	0.07	0.14	-0.09	-39.54
Договори найму (оренди)	10.18	9.90	9.59	8.66	7.66	-2.52	-24.75
– квартир та житлових будинків	0.10	0.17	0.30	0.32	0.26	0.16	159.01
– нежитлової будівлі або іншої капітальної споруди	0.61	0.72	0.78	0.81	0.82	0.22	36.05
– земельних ділянок	0.90	0.42	0.47	0.26	0.35	-0.56	-61.68
Договори управління нерухомим майном	0.04	0.03	0.07	0.06	0.03	-0.01	-26.33

Джерело: складено автором на основі статистичної інформації[43]

На підставі даних таблиці 2.5 видно, що найбільшу питому вагу у 2021 році у складі укладених договорів мали договори купівлі-продажу квартир та житлових

будинків, частка якої в динаміці збільшується на 3% и становить 48,54%, це відбувається на рівні загального збільшення пропозиції на ринку нерухомості. Під час аналізу структури укладених договорів в динаміці спостерігається зменшення загальної частки операцій з оренди нерухомості: у 2021 р. було укладено на 24,75% менше договорів найму, порівнюючи з 2021 р. Проте, частка операцій з оренди квартир та житлових будинків у 2020 році збільшилась в 1,5 раз по відношенню до 2017 року.

Графічно структура договорів з проведення операцій з нерухомим майном по м. Києву за 2021 рр. зображено на рис.2.6.

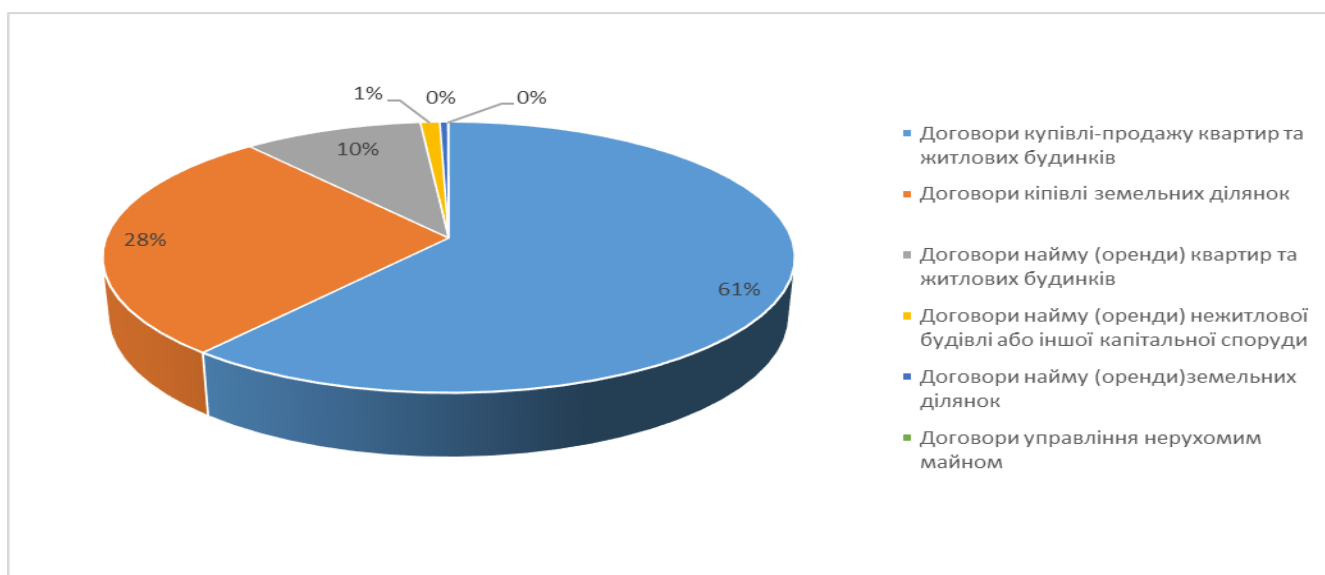


Рис.2.4 Структура договорів з проведення операцій з нерухомим майном по м. Києву за 2021 рр.

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Отже, аналіз структури операцій з нерухомим майном призводить до висновку, що основними об'єктами угод, пов'язаних з операціями купівлі-продажу, оренди тощо, є квартири та земельні ділянки.

Аналіз особливостей, притаманних ринку нерухомості України, наведено а табл. 2.7.

Таблиця 2.7.

Особливості ринку нерухомості в Україні

Особливості	Характеристика
Дефіцит та адекватність ринкової інформації	ускладнення доступу до інформації та неможливість перевірити її достовірність; дефіцит інформації про відповідні ціни призводить до формування практично індивідуальних цін, які може бути істотно вищі за її ринковий рівень.
Складний процес сегментації нерухомості	може бути сегментований за функціональним призначенням (оренда, купівля, обмін), географічними факторами (область, місто, район), за якісними характеристиками, ціною, інвестиційною мотивацією, за типом прав власності тощо.
Унікальність та низько ліквідність товару	Складність та різноманіття прав у сукупності з унікальними фізичними характеристиками кожного об'єкта; нерухомість є типом власності з особливими правами володіння, користування та розпорядження нею, що зумовлює низький рівень ліквідності нерухомості як товару
Коливання попиту та пропозиції	Баланс попиту та пропозиції на ринку нерухомості досягається повільно. Пропозиція конкретного виду нерухомості відстає від ринкового попиту, оскільки досягається будівництвом нової нерухомості
Інерційність	ринок нерухомості є інерційним, то йому не притаманні різкі коливання цін зі змінною тенденцією від місяця до місяця. Термін інерційності визначається в межах двох-трьох місяців.
Високий ступінь державного регулювання ринку	регулюється земельним та цивільним законодавством з урахуванням водного, лісового, природоохоронного та іншого спеціального права щодо прав власності та процедури купівлі-продажу
Неможливість прогнозів зміни вартості нерухомості	високий рівень макрос та мікроекономічних ризиків; складна оцінка вартості об'єктів нерухомості; низька інвестиційна активність

Джерело: складено автором

Отже, ринок нерухомого майна в Україні характеризується інституційною асиметрією та структурною неповнотою, недосконалістю фінансово-кредитної системи, падінням реальних доходів. Постійний розвиток ринку нерухомості веде до покращення основних макроекономічних показників, що мають значний вплив на соціально-економічний стан в країні в цілому. Агентство нерухомості – потенційно перспективний і щодо незначними витратами вид бізнесу, надає затребувані послуги. Проте в цьому секторі спостерігається високий рівень конкуренції, про що свідчить динаміка зростання підприємств цього напрямку.

2.2. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «АН «Партнер-Київ»

ТОВ «Агентство нерухомості «Партнер-Київ» – це суб'єкт ріелторської діяльності, що діє на ринку нерухомості в м.Києві. Основне завдання АН «Партнер-Київ» є купівля, продаж, обмін, а також оренда різноманітних нерухомості, як комерційного призначення, так і житлових приміщень. Робота агентства включає підбір необхідних варіантів для угоди, а також супровід клієнта в юридичному плані: оформлення всіх потрібних документів. Крім цього, компанія надає клієнтам низку послуг: оцінка нерухомості; підбір та придбання об'єктів нерухомості; консультації зі страхування нерухомості; допомогу у отриманні іпотеки; створення та підготовка документації для всіх етапів угоди; інші. Загальна інформація АН «Партнер-Київ» наведена у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Загальна інформація АН «Партнер-Київ»

Скорочена назва:	ТОВ «Агентство нерухомості «Партнер-Київ»
Дата реєстрації	06.07.2011
ЄДРПОУ:	37782165
Юридична адреса:	02166, м. Київ, Деснянський район, ВУЛИЦЯ ЖУКОВА, будинок
Вид діяльності	Основний: 70.12.0 Купівля та продаж власного нерухомого майна Додаткові послуги: 70.11.0 Організація будівництва об'єктів нерухомості для продажу чи здавання в оренду 70.32.0 Управління нерухомим майном 55.10.0 Діяльність готелів 70.20.0 Здавання в оренду власного нерухомого майна 70.31.0 Діяльність агентств нерухомості
Розмір внеску до статутного фонду	3 000 000,00 грн.

Джерело: фінансова звітність АН «Партнер-Київ»

Основна спеціалізація АН «Партнер-Київ» – купівля та продаж власного нерухомого майна.

Організаційна структура управління – це сукупність організаційно впорядкованих відносин і зв'язків між ланками та рівнями керівництва. Організаційна структура відноситься до лінійного типу, тобто управління здійснюється генеральним директором. Співробітники компанії безпосередньо підпорядковані генеральному директору (рис.2.7.) АН «Партнер-Київ» включає наступні відділи: відділ продажу, юридичний відділ, відділ маркетингу.



Рис. 2.7 Організаційна структура АН «Партнер-Київ»

Джерело: складено автором

До обов'язків генерального директора входить повне управління господарською діяльністю агентства: організація та планування, контроль виконання плану, формування штатного розкладу, маркетингова діяльність, організація матеріально-технічного забезпечення та ін. В обов'язки персоналу повний комплекс обслуговування клієнтів залежно від спеціалізації.

Схема роботи АН «Партнер-Київ» включає кілька стандартних послідовних етапів (рис.2.8.)



Рис. 2.8 Схема роботи АН «Партнер-Київ»

Джерело: складено автором

АН «Партнер-Київ» володіє повним спектром послуг, які необхідно виконати при різних типах операцій з нерухомістю. Детальний список послуг та їхня вартість представлена в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Ціни на послуги АН «Партнер-Київ»

	Найменування послуг	Ціна
1	Послуга продавцю з пошуку покупця на об'єкт нерухомості, об'єкт пайового будівництва (підбір покупця, організація переговорів, оформлення попереднього договору)	3% від вартості об'єкта, але не менше 25000 грн. для квартир та будинків, 20000 грн. для кімнат, часток, земельних ділянок
2.	Послуги з підбору об'єкту нерухомості, об'єкту пайового будівництва, організація його показу	2% від вартості об'єкта, але не менше 25000 грн. для квартир та будинків, 20000 грн. для кімнат, часток, земельних ділянок
3.	Комплексна послуга з підбору об'єкту нерухомості та абсолютна гарантія за результат правової експертизи документів із фінансовою відповідальністю перед покупцем	2% від вартості об'єкта, але не менше 25 000 грн. для квартир та будинків, 20000 грн. для кімнат, часток, земельних ділянок
4.	Юридичне оформлення угоди клієнта щодо оформлення об'єкта нерухомості\поступки прав пайового будівництва. Ця послуга включає організацію переговорів сторін, оформлення попереднього договору, супровід до органів юстиції для реєстрації	15000 грн
5	Абсолютна гарантія за результат правової експертизи документів із фінансовою відповідальністю перед покупцем	2% від вартості об'єкта, але не менше 18 0000 грн для квартир та будинків, кімнат, часток, земельних ділянок
6	Складання договорів дарування, або узгодження про зміну режиму власності, визначення або розподіл часток власності, визначення порядку користування об'єктом нерухомості у відповідності до вимог реєструючого органу.	15000 грн
7	Складання договору про інвестиційну діяльність: угода про переуступку правочинів за договором участь у пайовому будівництві	2000 грн
8	Складання договорів купівлі-продажу об'єкта нерухомості у відповідності до вимог реєструючого органу.	2000 грн
9	Юридичне оформлення угоди клієнта щодо придбання об'єкту нерухомості\поступки прав пайового будівництва	15000 грн

Джерело: складено автором

Дані таблиці 2.9 свідчать, що основні послуги оплачуються певним відсотком від угоди, а додаткові послуги фіксуються відповідними сумами.

Кваліфікований персонал є головною запорукою успіху агентства нерухомості. Саме тому необхідно приділити особливої уваги підбору персоналу. Основні функції з надання послуг у сфері проведення операцій з нерухомістю виконуватимуться штатними працівниками компанії. Їх головною перевагою є

бути високий рівень професійної підготовки, забезпечений багатим досвідом, працьовитістю та рівнем освіти. У таблиці 2.10 наведено ефективність використання трудових ресурсів АН «Партнер-Київ» за 2017-2021 рр.

Таблиця 2.10

**Ефективність використання трудових ресурсів
АН «Партнер-Київ» за 2017-2021 рр**

Показники	Роки					Відхилення до 2017р	
	2017	2018	2019	2020	2021	+/-	%
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	53	65	54	51	49	-4.00	-7.55
Обсяг наданих послуг, тис.грн.	595221	563075	354844	273233	776252	181031.00	30.41
Фонд оплати праці, тис.грн	1456.23	1149.85	955.26	1114.45	1314.56	-141.67	-9.73
Продуктивність праці, тис. грн.	11230.58	8662.69	6571.19	5357.51	15841.88	4611.29	41.06
Темпи росту продуктивності праці,%	x	77.13	75.86	81.53	295.69	x	x

Джерело: фінансова звітність підприємства

На підставі даних таблиці 2.10 виходить, що середньооблікова чисельність працівників у 2021 зменшилась на 4 особи (7,55%), порівнюючи з 2017 роком, також збільшився показник обсягу наданих на 181031.00 тис. грн., ці тенденції позитивно вплинули на продуктивність праці, яка відзначається збільшенням на 4611 тис.грн (41,6%) у 2021 році у співставленні з 2017р..

Фонд оплати праці усіх працівників за 2021 рік складає 1314,56 тис. грн., що більше порівняно з 2017 роком на 9,73%. Отже, зменшення чисельності працюючих на ТОВ АН «Партнер-Київ», позитивно позначалось на показниках ефективності діяльності агентства.

Далі розрахуємо фінансові показники функціонування агентства нерухомості АН «Партнер-Київ»: чистий прибуток, рентабельність надання послуг в сфері нерухомості, фінансовий стан. Прибуток у всіх його варіаціях виступає один із

ключових показників для прийняття агентством усвідомлених бізнес-рішень. Аналіз прибутку дозволяє оцінити ефективність діяльності підприємства на ринку нерухомості (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Аналіз прибутку від реалізації продукції

АН «Партнер-Київ» за 2017-2021 рр.

Показники	Роки					Відхилення (2021-2017.)	
	2017	2018	2019	2020	2021	+/-	%
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	595221	563075	354844	273233	776252	181031	30.41
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	570938	530914	311917	247108	759914	188976	33.10
Валовий прибуток:	24283	32161	42927	26125	16338	-7945	-32.72
Інші операційні доходи	21215	30714	39294	21879	12902	-8313	-39.18
Фінансові результати від операційної діяльності:							
- прибуток	3068	1447	3633	4246	3436	368	11.98
- збиток							
Інші доходи	161	150	629	438	108	-53	-32.92
Фінансові витрати	2921	1315	4164	4551	3002	81	2.77
Інші витрати	55	51	20	35	74	19	34.55
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:							
- прибуток	253	231	78	98	468	215	84.79
- збиток	-	-	-		-		
Чистий:							
- прибуток	208	190	64	80	384	176	84.79

Джерело: фінансова звітність підприємства

Як видно із даних табл. 2.10, з 2019 та 2020 роки АН «Партнер-Київ» отримало найнижчий чистий прибуток (2019 р. – 64 тис. грн., 2020 році – 80 тис.грн), а у 2021 році підприємство отримало прибуток від надання послуг (384 тис.грн) за рахунок зростання обсягів наданих послуг на 30,41% та зниження інших операційних витрат на 39%. Отже, з проведеного аналізу основних

показників діяльності АН «Партнер-Київ», можна побачити негативну тенденцію економічної діяльності підприємства у 2019-2020 рр., проте у 2021 році АН «Партнер-Київ» ситуація покращується. Його прибуткова діяльність великою мірою залежать від розширення обсяг клієнтської бази.

Як і кожен абсолютний показник розмір прибутку не завжди характеризує ефективність діяльності підприємства. Тому, щоб оцінити ефективність роботи підприємства, одержаний прибуток необхідно співвідносити зі здійсненими витратами. Співвідношення прибутку із зазначеними вище затратами являє собою рентабельність. Рентабельність має кілька модифікованих форм залежно від того, які саме прибуток і ресурси (витрати) використовують у розрахунках.

Розрахунки рентабельності підприємства представлені в таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

Аналіз рентабельності АН «Партнер-Київ» за 2017-2021 рр, %

Дані для розрахунку							
№	Статті балансу	Роки					Відхилення 2021-2017
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	Баланс (1300)	45789	46125	46750	40637	44319	-1470
2	первісна вартість (1011)	74185	74087	83069	73631	78875	4690
3	Власний капітал (1495)	26458	26893	27980	24778	25576	-882
4	Прибуток (2290)	595221	563075	354844	273233	776252	181031
5	Фінансовий результат до оподаткування: збиток (2295)	253	231	78	98	468	215
6	Чистий фінансовий результат: прибуток (2350)	208	190	64	80	384	176
Розрахунок							
Рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності до оподаткування*, % Ф. № 2, р. 2290 / Ф. № 1, р. 1300		13.00	12.21	7.59	5.40	17.52	4.52
Рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком*, % Ф. № 2, р. 2350 / Ф. № 1, р. 1300		0.04	0.05	0.01	0.04	0.06	0.02
Рентабельність власного капіталу*, % Ф. № 2, р. 2350 / Ф. № 1, р. 1495		0.07	0.08	0.02	0.07	0.11	0.04
Чиста рентабельність продажу		0.003	0.004	0.001	0.007	0.004	0.00

Джерело: фінансова звітність підприємства

Рентабельність активів характеризує ефективність використання всього наявного майна підприємства. Аналіз змін цього показника для АН «Партнер-Київ» показує, що в динаміці має тенденцію до збільшення, в 2021 році коефіцієнт рентабельності активів є найкращим і становив 17,52 %. В 2020 році показник становив 5,4. Отже, підвищення показника свідчить про те, що ефективність агентства посилюється. Рентабельність власного капіталу відображає ефективність використання активів, створених за рахунок власних коштів. Рентабельність власного капіталу у 2021 р. становить 0,06. Це означає, що активи АН «Партнер-Київ» працюють ефективно, що призводить до отримання прибутку.

Також, важливим показників ефективності діяльності АН «Партнер-Київ» виступає рентабельність продажів до чистого прибутку. Розраховується як відношення чистого прибутку агентства нерухомості до чистого доходу від надання послуг. Цей коефіцієнт показує, яку суму операційного прибутку одержує агентство нерухомості з кожної гривні наданої послуги. Аналіз змін цього показника для АН «Партнер-Київ» показує, що в 2021 році рентабельність продажу збільшився на 0,001 порівняно з 2017 роком. Отже, незначне підвищення показника свідчить про те, що ефективність підприємства трохи покращується.

Фінансовий стан визначає конкурентоспроможність АН «Партнер-Київ», його імідж, потенціал у діловому співробітництві. Одним із важливих показників, що характеризують фінансову стійкість АН «Партнер-Київ», є коефіцієнт фінансової незалежності (автономії). Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії) характеризує можливість підприємства виконати зовнішні зобов'язання за рахунок власних активів, незалежність від позикових коштів.

Розрахунки фінансового стану підприємства здійснюються на підставі отриманих облікових даних та представлені в таблиці 2.13.

Таблиця 2.13

Показники фінансового стану АН «Партнер-Київ» за 2017-2021 рр.

		Дані для розрахунку					
№	Статті балансу	Роки					+/-
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	Сума пасивів (1900)	45789	46125	46750	40637	44319	-1470
2	Власний капітал (1495)	26458	26893	27980	24778	25576	-882
3	Довгострокові зобов'язання і забезпечення (1595)	4856	4789	4696	3570	3591	-1265
4	Поточні зобов'язання (1695)	13025	13045	14074	22289	15152	2127
5	Оборотні активи(1195)	22154	25894	21066	19265	23681	1527
6	Необоротні активи (1095)	15896	18956	25684	19372	20638	4742
		Розрахунок					
	Власні обігові кошти (1195 -1695)	2871	5911	11610	-2917	5486	2615
	Коефіцієнт фінансової незалежності (Ф. № 1, р.1495 / Ф. № 1, р. 1900	0.58	0.58	0.60	0.61	0.58	0.00
	Коефіцієнт фінансової залежності	0.42	0.42	0.40	0.39	0.42	0.00
	Коефіцієнт концентрації позикового капіталу Ф. № 1, р.1595 + р. 1695 + р. 1700/ Ф. № 1, р. 1900	0.39	0.39	0.40	0.64	0.42	0.03
	Коефіцієнт фінансування Ф. № 1, р.1495 / Ф. № 1, р.1595 + р. 1695 + р. 1700	0.68	0.69	0.70	0.70	0.66	-0.03
	Коефіцієнт фінансової стійкості Ф. № 1, р.1495 + р. 1595 / Ф. № 1, р. 1900	0.68	0.69	0.70	0.70	0.66	-0.03
	Коефіцієнт маневреності власного капіталу Рік / Ф. № 1, р.1495	0.48	0.56	0.45	0.47	0.53	0.05

Джерело: складено на основі фінансової звітності

Відповідно, за даними таблиці 2.13, станом на 2021 рік АН «Партнер-Київ» фінансувалося за рахунок власного капіталу на 58 % та на 42 % за рахунок позиченого. Коефіцієнт фінансової стійкості показав, що АН «Партнер-Київ» є фінансово стійкою. Станом на 2021 р. 66 % активів компанії фінансуються за рахунок постійного капіталу і довгострокових зобов'язань.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу показує частку власних оборотних коштів підприємства у власному капіталі. Оптимальне значення коефіцієнту знаходиться у межах від 0,4 до 0,6. Аналіз змін коефіцієнта маневреності власного капіталу для АН «Партнер-Київ» показує, що в 2021 році відбулося збільшення

його значення, що пояснюється збільшенням частки власних оборотних коштів у власному капіталі за рахунок значного збільшення власних оборотних коштів. Таким чином, аналіз фінансової стабільності дав можливість оцінити готовність підприємства до погашення своїх боргів: протягом п'яти років АН «Партнер-Київ» є незалежним з фінансового боку.

Отже, АН «Партнер-Київ» є прибутковим, положення підприємства досить стійке та ефективне. Станом на 2021 р. 66 % активів компанії фінансуються за рахунок постійного капіталу і довгострокових зобов'язань. Це говорить про те, що ризик банкрутства мінімальний. Аналіз рентабельності показав, що в динаміці має тенденцію до збільшення, це означає, що активи АН «Партнер-Київ» працюють ефективно, що призводить до отримання прибутку. Його прибуткова діяльність великою мірою залежать від розширення обсяг клієнтської бази.

2.3. Діагностика ринкового середовища для АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості м. Києва

Діагностика ринкового середовища на ринку нерухомості передбачає дослідження компонентів зовнішнього середовища, з яким АН «Партнер-Київ» безпосередньо контактує в процесі господарської діяльності. У результаті діагностики ринкового середовища виявляються ті підприємства на ринку нерухомості, які являють собою особливу небезпеку як конкуренти відносно яких розробляються спеціальні стратегії і форми економічної поведінки.

Проведемо діагностику ринкового середовища для АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості. Для цього визначимо обсяг реалізованих послуг АН «Партнер-Київ» та підприємств-конкурентів, які представляють агентства нерухомості в м. Києві. Дані щодо обсягу продукції беремо з даних фінансової звітності підприємств за 2021 р. (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

Обсяг реалізованих послуг агентствами нерухомості**м. Києва, за 2021 р., тис.грн**

Ринкове середовище (підприємства-конкуренти)		Обсяги реалізації, тис.грн	Частка ринку, %
№1.	«THE Capital»	2658712.44	13.11
№2.	«100 Kapital Real»	24379.40	0.12
№3.	«FLATPRIME»	2134154.16	10.52
№4.	«АН VALION»	1361697.50	6.72
№5.	«Благовіст»	1296582.90	6.39
№6.	АН «Партнер-Київ»	776252.44	3.83
№7.	«КиївДомСервис»	23235.00	0.11
№8.	«THE YARD»	1686529.86	8.32
№9.	“Park Lane»	15862.04	0.08
№10.	АН «Твоя квартира»	12374.86	0.06
№11.	АН "Киевский риелтор"	21632.86	0.11
№376	Всього	20277755.85	100

Джерело: складено автором на основі даних [12; 43].

На основі наведених у таблиці 2.14 визначимо рівень інтенсивності конкуренції на ринку нерухомості за допомогою показників, що характеризують ступінь концентрації ринку:

1. Чотирьохчастковий показник концентрації (характеризує загальну частку чотирьох підприємств із максимальним обсягом наданих послуг на ринку нерухомості);

2. Індекс Герфіндаля-Гіршмана (оцінюється рівномірність розподілу ринкових часток підприємств на ринку).

3. Індекс Розенблюта (Холла-Тайдмана) (показує ступінь монополізації ринку).

4. Коефіцієнт відносної концентрації.

Так, чотирьохчастковий показник концентрації (CR – Concentration Ratio), що реалізують максимальні обсяги нав загальному обсязі реалізації наданих послуг на ринку нерухомості розраховується за формулою:

$$CR = (ОРП1 + ОРП1 + ОРП1 + ОРП1) / \sum ОРП_i, \quad (2.1)$$

де, ОРПі – обсяг реалізації послуг і-го агентства нерухомості, тис.грн.;

ОРПі – загальний обсяг реалізації послуг на ринку нерухомості.

Для розрахунку чотирьохчасткового показника концентрації було проранжовано дані з таблиці 2.14 та визначено перші чотири позиції за показником обсягу надання послуг (табл. 2.15). Тобто, як бачимо, частка найбільших чотирьох агентств нерухомості, які надають послуги на ринку нерухомості, становить 38,6 %, і слід зазначити, що АН «Партнер-Київ» не входить до їх складу.

Таблиця 2.15

**Розрахунок чотирьохчасткового показника
концентрації ринку нерухомості**

Агентство нерухомості		Обсяги реалізації, грн.	Агентство нерухомості		Обсяги реалізації, грн.
ОРП1	«THE Capital»	2658712.44	ОРП1	«THE Capital»	2658712.44
ОРП2	«FLATPRIME»	2134154.16	ОРП2	«100 Kapital Real»	24379.4
ОРП3	«THE YARD»	1686529.86	ОРП3	«FLATPRIME»	2134154.16
ОРП4	«АН VALION»	1361697.5	ОРП4	«АН VALION»	1361697.5
Σ		7841093.96	ОРП5	«Благовіст»	1296582.9
Чотирьохдольний показник			ОРП6	АН «Партнер-Київ»	776252.44
			ОРП7	«КиївДомСервис»	23235
			ОРП8	«THE YARD»	1686529.86
			ОРП9	“Park Lane»	15862.04
			ОРП10	АН «Твоя квартира»	12374.86
			Σ ОРП376		20277755.85
			Розрахунок		
			$CR = (ОРП1 + ОРП2 + ОРП3 + ОРП4) / \Sigma ОРП_i$ $= 7841093.96 / 20277755.85 = 0,386(38,6\%)$		

Джерело: складено автором

Далі проведемо діагностику ринкового середовища для АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості за індексом Герфіндаля-Гіршмана є сучасним ринковим умовам. Цей індекс розраховується за такою формулою:

$$H = \sum_{i=1}^N s_i^2$$

де s_i – ринкова доля компанії i , а N – кількість усіх компаній.

Цей індекс може мати значення від 0 до 10.000 (або від 0 до 1,000). Він являє собою суму квадратів ринкових долей усіх компаній певної галузі, причому більше значення індексу означатиме більш концентрований ринок (отже менше конкуренції та більше ризиків для клієнтів).

Індекс Герфіндала-Гіршмана опирається на дані про частку ринку, яку агентство нерухомості займає на ринку. Розрахунок цього показника представлено в таблиці 2.16.

Таблиця 2 16

**Діагностика ринкового середовища на ринку нерухомості
за індексом Герфіндала-Гіршмана, станом 2021 р.**

	Агентства нерухомості	Обсяги реалізації, грн	Частка ринку, %	Квадрат частки ринку
1.	«THE Capital»	2658712.44	13.11	171.91
2.	«100 Kapital Real»	24379.40	0.12	0.01
3.	«FLATPRIME»	2134154.16	10.52	110.77
4.	«АН VALION»	1361697.50	6.72	45.09
5.	«Благовіст»	1296582.90	6.39	40.88
6.	АН «Партнер-Київ»	776252.44	3.83	14.65
7.	«КиївДомСервис»	23235.00	0.11	0.01
8..	«THE YARD»	1686529.86	8.32	69.17
9.	“Park Lane»	15862.04	0.08	0.01
10.	АН «Твоя квартира»	12374.86	0.06	0.00
11.	АН "Киевский риелтор"	21632.86	0.11	0.01
п			0.00	0.00
54	«Риелти-Т»	9906.06	0.05	0.00
55	«Avangard Киев»	23268.44	0.11	0.01
56	Риелторская компанія "Real List"	13948.72	0.07	0.00
п			0.00	0.00
376	Всього	20277755.85	100	452,56
Розрахунок індексу Герфіндала-Гіршмана				
	Індекс Герфіндала-Гіршмана			0,452

Джерело: складено автором

З таблиці 2.16 бачимо, дане значення індексу Герфіндаля- Гіршмана $0,18 < I_H$ – ринок є помірно концентрованим.

Побудуємо діаграму найбільшій часток обсягу реалізації наданих послуг на ринку нерухомості м. Києва, за 2021 рік. (рис.2.9)

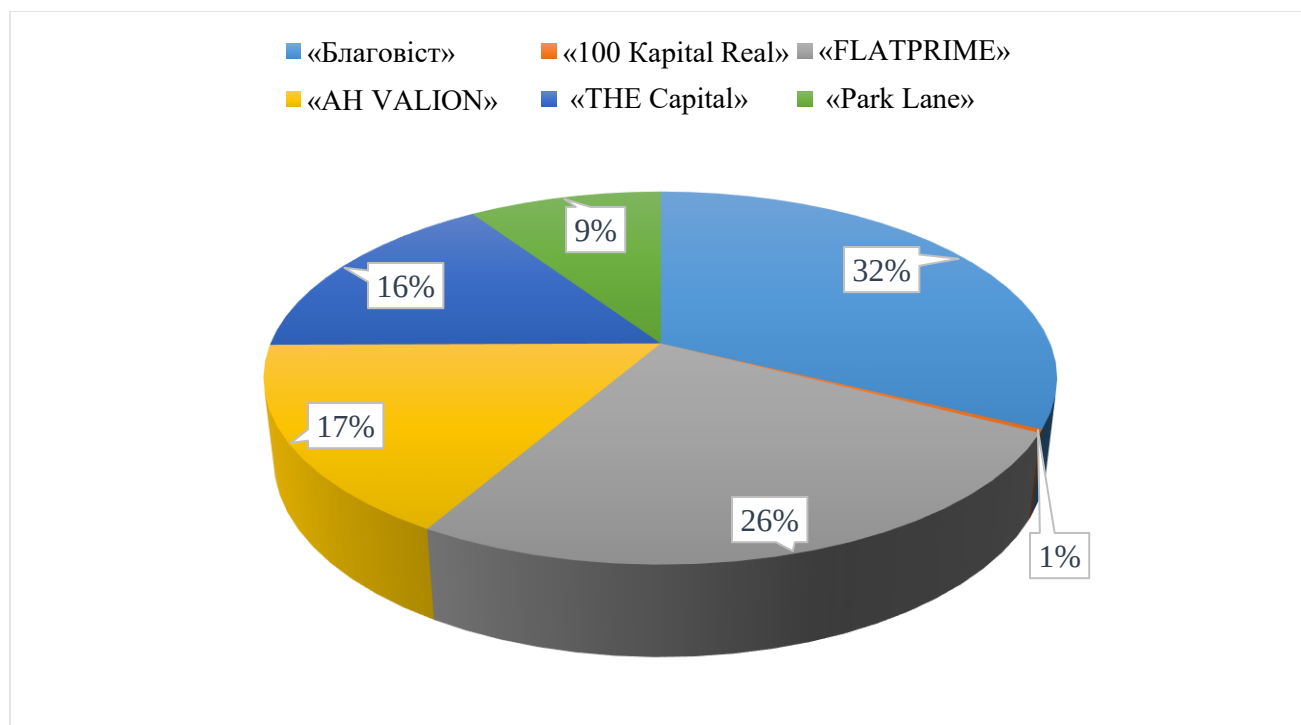


Рис.2.9 Діаграма часток обсягу обсягу реалізації наданих послуг на ринку нерухомості м. Києва, за 2021 р.

Джерело: складено автором

Так, лідерами серед агентств нерухомості є «THE Capital», «FLATPRIME», «THE YARD», «АН VALION», АН «Благовіст», АН «Партнер-Київ».

Проведемо діагностику за індексом Розенблюта (Холла-Тайдмана), але спочатку знаходимо, тобто порядковий номер підприємства, отриманий на основі ранжирування часток обсягу надання послуг від максимуму до мінімуму (таблиця 2.10). Індекс Розенблюта (Холла-Тайдмана) (I_r) розраховується за формулою:

$$I_r = 1 / 2 * \sum (i * D_i) - 1, \quad (3)$$

де D_i – частка i -го агентств нерухомості в загальному обсязі наданих послуг на ринку нерухомості;

i – порядковий номер агентства нерухомості, отриманий на основі ранжирування часток обсягу надання послуг від максимуму до мінімуму.

Чим меншим є значення індексу, тим менш монополізованим виглядає ринок нерухомості. Максимальне значення індексу дорівнює 1, і це означає, що одне агентство нерухомості здобуло монопольну позицію на ринку нерухомості.

Таблиця 2.17

**Діагностика ринкового середовища на ринку нерухомості
за індексом Розенблюта (Холла-Тайдмана), станом 2021 р.**

	Агентства нерухомості	Обсяги реалізації, грн	Частка ринку, %	Порядковий номер на основі ранжирування (D_i)	Добуток частки на D_i
1	2	3	4	5	6
1.	«THE Capital»	2658712.44	13.11	D_1	13.11
2.	«FLATPRIME»	2134154.16	10.52	D_2	21.05
3.	«THE YARD»	1686529.86	8.32	D_3	24.95
4.	«АН VALION»	1361697.5	6.72	D_4	26.86
5.	«Благовіт»	1296582.9	6.39	D_5	31.97
6.	АН «Партнер-Київ»	776252.44	3.83	D_6	22.97
7.	«100 Kapital Real»	24379.4	0.12	D_7	0.84
8..	«Avangard Киев»	23268.44	0.11	D_8	0.92
9.	«КиевДомСервис»	23235	0.11	D_9	1.03
10.	АН "Киевский риелтор"	21632.86	0.11	D_{10}	1.07
11.	“Park Lane»	15862.04	0.08	D_{11}	0.86
12	Риелторская компанія "Real List"	13948.72	0.07	D_{12}	0.83
13	АН «Твоя квартира»	12374.86	0.06	D_{13}	0.79
n					
36	Всього	20277755.85	100		147,93
Розрахунок індекса Розенблюта					
Індекс Розенблют		$I_r = 1 / 2 * \sum (i * D_i) - 1 = 1 / 2 * 147,93 - 1$			0,0033 (0,33%)

Джерело: складено автором

Як бачимо, ступінь монополізації ринку нерухомості м. Києва становить 0,3%. Тобто, значення індекса Розенблута доводить ринок нерухомості м. Києва не є монополізованим і на ньому існує велика кількість учасників.

Проведемо діагностику ринкового середовища на ринку нерухомості за коефіцієнтом відносної концентрації. Коефіцієнт відносної концентрації ґрунтується на зіставленні кількості найбільших підприємств та їх частки в обсязі реалізації продукції:

$$K = (20 + 3\beta) / \alpha, \quad (3.4)$$

де β – частка найбільших агенств нерухомості у загальній кількості учасників ринку нерухомості, %;

α – частка продажу даних агенств нерухомості у загальному обсязі продажу, %.

Якщо $K > 1$ – ринок неконцентрований; $K < 1$ – ринок висококонцентрований.

Отже, для розрахунку коефіцієнт відносної концентрації необхідно знайти частку найбільших агенств нерухомості у загальній кількості учасників ринку у відсотках, причому гранична величина обсягу наданих послуг становить 776 тис. грн. Як бачимо, таку величину перевищують «THE Capital», «FLATPRIME», «THE YARD», «АН VALION», АН «Благовіст», АН «Партнер-Київ» (таблиця 2.18).

Таблиця 2 18

**Діагностика ринкового середовища на ринку нерухомості м.Києва
за коефіцієнтом відносної концентрації, станом 2021 р.**

	Агентства нерухомості	Обсяги реалізації, грн	Частка ринку, %
1.	«THE Capital»	2658712.44	13.11
2.	«FLATPRIME»	2134154.16	10.52
3.	«THE YARD»	1686529.86	8.32
4.	«АН VALION»	1361697.5	6.72
5.	«Благовіст»	1296582.9	6.39
6.	АН «Партнер-Київ»	776252.44	3.83

Продовження таблиці 2.18

7.	«100 Kapital Real»	24379.4	0.12
8..	«Avangard Киев»	23268.44	0.11
9.	«КиевДомСервис»	23235	0.11
10.	АН "Киевский риелтор"	21632.86	0.11
11.	“Park Lane»	15862.04	0.08
12	Ріелторская компанія "Real List"	13948.72	0.07
13	АН «Твоя квартира»	12374.86	0.06
n			
376	Всього	20277755.85	100
Розрахунок індексу Розенблюта			
Коефіцієнт відносної концентрації	$\beta = 6/13 * 100\% = 46,1\%$		
	$\alpha_1 = 13,11\%, \alpha_2 = 10,52\%, \alpha_3 = 8,32\%, \alpha_4 = 6,7\%, \alpha_5 = 6,39\%, \alpha_6 = 3,83\%,$ $K = (20 + 3\beta) / \alpha = (20 + 6 * 46,1) / (13,11 + 10,52 + 8,32 + 6,7 + 6,39 + 3,86) = 6,06$ 6,06 > 1 – ринок неконцентрований		

Джерело: складено автором

Ринку нерухомості м. Києва за коефіцієнтом відносної концентрації, станом 2021 р доводить, що ринок нерухомості неконцентрований.

Складаємо таблицю отриманих даних діагностики ринкового середовища для АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості (табл. 2.19)

Таблиця 2.19

**Значення показників діагностики ринкового середовища для АН
«Партнер-Київ» на ринку нерухомості**

Методи діагностики	Значення показників	Коментар
Чотирьохчастковий показник концентрації	38,6%	АН «Партнер-Київ» входить до складу найбільших чотирьох агентств нерухомості
Індекс Герфіндаля-Гіршмана	0,45	ринок є помірно концентрованим
Індекс Розенблюта (Холла-Тайдмана)	0,33%	ринок нерухомості м.Києва не є монополізованим і на ньому існує велика кількість учасників
Коефіцієнт відносної концентрації	6,06	> 1 – ринок неконцентрований

Джерело: складено автором

На основі табличних даних будуюмо діаграму значень показників діагностики ринкового середовища для АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості (рис 2.10).

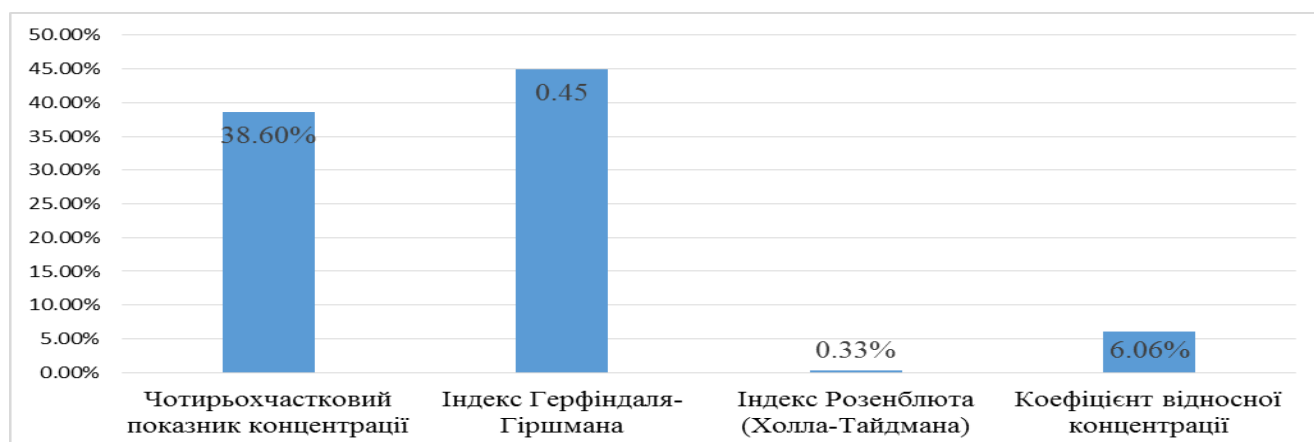


Рис.2.10. Діаграма значень показників діагностики ринкового середовища для АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості

Джерело: складено на основі розрахунків

Отже, проаналізувавши отримані значення показників діагностики ринкового середовища для АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості, можна дійти висновку, що ринок не є монополізованим і на ньому існує велика кількість учасників, що, своєю чергою, забезпечує належний стан конкуренції та високий ступінь конкурентної боротьби між ними.

Потужним інструментом для систематичної діагностики ринкового середовища ринку нерухомості та визначення характеру конкурентної боротьби на даному ринку є модель Портера п'яти конкурентних сил. Ця модель дозволяє оцінити ринкове середовище по 5 силам конкуренції, які представлені у вигляді певних груп, що впливають на становище агентств нерухомості. Кожен із запроваджених значущих чинників з кожної із чотирьох сил конкуренції на ринку нерухомості оцінювався у бальній шкалі (від 0 до 3 балів), де:

- «0» – відсутність ознаки чи його прояви як чинника;
- «1» – слабе прояв даного фактора;
- «2» – помірний прояв даного фактора;
- «3» – значний прояв цього чинника.

Оскільки всі фактори ринкового середовища, надають різний вплив на конкуренцію, для обліку їх відносної значущості також була проведена оцінка «ваги» (або вкладу) кожного фактора в загальний рівень конкуренції. «Вага» фактора для кожної з конкурентних сил на ринку нерухомості оцінювалась у відсотках. Результати проведеного аналізу аналізу ринкового середовища ринку нерухомості за М. Портером представлені у таблиці 2.20.

Таблиця 2.20

**Результати аналізу ринкового середовища ринку нерухомості м. Києва
за М. Портером**

Конкурентні сили		Вага фактору	Оцінка фактору
1. Конкуренція всередині галузі			
• Привабливість ринку для компаній-конкурентів, що працюють на ньому		0,3	2
• Ступінь насиченості та концентрації ринку нерухомості		0,35	3
•Різноманітність послуг, що пропонуються конкурентами ринку нерухомості		0,15	2
• Бар'єри відходу з ринку		0,10	1
Середньозважена оцінка			2,05
2. Загроза появи нових конкурентів у галузі			
• Бар'єри входу ринку нерухомості (зокрема потреба у інвестиціях, знання ринку, наявність досвіду та репутації на цьому ринку)		0,3	2
• Сила агентств нерухомості, що працюють на ринку		0,2	3
Легкість пошуку клієнтів		0,3	3
• Кваліфікація персоналу		0,2	2
Середньозважена оцінка			2,5
3. Тиск з боку товарів-субститутів	відсутній оскільки ріелторську послугу саму по собі неможливо замінити іншою послугою		
4. Тиск з боку постачальників			
• Рівень цін та якість об'єктів нерухомості, що пропонуються забудовниками		0,35	2
• Рівень концентрації та організованість будівельних компаній		0,15	1
Середньозважена оцінка			0,85
5. Тиск споживачів			
• Рівень концентрації споживачів		0,1	2
• Цінова чутливість на послугу		0,25	3
•Ступінь поінформованості споживачів про ринок нерухомості		0,15	2
• Рівень купівельного попиту		0,15	1
• Чутливість покупців до якості послуг та професіоналізму ріелторів		0,15	3
• Зростання доходів та купівельної спроможності клієнтів		0,2	1
Середньозважена оцінка			2,05
Інтегральний бал впливу п'яти конкурентних сил			7,45

Джерело: складено автором

На основі проведеного аналізу аналізу ринкового середовища за М. Портером видно, що кожна з проаналізованих сил однаково впливає на ринок нерухомості, при цьому силу даного впливу можна охарактеризувати як середню. Інтегральний бал впливу п'яти конкурентних сил становить 7,45.

Діагностику ринкового середовища для АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості можна провести за допомогою PEST-аналізу. Методика PEST-аналізу часто використовується для оцінки ключових ринкових тенденцій, а результати PEST-аналізу можна використовувати для при складанні SWOT-аналізу компанії. PEST-аналіз є інструментом довгострокового стратегічного планування.

PEST-аналіз проводиться у вигляді заповнення таблиці, у якій розглядаються фактори ринкового середовища, ступінь їхнього впливу на діяльність агентств нерухомості в балах, дається якісна оцінка їхнього ступеня впливу. Для цього виділимо фактори, що впливають на діяльність АН «Партнер-Київ» та проведемо оцінку сили впливу факторів ринкового середовища на ринку нерухомості.

Сила впливу фактора оцінюється за шкалою від 1 до 3 балів, де:

- «1» – вплив фактора ринкового середовища є незначним, будь-яка зміна фактора практично не впливає на діяльність підприємств на ринку нерухомості;
- «2» суттєва зміна фактора впливають на продаж та прибуток агентства нерухомості;
- «3» – вплив фактора ринкового середовища є значним, будь-яка зміна фактора впливає на діяльність підприємств на ринку нерухомості;

Оцінку сили впливу факторів ринкового середовища здійснено на основі суб'єктивної експертної оцінки за допомогою фахівців агентства нерухомості. Також, при складанні PEST-аналіз враховується оцінка ймовірності зміни фактора ринкового середовища ринку нерухомості. Імовірність коливань оцінюється за 5-

ти бальною шкалою, де 1 бал означає мінімальну ймовірність зміни фактора довкілля, а 5 балів – максимальну ймовірність.

Результати проведення оцінки ймовірності коливань PEST-факторів ринкового середовища на діяльність АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості представлені у таблиці 2.21

Таблиця 2.21

**Оцінка ймовірних коливань PEST-факторів ринкового середовища для
АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості м. Києва**

Опис фактора	Вплив фактор а	Оцінка					Середня оцінка
		1	2	3	4	5	
1 Політичні фактори							
1.1 Збереження політичної стабільності у суспільстві	2	2	3	2	1	2	2
1.2Різне загострення політичної нестабільності	2	2	1	2	2	1	1,6
2 Економічні фактори							
2.1 Зростання ціни на надані послуги	2	3	5	4	3	5	4
2.2 Зміна ставки рефінансування	1	5	3	4	4	5	4,2
2.3 Існуюче податкове законодавство	1	5	4	4	3	4	4
2.4 Розвиток економічної кризи	3	4	3	3	4	5	3,8
2.5 Стабілізація економічної ситуації	2	4	3	4	3	5	3,8
2.6 Зростання інфляції	2	4	3	4	4	4	3,6
3 Соціально-культурні фактори							
3.1 Зростання добробуту населення	1	4	3	4	4	4	3,6
3.2 Зміна базових цінностей у бік кар'єрного зростання	2	4	3	2	3	1	2,6
3.3 Створення позитивної репутації компанії	3	3	4	5	5	4	4,4
4 Технологічні фактори							
4.1 Поява нових технологій у продажах через інтернет	3	5	5	4	4	4	4,4
4.2 Використання інтернет-технологій	4	3	5	4	3	4	3,8
Разом	24						45,8

Джерело: складено автором

Далі розглянемо реальну значимість факторів ринкового середовища ринку нерухомості. Реальна значимість дозволяє оцінити, наскільки АН «Партнер-Київ»

слід звертати увагу та контролювати фактори зміни ринкового середовища, і розраховується як ймовірність зміни фактора, зважена на силу впливу цього чинника діяльність АН «Партнер-Київ» (таблиця 2.22). Чим вища реальна значущість фактора (графа «оцінка з поправкою на вагу»), тим більше уваги слід приділяти для зниження негативного впливу фактора на діяльність АН «Партнер-Київ».

Таблиця 2.22

**Оцінка PEST-факторів ринкового середовища для
АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості м. Києва**

Опис фактора	Вплив фактора	Середня оцінка	Вага	Оцінка з поправкою на вагу
1 Політичні фактори				
1.1 Збереження політичної стабільності у суспільстві	2	2	0.044	0.09
1.2 Різке загострення політичної нестабільності	2	1,6	0.035	0.06
2 Економічні фактори				
2.1 Зростання ціни на надані послуги	2	4	0.087	0.35
2.2 Зміна ставки рефінансування	1	4,2	0.092	0.39
2.3 Існуюче податкове законодавство	1	4	0.087	0.35
2.4 Розвиток економічної кризи	3	3,8	0.083	0.32
2.5 Стабілізація економічної ситуації	2	3,8	0.083	0.32
2.6 Зростання інфляції	2	3,6	0.079	0.28
3 Соціально-культурні фактори				
3.1 Зростання добробуту населення	1	3,6	0.079	0.28
3.2 Зміна базових цінностей у бік кар'єрного зростання	2	2,6	0.057	0.15
3.3 Створення позитивної репутації компанії	3	4,4	0.096	0.42
4 Технологічні фактори				
4.1 Поява нових технологій у продажах через інтернет	3	4,4	0.096	0.42
4.2 Використання інтернет-технологій	4	3,8	0.083	0.32
Разом	24	45,8	1	3.73

Джерело: складено автором

Аналізуючи таблицю 2.22, можна зробити висновок, що зниження реальних наявних доходів клієнтів призведе до зниження обсягів надання послуг, відмови від придбання житла, зростання попиту на оренду квартир. Для агентства це може означати, наприклад, зниження обсягів реалізації житла преміум-класу. Для того, щоб мінімізувати вплив даного фактора слід переглянути асортиментний портфель послуг, переглянути лінійку дорогої нерухомості і ввести нові економічні пропозиції, також слід відмовитися від підвищення цін на дешеву нерухомість.

Отже, проведена комплексна діагностика ринкового середовища функціонування підприємств на ринку нерухомого майна м. Києва дозволяє зробити висновок, що аналізований ринок є висококонкурентним, що зумовлено великою кількістю агентств нерухомості, що працюють на ринку, а також високим ступенем схожості наданих послуг. Крім того, можна говорити про досить високу динаміку ринку, зумовлену швидкою зміною розстановки сил між гравцями ринку.

Висновки до розділу 2. Ринок нерухомого майна в Україні характеризується інституційною асиметрією та структурною неповнотою, недосконалістю фінансово-кредитної системи, падінням реальних доходів.

Агентство нерухомості – потенційно перспективний і щодо незначними витратами вид бізнесу, надає затребувані послуги. Проте в цьому секторі спостерігається високий рівень конкуренції, про що свідчить динаміка зростання підприємств цього напрямку.

ТОВ «Агентство нерухомості «Партнер-Київ» – це суб'єкт ріелторської діяльності, що діє на ринку нерухомості в м. Києві, є прибутковим, положення підприємства досить стійке та ефективне. Його прибуткова діяльність великою мірою залежать від розширення обсяг клієнтської бази. Станом на 2021 р. 66%

активів компанії фінансуються за рахунок постійного капіталу і довгострокових зобов'язань.

Діагностику ринкового середовища для АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості проведено за допомогою показників, що характеризують ступінь концентрації, моделлю Портера п'яти конкурентних сил та PEST-аналізу. Виявлено, що аналізований ринок є висококонкурентним, що зумовлено великою кількістю агентств нерухомості, які працюють на ринку, а також високим ступенем схожості наданих послуг. У результаті діагностики ринкового середовища виявлено підприємства на ринку нерухомості, які являють собою особливу небезпеку як конкуренти є «THE Capital», «FLATPRIME», «THE YARD», «АН VALION», АН «Благовіст», АН «Партнер-Київ». Вони мають високі рейтинги на всіх рекламних майданчиках та надає найбільш повний спектр послуг на ринку нерухомості.

РОЗДІЛ 3

НАПЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА РИНКУ НЕРУХОМОСТІ

3.1. Конкурентні переваги АН «Партнер-Київ» та напрями їх посилення на ринку нерухомості

Конкурентоспроможність АН «Партнер-Київ» забезпечується його конкурентними перевагами, як унікальною комбінацією наявних у нього можливостей та ресурсів, що мають особливу цінність з точки зору впливу на структуру конкуренції на ринку, не підлягають імітації та запозиченню, базуються на поєднанні численних джерел, забезпечують отримання прибутку.

Для аналізу конкурентоспроможності необхідно провести дослідження сильних та слабких сторін АН «Партнер-Київ» за допомогою SWOT-аналізу який і передбачає аналіз поточної ситуації, а саме: оцінка зовнішніх та внутрішніх факторів, визначення конкурентних переваг і недоліків. (таблиця 3.1).

SWOT-аналіз – це діагностична процедура, своєрідна бізнес-технологія, яка містить оцінку стану підприємства, незадіяних ресурсів і загроз діяльності підприємства[20]. SWOT-аналіз базується на оцінці фактичного стану та стратегічних перспектив агентства за результатами вивчення сильних і слабких сторін компанії, її ринкових можливостей і факторів ризику. Сильні сторони, завдяки яким агентство нерухомості може успішно працювати на ринку, слабкі сторони, які гальмують його розвиток на ринку, можливості та загрози діяльності підприємства, які впливають на потенційне зростання компанії і створення конкурентних переваг.

У табл. 3.1 наведено перелік зовнішніх і внутрішніх факторів для АН «Партнер-Київ»: сильні та слабкі сторони агентства, ринкові можливості та загрози підприємства.

Таблиця 3.1

Матриця SWOT-аналізу АН «Партнер-Київ»

	Можливості:	Загрози:
	Розвиток стратегії просування	Зниження попиту
	Партнери у спільних інтересах бізнесу йдуть на поступки та зацікавлені у співпраці	Стагнація ринку нерухомості: зниження темпів зростання ринку
	Розширення клієнтської бази	
	Підвищення доходів населення	Поява на ринку нових конкурентів
	Формування позитивного іміджу	Несприятлива політика уряду
	Можливість розвитку нових сегментів послуг (обміни, розстрочення, довгострокове кредитування)	Зміна потреб та смаку покупців (попит на економ-клас) Зниження репутації
Сила:	ПОЛЕ "С-М" (Як скористатися можливостями)	ПОЛЕ "С-З" (за рахунок чого можна знизити загрози).
Наявність попиту на послуги	1. Взаємовигідна співпраця з організаціями у сфері нерухомості 2. Доступні ціни дозволяють розширити клієнту базу 3. Ефективна рекламна стратегія підвищить імідж агентства 4. Вихід нові ринки послуг (дозволить розвиватися агентству під час спаду)	1. Стагнація ринку нерухомості залишає на ринку лише професійні агентства та дозволяє розвиватися в період спаду. 2 Зміна потреб покупців, які користуються попитом на недорогі об'єкти, але високий ступінь професіоналізму кадрів дозволяє підвищити обсяг надання послуг.
Високий професіоналізм колективу та рівень сервісу		
Наявність ділових партнерів		
Потужна база об'єктів нерухомості		
Активна маркетингова компанія		
Доступні ціни дозволяють отримувати великі винагороди від угод за рахунок обсягу продажів		
Слабкість:	ПОЛЕ "СЛ-М" (Що може стати на заваді скористатися можливостями)	ПОЛЕ "СЛ-З" Найбільші небезпеки для фірми)
Зниження доходів населення	1. Погіршується конкурентна позиція, покупці звертаються до більш відомих агентств, які давно працюють на ринку. 3. Плинність кадрів серед ріелторів-професіоналів може завадити оптимізації кадрів	1. Стагнація ринку нерухомості може призвести до скорочення послуг та похитнути фінансове становище компанії; 2. Зростання сили торгу у покупців і продавців, клієнт може звернутися до конкурентів з нижчою комісійною винагородою, і фірма втратить прибуток
Висока конкуренція		
Плинність кадрів серед ріелторів.		
АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості невідомий бренд		

Джерело: складено автором

SWOT-аналіз показав, що АН «Партнер-Київ» має значну кількість сильних сторін, проте висока конкуренція та зниження доходів населення може негативно позначатися на діяльності компанії на ринку нерухомості в цілому. З погляду стратегічного управління метою агентства має бути стратегія концентрованого зростання, а саме стратегія посилення позиції на ринку. Тому важливо використовувати ефективні засоби та методи маркетингової стратегії для розвитку бізнесу. Дані заходи є основними, їх реалізація допоможе АН «Партнер-Київ» сформувати позитивний імідж, стати більш відомим брендом та зайняти лідируючі позиції на ринку нерухомості м. Києва.

Конкурентна перевага залежить від наявності й ефективності використання ресурсів, що перебувають у розпорядженні підприємства. Для аналізу конкурентних переваг на АН «Партнер-Київ», необхідно оцінювати їх рівень відносно відповідних підприємствами-конкурентами.

Для цього необхідно вибрати певний набір узагальнюючих критеріїв, за якими можна порівнювати підприємства конкурентів. Такими характеристиками є:

- спеціалізація, досвід на ринку;
- кількість ріелторів;
- зважена позиція на сайті;
- маркетингова активність;
- доля на ринку.

Для об'єктивності аналізу було проаналізовано позиції в рейтингу по таким найбільш популярним майданчикам, як DOM.RIA.com та Rieltor.ua, які дозволяють визначити місце підприємств на ринку нерухомості. Для порівняння було обрано декілька найбільш відомих в м. Київ агентств нерухомості.

Коротка характеристика основних конкурентних переваг на АН «Партнер-Київ» та його конкурентів представлено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Порівняльна характеристика конкурентних переваг АН «Партнер-Київ»

Агентства нерухомості	Спеціалізація	Досвід на ринку	Кількість ріелторів	Рейтинг компанії: зважений індекс сайту		Маркетингова активність	Частка ринку, %
				DOM.RIA .com	Rieltor.ua		
«THE Capital»	Продаж, оренда, обмін	27 років	101	1/58	1/163	висока	13.11
«FLATPRIME»	Продаж, оренда	14 років	15	6/58	8/163	середня	10.52
«THE YARD»	Продаж, будівництво	5 роки	78	8/58	10/163	висока	8.32
«АН VALION»	Продаж, інвестування	14 років	148	3/58	2/163	середня	6.72
АН «Благовіст»	Продаж, будівництво	8 роки	34	7/58	13/163	висока	6.39
АН «Партнер-Київ»	Продаж, оренда	15 років	49	10/52	6/163	низька	3.83
«100 Kapital Real»	Продаж, оренда	13 років	13	27/58	46/163	середня	0.12
«Avangard Київ»	Продаж, оренда	1 рік	17	9/58	5/163	висока	0.11
«КиївДомСервис»	Продаж, оренда	2 роки	8	29/58	36/163	низька	0.11

Джерело: складено автором на основі даних [50;54]

За результатами проведеного аналізу можна зазначити, що компанії «THE YARD» та АН «Благовіст», на відміну від конкурентів, займається не тільки наданням послуг в сфері нерухомості, а також і будівництвом будинків у межах Київщини. Переважна більшість конкурентів сфокусовані на продажі об'єктів житлової та комерційної нерухомості, лише компанія АН VALION співпрацює з забудовниками та займається посередництвом у сфері первинного інвестування. Лідером регіонального ринку є компанія «THE Capital», яка має високі рейтинги на всіх рекламних майданчиках та надає найбільш повний спектр послуг на ринку нерухомості.

Основними факторами, що визначають конкурентоспроможність АН «Партнер-Київ» є великий досвід на ринку, обсяг клієнтської бази, рівень цін на послуги. АН «Партнер-Київ» має висококваліфіковані кадри, та розвинену інфраструктуру, що дозволяє комплексно вирішувати завдання та найбільш повно задовольняти потреби свої клієнтів.

Головною конкурентною перевагою АН «Партнер-Київ» є збереження лояльності покупців з допомогою високого рівня сервісу як у етапі угоди, і у постпродажном обслуговуванні. Агентство гарантує клієнтам якість послуг, що надаються. Гарантію цю підкріплюють тісну та перевірену роками співпрацю АН «Партнер-Київ» з великими забудовниками та надійними банками. Також, відзначимо, агентство приділяє значну увагу відносинам з партнерами – забудовниками, банками, страховими компаніями, оціночними та будівельними організаціями. В результаті клієнти можуть заощаджувати за рахунок зниження ставок за іпотекою, мають розширений вибір житла та економлять час.

Оцінимо рівень конкурентоспроможності підприємства АН «Партнер-Київ». Для цього скористаємося методом багатокутника або радар-метод, для якого необхідно розрахувати площі багатокутників для кожного підприємства-конкурента. Цей багатокутник конкурентоспроможності агентств нерухомості є графічне поєднання оцінок становища агентства на ринку і конкурентів за найважливішими напрямками діяльності. Накладаючи один багатокутник на інший, можна порівняти сильні та слабкі сторони агентств нерухомості щодо один одного.

Основними конкурентами для АН «Партнер-Київ» є такі агенції як: «THE Capital», «FLATPRIME», «THE YARD», «АН VALION», АН «Благовіст», «100 Kapital Real». Ці агентства нерухомості перебувають у одному сегменті ринку нерухомості м. Києва.

Критерії порівняння (факторами конкурентоспроможності) обираємо наступні: якість послуг, рівень цін, розташування, додаткові послуги, рекламну діяльність. Всім факторам конкурентоспроможності надамо бальну оцінку від 1 до 5 балів. Отже, складемо матрицю для рейтингів для АН «Партнер-Київ» та підприємств-конкурентів за відповідними критеріями (таблиця 3.3).

Таблиця 3.3

Матриця для рейтингів підприємств за відповідними критеріями

Конкурентні переваги	АН «Партнер-Київ»	Підприємства-конкуренти					
		THE Capital»	«THE YARD	«АН VALION»	«Благовіст»	«100 Kapital Real»	FLATPRIME
Цінова політика*	4	5	4	5	4	4	5
Якість послуг	3	4	5	5	3	3	4
Розташування	5	5	5	5	4	4	3
Додаткові послуги	4	4	4	5	3	5	4
Рекламна діяльність	3	4	5	4	4	5	5
Всього балів	19	22	23	24	18	21	21

* – більший бал рейтингу віддається компанії, чиї товари є дешевшими.

Джерело: складено автором

За результатами оцінки сильних і слабких сторін кожного конкурента збудуємо багатокутник конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» (рис.3.1).

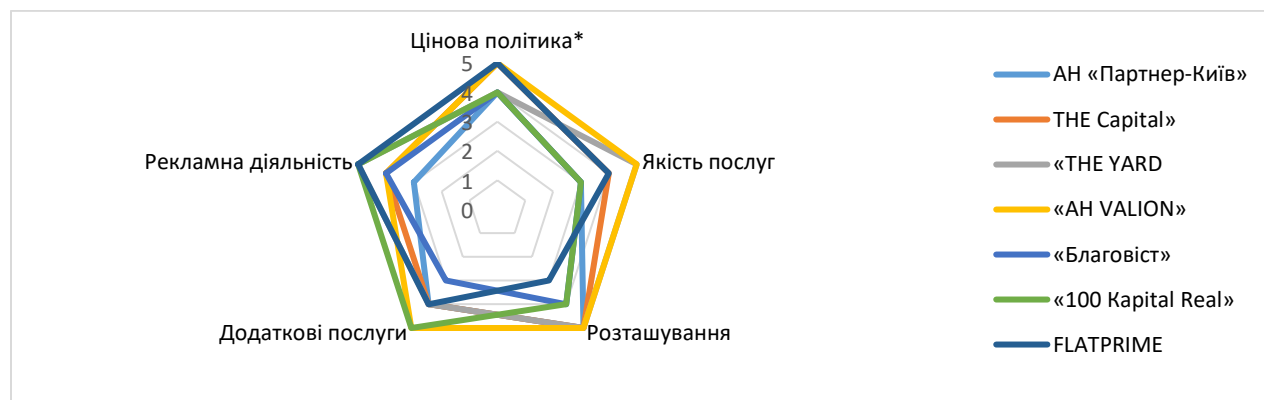


Рис. 3.1. Діаграма конкурентних переваг АН «Партнер-Київ»

Джерело: складено автором

Отже, що за методом багатокутника АН «Партнер-Київ» має досить міцні позиції на ринку, за рахунок сформованого позитивного іміджу у клієнтів, вдалого розташування, забезпечуючи якість та доступність своїх послуг. Крім цього, спостерігається низький показник рекламної активності, що може негативно позначитися на його діяльності. Також, необхідно використовувати сучасні способи активної взаємодії з реальними та потенційними клієнтами. З конкурентів агентств нерухомості, що аналізується, найбільшу конкурентну перевагу має «АН VALION», тим самим, є найбільш сильним конкурентом.

Отже, АН «Партнер-Київ» має як сильні сторони, так і слабкі сторони по відношенню до конкурентів. Агентство нерухомості повинно зберігати свої позиції і розвивати їх далі, щоб продовжувати боротися за лідируюче положення на ринку нерухомого майна. А саме, АН «Партнер-Київ» необхідно звернути увагу на використання інноваційних стратегій для покращення якості роботи агентства, а також підвищення ефективності маркетингової діяльності.

3.2. Проект підвищення конкурентоспроможності ТОВ АН «Партнер-Київ»

Проаналізувавши ринкове середовище АН «Партнер-Київ» та його конкуренті переваги на ринку нерухомого майна стало відомо що підприємство є досить розвиненим і успішним, але все ж має ряд проблем, які можна вирішити провівши конкретні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Конкурентоспроможність АН «Партнер-Київ» передбачає можливість зберегти чи розширити конкурентні позиції на ринку нерухомого майна та впливати на ринкову ситуацію через пропозицію якісних послуг, задовольняючи специфічні вимоги споживачів та забезпечуючи ефективність функціонування.

Напрями підвищення конкурентних переваг АН «Партнер-Київ» наведені в таблиці 3.4

Таблиця 3.4

**Пріоритетні напрямки підвищення конкурентоспроможності
АН «Партнер-Київ»**

Пріоритети	Заходи
Удосконалення зв'язків із ринковим середовищем	Постійний моніторинг параметрів макро-, та мікросередовища агентства нерухомості, їх комплексна діагностика та забезпечення оперативності інформації про ринкове середовище, підвищення адаптованості до нього АН «Партнер-Київ»
Підвищення якості управління	Застосування під час прийняття рішень (особливо стратегічних) сучасних методів та моделей управління
Проведення стратегічного маркетингу	Дослідження динаміки потреб та цінностей, макрос та мікросегментація ринків, прогнозування зміни параметрів ринку, розробка нормативів стратегічної конкурентоспроможності послуг
Вдосконалення інноваційної діяльності	Розробка та просування нових послуг, технологій, відсутніх конкурентів
Формування сприятливого іміджу та репутації	Розробка та впровадження комплексної стратегії інформаційної активності агентства, включаючи рекламну та PR-стратегію
Вдосконалення якості обслуговування клієнтів	Розробка стандартів обслуговування клієнтів Навчання спеціалістів

Джерело: складено автором

Отже, з метою підвищення конкурентних переваг АН «Партнер-Київ», пропонується впровадження проект. Для цього розробимо таблицю, яка включатиме всі заходи з підвищення конкурентоспроможності на підприємстві та очікуваного ефекту від їх впровадження (див. табл. 3.5).

Для підвищення конкурентних переваг АН «Партнер-Київ» рекомендовано впровадити інноваційну технологію для підвищення якості послуг агентства.

Інноваційні технології стають невід'ємною частиною сучасного ринку нерухомого майна. До інновацій на ринку нерухомості можна віднести інновації у сфері надання послуг агентствами нерухомості, маркетингу, до яких належать нестандартні методи просування проекту, способи взаємодії з клієнтами. З метою підвищення конкурентних переваг АН «Партнер-Київ», пропонується впровадити в його «Технологію доповненої та віртуальної реальності», за допомогою якої

клієнт агентства нерухомості за кілька хвилин зможе переглянути інтерактивну та виключно реалістичну модель об'єкта нерухомості.

Таблиця 3.5.

Проект підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ»

Запропоновані заходи	Шляхи реалізації	Прогнозований ефект від впровадження
Впровадження інноваційних технологій для підвищення якості послуг	- впровадження «Технологію доповненої та віртуальної реальності». - введення до штату нового спеціаліста VR/AR куратор; - купівля необхідного обладнання та програмного забезпечення	- зростання продажів - зростання рівня конкурентоспроможності - поліпшення якості обслуговування клієнтів;
Посилення маркетингової діяльності	1.digital-маркетинг - SEO-просування - розробка рекламної кампанії в соціальних мережах	- зростання в пізнаваності бренду агентства нерухомості АН «Партнер-Київ» у місті Києва та області; - поліпшення позитивного іміджу агентства.
	2.Офлайн канали просування - реклама в ЗМІ - створення сприятливого інформаційного середовища для зростання продажів послуг в сфері нерухомості та покращення репутації агентства в цілому - виставкова діяльність, презентації, семінари - партнерські продажі	

Джерело: складено самостійно

«Технологія віртуальної реальності» – це інноваційний маркетинговий інструмент, який надає можливість клієнту побачити будинок, що існує ще на стадії проекту. Дана технологія дасть можливість АН «Партнер-Київ» візуалізувати об'єкт нерухомості, що продається, а покупцю вивчати пропозицію в зручному для нього місці. Вона сприяє скороченню циклу продажів.

Для створення віртуальної реальності використовуються: процесор; дисплей; камера та електроніка, що визначає положення об'єкта нерухомості, така як акселерометр, GPS та компас.

Використовувати проекти з доповненою реальністю потребує серйозних професійних навичок, досвіду та наявності необхідного обладнання. Таким чином,

для впровадження інноваційну технологію в діяльність АН «Партнер-Київ» необхідно ввести в штат співробітників нову посаду – куратор VR/AR – це фахівець, який відповідає за процес комп'ютерного моделювання процесів, подій, оточення та сценаріїв віртуальної реальності відносно об'єктів нерухомості. Цей співробітник повинен повністю супроводжувати процес реалізації віртуальних проектів з об'єктами нерухомості.

Фінансові витрати на впровадження у діяльність АН «Партнер-Київ» технології віртуальної реальності наведено в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

**Фінансові витрати на впровадження у діяльність АН «Партнер-Київ»
технології віртуальної реальності**

Стаття витрат	Вартість, грн
Введення в штат нової посади VR/AR куратор	35000
Відеокарта Geforce GTX 1080 Ti	90860
Окуляри віртуальної реальності GoogleDaydreamView 2 з пультом (контролером)	17990
Програмне забезпечення	Від 150000
Разом	293850

Джерело: складено автором

Розмір фінансових витрат на впровадження технології віртуальної реальності дорівнює 459780 грн. з яких 424780 грн. є разовим витратами, а 35000 грн. щомісячними. Таким чином, у результаті впровадження технології віртуальної реальності основні матеріальні витрати АН «Партнер-Київ» зазнає за рахунок купівлі необхідного програмного забезпечення та створення нової посади.

Наступний кроком підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» розглядається посилення маркетингової діяльності з урахуванням тенденцій ринку, інтересів споживачів у двох напрямках:

1. Онлайн канали просування агентства – створення репутації надійного партнера у сфері нерухомості в Інтернеті (digital-маркетинг);

2. Офлайн канали просування агентства – це комплекс заходів щодо привернення уваги цільової аудиторії до продукту поза інтернетом

Розробка рекламної компанії має бути спрямована на створення репутації АН «Партнер-Київ» як надійного партнера у сфері нерухомості. Особливістю ринку нерухомості є те, що клієнти шукають інформацію переважно на теренах Інтернету, тому особливу увагу слід звернути на стратегію просування в Інтернеті. Причому, для цього можна не тільки використовувати стандартні механізми інтернет-просування, а також активно задіяти поширення інформації про послуги агентства нерухомості через соціальні мережі.

Онлайн канали просування АН «Партнер-Київ» представлено в таблиця 3.7.

Таблиця 3.7

Онлайн-інструменти просування агентства АН «Партнер-Київ»

Інструмент	Обґрунтування	Захід просування послуг агентства	Витрати на реалізацію заходів, грн.
SEO-просування	1.Підняття позицій сайту у топ 10	Просування сайту за допомогою Google Adwords, розсилка у месенджерах, реклама на тематичних сайтах.	122000
Реклама в Інтернеті	1. Забезпечення постійного надходження нових користувачів сайту 2.Забезпечення максимальної кількості зацікавленої аудиторії	Розміщення банерної реклами на сайтах інших компаній та різних порталах	100000
Соціальні мережі	1.Підвищення в пізнаваності компанії 2.Залучення додаткової кількості клієнтів	Введення акаунту в Instagram, Facebook, Viber, Telegram	218280

Джерело: складено автором

В даний час найбільш ефективним засобом просування для агентств нерухомості вважається digital-маркетинг, який передбачає використання цифрових технологій для залучення та утримання клієнтів. Насамперед, необхідно активно працювати з наявним сайтом агентства нерухомості АН «Партнер-Київ»,

який необхідно постійно оновлювати. Багато клієнтів, зайшовши на нього вперше, складуть враження про компанію загалом.

Використання соціальних мереж також неодмінний атрибут просування агентств нерухомості. Для ефективного позиціонування АН «Партнер-Київ» у соціальних мережах необхідно розробляти відповідну стратегію просування окремо для кожного сегменту, адже ринок та споживацька аудиторія на них дуже відрізняється. Визначити основні критерії цільової аудиторії, для яких буде формуватися основний контент у Інтернет-просторі. Від особливостей та характеристик цільової аудиторії буде залежати напрями просування агентства нерухомості у соціальних мережах.

У табл. 3.9 наведені прогностні параметри вартості рекламних кампаній в соціальних мережах.

Таблиця 3.9

Прогностні параметри вартості рекламних кампаній в соціальних мережах АН «Партнер-Київ» на 2022 рік

Рекламна кампанія	Охоплення, осіб	Взаємодія	Ціна взаємодії, грн.	Рекламний бюджет, грн.
Instagram	10000	8500	6.36	54060
Facebook	15000	12750	5.4	68850
Viber	10000	8500	6.2	52700
Telegram	10000	8500	5.02	42670
Всього	28520	x	x	218280

Джерело: складено автором на основі [59]

Далі розглянемо офлайн канал просування послуг агентства на ринку нерухомості для АН «Партнер-Київ». Важливими інструментами для цього має бути комунікації зі ЗМІ, як традиційними, так і електронними: релізів про компанію та послуги тощо.; інтерв'ю з керівництвом, на теми щодо перспектив розвитку сфери нерухомості, тенденціях ринку, планах, проектах тощо; виступи як експерти з питань ринку нерухомості м. Києва та тощо. Заходи просування послуг для АН «Партнер-Київ» поза Інтернетом наведено в таблиці 3.10.

Таблиця 3.10

Офлайн-інструменти просування агентства АН «Партнер-Київ»

Інструмент	Обґрунтування	Захід просування послуг агентства	Витрати на реалізацію заходів, грн
Реклама в ЗМІ	1.Створення сприятливого інформаційного середовища для зростання продажів послуг в сфері нерухомості та покращення репутації агентства в цілому	Статті та інтерв'ю у бізнес-виданнях та спеціалізованій пресі	180000
Виставкова діяльність, презентації, семінари	1.Формування позитивного іміджу агентства на ринку. 2,Можливість прямого контакту із перспективними потенційними замовниками 3.Дослідження ринку, збір інформації про конкурентів, потенційних стратегічних партнерів.	Участь у центральних виставках та конференціях	150000
Партнерські продажі	1.Підтримка іміджу агентства як стабільного перспективного підприємства 2. Зниження сумарних витрат агентства	Укладання суб агентських договорів на пошук покупця	150000

Джерело: складено автором

Структура онлайн та офлайн каналів просування агентства АН «Партнер-Київ» утворює елементи, реалізація яких забезпечує конкурентоспроможність підприємства на ринку нерухомості. Витрати на реалізацію офлайн-заходів щодо просування послуг АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості складають 480 тис.грн

Найважливіші цільові індикатори та показники реалізації запропонованого проекту підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» представлені в таблиці 3.12

Таблиця 3.12

Цільові індикатори та показники реалізації проекту підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ»

Індикатор	Після реалізації проекту
приріст нових клієнтів	10%
приріст чистого прибуток	2%
приріст виручки від нових додаткових послуг	10%
підвищення конверсії у заявку від потенційних клієнтів	5%
підвищення конверсії у контракт	15%
збільшення кількості відвідувачів сайту, сторінок у соцмережах	15%

Джерело: складено автором

Отже, для підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» необхідно запровадити проект, що сприяє підвищенню результативності діяльності підприємства. Реалізація проекту планується протягом трьох років. Сумарні витрати на проект підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» наведено в таблиці 3.13.

Таблиця 3.13

Витрати на проект підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ»

Стаття витрат	Вартість, грн.
Витрати на впровадження інноваційних технологій для підвищення якості послуг	
Введення в штат нової посади VR/AR куратор	35000
Відеокарта Geforce GTX 1080 Ti	90860
Окуляри віртуальної реальності GoogleDaydreamView 2 з пультом (контролером)	17990
Програмне забезпечення	Від 150000
Разом	293850
Витрати на реалізацію рекламної кампанії щодо просування послуг	
SEO-просування	122000
Реклама в Інтернеті	100000
Соціальні мережи	218280
Реклама в ЗМІ	180000
Виставкова діяльність, презентації, семінари	150000
Партнерські продажі	150000
Разом	920280
Загальні витрати по проекту	1214130

Джерело: складено автором

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» досягається шляхом орієнтації підприємства на споживача, покращення якості послуг, запровадження інноваційних технологій. При подальшому використанні всіх своїх конкурентоспроможних позитивних сторін та впровадженні запропонованих заходів АН «Партнер-Київ» має всі шанси на те, щоб збільшити свою конкурентоспроможність серед інших агенств-конкурентів на ринку нерухомості.

3.3. Економічне обґрунтування запропонованого проекту

Найбільш оптимальними для оцінки економічної ефективності проекту підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» слід використовувати методи аналізу чутливості та аналізу сценаріїв, з огляду на їх універсальність, у тому числі, і в умовах високої волатильності цін у сфері нерухомості.

Суть аналізу чутливості полягає у визначенні впливу комерційної спроможності підприємства сфери послуг на ринку нерухомості на його ключові показники. Отже, обґрунтування економічної ефективності бізнес-проекту АН «Партнер-Київ» здійснено за допомогою найбільш поширених наступних показників ефективності інвестицій: чиста сучасна вартість інвестиційного проекту (NPV); внутрішня норма прибутковості інвестицій (IRR); дисконтований термін окупності (DPV); індекс прибутковості (PI).

NPV є дисконтною цінністю проекту (поточною вартістю доходів або вигод від зроблених інвестицій), показником абсолютної ефективності інвестицій і дорівнює різниці між майбутньою вартістю потоку очікуваних вигод та поточною вартістю нинішніх і наступних витрат проекту протягом усього його циклу [14].

Розрахунок показника NPV здійснюється за наступною формулою:

$$NPV = -IE + CF_1/(1+r)^1 + CF_2/(1+r)^2 + \dots + CF_n/(1+r)^n, \quad (3.1)$$

де IE - обсяг власних інвестицій

r - вартість власного капіталу

$CF_1 CF_2... CF_n$ - грошові потоки

Щорічний грошовий потік CF_t дорівнює сумі чистого прибутку та амортизаційних відрахувань, що нараховуються в процесі експлуатації виробничих потужностей:

$$CF_t = NP + A \quad (3.2)$$

Для даного бізнес-проекту АН «Партнер-Київ» прогноз грошових потоків на три роки представлений таблицею 3.14.

Таблиця 3.14

**Прогноз грошових потоків проекту підвищення
конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ», тис.грн**

п	Рік	2022	1 рік	2 рік	3 рік
1	Інвестиція	1214,13			
2	Чистий прибуток	384.62	444.29	505.30	567.67
3	Чистий грошовий потік (CF_t)	1324.62	1384.29	1445.30	1507.67
	NPV, тис.грн	2636,24			

Джерело: розраховано автором

Для даного проекту АН «Партнер-Київ» при вартості капіталу 17%, величині власних інвестицій 1214,13 тис. грн. і чистих грошових потоків, наведених в табл. 3.1, величина показника NPV складає 2636,24 тис грн., що свідчить на користь ефективності діяльності новоствореного підприємства сфери послуг на ринку нерухомості:

$$NPV = -1070,78 \text{ тис. грн.} + 1324,62 / (1+0,17) + 1384,29 / (1+0,17)^2 + 1445,30 / (1+0,17)^3 + 1507,67 / (1+0,17)^4 = -1214,13 + (1132.15 + 1011.24 + 902.40 + 804.57) = -1214,13 + 3850,31 = 2636,24 \text{ тис.грн.}$$

Наступний показник ефективності бізнес-проекту для АН «Партнер-Київ» розглядаємо внутрішню норму рентабельності (Internal Rate of Return – IRR). IRR – показник ефективності відображає прибутковість, яку забезпечують інвестиції в

конкретний бізнес-проект. При використанні IRR-методу значення показника IRR визначається за допомогою рівняння:

$$\sum_{k=1}^n \frac{NCF_k}{(1 + IRR)^k} = I_0, \quad (3.3)$$

NCF_k – чистий операційний грошовий потік (доходи) у рік k ;

I_0 – сума початкових інвестицій

Дане рівняння вирішене за допомогою MS EXCEL (використовуючи функцію ВСД). Отримане значення внутрішньої норми прибутковості необхідно порівняти з вартістю вкладеного капіталу. Проект приймається, якщо $IRR >$ вартість капіталу.

Для проекту АН «Партнер-Київ» в внутрішня норма прибутковості складає 76%, що більше вартості власного капіталу і, отже, свідчить про ефективність цього проекту та доцільність його реалізації.

Дисконтований термін окупності в проект (Discounted Payback Period, DPP) - це термін, за який окупляться первинні витрати на реалізацію проекту за рахунок доходів, дисконтованих за заданою відсотковою ставкою (нормою прибутку) [11]. Розрахунок дисконтованого періоду окупності здійснено в табл 3.15.

Таблиця 3.15

**Дисконтовані грошові потоки проекту підвищення
конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ», тис.грн**

п	Рік	Поточний рік	1 рік 2023	2 рік 2024	3 рік 2025
1	Інвестиція	-1214,13			
2	Чистий прибуток	384.62	444.29	505.30	567.67
3	Амортизація	940.00	940.00	940.00	940.00
4	Чистий грошовий потік (CFt)	1324.62	1384.29	1445.30	1507.67
5	Дисконтований грошовий потік	110.49	1494.78	2940.09	4447.76
6	Акумуляований дисконтований грошовий потік	-81.98	929.27	1831.67	2636.24

Джерело: розраховано автором

На рис. 3.2 представлено наочно грошові потоки проекту АН «Партнер-Київ».

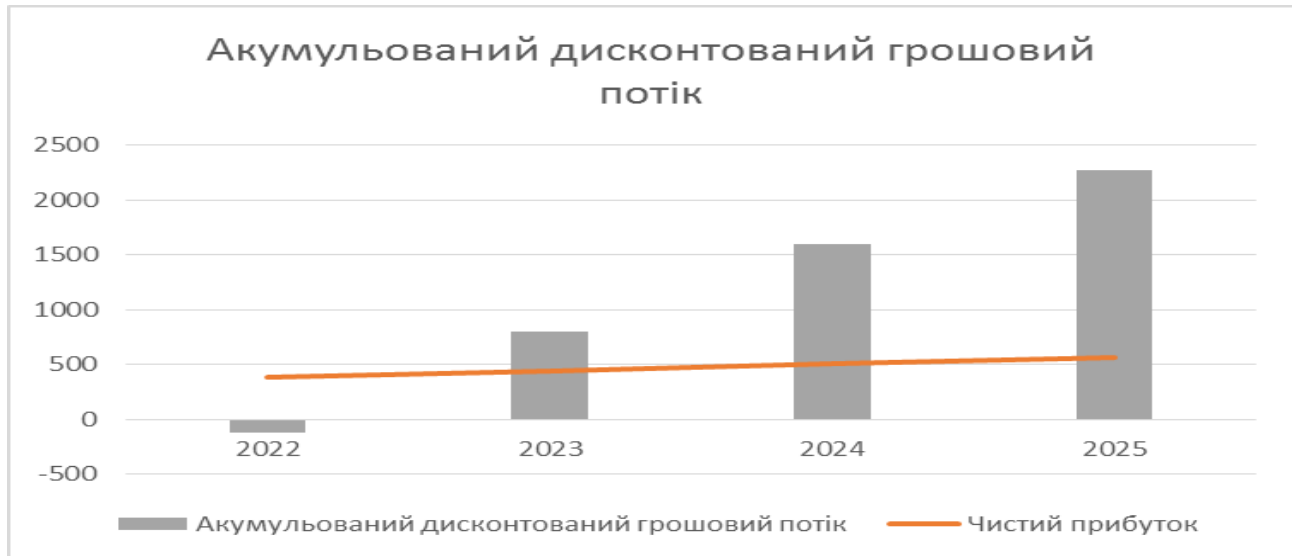


Рис.3.2. Грошові потоки проекту АН «Партнер-Київ»

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Для визначення періоду окупності проекту підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» можна скористатися формулою розрахунку, що дозволяє приблизно визначити період відшкодування необхідних витрат для відкриття агентства нерухомості:

$$DPP = \frac{I0}{PV} \quad (3.4)$$

де DPP – дисконтований період окупності, років;

PV – середньорічна величина приведенного грошового потоку, тис. грн.

Середньорічна величина приведенного грошового потоку розраховується за формулою :

$$PV = CF / (1+r)^r \quad (3.5)$$

Множник $1/(1+r)^r$ можна визначити за допомогою спеціальних фінансових таблиць. Для розрахунку анuitету було застосовано таблицю значень відсоткового фактору майбутньої вартості однієї грошової одиниці анuitету. Величина

дисконтованого множника за умови бізнес-проекту АН «Партнер-Київ» $r = 17\%$ для 4 років нарахування ануїтету дорівнюватиме 5,141.

$$PV = CF / (1+r)^r = 1324,62 * 5,141 = 6809,86 \text{ тис.грн}$$

Отже, приведений грошовий потік бізнес-проекту АН «Партнер-Київ» PV становить 6809,86 тис. грн.

$$\overline{PV} = \frac{6809,86}{4} = 1702,46 \text{ тис.грн}$$

Середньорічна величина приведенного грошового потоку становить 1702,46 тис.грн.

Розрахуємо період окупності проекту підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ»:

$$DPP = \frac{1214,13}{1702,461} = 0,71 \text{ року, що приблизно становить 7 місяців.}$$

Це свідчить про те що період окупності проекту 7 місяців. Це менше, ніж тривалість проекту і тому бізнес-проекту АН «Партнер-Київ» може бути прийнятий за цим критерієм.

Індекс прибутковості (Profitability Index, PI) являє собою відношення приведених грошових доходів до початкових витрат підприємства. Відносний показник ефективності PI розраховується за формулою:

$$PI = \frac{PV}{I_0} \quad (3.6)$$

$$PI = \frac{1702,46}{1214,13} = 1,4 ,$$

тобто на кожну гривню початкових витрат в результаті діяльності АН «Партнер-Київ» буде отримано 1.4 грн. приведеної вартості грошового потоку. Цей показник є достатньо високим, значення PI більше 1, що теж відповідає умові ефективності бізнес-проекту.

Показники ефективності проекту підвищення конкурентоспроможності АН

«Партнер-Київ» представлені в табл. 3.16.

Таблиця 3.16

**Показники ефективності проекту підвищення
конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ»**

Показник	Значення	Од. виміру
Чиста сучасна вартість, NPV	2636,24	тис. грн.
Внутрішня норма рентабельності, IRR	76	%
Дисконтований період окупності, DPB	7	місяців
Індекс прибутковості, PI	1,40	грн

Джерело: складено автором

Далі, для більш якісної оцінки ефективності діяльності АН «Партнер-Київ» застосуємо сценарний аналіз. Сценарний аналіз дозволяє враховувати вплив на бізнес-проект можливі комбінації ключових параметрів діяльності агентства на ринку нерухомості. Цей підхід оцінює показники діяльності АН «Партнер-Київ» за різних сценаріїв виходу підприємства на ринок нерухомості.

Результати сценарного аналізу чутливості проекту підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» представлені у табл. 3.4

Таблиця 3.17

**Результати багатфакторного аналізу чутливості
бізнес-проекту АН «Партнер-Київ»**

Ключові параметри бізнес-проекту	Вихідні дані	Діапазон відхилень			Набір сценаріїв		
		Песим	Базов	Оптим	Сценарій 1	Сценарій 2	Сценарій 3
Інвестиції	1214,13						
Обсяг надання послуг в сфері нерухомості	77625,2	-15%	-5%	10%	3458.531	3661.974	4475.746
NPV	2636,24	x	x	x	1580.45	2586.13	5743.16
IRR	76	x	x	x	49%	74%	160%
PI	1.4	x	x	x	1,08грн	1,20 грн.	2,64 грн.

Джерело: розраховано автором

Оскільки проект АН «Партнер-Київ» націлений на ефективну підвищення конкурентоспроможності на ринку нерухомості м. Києва, на підставі отриманих результатів сценарного аналізу, всі розраховані варіанти є прийнятними та дають позитивний чистий дисконтований дохід. Песимістичний сценарій (Сценарій 1) дає позитивний чистий дисконтований дохід близький до нуля, причому чистий дисконтований дохід, який дорівнює 1580,45 тис.грн становив значення на 50% менше порівняно з початковими даними ($NPV=2636,34$ тис.грн). Показник NPV оптимістичного сценарію, перевищує величину вихідного на 50%. Сценарій 2 (базовий) за розрахованими показниками практично збігається з вихідними даними розрахунку. Отже, проект підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» за всіма критеріями може бути прийнятий до реалізації.

Висновки до розділу 3.

Агентство нерухомості повинно зберігати свої позиції і розвивати їх далі, щоб продовжувати боротися за лідируюче положення на ринку нерухомого майна. А саме, АН «Партнер-Київ» необхідно звернути увагу на використання інноваційних стратегій для покращення якості роботи агентства, а також підвищення ефективності маркетингової діяльності. Дані заходи є основними, їх реалізація допоможе АН «Партнер-Київ» сформувати позитивний імідж та зайняти лідируючі позиції на ринку нерухомості м. Києва.

Аналіз ринкового середовища АН «Партнер-Київ» та його конкурентних переваг на ринку нерухомого майна показав, що підприємство є досить розвиненим і успішним, але все ж має ряд проблем, які можна вирішити провівши конкретні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Конкурентоспроможність АН «Партнер-Київ» передбачає можливість зберегти чи розширити конкурентні позиції на ринку нерухомого майна та впливати на ринкову ситуацію через пропозицію якісних послуг, задовольняючи

специфічні вимоги споживачів та забезпечуючи ефективність функціонування. В контексті цього, пропонується проект підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості м. Києва. Проект включає наступні заходи:

1. Впровадити інноваційну технологію для підвищення якості послуг агентства. Дана технологія дасть можливість АН «Партнер-Київ» візуалізувати об'єкт нерухомості, що продається, а покупцю вивчати пропозицію в зручному для нього місці. Фінансові витрати на впровадження становлять 293850 грн.

2. Посилення маркетингової діяльності з урахуванням тенденцій ринку, інтересів споживачів у двох напрямках: онлайн канали просування агентства (SEO-просування, Реклама в Інтернеті, Соціальні мережи); офлайн канали просування агентства (Реклама в ЗМІ; виставкова діяльність, презентації, семінари, партнерські продажі). Реалізація проекту планується протягом трьох років. Сумарні витрати на проект підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» склали 1214,1 тис.грн. При впровадженні запропонованих заходів АН «Партнер-Київ» має всі шанси на те, щоб збільшити свою конкурентоспроможність серед інших агенств-конкурентів на ринку нерухомості.

Найбільш оптимальними для оцінки економічної ефективності проекту підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» застосовано методи аналізу чутливості інвестиційних проектів та аналізу сценаріїв. Проект підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» за всіма критеріями (NPV, IRR, DPB, PI) може бути прийнятий до реалізації.

Сценарний аналіз дозволяє враховувати вплив на проект можливі комбінації ключових параметрів діяльності агентства на ринку нерухомості. Оскільки проект АН «Партнер-Київ» націлений на ефективну підприємницьку діяльність на ринку нерухомості м. Києва, на підставі отриманих результатів сценарного аналізу, всі розраховані варіанти є прийнятними та дають позитивний чистий дисконтований дохід.

ВИСНОВКИ

Ринкове середовище – це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію. Важливим є те, що ринкове середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але в першу чергу – відносинами між ними. Отже, ринкове середовище являє собою безліч сил і суб'єктів, що безпосередньо або опосередковано впливають на функціонування підприємства і діють за його межами.

З розвитком ринку нерухомості відбувається формування повноцінної структури підприємницької діяльності в сфері проведення операцій з нерухомим майном, що включає: 1) девелоперські фірми, які орієнтовані на вдосконалення об'єктів нерухомості, їх якісне перетворення; 2) оцінні фірми; 3) сервейнговані фірми з управління нерухомістю (ефективне використання об'єкта нерухомості); 4) ріелторські фірми; 5) страхові компанії.

Умови підприємницької діяльності на ринку нерухомості визначаються характеристиками ринку, його станом, ступенем розвиненості, циклом розвитку. Саме тому для успішної підприємницької діяльності на ринку нерухомого майна необхідно постійно проводити діагностику ринкового середовища.

Діагностика ринкового середовища – це спосіб оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства з урахуванням дії зовнішніх і внутрішніх чинників, що базується на динаміці результуючих показників діяльності. Саме діагностика ринкового середовища виступає передумовою розробки дієвої конкурентної стратегії підприємства, визначення найбільш ефективних напрямків стратегічного розвитку.

Діагностика ринкового середовища передбачає покроковий аналіз кожного окремого ринку за складовими конкурентного середовища і здійснюється на

основі показників концентрації, ринкової влади та бар'єрів входу в ринок / виходу з ринку. До показників концентрації ринку належать: коефіцієнт ринкової концентрації (індекс концентрації); індекс Херфіндаля-Хірінмана; індекс Розенблюту; чотирьох частковий показник концентрації; показник ентропії; коефіцієнт Джині; коефіцієнт відносної концентрації. В результаті розрахунків цих показників виявляються ті підприємства, які представляють собою особливу небезпеку як конкуренти і відносно яких слід розробити спеціальні стратегії. Ці показники дають достатньо серйозну інформацію про інтенсивність конкуренції, але для врахування особливостей конкретних ринків, досвід і методи ведення конкурентної боротьби можна використовувати модель п'яти сил конкуренції Портера, PEST-аналіз та інші.

Ринок нерухомого майна в Україні характеризується інституційною асиметрією та структурною неповнотою, недосконалістю фінансово-кредитної системи, падінням реальних доходів. Постійний розвиток ринку нерухомості веде до покращення основних макроекономічних показників, що мають значний вплив на соціально-економічний стан в країні в цілому. Агентство нерухомості – потенційно перспективний і щодо незначними витратами вид бізнесу, надає затребувані послуги. Проте в цьому секторі спостерігається високий рівень конкуренції, про що свідчить динаміка зростання підприємств цього напрямку.

Ринок нерухомості пом. Києву протягом 2017-2021 рр. характеризується активною появою мікропідприємств в сфері послуг з проведення операцій з нерухомим майном, а також підвищенням загального рівня цін на нерухомість. Протягом 2017-2021 рр. господарська діяльність підприємств сфери операцій з нерухомим майном визначається нестабільністю: рентабельність за 2020 рік показує, що підприємства на ринку нерухомості функціонували неефективно, а рівень рентабельності 2021 року, навпаки, засвідчує високу прибутковість підприємств в сфері нерухомості.

ТОВ «Агентство нерухомості «Партнер-Київ» – це суб'єкт ріелторської діяльності, що діє на ринку нерухомості в м. Києві. Основне завдання агентства є купівля, продаж, обмін, а також оренда різноманітних нерухомості, як комерційного призначення, так і житлових приміщень.

Організаційна структура відноситься до лінійного типу, тобто управління здійснюється генеральним директором. Співробітники компанії безпосередньо підпорядковані генеральному директору. АН «Партнер-Київ» включає наступні відділи: відділ продажу, юридичний відділ, відділ маркетингу.

Середньооблікова чисельність працівників у 2021 зменшилась на 4 особи (7,55%), порівнюючи з 2017 роком, і становить 49 осіб, також збільшився показник обсягу наданих на 181031.00 тис. грн., ці тенденції позитивно вплинули на продуктивність праці, яка відзначається збільшенням на 4611 тис.грн (41,6%) у 2021 році у співставленні з 2017 р. Зменшення чисельності працюючих на ТОВ АН «Партнер-Київ», позитивно позначалось на показниках ефективності діяльності агентства.

АН «Партнер-Київ» є прибутковим, положення підприємства досить стійке та ефективне. Станом на 2021 р. 66 % активів компанії фінансуються за рахунок постійного капіталу і довгострокових зобов'язань. Це говорить про те, що ризик банкрутства мінімальний. Аналіз рентабельності показав, що в динаміці має тенденцію до збільшення, це означає, що активи АН «Партнер-Київ» працюють ефективно, що призводить до отримання прибутку. Його прибуткова діяльність великою мірою залежать від розширення обсяг клієнтської бази. Станом на 2021 р. 66% активів компанії фінансуються за рахунок постійного капіталу і довгострокових зобов'язань.

Діагностику ринкового середовища для АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості проведено за допомогою показників, що характеризують ступінь концентрації ринку:

1. Чотирьохчастковий показник концентрації показав, що частка найбільших чотирьох агенств нерухомості, які надають послуги на ринку нерухомості, становить 38,6 %, і слід зазначити, що АН «Партнер-Київ» не входить до їх складу

2. Індекс Герфіндаля-Гіршмана виявив, що ринок є помірно концентрованим.

3. Значення індексу Розенблюта доводить ринок нерухомості м.Києва не є монополізованим і на ньому існує велика кількість учасників.

4. За коефіцієнтом відносної концентрації встановлено, що ринок нерухомості неконцентрований.

Проведена комплексна діагностика ринкового середовища функціонування підприємств на ринку нерухомого майна м.Києва демонструє, що аналізований ринок є висококонкурентним, що зумовлено великою кількістю агентств нерухомості, що працюють на ринку, а також високим ступенем схожості наданих послуг. У результаті діагностики ринкового середовища виявлено підприємства на ринку нерухомості, які являють собою особливу небезпеку як конкуренти. лідерами серед агентств нерухомості є «THE Capital», «FLATPRIME», «THE YARD», «АН VALION», АН «Благовіст», АН «Партнер-Київ». Вони мають високі рейтинги на всіх рекламних майданчиках та надає найбільш повний спектр послуг на ринку нерухомості.

Діагностику ринкового середовища для АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості було проведено, також, за допомогою моделлю Портера п'яти конкурентних сил та PEST-аналізу. За моделлю М.Портера видно, що кожна з проаналізованих сил однаково впливає на ринок нерухомості, при цьому силу даного впливу можна охарактеризувати як середню. Інтегральний бал впливу п'яти конкурентних сил становить 7,45. В результаті PEST-аналізу, виявлено, що зниження реальних наявних доходів клієнтів призведе до зниження обсягів

надання послуг, відмови від придбання житла, зростання попиту на оренду квартир.

Аналіз ринкового середовища АН «Партнер-Київ» та його конкурентних переваг на ринку нерухомого майна показав, що підприємство є досить розвиненим і успішним, але все ж має ряд проблем, які можна вирішити провівши конкретні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства. SWOT-аналіз показав, що АН «Партнер-Київ» має значну кількість сильних сторін, проте висока конкуренція та зниження доходів населення може негативно позначатися на діяльності компанії, тому важливо використовувати ефективні засоби та методи маркетингової стратегії. В контексті цього, пропонується проект підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» на ринку нерухомості м. Києва. Проект включає наступні заходи:

1. Впровадити інноваційну технологію для підвищення якості послуг агентства. Дана технологія дасть можливість АН «Партнер-Київ» візуалізувати об'єкт нерухомості, що продається, а покупцю вивчати пропозицію в зручному для нього місці. Фінансові витрати на впровадження становлять 293850 грн.

2. Посилення маркетингової діяльності з урахуванням тенденцій ринку, інтересів споживачів у двох напрямках: онлайн канали просування агентства (SEO-просування, Реклама в Інтернеті, Соціальні мережи); офлайн канали просування агентства (Реклама в ЗМІ; виставкова діяльність, презентації, семінари, партнерські продажі). Реалізація проекту планується протягом трьох років. Сумарні витрати на проект підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» склали 1214,1 тис.грн. При впровадженні запропонованих заходів АН «Партнер-Київ» має всі шанси на те, щоб збільшити свою конкурентоспроможність серед інших агенств-конкурентів на ринку нерухомості. Реалізація проекту планується протягом трьох років. Сумарні витрати на проект підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» склали 1214,1 тис.грн.

При впровадженні запропонованих заходів АН «Партнер-Київ» має всі шанси на те, щоб збільшити свою конкурентоспроможність серед інших агенств-конкурентів на ринку нерухомості.

Для оцінки економічної ефективності проекту АН «Партнер-Київ» використано методи аналізу чутливості інвестиційних проектів та аналізу сценаріїв. Проект підвищення конкурентоспроможності АН «Партнер-Київ» за всіма критеріями (NPV, IRR, DPB, PI) може бути прийнятий до реалізації:

1) $NPV = 2636,24$ тис. Грн > 0 , свідчить на користь ефективності впровадження проекту;

2) $IRR = 76\%$, більше вартості власного капіталу і, отже, свідчить про ефективність цього проекту та доцільність його реалізації;

3) Період окупності проекту АН «Партнер-Київ» 7 місяців. Це менше, ніж тривалість проекту і тому проекту АН «Партнер-Київ» може бути прийнятий за цим критерієм;

4) $PI = 1,40$ грн тобто на кожен гривню початкових витрат в результаті діяльності АН «Партнер-Київ» буде отримано 1.4 грн. приведеної вартості грошового потоку. Цей показник є достатньо високим, значення PI більше 1, що теж відповідає умові ефективності бізнес-проекту.

Сценарний аналіз дозволяє враховувати вплив на проект можливі комбінації ключових параметрів діяльності агентства на ринку нерухомості. Оскільки проект АН «Партнер-Київ» націлений на ефективну підприємницьку діяльність на ринку нерухомості м. Києва, на підставі отриманих результатів сценарного аналізу, всі розраховані варіанти є прийнятними та дають позитивний чистий дисконтований дохід.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз цін на ринку житлової нерухомості Києва URL: <https://100realty.ua/uk/analytics/50006>
2. Анн Р. В. Особливості діагностування стану і перспектив розвитку ринку нерухомості. *Економіка та держава*. 2019. № 9. С. 15–17.
3. Артюх І. С. Сучасна концепція стійких конкурентних переваг підприємства: інтеграція та збалансування наукових підходів. *Управління розвитком*. 2019. № 14. С. 117-118
4. Бекетова О.Н., Найденко В.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: конспект лекцій. URL: <http://econ.me.pn/biznes-planirovanie-konspekt.html>
5. Богів Я. С. . Підприємства в умовах інтенсивної конкурентної боротьби за умов невизначеності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 24. С. 72-75
6. Бражник О. С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Управління розвитком*. 2014. № 15. С. 14-17
7. Браун Р. Рушійні сили ринку та інтенсивність конкуренції: практичний посібник ; пер. з англ. Київ : Знання, 2020. 434 с.
8. Васильців Т. Г. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. К. : Знання, 2013. 207 с.
9. Воронін В.В Тенденції ринку нерухомості України. Реалії та прогнози. Київ.: “АртЕк” 2021. 224 с.
10. Габа М. І. Конкурентне середовище на ринку нерухомості. *Інтелект XXI*. 2014. № 3. С. 117-121
11. Гаврилов А. О. Діагностика конкурентних переваг підприємства на ринку нерухомості. *Економіка та держава*. 2019. № 5. С. 87-91.
12. Галицька Е. В. Ринок нерухомості в Україні: особливості та проблеми. *Проблеми науки*. 2021. № 1. С. 40–47.

- 13.Гетало В. П. Конкуретноспроможність підприємства: навч. посіб. К. : Професіонал, 2018. 240с.
14. Гривківська О. В. Оцінка існуючих підходів до ланування господарської діяльності ріелторської компанії. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 9. С. 47-49
- 15.Гудзь П.В., Шарова С.В. Г Теорія і практика розвитку ринку нерухомості регіону : монографія ЗНТУ. Запоріжжя : Акцент Інвест-трейд, 2014.567с
- 16.Давиденко М. М. Управління конкурентоспроможністю підприємств. *Моделювання та інформаційні системи в економіці*. 2019. Вип. 87. С. 113-122
17. Данік Н. В. Ринок нерухомості в сучасних умовах розвитку України. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2018. Вип. 2. С. 81-84
- 18.Данік Н.В. Діагностика ринкового середовища як інструмент здійснення фінансового менеджменту. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2014. № 1. С. 112. URL: [http:// global-national.in.ua/archive/1-2014/16.pdf](http://global-national.in.ua/archive/1-2014/16.pdf)
19. Демиденко В. Методологічні проблеми підприємницької діяльності на сучасному ринку нерухомості. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки*. 2015. Вип. 40(1). С. 38-46.
- 20.Драпіковського, І. Тенденції ринку нерухомості України: реалії та прогнози.: монографія Київ : Арт Економі, 2019. 240 с.
21. Дурицький В.В. Ринок житлової нерухомості на Київщини динаміка розвитку. *Регіональна економіка*. 2019. №1. С.46-56
- 22.Звіт про роботу державних та приватних нотаріусів м.Києва URL: <https://minjust.gov.ua>
- 23.Зубкова О.Ю. Планування у діяльності організації на ринку нерухомості. *Економіка і менеджмент культури* . 2019. № 2. С. 45-50
- 24.Калиниченко А. В. Діагностика конкурентних переваг підприємства на ринку нерухомості. *Управління розвитком*. 2014. № 1. С. 72-74

25.Карпов В. Аналіз ринку нерухомості в Україні та тенденції його розвитку. *Науковий вісник [Одеського національного економічного університету]*. 2016. № 4. С. 109-117

26.Каторжин А. Д. Управління конкурентними перевагами підприємства. *Управління розвитком*. 2018. № 16. С. 157-158

27.Кваша О.С., Фоміна В.В. Ринок нерухомості в Україні: особливості та проблеми. *Економіка і суспільство*. С. 268–275. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/12_ukr/45.pdf

28.Кісельов А. Конкурентоспроможність Підручник для екон. спец. Вузів. К.: Вища школа, 2015. 190 с.

29.Козловський В. О., Лесько О. Й. Ринок нерухомості: стан та регіональні особливості. Вінниця: ВНТУ, 2016. 189 с. 115

30.Кривов'язюк І.В. Трансформація сутності та суб'єктна структура регіональних ринків нерухомості на сучасному етапі *Регіональна економіка*. 2019. № 1. С. 233– 241

31.Криза обвалила ціни на нерухомість по всьому світу: Україна в лідерах по падінню URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1041.39798.0>

32.Куценко А. Проблеми та перспективи розвитку ринку нерухомості в Україні *Регіональна економіка*. 2020. №1. С.46-56 URL: <https://private-invest.net/ua/vse-proneruhomist/rubrika-eksperta/problemi-ta-perspektivi-rozvitku-rinku-neruhomosti-vukrani>

33.Лаврів Л.А. Аналіз ринку нерухомості в Україні та тенденції його розвитку. *Інноваційна економіка*. 2018. № 48. С. 109–110.

34.Масловська М.В., Перевозчикова Н.О. Діагностика конкурентних переваг підприємства на ринку нерухомості *Ефективна економіка*. 2019. № 11. С. 20-26. URL: file:///C:/Users/user/Downloads/efek_2019_11_29.pdf

35. Михайленко О.В., Лобас А.А. Тенденції ринку нерухомості України. Реалії та прогнози. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія «Економіка і управління»*. 2022. Т. 29(68). № 3. С. 74–77. URL: http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/29_68_3/17.pdf

36. Міненко М. Ріелторство як галузі у сфері економічних послуг. Матеріали Національного форуму «Нерухомість України». К., 6-7 груд. 2021 р. 14 с. URL: <http://www.economy.in.ua/pdf/12021/19.pdf>

37. Наврів Л.А. Ринок нерухомості: фінансові аспекти: навч. посіб. *Інноваційна економіка*. 2016. № 10(48). С. 104–111.

38. Національний портал нерухомості URL: <http://www.home-poster.net>.

39. Нерухомість України: продаж квартир і будинків, продаж земельних ділянок і комерційної нерухомості URL: <http://www.dom.ria.com>.

40. Ногів Я. С. Особливості конкурентних відносин на регіональних ринках нерухомості. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. № 4. С. 193-202

41. Овчаренко Д. Стан та перспективи розвитку ринка нерухомості в Україні. *Траектория науки*. 2021. № 1. URL: <http://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/>

42. Офіційний сайт комітету статистики м.Києва URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

43. Павлов К. В. Оцінка конкурентоспроможності регіональних ринків житлової нерухомості України : монографія Луцьк : ПрАТ «Волинська обласна друкарня», 2018. 482 с

44. Павлов К.В. Змістова характеристика функціонування регіональних ринків нерухомості *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2017. № 1(9). С. 102–109.

45. Павлов К.В. Формування конкурентних відносин на регіональних ринках житлової нерухомості *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*.

Механізм регулювання регіонального розвитку в Україні. Львів, 2019. Вип. 3(107). С. 493–500

46.Перевозова І.В. Український ринок нерухомості: тенденції, ціни, перспективи *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2016. Вип. 8(2). С. 173-175

47.Підприємства в умовах інтенсивної конкурентної боротьби: навчальний посібник / С.Ф. Покропивний та ін. ; вид. 2-е, доп. Київ : КНЕУ, 2018. 379 с.

48. Покропивний С. Ф., Соболев С. М., Швиденко Г. О Ринок нерухомості: навч. посібник. [Вид. 2-ге, доп.]. К.: КНЕУ, 2018. 379с.

49.Портал нерухомості – інформаційно-аналітичний ресурс URL: Rieltor.ua

50.Про державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обтяжень: Закон України № 1952-IV від 01.07.2004. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1952-15#Text>

51.Про захист економічної конкуренції: Закон України від від 11.01.2001 №2210-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>

52.Про податок з доходів фізичних осіб: Закон України від 22.05.2003 № 889-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-15#Text>

53.Про ріелторську діяльність. Проект Закону України від 07.07.2011 № 8781 URL: http://http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?id=&pf3511=40905.

54.Проблеми законодавчого регулювання ринку нерухомості України URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0290665-06>

55.Прохорова Т. П. Аналіз ринку нерухомості: можливості та загрози *Вісник Національного технічного університету «ХПІ»*. Сер. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. 2019. № 34. С. 31-40

56.Прохорова Т.П., Притиченко Т.І. Сутність та закономірності розвитку ринку нерухомості в Україні. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2014. № 34. С. 31.

57.Пугачевська К.Й. Особливості бізнес-планування ріелторської діяльності в ринковій економіці.*Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. № 21.1. С. 256-260.

58.Ринок нерухомості та пов'язані з ним ризики : аналітичний звіт Національного банку України. URL: <http://afo.com.ua/uk/news/2-general-assessment/1290-rynok-nerukhomosti-ta-povyazani-z-nym-ryzyky-analitychnyy-zvit-natsionalnoho-banku-ukrayiny-za-cherven-2020-roku>

59.Ринок нерухомості України буде “лихоманити” 5–7 років. URL: <http://www.ebrd.com/russian/pages/about.shtml>

60.Різник В.В., Аналіз ринку нерухомості - аналітичний огляд URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/bazovi-protsedurimetodologiya-biznes-planuvannya-ta-yogo-rol-ustrategichnomu-upravlinni-diyalnisty-pidpriemstva>

61. Сакс Е. І. Фактори впливу на розвиток ринку нерухомості .*Ефективна економіка*. 2018. № 7. С. 34-39

62.Світлична О. С. Особливості функціонування ріелторських компаній на ринку нерухомості в Україні *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2018. Вип. 4. С. 229-235

63.Селезньова Г.О., Сиров В.В. Організація управління діяльністю суб'єктів ринку нерухомості: *Економіка, бізнес та управління*. 2016. Вип. 4(04). С. 228–232. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/4_2016/46.pdf

64.Семенов А. Г. Методи розробки бізнес-плану для агентства нерухомості. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2018. № 1. С. 118-125

65.Стрішенець О.М. Особливості конкурентних відносин на регіональних ринках нерухомості *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2016. С. 35–38

66.Ткачук О. О. Дослідження ринку нерухомості в Україні..*Управління розвитком*. 2014. № 15. С. 97-99

- 67.Харченко Т. О. Інноваційне забезпечення конкурентоспроможності агенства нерухомості. Ефективна економіка. 2016. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5253>
- 68.Харчук Т. В. Підходи до визначення конкурентних переваг підприємства. Економіка та управління. 2019. № 6. С. 68–74.
- 69.Цивільний кодекс України : Закон України від 16 січня 2003 р. № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>
- 70.Чичун В.А., Паламарчук В.Д. Сутність та закономірності розвитку ринку нерухомості в Україні. *Соціум. Наука. Культура*. 2010. № 21(18). С. 58.
- 71.Чорна Л. О. Сучасний стан формування ринку нерухомості в Україні..*Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 22. –С. 3-6
- 72.Шкурупій О.В. Циклічність розвитку ринку нерухомості: сучасний контекст : [монографія] Полтава : ПУЕТ, 2018. 190 с.
- 73.Яценко О. В. Забезпечення фінансової стійкості агентств нерухомості на основі бізнес-планування. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2016. Т. 22, № 1. С. 51-61
- 74.Яців, І. Б. Дослідження процесу функціонування ринку нерухомості Економічний аналіз: зб. наук. праць Тернопіль: Видавничополіграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2020. Том 28. № 1. С. 278-285.
- 75.Яковлева Ю.К. Социально-экономическое развитие регионов Украины // Економічний вісник Донбасу. – 2007. – № 3 (9). – С. 84–87.
- 76.Ярощук С., Гавришко Н. Аналіз ліквідності: проблеми узгодженості розрахунку показників // Наукові записки. — 2006. — Вип. 16.
77. Albert S., Bradley K. The Impact of Intellectual Capital / Open University Business School pricing Paper. — 1996. — № 15. — P. 15—20.

78. Patricia Ordones de Pablos. Intellectual capital statements: what pioneering firms from Asia and Europe are doing now // International Journal of Knowledge and Learning. — 2005. — Vol. 1. — № 3. — PP. 249—268.

79. Roos J. and Roos G. Valuing intellectual capital? FT Mastering Management. — 1997. — № 3. — July-Aug.. — PP. 6—10.

80. Sveiby K. Methods for Measuring Intangible Assets. Jan 2001, latest update 27 April 2010. [http://www.sveiby.com/Portals/0/articles/Intangible Methods.htm](http://www.sveiby.com/Portals/0/articles/Intangible%20Methods.htm)

81. Tayles M. The Challenge of Accounting for Intellectual Capital and Intangible Assets / M. Tayles // International Accounting. — 2005. — Spring. — P. 23—27.

82. The Measurement and Management of Intellectual Capital / IFAC. Financial and management accounting committee, September 1998, STUDY 7 [Электронный ресурс] — Режим доступа: [http://www.ifac.org/Standards AndGuidance/FMAC/IMAS7.htm](http://www.ifac.org/StandardsAndGuidance/FMAC/IMAS7.htm)

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Процеси функціонування ринку нерухомості

Основні	Складові	Базові
Розвиток (створення) об'єктів нерухомості	Організація системи розвитку об'єктів нерухомості	Удосконалення структури, функцій, нормативно-інструктивної бази державних та комунальних органів, які займаються землекористуванням та містобудуванням
		Удосконалення процедур взаємодії державних органів та комерційних структур
		Юридичне супроводження операцій з розвитку об'єктів нерухомості
		Інформаційне забезпечення розвитку об'єктів нерухомості
		Навчання та підвищення кваліфікації персоналу
	Розвиток територій	Землеустрій, контроль за використанням земель та їх охорона
		Економічний та соціальний моніторинг
		Містобудування та його проектування
		Оцінка земельних ресурсів та інвестиційних проектів, фінансування розвитку територій
		Створення (розвиток) інженерно-транспортної інфраструктури території
		Оподаткування земельної ділянки
	Розвиток (створення) об'єкта нерухомості	Вибір місцезнаходження та призначення об'єкта нерухомості, узгодження землевідведення
		Забезпечення оптимальної схеми фінансування проекту розвитку об'єкта нерухомості
		Отримання дозволів та погоджень
		Залучення, фінансування та контроль за роботою підрядних організацій
		Страхування ризику будівництва
		Оподаткування будівництва
		Реєстрація об'єкта нерухомості
Управління (експлуатація) об'єктами нерухомості	Організація, експлуатація та управління об'єктами нерухомості	Створення (найм) юридичної чи фізичної особи – управителя об'єктом нерухомості
		Юридичний супровід управління об'єктом нерухомості
		Інформаційне забезпечення управління об'єктом нерухомості
		Навчання та підвищення кваліфікації персоналу
	Управління об'єктами нерухомості	Фінансовий аналіз та оцінка об'єкта нерухомості
		Фінансування експлуатації та модернізації об'єкта нерухомості
		Технічна експлуатація об'єкта нерухомості
		Забезпечення дотримання норм і правил взаємовідносин органів влади, власників, орендарів, управителя
		Оподаткування об'єкта нерухомості
		Страхування об'єкта нерухомості

Продовження Додатку

Основні	Складові	Базові
Обіг прав на об'єкти нерухомості	Організація системи обігу прав на об'єкти нерухомості	Створення системи іпотечного кредитування обороту нерухомості
		Створення та розвиток підприємницьких структур (ріелтерських компаній)
		Інформаційне забезпечення обігу нерухомості, маркетинг, реклама
		Навчання та підвищення кваліфікації персоналу
	Передача прав власності на об'єкти нерухомості та реєстрація договорів	Купівля-продаж, обмін, оренда, найм, застава, спадкування, укладання договору довірчого утримання
		Виконання судових рішень, повернення за векселем
		Передача в оперативне управління та повне господарське ведення справи
		Приватизація (реприватизація), націоналізація
	Фінансування обігу прав на об'єкти нерухомості	Оцінка вартості об'єкта нерухомості
		Одночасна оплата угоди, оплата протягом певного періоду
		Кредитування купівлі, іпотечне кредитування, цільове дотування та субсидіювання купівлі, накопичування коштів
		Страхування угоди
		Оподаткування угоди

			КОДИ
		Дата(рік, місяць, число)	2021 01 01
Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ АГЕНСТВО НЕРУХОМОСТІ ПАРТНЕР-КИЇВ	за ЄДРПОУ	37782165
Територія		за КОАТУУ	6110100000
Організаційно-правова форма господарювання	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	70,12	за КВЕД	70,12
Середня кількість працівників	43		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Адреса	Вул. Жукова, 15, Деснянський район, М.Київ, Київська обл. область, 02166, Україна, 06172042116		

Додаток Б

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2020р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	2021	2020
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби:	1010	25133	20488
первісна вартість	1011	78875	73631
знос	1012	57936	53143
Інвестиційна нерухомість:	1015		
первісна вартість	1016		
знос	1017		
Довгострокові біологічні активи:	1020		
первісна вартість	1021		
накопичена амортизація	1022		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Гудвіл	1050		
Відстрочені аквізиційні витрати	1060		
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065		
Інші необоротні активи	1090	551	551

Усього за розділом I	1095	20638	19372
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	17055	16821
Виробничі запаси	1101		
Незавершене виробництво	1102		
Готова продукція	1103		
Товари	1104		
Поточні біологічні активи	1110		
Депозити перестрахування	1115		
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	3028	2328
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	443	375
з бюджетом	1135	28	9
у тому числі з податку на прибуток	1136		5
з нарахованих доходів	1140		
із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	90	5691
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	174	1558
Готівка	1166	2	4
Рахунки в банках	1167	172	1554
Витрати майбутніх періодів	1170		
Частка перестраховика у страхових резервах	1180		
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181		
резервах збитків або резервах належних виплат	1182		
резервах незароблених премій	1183		
інших страхових резервах	1184		
Інші оборотні активи	1190	248	483
Усього за розділом II	1195	23681	19372
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	44319	40637

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	30000	30000
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401		
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	23890	23873
Емісійний дохід	1411		
Накопичені курсові різниці	1412		
Резервний капітал	1415	160	160
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-21958	-25143
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Інші резерви	1435		
Усього за розділом I	1495	24778	25576
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		

Пенсійні зобов'язання	1505		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520	3591	3570
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	3334	3208
Цільове фінансування	1525		1
Благодійна допомога	1526		
Страхові резерви, у тому числі:	1530		
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531		
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532		
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533		
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534		
Інвестиційні контракти;	1535		
Призовий фонд	1540		
Резерв на виплату джек-поту	1545		
Усього за розділом II	3591	3591	3570
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Векселі видані	1605		
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610		
за товари, роботи, послуги	1615	541	8220
за розрахунками з бюджетом	1620	4815	2783
за у тому числі з податку на прибуток	1621		
за розрахунками зі страхування	1625		227
за розрахунками з оплати праці	1630	6489	7212
за одержаними авансами	1635	1915	2635
за розрахунками з учасниками	1640		
із внутрішніх розрахунків	1645		
за страховою діяльністю	1650		
Поточні забезпечення	1660		671
Доходи майбутніх періодів	1665		
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670		
Інші поточні зобов'язання	1690	314	541
Усього за розділом III	1695	15152	2289
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800		
Баланс	1900	44319	40637

**Звіт про фінансові результати
за 2021 рік**
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	776252	273233
Чисті зароблені страхові премії	2010		
Премії підписані, валова сума	2011		
Премії, передані у перестраховування	2012		
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(759914)	(14697)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		
Валовий: прибуток	2090	16338	3918
Валовий: збиток	2095	()	()
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		
Інші операційні доходи	2120	12902	5710
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		
Адміністративні витрати	2130	(346)	(373)
Витрати на збут	2150	(108)	(165)
Інші операційні витрати	2180	(10291)	(3170)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190		
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(3436)	(4246)
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240	108	438
Дохід від благодійної допомоги	2241		
Фінансові витрати	2250	(3002)	(4551)
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	(74)	(35)

Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	(468)	(98)
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	(384)	(80)
Чистий фінансовий результат: збиток	2355		

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-3183	-8226

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	4793	8765
Витрати на оплату праці	2505	10843	14190
Відрахування на соціальні заходи	2510	2777	3590
Амортизація	2515	1019	1237
Інші операційні витрати	2520	14371	2162
Разом	2550	33803	29944

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	103552000	103552000
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-0.03074	-0.07944
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Примітки		Козіброда Ярослав Іванович Ізю Ольга Степанівна	
Керівник			
Головний бухгалтер			
			КОДИ
		Дата(рік, місяць, число)	2019 01 01
Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ АГЕНСТВО НЕРУХОМОСТІ ПАРТНЕР-КИЇВ	за ЄДРПОУ	37782165
Територія		за КОАТУУ	6110100000
Організаційно-правова форма господарювання	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	70,12	за КВЕД	70,12
Середня кількість працівників	43		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Адреса	Вул. Жукова, 15, Деснянський район, М.Київ, Київська обл. область, 02166, Україна, 06172042116		

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2018 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	2018	2019
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби:	1010	25133	20488
первісна вартість	1011	74087	83069
знос	1012	57936	53143
Інвестиційна нерухомість:	1015		
первісна вартість	1016		
знос	1017		
Довгострокові біологічні активи:	1020		
первісна вартість	1021		
накопичена амортизація	1022		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		

Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Гудвіл	1050		
Відстрочені аквізиційні витрати	1060		
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065		
Інші необоротні активи	1090	551	551
Усього за розділом I	1095	18956	25684
II. Оборотні активи			
Запаси	1100		
Виробничі запаси	1101		
Незавершене виробництво	1102		
Готова продукція	1103		
Товари	1104		
Поточні біологічні активи	1110		
Депозити перестрахування	1115		
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	4028	3328
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	443	375
з бюджетом	1135	28	9
у тому числі з податку на прибуток	1136		5
з нарахованих доходів	1140		
із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	90	5691
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	174	1558
Готівка	1166	2	4
Рахунки в банках	1167	172	1554
Витрати майбутніх періодів	1170		
Частка перестраховика у страхових резервах	1180		
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181		
резервах збитків або резервах належних виплат	1182		
резервах незароблених премій	1183		
інших страхових резервах	1184		
Інші оборотні активи	1190	248	483
Усього за розділом II	1195	25894	21066
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	46125	46750

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	30000	30000
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401		
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	23890	23873
Емісійний дохід	1411		
Накопичені курсові різниці	1412		
Резервний капітал	1415	160	160

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-21958	-25143
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Інші резерви	1435		
Усього за розділом I	1495	26893	27980
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Пенсійні зобов'язання	1505		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520	4789	4696
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	4334	3208
Цільове фінансування	1525		1
Благодійна допомога	1526		
Страхові резерви, у тому числі:	1530		
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531		
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532		
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533		
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534		
Інвестиційні контракти;	1535		
Призовий фонд	1540		
Резерв на виплату джек-поту	1545		
Усього за розділом II	1595	4789	4696
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Векселі видані	1605		
Поточна кредиторська заборгованість:	1610		
за довгостроковими зобов'язаннями			
за товари, роботи, послуги	1615	541	8220
за розрахунками з бюджетом	1620	4815	2783
за у тому числі з податку на прибуток	1621		
за розрахунками зі страхування	1625		227
за розрахунками з оплати праці	1630	6489	7212
за одержаними авансами	1635	1915	2635
за розрахунками з учасниками	1640		
із внутрішніх розрахунків	1645		
за страховою діяльністю	1650		
Поточні забезпечення	1660		671
Доходи майбутніх періодів	1665		
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670		
Інші поточні зобов'язання	1690	314	541
Усього за розділом III	1695	13045	14074
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800		
Баланс	1900	46125	46750

Звіт про фінансові результати за 2019 рік

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	354844	563075
Чисті зароблені страхові премії	2010		
Премії підписані, валова сума	2011		
Премії, передані у перестрахування	2012		
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(311917)	(530914)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		
Валовий: прибуток	2090	42927	32161
Валовий: збиток	2095	()	()
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		
Інші операційні доходи	2120	39294	30714
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		
Адміністративні витрати	2130	(7468)	(1373)
Витрати на збут	2150	(1097)	(1465)
Інші операційні витрати	2180	(291)	(170)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	(3633)	(1447)
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240	629	150
Дохід від благодійної допомоги	2241		
Фінансові витрати	2250	(4164)	(1315)
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	(20)	(51)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		

Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	(78)	(231)
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	(64)	(190)
Чистий фінансовий результат: збиток	2355		

			КОДИ
		Дата(рік, місяць, число)	2018 01 01
Підприємство	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ АГЕНСТВО НЕРУХОМОСТІ ПАРТНЕР-КИЇВ	за ЄДРПОУ	37782165
Територія		за КОАТУУ	6110100000
Організаційно-правова форма господарювання	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності	70,12	за КВЕД	70,12
Середня кількість працівників	43		
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака			
Адреса	Вул. Жукова, 15, Деснянський район, М.Київ, Київська обл. область, 02166, Україна, 06172042116		

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2017 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	2017	2018
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби:	1010	25133	25133
первісна вартість	1011	74185	74087
знос	1012	57936	57936
Інвестиційна нерухомість:	1015		
первісна вартість	1016		
знос	1017		
Довгострокові біологічні активи:	1020		
первісна вартість	1021		
накопичена амортизація	1022		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших	1030		

підприємств			
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Гудвіл	1050		
Відстрочені аквізиційні витрати	1060		
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065		
Інші необоротні активи	1090	551	551
Усього за розділом I	1095	15896	18956
II. Оборотні активи			
Запаси	1100		
Виробничі запаси	1101		
Незавершене виробництво	1102		
Готова продукція	1103		
Товари	1104		
Поточні біологічні активи	1110		
Депозити перестрахування	1115		
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	3028	3328
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	443	375
з бюджетом	1135	28	9
у тому числі з податку на прибуток	1136		5
з нарахованих доходів	1140		
із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	90	5691
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	174	1558
Готівка	1166	2	4
Рахунки в банках	1167	172	1554
Витрати майбутніх періодів	1170		
Частка перестраховика у страхових резервах	1180		
у тому числі в:			
резервах довгострокових зобов'язань	1181		
резервах збитків або резервах належних виплат	1182		
резервах незароблених премій	1183		
інших страхових резервах	1184		
Інші оборотні активи	1190	248	483
Усього за розділом II	1195	22154	25894
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	45789	46125

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	30000	30000
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401		
Капітал у дооцінках	1405		

Додатковий капітал	1410	23890	23890
Емісійний дохід	1411		
Накопичені курсові різниці	1412		
Резервний капітал	1415	160	160
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-21958	-21958
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Інші резерви	1435		
Усього за розділом I	1495	26458	26893
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Пенсійні зобов'язання	1505		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520	4696	4789
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	4334	4334
Цільове фінансування	1525		
Благодійна допомога	1526		
Страхові резерви, у тому числі:	1530		
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531		
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532		
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533		
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534		
Інвестиційні контракти;	1535		
Призовий фонд	1540		
Резерв на виплату джек-поту	1545		
Усього за розділом II	1595	4856	4789
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Векселі видані	1605		
Поточна кредиторська заборгованість:	1610		
за довгостроковими зобов'язаннями			
за товари, роботи, послуги	1615	541	541
за розрахунками з бюджетом	1620	4815	4815
за у тому числі з податку на прибуток	1621		
за розрахунками зі страхування	1625		
за розрахунками з оплати праці	1630	6489	6489
за одержаними авансами	1635	1915	1915
за розрахунками з учасниками	1640		
із внутрішніх розрахунків	1645		
за страховою діяльністю	1650		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670		
Інші поточні зобов'язання	1690	314	314
Усього за розділом III	1695	13025	13045
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800		
Баланс	1900	45789	46125

**Звіт про фінансові результати
за 2018 рік**
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	563075	595221
Чисті зароблені страхові премії	2010		
Премії підписані, валова сума	2011		
Премії, передані у перестраховування	2012		
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013		
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014		
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(530914)	(570938)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070		
Валовий: прибуток	2090	32161	24283
Валовий: збиток	2095	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105		
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110		
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111		
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112		
Інші операційні доходи	2120	30714	21215
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121		
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122		
Адміністративні витрати	2130	(1373)	(473)
Витрати на збут	2150	(265)	(458)
Інші операційні витрати	2180	(170)	(170)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181		
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182		
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	(1447)	(3068)
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240	150	161
Дохід від благодійної допомоги	2241		

Фінансові витрати	2250	(1315)	(2931)
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	(51)	(55)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275		
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	(231)	(253)
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	(190)	(208)
Чистий фінансовий результат: збиток	2355		

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400		
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405		
Накопичені курсові різниці	2410		
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415		
Інший сукупний дохід	2445		
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450		
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455		
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460		
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465		

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	4793	8765
Витрати на оплату праці	2505	10843	14190
Відрахування на соціальні заходи	2510	2777	3590
Амортизація	2515	1019	1237
Інші операційні витрати	2520	14371	2162
Разом	2550	33803	29944