ОСНОВЫ РИЭЛТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Модуль 1. Риэлторская деятельность в Украине

1.1. Риэлторская деятельность в Украине.
1.1.1. Определение риэлторской деятельности.
1.1.2. Становление риэлторского бизнеса и образование рынка недвижимости.
1.1.3. Сертификация риэлторской деятельности.
1.2. Система рынка недвижимости в Украине.
1.2.1. Структура рынка недвижимости.
1.2.2. Формирование рынка недвижимости в Украине.
1.2.3. Становление рынка коммерческой недвижимости в Украине.
1.2.4. Этапы формирования рынка земли в Украине.
1.3. Особенности рынка недвижимости.
1.3.1. Преимущества первичного и вторичного рынков недвижимости.
1.3.2. Особенности взаимодействия спроса и предложения на рынке.
1.3.3. Трансакционные издержки и их виды.
1.3.4. Низкая ликвидность объектов недвижимости и длительность периода экспозиции объектов.
1.3.5. Риски в сфере недвижимости.

Модуль 2. Основные направления риэлторской деятельности. Методы анализа рынка недвижимости. Взаимодействие первичного и вторичного рынков недвижимости.

2.1. Особенности отечественного рынка недвижимости.
2.1.1. Рыночные принципы экономики.
2.1.2. Реализация принципа свободного ценообразования.
2.1.3. Реализация принципа свободной конкуренции.
2.1.4. Мотивация участников рынка. Отличие отечественного рынка недвижимости от рынков недвижимости развитых стран.
2.2. Классификация недвижимости.
2.2.1. Классификация жилой недвижимости.
2.2.2. Традиционная классификация жилых домов.
2.2.3. Новый классификатор жилой недвижимости.
2.3.Структура районирования города и соотношение цен в зависимости от расположения объектов.
2.4. Технический анализ рынка недвижимости.
2.4.1. Методы сбора, проверки и хранения информации об объектах.
2.4.2. Особенности статистического анализа информации, понятия средней стоимости и индексов рынка недвижимости.
2.5. Изучение основных признаков (сигналов) будущего изменения тренда.
2.5.1.Классические основы теории изменения тенденций на рынке.
2.5.2.Основные признаки (сигналы) будущего изменения тренда на отечественном рынке недвижимости.
2.6. Основные факторы, влияющие на стоимость киевской недвижимости.
2.6.1.Социально–экономические факторы, влияющие на стоимость киевской недвижимости.
2.6.2.Политико-психологические факторы, влияющие на стоимость киевской недвижимости.
2.6.3.Основные факторы, влияющие на стоимость регионального рынка недвижимости.

2.7.Тенденции изменения цен на рынках и сравнительный анализ первичного и вторичного рынков жилой недвижимости.
2.7.1. Взаимное влияние первичного и вторичного рынков жилья.
2.7.2. Объемы и участники первичного и вторичного рынков жилья.
2.7.3. Основные риски, которые имеют место на первичном и вторичном рынках.
Вопросы для самопроверки

Модуль 3. Основные методы анализа рынка недвижимости.

3.1. Методология Анализа Рынка Недвижимости.
3.1.1. Структура объектов недвижимости.
3.1.2. Рынок недвижимости как кибернетическая управляемая саморегулируемая система с обратными связями.
3.1.3. Циклы, периоды, фазы и стадии развития рынка недвижимости.
3.1.4. Этапы анализа.
3.2. Мониторинг Рынка Недвижимости.
3.2.1. Создание аналитических баз данных.
3.2.2. Источники данных о предложениях на рынке недвижимости.
3.3. Общее понятия об индексах рынка недвижимости
3.3.1. Абсолютные и относительные показатели.
3.4. Классификация объектов жилой недвижимости.
3.4.1. Методика типизации жилья по качеству.
3.4.2. Классификация дома коттеджи.
3.4.3. Зонирование территории города
3.4.4. Построение числовой дискретной пространственно - параметрической Модели рынка.
3.5. Сегментация рынка нежилой недвижимости
3.5.1. Офисная недвижимость
3.5.2. Классификация офисных помещений
3.5.3. Торговая недвижимость
3.5.4. Классификация торговой недвижимости
3.5.5. Складская недвижимость
3.5.6. Гостиничная недвижимость
3.5.7. Международная классификация гостиниц
3.5.8. Промышленная недвижимость

Модуль 4. Организация деятельности риэлторских фирм на рынке недвижимости. Особенности управления риэлторской фирмой.
4.1. Организационная структура риэлторской компании.
4.1.1. Структура риэлторского предприятия.
4.1.2. Цели и миссия риэлторской компании.
4.1.3. Стратегия риэлторской компании.
4.1.4. Особенность риэлторской услуги.
4.2. Управление персоналом риэлторской компании.
4.2.1. Особенность управления персоналом риэлторской компании.
4.2.2. Кадровое делопроизводство риэлторской компании.
4.2.3. Технология управления персоналом.
4.2.4. Привлечение новых сотрудников.
4.2.5. Система оценки персонала.
4.2.6. Мотивация персонала.
4.3. Технология составления финансового плана риэлторской компании.
Вопросы для самопроверки

Модуль 5. Маркетинг рынка недвижимости.

5.1. Маркетинг рынка недвижимости.
5.1.1. Специфика маркетинга недвижимости.
5.1.2. Функции и понятия маркетинга.
5.2. Реклама.
5.2.1. Виды рекламы.
5.2.2. PR (Паблик Рилейшнс).
5.2.3. Имидж-реклама.
5.3. Брэндинг.
Вопросы для самопроверки

Модуль 6. Теоретические основы девелоперской деятельности. Особенности девелопмента загородной недвижимости.
6.1. Понятие девелопмента.
6.1.1 Определение девелопмента.
6.1.2. Цели и задачи девелоперской компании
6.1.3. Виды девелопмента.
6.1.4. Понятие проекта.
6.1.5. Стадии девелопмента.
6.2. Девелопмент загородной недвижимости.
6.2.1. Анализ рынка.
6.2.2. Цель и задачи анализа.
6.2.3. Анализ рынка до выбора и покупки участка.
6.2.4. Анализ спроса.
6.2.5. Анализ предложения.
6.2.6. Анализ конкурентной среды.
6.2.7. Идентификация района исследования.
6.2.8. Особенности анализа рынка земли.
6.2.9. Особенности определение площадей строений и участка в проекте.
Вопросы для самопроверки
Нормативные документы

Модуль 7. Основы строительного дела, архитектуры и градостроения.
7.1. Классификация зданий и сооружений по их назначению.
7.2. Классификация жилых зданий в соответствии с этапами развития жилищного строительства на Украине.
7.3. Классификация по капитальности зданий.
7.4. Классификация зданий по конструктивным типам.
Вопросы для самопроверки

Модуль 8.Оценка технического состояния зданий. Виды износов зданий.
8.1. Неисправности элементов зданий.
8.2. Виды износов зданий.

Модуль 9. Основы оценки недвижимости. Методы оценки.

9.1. Оценка недвижимости: основные принципы и подходы.
9.2. Методические подходы при проведении оценки недвижимости.

Модуль 10. Земельное законодательство в Украине.
10.1. Земельные правоотношения по законодательству Украины.
10.1.1. Возникновение права на землю.
10.2. Собственность на землю и ее формы.
10.2.1.Субъекты права собственности.
10.2.2. Общая собственность на землю.
10.2.3. Общая совместная собственность.
10.3. Получение права собственности.
10.3.1.Приватизация без оплаты.
10.3.2. Возникновение права на земельный участок при переходе права на строение и сооружения.
10.3.3. Продажа земельных участков государственной и коммунальной собственности на аукционах.
10.3.4. Заключение договоров купли-продажи земельных участков.
10.4. Права и обязанности собственников земельных участков.
10.4.1.Права собственников земельных участков.
10.4.2. Обязанности собственников земельных участков.
10.5. Аренда и субаренда земли.
10.5.1..Типовой договор аренды.
10.5.2. Условия договора субаренды земли.
10.6. Понятие земельного сервитута и его виды: соотношение Гражданского и Земельного кодексов.
10.6.1. Земельный сервитут: как воспользоваться своим законным правом?
10.7. С какого момента необходимо оплачивать земельный налог?
10.8. Суперфиций.
Нормативные документы
Вопросы для самопроверки

Модуль 11. Юридическое сопровождение операций с недвижимостью.
11.1. Основы гражданского законодательства Украины: источники, субъекты, правоотношения.
11.1.1. Система гражданского законодательства Украины.
11.1.2. Субъекты гражданских правоотношений.
11.2. Понятия права собственности, права общей совместной собственности, права общей частичной собственности, право собственности на земельный участок.
11.2.1. Право собственности в Украине.
11.2.2. Право собственности на землю в Украине.
11.2.3. Права и обязанности субъектов права собственности на землю.
11.3. Основы жилищного и семейного законодательства, жилой фонд, приватизация жилого фонда, защита имущественных и жилищных прав несовершеннолетних детей при осуществлении операций с недвижимостью.
11.3.1. Жилищное право в Украине.
11.3.2. Структура жилого фонда.
11.3.3. Реализация права на жилье.
11.3.4. Приватизация жилого фонда.
11.3.5. Виды жилья в Украине.
11.3.6. Собственники жилого фонда.
11.3.7. Семейное право Украины. Неимущественные и имущественные права супругов.
11.3.8. Защита имущественных и жилищных прав несовершеннолетних детей при осуществлении операций с недвижимостью.
11.4. Классификация документов, которые подтверждают право собственности на недвижимое имущество.

11.4.1. Классификация документов на недвижимое имущество.
11.5. Правовые основы нотариата в Украине, задачи нотариата. Удостоверение договоров, платная и безоплатная формы договоров отчуждения недвижимого имущества; договор о предоставлении услуг, договор поручения, предварительный договор.
11.5.1. Правовые основы деятельности нотариата в Украине.
11.5.2. Компетенция нотариусов.
11.5.3. Рабочие договора риэлтора.
11.6. Регистрация и экспертиза права собственности на недвижимое имущество.
11.7. Реформы законодательства в сфере недвижимости.
Нормативные документы
Вопросы для самопроверки

Модуль 12. Нарушения при осуществлении операций с недвижимостью, возможные пути их предотвращения.
12.1.Распространенные нарушения при проведении операций с объектами недвижимости.
12.1.1 Общие положения.
12.1.2 Риски и нарушения.
12.2. Нарушения при операциях с земельными участками.
12.3. Общие способы предотвращения рисков и нарушений.
Нормативно-правовые акты
Глоссарий
Вопросы для самопроверки

Модуль 13. Земля - как коммерческий объект. Структура и сегментация рынка коммерческой недвижимости, классификация объектов.
13.1. Земля - как коммерческий объект.
13.2. Общие параметры земельных участков.
13.3. Сегментация рынка нежилой недвижимости.
13.4. Система объектов коммерческой недвижимости.
13.4.1. Офисная недвижимость. Классификация офисных помещений.
13.4.2. Торговая недвижимость. Классификация торговой недвижимости.
13.4.3. Складская недвижимость. Классификация складской недвижимости.
13.4.4. Гостиничная недвижимость. Международная классификация гостиниц.
13.4.5. Промышленная недвижимость. Индустриально-промышленные парки (ИПП).
Перечень источников информации.
Вопросы для самопроверки.
Перечень источников информации.

Модуль 14. Недвижимость как объект налогообложения.
14.1.Особенности приобретения недвижимости физическими и юридическими лицами.
14.1.1. Способы приобретения недвижимости в собственность.
14.1.2. Перечень документов для приобретения недвижимости.
14.2.Операции с основными средствами и их налогообложение.
14.2.1. Налог на прибыль. Основные средства (ОС). Амортизация ОС.
14.2.2. Инвестиционная недвижимость.
14.2.3. Необоротные активы, удерживаемые для продажи.
14.3. Налогообложение операций с недвижимостью.
14.3.1. Налогообложение доходов физических лиц

14.3.2. Налогообложение дохода от предоставления недвижимости в аренду (субаренду), жилищный наем (поднаем).
14.3.3. Порядок налогообложения операций по продаже (обмену) объектов недвижимо.го имущества.
14.3.4. Налогообложение дохода, полученного в результате принятия наследства или принятия дара.
14.4. Налогообложение недвижимости.
14.4.1. Налог на недвижимость.
14.4.2. Плата на землю.
Литература
Вопросы для самопроверки

Модуль 15. Основы психологии. Психологические аспекты операций с недвижимостью.

15.1. «Современный риэлтор. Каким он должен быть?»
15.1.1. Глобальные изменения внешней среды, которые влияют на работу современного риэлтора.
15.1.2. Качества риэлтора, влияющие на его работу.
15.2. Характеристика профессии риэлтора.
15.2.1. Профессиограмма риэлтора: цель, задачи, предмет и содержание риэлторской деятельности.
15.3. Составные части знаний профессии «Риэлтор»
15.4. Психологические особенности работы на рынке коммерческой недвижимости.
15.5. Профессиональный имидж и бренд Вашей личности.
15.5.1. Вредные советы риэлтору: Как испортить свой имидж.
15.6. Общение как инструмент профессиональной деятельности риэлтора.
15.6.1. Коммуникативные умения риэлтора.
15.6.2. Правило восприятия «15 секунд» при первой встрече.
15.7. Полезные правила общения по телефону.
15.7.1. Правила делового этикета в разговоре по телефону.
15.7.2. Как сознательно владеть голосом.
15.8. Консультирование клиентов по вопросам недвижимости (рекомендации).
15.8.1. Организация процесса консультирования клиентов в офисе.
15.8.2. Последовательность этапов консультирования.
15.9. Типичные ошибки в работе с клиентом.

Модуль 16. IT-обеспечение деятельности риэлтора. Мультипликативный листинговый сервис.

16.1 Общие определения IT-обеспечение деятельности риэлтора.
16.1.1. Внутренние базы данных. Сайт риэлтора.
16.1.2. Внешние базы данных.
16.1.3. CRM-системы.
16.2 Мультипликативный листинговый сервис или МЛС – определение.
16.2.1. История и логика возникновения МЛС.
16.2.2. Основные требования в МЛС.
16.3.3. МЛС в Украине.

Модуль 1. Основы риэлторской деятельности в Украине.

В отличие от последующих модулей данного курса этот, скорее, познавательный, нежели учебный. Тем не менее, его должен знать каждый, кто в будущем намерен серьезно заняться риэлторской деятельностью. Из него вы узнаете об основных этапах становления рынка недвижимости в нашей стране, истории возникновения и развития профессии риэлтор. На изучение данного модуля вам понадобится 4 часа.

Содержание

Цели и задачи модуля
1.1.Риэлторская деятельность в Украине.
1.1.1. Определение риэлторской деятельности.
1.1.2. Становление риэлторского бизнеса и образование рынка недвижимости.
1.1.3. Сертификация риэлторской деятельности.
1.2. Система рынка недвижимости в Украине.
1.2.1. Структура рынка недвижимости.
1.2.2. Формирование рынка недвижимости в Украине.
1.2.3. Становление рынка коммерческой недвижимости в Украине.
1.2.4. Этапы формирования рынка земли в Украине.
1.3. Особенности рынка недвижимости.
1.3.1. Преимущества первичного и вторичного рынков недвижимости.
1.3.2. Особенности взаимодействия спроса и предложения на рынке.
1.3.3. Трансакционные издержки и их виды.
1.3.4. Низкая ликвидность объектов недвижимости и длительность периода экспозиции объектов.
1.3.5. Риски в сфере недвижимости.
Вопросы для самопроверки

После изучения данного модуля Вы должны:

1. Знать как и когда в Украине возникла профессия «риэлтор».
2. Знать значение сертификации риэлторской деятельности и роль Ассоциации специалистов по недвижимости Украины в ее проведении.
3. Охарактеризовать основные этапы становления различных сегментов рынка недвижимости Украины.
4. Знать, в чем состоят особенности рыночного оборота недвижимости.

1.1. Риэлторская деятельность в Украине.

1.1.1. Определение риэлторской деятельности.

Прежде всего, определимся с терминологией и значением понятий «риэлторская деятельность» и «риэлтор».

Итак, **риэлторская деятельность** – это предпринимательская деятельность, связанная с рынком недвижимости. Но этим термином имеет право пользоваться только ограниченный круг лиц. Дело в том, что сам термин зарегистрирован как торговая марка,

известная в международных инстанциях, и пользоваться этим термином имеют право лица, которые являются действительными членами или как-либо связаны с Национальной Ассоциацией Риэлторов США, лица или организации, которые получили разрешение Ассоциации, использовать этот термин. Следуя букве закона и традициям международного права, использовать этот термин в документации могут лишь лица, которые имеют отношение к АСНУ. Такое разрешение было получено Ассоциацией специалистов по недвижимости Украины, после подписания Договора о сотрудничестве между НАР США и АСНУ.

"Риэлтор", "Риэлтер", "Риелтор" и несколько вариантов написания в украинском языке – свидетельствуют о недостаточной освоенности этого термина в славянских языках. Очень долго шли дискуссии о том, как правильно писать и читать этот термин. „Российская гильдия риэлторов", проведя консультации с ведущими филологами России, в частности с профессором Лопатиным, пришли к выводу, что правильней всего будет – риэлтор. Суффикс –ор указывает на то, что лицо занимается тем, что указано в корне. Хотя, в большей степени, речь шла не об этом суффиксе, а о сочетании звуков – и, э или е.

В украинском варианте, пока не будет узаконено написание этого слова, мы имеем возможность употреблять любой вариант этого слова. Насчет звучания гласных, была проведена консультация с выдающимися филологами Украины, и они утверждают, что наиболее «милозвучним» будет использование сочетания звуков - іє -. В настоящее время устоявшейся нормы нет.

Если же говорить о том, как происходило становления риэлторства в Украине, то необходимо немного окунуться в историю.

1.1.2. Становление риэлторского бизнеса и образование рынка недвижимости.

Становление риэлторского бизнеса и образование рынка недвижимости, рассмотренного в ретроспективе, началось во время массовой приватизации жилья в Украине. Украина и большая часть постсоветских стран отличаются от западных тем, что изобилуют большим количеством собственников. Зарождение такого рода деятельности как оказание услуг на рынке недвижимости происходило на Биржах. Был период, когда Украина по количеству бирж и казино обгоняла все страны мира. В силу того, что начать деятельность на этих биржах, можно было без стартового капитала, рынок риэлторских услуг сложился как рынок малых и средних предприятий с очень высоким интеллектуальным потенциалом их учредителей. Основой этого бизнеса были высококвалифицированные кадры – бывший преподавательский состав вузов, военнослужащие, которые имели хорошую „советскую" подготовку, сотрудники различных НИИ, оставшиеся без работы. Для организации риэлторского дела, достаточно было арендовать брокерское место на бирже недвижимости и обзавестись секретарем, т.е. больших денег не требовалось. Биржи давали возможность обмениваться информацией, оказывали юридические услуги и оформляли сделки с объектами недвижимости. Большинство существующих на тот момент брокерских контор завлекало потенциальных клиентов низкой стоимостью

оформления на бирже (госпошлина на биржах была 0,1%, а в нотариальных конторах 5%), что минимизировало затраты клиента. В борьбе за потребителя, государственные нотариальные конторы, лоббируя законы, добились принятия законопроекта об уравнивании государственной пошлины для нотариальных контор и бирж (госпошлина стала взиматься в размере 1%), что увеличило конкуренцию на рынке недвижимости. Так происходило становление специалистов в сфере недвижимости. В борьбе за клиентов они начали приобретать или арендовать офисы, соответствующую оргтехнику, приобщать квалифицированных специалистов. Параллельно Министерство юстиции подготовило законопроект "О риэлторской деятельности", который должен был урегулировать оборот недвижимости, закрепить права и обязанности риэлторов. Но этот закон не был принят, так как многие посчитали его недостаточно продуманным, и пришли к выводу, что он не соответствует стандартам мировой юриспруденции. Кроме того, принятие закона в том виде, могло привести к монополизации рынка услуг небольшим количеством крупных агентств недвижимости. При Министерстве юстиции Украины под руководством министра С.П. Головатого была создана комиссия, которая должна была разработать новый законопроект, учитывающий все недостатки первого. В состав этой рабочей комиссии уже вошли представители АСНУ. Законопроект был направлен на защиту прав потребителя услуг на рынке недвижимости, он предполагал страхование профессиональной ответственности – в случае профессиональной ошибки, потребитель риэлторских услуг получал компенсацию от страховых компаний. В этом направлении была проделана большая работа.

Очередной вариант «Закона о риэлторской деятельности» подал народный депутат С. Кивалов. Но в силу целого ряда сложившихся обстоятельств данный законопроект не получил необходимого количества голосов в первом чтении. Это была **первая** попытка законодательного урегулирования рынка недвижимости Украины. **Вторая** попытка последовала после Всеукраинского съезда риэлторов, который состоялся 9 октября 1998 года. Подавляющим большинством участников съезда, в котором приняло участие около 500 делегатов из 25 регионов Украины, было принято решение о необходимости разработки закона "О риэлторской деятельности". Основным посылом этого закона должен был стать пункт о защите прав потребителя, о гарантии качественных профессиональных услуг, о правах и обязанностях оказывающего данные услуги риэлтора. В результате Ассоциации специалистов по недвижимости Украины делегатами съезда было поручено подготовить новый законопроект, который бы охватывал все аспекты риэлторской деятельности, для чего была создана специальная рабочая группа. Именно тогда в проект Закона было заложено понятие "саморегулирование", которое предполагало, что не государство, а само профессиональное сообщество через специальный избранный орган устанавливает "правила игры" на определенном сегменте рыночного пространства Украины. Законопроект, основанный на таких принципах, предполагал передачу части регуляторных функций государства Риэлторской палате, которая должна будет определять стандарты практики, виды деятельности на рынке недвижимости и методологию сертификации риэлторской деятельности. Большую лепту в

разработку данного законопроекта внес народный депутат И.Б. Колиушко, который и зарегистрировал данный проект закона в Верховной Раде Украины.

В связи со сложной политической ситуацией в Парламенте осенью 2001 года законопроект не был рассмотрен, затем началась очередная избирательная кампания, и народным избранникам стало уже не до урегулирования предпринимательской деятельности на рынке недвижимости. Новая попытка решить данную проблему была предпринята правительством Ю. Тимошенко. Однако модифицированный законопроект, который базировался на варианте, предложенном еще И.Б. Колиушко, так и не дошел до Парламента, в связи с отставкой Кабинета Министров Ю. Тимошенко.

1.1.3. Сертификация риэлторской деятельности.

Сертификация риэлторской деятельности была инициирована АСНУ в 2000 году и поддержана Фондом государственного имущества Украины, Министерством юстиции Украины, Комитетом по регуляторной политике и предпринимательству Украины. Была разработана учебная программа, которая была согласована с вышеперечисленными ведомствами. Данная программа состояла из двух блоков и предполагала сертификацию по специализациям: «Операции с жилой недвижимостью» и «Операции с нежилой недвижимостью». За прошедшее время по программе сертификации прошли обучение около 1740 человек из различных регионов Украины. Из них более 600 человек продолжают подтверждать свою квалификацию, так как в соответствии с «Положением о сертификации риэлторов» она распространяется только на членов АСНУ (**Приложение** См. Приложение 1 к данному модулю) и требует подтверждения – сдачи экзаменов каждые два года.

Следует четко различать абсолютно разные по своей сути понятия – сертификацию и лицензирование.

Лицензирование предполагает получение в уполномоченном государством органе специального разрешения на занятие тем или иным видом деятельности. В некоторых странах риэлторская деятельность относится к категории лицензируемых (например, в США, Германии, Франции).

Сертификация предполагает подтверждение соискателем своего профессионального уровня, т.е. знаний, умений, навыков в соответствии со стандартами риэлторской деятельности. Одной из задач, которые решаются в процессе сертификации, является задача стимулирования специалистов в сфере недвижимости к постоянному стремлению к повышению уровня профессиональной подготовки, что, безусловно, скажется на качестве предоставляемых услуг и будет способствовать цивилизованному развитию рынка недвижимости и улучшению имиджа риэлтора в Украине.

Дополнительную информацию по данному вопросу можно получить, изучив «Положение о сертификации риэлторов».

Сертификация никоим образом не ограничивает свободу предпринимательства, является добровольной и приводит к улучшению профессиональной среды с целью гарантировать потребителям максимальную безопасность и высокопрофессиональный уровень обслуживания.

Кроме того, проведение сертификации дает возможность:

1. Обеспечить прозрачность рынка недвижимости;
2. Получить реестр сертифицированных риэлторов и риэлторских фирм;
3. Уменьшить количество «черных маклеров», дискредитирующих профессию;
4. Обеспечить постоянное повышение квалификации риэлторов;
5. Регулировать профессиональную среду, оказывать влияние на качество услуг, предоставляемых агентствами недвижимости.

Добровольная сертификация специалистов по недвижимости – естественная реакция профессионального сообщества на отсутствие законодательного урегулирования рынка недвижимости Украины.

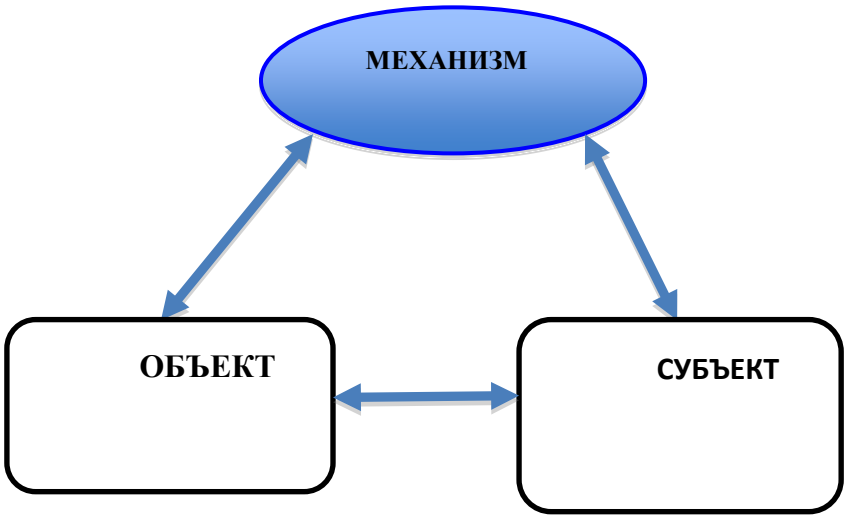
1.2. Система рынка недвижимости в Украине.

1.2.1. Структура рынка недвижимости.

Прежде чем говорить о структуре рынка недвижимости давайте определимся, а что же это такое **недвижимость**?

Классическое определение недвижимости звучит так: «Недвижимость – земля как физический объект и все, что с ней прочно связано (находится на ней)».

Далее приведем определение которое дает Гражданский кодекс Украины (Ст.181 Нерухомі та рухомі речі, частина 1): **«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».**



Рынок недвижимости, взаимодействуя с рынками товаров, услуг и капиталов, является важной составляющей любой национальной экономики. Объекты недвижимости, выступая в качестве основы производства, являются базой хозяйственной деятельности, развития предприятий и организаций всех форм собственности. Недвижимость обладает особенностями товара, который продается и покупается, т.е. обращается на рынке.

Рынок недвижимости в классическом понимании и в условиях рыночной экономики, представляет собой - объект, субъект и механизм, обеспечивающие функционирование самого рынка недвижимости.

Рынок недвижимости — это средство перераспределения земельных участков, зданий, сооружений и другого недвижимого имущества между собственниками и пользователями экономическими методами на основе конкурентного спроса и предложения. Он регулируется с помощью механизмов рыночной экономики и при участии всех субъектов рынка.

Основными объектами на рынке недвижимости являются:

- земля (земельные участки)

- объекты жилой недвижимости

- объекты коммерческой недвижимости

Субъектами, ведущими деятельность на рынке недвижимости, являются:

Покупатели:

- юридические лица;

- физические лица.

Продавцы:

- юридические лица;

- физические лица;

- фонд государственного имущества;

- фонды коммунального имущества и приватизации;

- органы местного самоуправления.

Профессиональные участники рынка недвижимости:

- агентства недвижимости;

- риэлторы;

- оценщики;

- регистраторы;

- девелоперы;

- управляющие недвижимостью;

- маркетологи;

- биржевые брокеры;

- нотариусы;

- адвокаты;

- юристы;

- страховые агенты;

- банковские работники (кредитные менеджеры);

- застройщики, проектировщики, архитекторы;

- общественные организации;

- миграционная служба (паспортные столы);

- государственные органы и другие организации различных прав собственности;

- министерство юстиции;

- бти и другие организации имеющие соответствующие сертификаты и лицензии;

- информационно – аналитические издание и другие СМИ, специализирующиеся на рынке недвижимости;

- жилкомсервис и другие коммунальные предприятия, обеспечивающие население услугами.

Государственные органы и организации на рынке недвижимости выполняют регулирующие функции, которые могут выражаться в различных формах, в том числе:

- законодательное установление правил и ограничений;

- учет и регистрация прав на недвижимость и сделок с нею;

- распределение природных ресурсов, государственных зданий и сооружений и предоставление их в собственность, аренду или пользование;

- контроль за использованием недвижимости (земель, лесов, вод и др.);

- стимулирование приватизации и национализации предприятий и других объектов;

- инвестирование в жизненно важные сферы (например, в строительство жилья, дорог, энергетику) и т.д.

Механизм рынка недвижимости можно определить как систему экономических и правовых отношений, возникающих на основе взаимодействия товарного и денежного обращения.

Механизмом рынка недвижимости по сути является сфера оборота прав на объекты недвижимости. Поскольку отношения собственности традиционно во многих юридических системах включают три правомочия – владение, распоряжение и пользование, то наиболее полным было бы следующее определение: **механизм рынка недвижимости - это система отношений, возникающих в отношении владения, пользования и распоряжения объектами недвижимости и обеспечивающих создание, передачу, эксплуатацию и финансирование данных объектов недвижимости.**

К механизму рынка недвижимости при таком подходе включаются отношения, возникающие:

а) в ходе создания новых объектов недвижимости – между инвесторами, застройщиками, подрядчиками и пользователями недвижимости;

б) в процессе оборота прав на недвижимость – между продавцами и покупателями, арендодателями и арендаторами и т.д.;

в) в процессе эксплуатации объектов недвижимости – между собственниками и управляющими, управляющими и пользователями и т.д.

Следует отметить, что во многом именно приватизация государственных предприятий и жилищного фонда, а также возникновение различных организационно-правовых форм собственности привели к качественному изменению инвестиционно-строительной сферы и выделению самостоятельного сегмента — рынка недвижимости.

Рыночные операции с недвижимым имуществом стали возможны при появлении частной собственности. В Украине, как и в других странах, обычно выделяют рынок земли, рынок коммерческой недвижимости, рынок промышленной недвижимости и рынок жилой недвижимости. Украинский рынок недвижимости находится пока еще в стадии развития. При этом следует сказать, что важным условием для такового является привлечение инвестиций — как иностранных, так и внутренних. Кроме того, при практическом отсутствии централизованного финансирования из бюджета довольно часто используются нетрадиционные источники финансирования строительства жилья и насыщения рынка недвижимости.

1.2.2. Формирование рынка недвижимости в Украине.

Рынок недвижимости Украины начал формироваться, в первую очередь, как рынок жилья. В истории его развития можно выделить 5 этапов.

Первый этап. С 1991 по 1996 гг. – образование и формирование рынка, постоянный рост цен, одновременно росло и количество операций с недвижимым имуществом.

Второй этап. 1997-1998 гг. – период ценовой стабилизации. Параллельно уменьшалось количество операций на рынке.

Третий этап. Конец 1998-2000 гг. период стремительного снижения цен. Количество операций на рынке сократилось. В целом по Украине в 1999 г. операций на рынке жилья было меньше на 30% по сравнению с 1996 г. Однако стремительное снижение цен в 2000 г. привело к увеличению спроса на рынке, и соответственно, к увеличению физического объема рынка. Все это обусловило смену тенденций на рынке.

Четвертый этап. С 2001г. по 2008 г. начало медленного роста цен, который трансформировался в интенсивный, по мере развития банковского сектора и роста ипотечного кредитования.

Основной причиной стремительного роста цен следует признать значительное превышение потребительского спроса над предложением, причем этот спрос сформировался, в том числе и тогда, когда в Украине по целому ряду причин очень мало строили. В развитых странах для воспроизводства и обновления жилого фонда строят, в среднем 1 кв. м. на каждого жителя страны в год. Таким образом, в Украине ежегодно должно строиться 47 млн. кв. м. Среди других причин стремительного роста цен, следует отметить достаточно стремительный рост экономики Украины в указанный период, рост доходов населения, благоприятная конъюнктура на внешних рынках для основных экспортно-ориентированных отраслей промышленности, стабильность национальной денежной единицы, постоянная миграция политической и бизнес элиты в крупные города, трудовая эмиграция части населения в другие страны и постепенное развитие среднего класса.

Пятый этап. С 2008 г. по настоящее время. Финансовый кризис, банкротство банковской системы, рост курса доллара и безработицы, обнищание гражданского населения. Крупные девелоперы, по инерции, продолжают строительство, завершая ранее заложенные проекты. Эти факторы обусловили превышение предложений продажи над спросом, следствием чего от стремительного роста цен мы перешли, хоть и к медленному, спаду цен, который продолжается до сих пор.

1.2.3. Становление рынка коммерческой недвижимости в Украине.

Рынок коммерческой недвижимости, который до сих пор находится на стадии становления, начал активно формироваться в связи с приватизацией предприятий государственной формы собственности.

Первый этап. С 1992 по 1995 гг. характеризуются созданием реальных первичных условий для рынка нежилой недвижимости. Основными способами появления коммерческой недвижимости становятся неконкурентные приёмы приватизации через выкуп трудовыми коллективами и организациями арендаторов.

На становление рынка коммерческой недвижимости оказало влияние то, что он начал формироваться на основе рынка жилья, цены которого стали определять цены других видов недвижимости. Не учитывался тот факт, что механизмы ценообразования на разных сегментах рынка различны. Это вынуждало органы приватизации постоянно менять механизм определения стоимости имущества подлежащего приватизации (методика оценки изменялась несколько раз). На этом этапе формирования рынка недвижимости были созданы законодательные и нормативные условия для его функционирования, появляются первые признаки рыночного ценообразования.

Второй этап. С 1995 по 1997 гг. – характеризуется активным функционированием первичного рынка и началом становлением вторичного рынка, то есть рынка со своими собственными законами функционирования. В этот период повсеместной становится практика экспертной оценки коммерческой недвижимости, однако, малое количество рыночных операций не позволяло это делать в полном объеме. Начальную стоимость объектов коммерческой недвижимости начала выражать, так называемая «приватизационная стоимость», которая формировалась в процессе неконкурентного выкупа – массового способа приватизации.

Третий этап. С 1996 по 2000 гг. – период завершения бесплатной массовой приватизации нежилого государственного фонда, преобладание денежных форм приватизации имущества на первичном рынке, активный процесс становления вторичного рынка, формирование собственной инфраструктуры, появление новых субъектов рынка недвижимости.

Четвертый этап. С 2001 по 2008 гг. Этот этап характеризуется достаточно развитым состоянием вторичного рынка, а также, началом активного строительства в сфере офисной и торговой недвижимости. Особенно, это характерно для столицы и крупных областных центров. Именно в этот период появились крупные офисные, торговые, торгово-развлекательные центры, которые существенно повлияли на рыночную ситуацию в целом. Наименее развитыми, в настоящее время, следует признать сегменты складской и производственной недвижимости.

Пятый этап. С 2008 г. по настоящее время. Этот этап характеризуется синусоидальными периодами, т.е. перераспределением спроса и предложения между различными видами нежилой недвижимости.

На сегодняшний день, **характерными признаками рынка нежилой недвижимости являются**:

- спад спроса на офисную и торговую недвижимость;
- постепенно увеличивающийся спрос на складскую недвижимость всех видов;
- незначительное увеличение спроса на объекты отдыха и гостиницы;
- относительно низкий спрос на объекты промышленной недвижимости.

Рынок коммерческой и производственной недвижимости, является индикатором состояния экономики. Уровень его развития отображает уровень развития страны, поскольку нежилые помещения – это та материальная основа, на которой базируется и расстраивается экономика.

1.2.4. Этапы формирования рынка земли в Украине.

Рынок земли в Украине начал формироваться в 90-х гг. Масштабы и темпы этого формирования обуславливались, в первую очередь, государственной политикой в сфере приватизации земли.

Первый этап. С 1992 г. по 2001г. – период ликвидации государственной монополии на землю, начало формирования частной и коллективной формы собственности. Этот этап характеризуется рядом сложностей, которые не позволяли активно формировать рынок. Среди них следует назвать: экономические (низкая платежеспособность большей части населения, отсутствие в прошлом функционирования рынка земли, отсутствие механизмов ценообразования); правовые (необходимость разработки и принятия законов о рынке земли и его регулировании); политические (отрицание левыми партиями необходимости частной собственности на землю); социальные (столкновение интересов разных слоёв общества); идеологические (сопротивление части общества радикальной экономической реформе, боязнь, что иностранный капитал скупит землю и природные ресурсы).

Земельный рынок в Украине развивался в двух направлениях: рынок земли сельскохозяйственного назначения и несельскохозяйственного назначения. Касательно легализации и либерализации рынка земли велись постоянные дискуссии. Среди возможных опасностей указывали на смену целевого назначения сельхоз. угодий, не контролированный рост цены или искусственное ее занижение, скупка земли олигархами и спекуляция, превращение банков в крупных собственников земли при переходе заложенной земли в собственность залогодержателя.

Вследствие сложившейся политической и экономической ситуации существовало два рынка земли – легальный и нелегальный.

Второй этап. С 2001 г. по настоящее время. Этот этап характеризуется принятием «Земельного кодекса» от 25.10.2001 г. В частности, по новому кодексу до 2010 г. разрешается продажа не более 100 га сельскохозяйственных земель на одного человека, а также предусмотрен 20 летний мораторий на продажу земли иностранцам. Основными особенностями данного этапа являются, наличие земли как объекта купли-продажи, социально-экономическая мотивация выхода на рынок продавцов земельных участков, наличие платежеспособных покупателей, постепенное создание необходимой инфраструктуры земельного рынка и установление рыночных механизмов ценообразования на разные категории земель.

1.3. Особенности рынка недвижимости.

Риэлтор оказывает услуги по совершению сделок с недвижимостью, но сам не является участником этих сделок. Риэлтор, оказывая клиенту услуги, призван выполнять следующие функции:

а) повышение уровня ликвидности объектов недвижимости;

б) соединение продавцов и покупателей;

в) снижение издержек при операциях с недвижимостью;

г) снижение рисков, вызванных ограниченностью информации о состоянии и тенденциях рынка;

д) обеспечение динамического развития рынка и способствование сбалансированности спроса и предложения.

Однако именно для того, чтобы оказывать качественные услуги, ***риэлтор обязан хорошо представлять себе особенности рынка недвижимости.***

К числу таких особенностей, так или иначе, связанных с характеристиками самой недвижимости, следует отнести следующие:

Сочетание и взаимовлияние первичного и вторичного рынка недвижимости.

1.3.1. Преимущества первичного и вторичного рынков недвижимости.

Первичный рынок недвижимости – это часть рынка недвижимости, представленная вновь созданными и впервые «выходящими» на рынок недвижимости объектами.

Вторичный рынок – часть рынка, где сделки совершаются с объектами, уже бывшими в эксплуатации.

У каждого из этих рынков есть свои особенности, свои «плюсы» и «минусы»:

В юридическом плане преимущества первичного рынка состоят в том, что там обращаются объекты, имеющие минимальную юридическую историю.

В экономическом плане объекты, представленные на первичном рынке, требуют существенно меньших эксплуатационных затрат.

С точки зрения **местоположения** объекты, представленные на вторичном рынке, как правило, предпочтительнее объектов первичного рынка для большинства населения (в то же время для части населения возможно и обратное).

С точки зрения **социальной однородности** окружения первичный рынок предоставляет лучшие возможности, чем вторичный.

С точки зрения **эластичности** (способности к изменениям в зависимости от цены) предложение на вторичном рынке более способно адаптироваться к ценам, чем предложение на первичном рынке (где быстро увеличить объем предложения невозможно).

Наконец, если сравнить **продавцов** на первичном и вторичном рынках, то на *первичном рынке – продавцы - это предприниматели*, заинтересованные в быстром обороте вложенных средств, *на вторичном в качестве продавцов выступают - «обыватели»*, стремящиеся к максимизации дохода от разовой продажи, но не всегда ограниченные в сроках продажи.

1.3.2. Особенности взаимодействия спроса и предложения на рынке.

Характерной особенностью рынка недвижимости является низкая эластичность предложения в зависимости от повышения или понижения цен, прежде всего, на первичном рынке. (Даже если цены растут, объем представленного на рынке жилья быстро существенно увеличить нельзя).

Низкая эластичность по цене характерна и для спроса – даже если цена существенно снизится, то это вовсе не означает, что спрос на недвижимость также существенно возрастет.

Причина этого в том, что цены на недвижимость, как правило, многократно превышают уровень доходов большинства населения, поэтому снижение или повышение цены на проценты или даже десятки процентов серьезно не может повлиять на объем спроса.

Соотношение между ценами на жилую недвижимость и годовым доходом ее потенциальных приобретателей носит название ***коэффициента доступности жилья.*** В развитых странах величина этого коэффициента колеблется в пределах 5-10:1. Как видно из этого, даже в экономически развитых странах приобретение жилья требует гораздо больше средств, чем доход покупателя. Именно в связи с этим и возникает потребность в развитии ипотечного кредитования, с помощью которого в США, например, приобретается более 90% жилья.

Медленная реакция спроса и предложения на изменение цен, длительность создания объектов недвижимости – все это ведет к несбалансированности спроса и предложения на рынке – предложение, как правило, превышает спрос. Отсюда, для продажи недвижимости необходимы особые усилия по поиску покупателей, что требует участия профессионалов.

1.3.3. Трансакционные издержки и их виды.

Проведение любой сделки с недвижимостью требует совершения целого ряда действий, примерный список которых приведен ниже:

1. Поиск подходящего объекта и контрагента сделки.

2. Сбор и документальное подтверждение информации о правовом статусе объекта, его физических характеристиках, правообладателе.

3. Экспертиза полученной информации для определения целесообразности сделки, определение возможной цены и пр.

4. Проведение предварительных переговоров об условиях сделки (цена, порядок расчетов, порядок передачи объекта).

Заключение договора его нотариальное удостоверение.

5. Государственная регистрация сделки.

6. Оплата консультаций, выплата комиссионных риэлторской фирме.

7. Проведение расчетов.

8. Прием-передача объекта и т.д.

Как видно из приведенного перечня, для сделок с недвижимостью характерен целый комплекс затрат, которые получили название «трансакционные издержки».

Трансакционные издержки существуют не только на рынке недвижимости, но на этом рынке их величина особенно велика (она может достигать до 10 и даже более процентов от цены самого объекта, помимо того, что для совершения сделки требуется еще и существенное время – от нескольких недель до нескольких месяцев).

Высокая «цена» трансакционных издержек часто является тормозом на пути сделок, который замедляет (а то и вовсе приостанавливает) их совершение.

Снижение трансакционных издержек – одна из важнейших задач на рынке недвижимости и именно на нее решение направлена деятельность риэлторов (собственно, именно за это им и платят).

Работа агента в значительной мере состоит в том, чтобы снизить трансакционные издержки, поэтому необходимо уточнить, что же включается в это понятие.

Как правило, в составе трансакционных издержек выделяют следующие их **виды**, которые могут быть расшифрованы для рынка недвижимости следующим образом:

1.«Издержки поиска информации» – затраты времени и ресурсов по поиску необходимого покупателю объекта и продавца, или покупателя на предлагаемый продавцом объект, проверке технического состояния объекта, сбору информации о ценах на аналогичные объекты.

2.«Издержки ведения переговоров и заключения контрактов» – затраты по сведению продавца и покупателя, уточнению позиций сторон, подготовке договора между ними,

проведению нотариального удостоверения сделки, сбор документов для государственной регистрации сделки.

3.«Издержки измерения» – затраты по определению цены объекта с учетом характеристик объекта и условий заключения сделки,

4.«Издержки спецификации и защиты прав собственности» – затраты по определению «юридической чистоты» объекта, проверке наличия или отсутствия обременения объекта (например, наличия лиц, которые имеют право на проживание в приобретаемой квартире), обеспечение государственной регистрации сделки.

5.«Издержки оппортунистического поведения» – затраты по обеспечению соблюдения участниками сделки достигнутых соглашений (своевременная подготовка документов, оформление прописки-выписки, передачи квартиры, точность и своевременность расчетов по сделке).

1.3.4. Низкая ликвидность объектов недвижимости и длительность периода экспозиции объектов.

Низкая ликвидность объектов недвижимости – оборотная сторона уникальности объектов недвижимости, их высокой по отношению к доходам населения цены и высокого уровня трансакционных издержек.

Непосредственным показателем низкого уровня ликвидности является длительность **времени экспозиции объекта на рынке** – периода времени между выставлением объекта на рынок и его продажей. На рынке жилья время экспозиции составляет от 3-4 недель до 2-3 месяцев, на рынке коммерческой недвижимости он составляет еще больше – до 4-6 месяцев даже при установлении цены на уровне рыночных. Если же цена завышена, то период продажи или сдаче в аренду может продолжаться неопределенно долго.

Ясно, что время экспозиции прямо зависит от уровня цены. Нередко, по настоянию продавца, она может быть установлена существенно выше рыночной. В этом случае превышение сроков продажи над разумным для данного вида недвижимости является важным аргументом для убеждения клиента в необходимости снижения цены.

Важным инструментом снижения периода экспозиции является продуманная и широкая рекламная компания, в необходимости которой должен быть убежден и клиент.

Запомните! ***Время экспозиции (точнее, его динамика – увеличение или уменьшение) является также одним из важных индикаторов рынка, наблюдение за которым может помочь предвидеть расширение или сжатие рынка.***

1.3.5. Риски в сфере недвижимости.

Совершение любой сделки с недвижимостью сопряжено с целым рядом возможных рисков.

Например, при продаже объекта могут быть нарушены интересы лиц, обладающих какими-либо правами по отношению к объекту (на рынке жилья наиболее часто это может быть право на проживание в квартире).

С другой стороны, объект может иметь серьезные технические недостатки и при небрежной экспертизе это может привести в будущем к большим затратам по их устранению.

Наконец, могут быть допущены ошибки при определении будущих доходов от объекта или при оценке стоимости объекта, что приведет к существенным потерям в будущем.

Задача риэлтора состоит в том, чтобы минимизировать возможные риски при проведении сделки, а для этого он должен особое внимание уделять таким вопросам как юридическая, техническая и экономическая экспертиза объекта.

Как видно из сказанного, знание особенностей рынка недвижимости необходимо риэлтору не только для общей эрудиции, но, прежде всего, для успеха в своей профессиональной деятельности.

Вопросы для самопроверки

1.Кто в Украине в настоящее время де-юре имеет право использовать в предпринимательской деятельности термин «риэлтор»?

1) «черные» маклеры

2) члены АСНУ

3) все, кто занимаются предпринимательской деятельностью на рынке недвижимости.

2. Сколько этапов в развитии рынка жилой недвижимости обычно выделяют?

1) четыре

2) пять

3) три

3.Характерными признаками рынка нежилой недвижимости на современном этапе являются:

1) активный рост спроса на объекты коммерческого назначения

2) постепенно увеличивающийся спрос на складскую недвижимость

3) относительно низкий спрос на объекты промышленной недвижимости.

4) все перечисленные признаки

4. Какие из перечисленных причин не позволяют активно формировать рынок земли в Украине?

1) экономические и правовые

2) политические, социальные и идеологические

3) все перечисленные причины

5. Знание особенностей рынка недвижимости необходимо риэлтору для:

1) общей эрудиции

2) для достижения успеха в профессиональной деятельности

3) для выхода на международные рынки

6. Время экспозиции на рынке это:

1) важный индикатор рынка

2) один из инструментов для анализа рынка

3) и то и другое

7. Трансакционные издержки характерны для :

1) рынка недвижимости

2) всех без исключения видов рынков

3) некоторых видов рынков

8. Что такое коэффициент доступности жилья?

1) соотношение между ценами на жилую недвижимость и годовым доходом потенциальных покупателей.

2) макроэкономический показатель

3) микроэкономический показатель

9. Первичный и вторичный рынки недвижимости

1) не очень влияют друг на друга

2) взаимосвязаны между собой

3) функционируют автономно

10. Сертификация риэлторской деятельности призвана:

1) обеспечить прозрачности рынка

2) обеспечить постоянное повышение квалификации риэлторов

3) регулировать профессиональную среду

4) все перечисленное.

Приложение 1

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішенням Ради Асоціації
фахівців з нерухомості України
№1 від 28 січня 2011р

Положення
про сертифікацію рієлторів

Визначення термінів

Рієлтор – фізична особа, яка в установленому АФНУ порядку отримала сертифікат на здійснення рієлторської діяльності і професійно займається цією діяльністю.

Рієлторська діяльність (здійснення операцій з нерухомим майном) – це підприємницька діяльність, до якої належать: торгівля нерухомим майном; продаж нерухомого майна з прилюдних торгів; посередницька діяльність, пов'язана з нерухомим майном; інформаційно-консультативна діяльність, пов'язана з нерухомим майном.

Сертифікат – документ, що засвідчує кваліфікаційну придатність фахівця здійснювати операції з об'єктами нерухомого майна.

Орган сертифікації

1.1. Сертифікація (визначення кваліфікаційної придатності) рієлторів здійснюється Комісією по сертифікації, утвореною Радою Асоціації фахівців з нерухомості України (надалі –"Асоціація"). До складу Комісії, за рішенням Ради АФНУ, додатково можуть входити представники державних установ та громадських організацій.

1.2. Очолює Комісію по сертифікації Голова, який організує її діяльність і підписує протоколи засідань. Голова Комісії обирається Радою Асоціації.

Право на одержання сертифікатів

2.1. Право на одержання сертифікатів на здійснення рієлторської діяльності мають фізичні особи, які досягли 18-річного віку, мають вищу освіту, успішно склали кваліфікаційний іспит за програмою розробленою Асоціацією і затвердженою Фондом державного майна України та додержуються Кодексу етики члена Асоціації. Право на одержання сертифікатів без складання кваліфікаційних іспитів мають фахівці, які одержали диплом про вищу освіту за фахом.

Подання документів для одержання сертифікату

3.1. Для одержання сертифікату на здійснення рієлторської діяльності фізична особа подає заяву із зазначенням:

- прізвища, ім'я та по-батькові;
- року народження;
- попередньої спеціальності (кваліфікації);
- паспортних даних та місця проживання;
- виду (видів) нерухомого майна, операції з яким вона має намір проводити.

3.2. До заяви додається копія документа про освіту завірена керівником регіонального відділення або Президентом Асоціації, а також квитанція про сплату коштів за прийом кваліфікаційного іспиту.

3.3. У разі наявності диплому про вищу освіту за фахом, до заяви додається копія диплому про освіту завірена керівником регіонального відділення або Президентом Асоціації та квитанція про сплату коштів за видачу сертифікату.

Прийом іспитів Комісією по сертифікації

4.1. Комісія по сертифікації проводить свої засідання в міру необхідності.

4.2. Іспит проводиться шляхом відповіді на білети або тести.

Білети або тести, що містять в собі запитання, затверджуються Сертифікаційною комісією Асоціації.

4.3. Рішення, про складання (не складання) іспиту приймається більшістю голосів членів Комісії, присутніх на засіданні.

Видача сертифікату

5.1. Сертифікат на здійснення рієлторської діяльності видається протягом 15 днів з моменту успішного складання кваліфікаційного іспиту або подання заяви та диплому про вищу освіту за фахом.

5.2. Сертифікат видається строком на 3 роки. Дію сертифікату може бути подовжено Комісією за заявою рієлтора, якщо він протягом дії сертифікату займався професійною рієлторською діяльністю і закінчив курси підвищення кваліфікації.

Види сертифікатів

6.1. Комісія по сертифікації видає такі види сертифікатів на здійснення рієлторської діяльності:

а) сертифікат на здійснення операцій з об'єктами нерухомості на території України.

Відмова у видачі сертифікату

7.1. У видачі сертифікату на здійснення рієлторської діяльності може бути відмовлено у разі, якщо:

- у наданих заявником документах міститься недостовірна або викривлена інформація;
- мали місце випадки недотримання Кодексу етики члена Асоціації.

7.2. Відмова у видачі сертифікату може бути оскаржена заявником до Ради Асоціації протягом одного місяця з дня прийняття рішення Комісією.

Сертифікат на здійснення рієлторської діяльності

8.1. При здійсненні операцій з нерухомим майном рієлтори самостійно або на прохання клієнтів пред'являють їм сертифікат на здійснення рієлторської діяльності.

8.2. У сертифікаті на здійснення рієлторської діяльності зазначається:

- орган, що його видав;
- прізвище, ім'я, по-батькові рієлтора;
- реєстраційний номер та дата видачі сертифікату;
- вид (види) нерухомого майна на які поширюється дія сертифікату;
- строк дії сертифікату.

Сертифікат підписується Президентом Асоціації та посвідчується печаткою Асоціації. Сертифікат видається в одному екземплярі і не підлягає передачі іншим особам.

8.3. У разі втрати сертифікату Комісія по сертифікації за заявою рієлтора видає йому дублікат сертифікату після внесення ним плати за його видачу.

Припинення дії сертифікату

9.1. Дія сертифікату на здійснення рієлторської діяльності може бути припинена Комісією по сертифікації у разі:

- порушення чинного законодавства під час здійснення рієлторської діяльності;
- винесення щодо рієлтора вироку суду за корисливий злочин, який набрав чинності;
- визнання рієлтора недієздатним або обмежено дієздатним.
- порушення положень Кодексу етики члена Асоціації.

Плата за прийом кваліфікаційних іспитів та видачу сертифікату

10.1. За прийом кваліфікаційних іспитів, а також за видачу сертифікату або його дублікату встановлюється плата. Її розмір визначається Радою Асоціації.

10.2. Кошти, одержані за прийом кваліфікаційних іспитів та видачу сертифікатів на здійснення рієлторської діяльності, використовуються на відшкодування пов'язаних з цим витрат, ведення реєстру сертифікованих рієлторів.

Реєстр сертифікованих рієлторів та реєстр юридичних осіб, в яких працюють сертифіковані рієлтори

11.1. Рієлтори, які отримали сертифікати на здійснення рієлторської діяльності, включаються до Єдиного реєстру рієлторів України.

11.2. В Реєстрі зазначається:

- прізвище, ім'я, по – батькові рієлтора;
- паспортні дані рієлтора;
- місце його проживання;
- види нерухомого майна, з якими він здійснює операції;
- дата видачі сертифікату та його номер;
- дата подовження дії сертифікату.

11.3. Фізичні особи зобов'язані повідомляти Асоціацію про зміни, що сталися у відомостях, внесених до Реєстру.

11.4. Відомості, що містяться в реєстрах є публічними і відкритими для користування. Вони доводяться Асоціацією до відома зацікавлених державних установ, громадян України та публікуються у засобах масової інформації. Місце проживання рієлторів не публікується.

Модуль 2. Основные направления риэлторской деятельности. Методы анализа рынка недвижимости. Взаимодействие первичного и вторичного рынков недвижимости.

Изучив материалы, изложенные в данном модуле, вы узнаете о современных методиках и программно-технических средствах анализа отечественного рынка недвижимости, об основных особенностях рыночной экономики, роли баз данных и статистики для анализа процессов, происходящих на рынке. Кроме того, ознакомитесь с методами анализа, в основе которых лежит использование вычислительной техники, а также знание психологии и ментальности участников рынка, научитесь различать настоящую суть процессов от рекламы и PR-кампаний. Для этого вам достаточно 7 часов.

Содержание

Цели и задачи модуля
2.1. Особенности отечественного рынка недвижимости.
2.1.1. Рыночные принципы экономики.
2.1.2. Реализация принципа свободного ценообразования.
2.1.3. Реализация принципа свободной конкуренции.
2.1.4. Мотивация участников рынка. Отличие отечественного рынка недвижимости от рынков недвижимости развитых стран.
2.2. Классификация недвижимости.
2.2.1. Классификация жилой недвижимости.
2.2.2. Традиционная классификация жилых домов.
2.2.3. Новый классификатор жилой недвижимости.
2.3. Структура районирования города и соотношение цен в зависимости от расположения объектов.
2.4. Технический анализ рынка недвижимости.
2.4.1. Методы сбора, проверки и хранения информации об объектах.
2.4.2. Особенности статистического анализа информации, понятия средней стоимости и индексов рынка недвижимости.
2.5 Изучение основных признаков (сигналов) будущего изменения тренда.
2.5.1 Классические основы теории изменения тенденций на рынке.
2.5.2.Основные признаки (сигналы) будущего изменения тренда на отечественном рынке недвижимости.
2.6. Основные факторы, влияющие на стоимость киевской недвижимости.
2.6.1.Социально–экономические факторы, влияющие на стоимость киевской недвижимости.
2.6.2.Политико-психологические факторы, влияющие на стоимость киевской недвижимости.
2.6.3. Основные факторы, влияющие на стоимость регионального рынка недвижимости.
2.7.Тенденции изменения цен на рынках и сравнительный анализ первичного и вторичного рынков жилой недвижимости.
2.7.1. Взаимное влияние первичного и вторичного рынков жилья.
2.7.2. Объемы и участники первичного и вторичного рынков жилья.
2.7.3. Основные риски, которые имеют место на первичном и вторичном рынках.
Вопросы для самопроверки

После изучения данного модуля Вы должны:

5. Знать современные методы анализа рынка недвижимости.
6. Знать классификацию жилой недвижимости.
7. Знать признаки (сигналы) будущего изменения тренда на отечественном рынке недвижимости.
8. Уметь анализировать первичный и вторичный рынки жилой недвижимости.

Прежде чем начать изучение данного курса хочется сказать о том, что хотя способность к анализу сложных процессов во многом зависит от опыта и врожденных качеств человека, полностью на них полагаться не следует, поскольку для грамотного использования специальных методик, технических средств, баз данных, опыта коллег и аналитических материалов специалистов необходимы серьезные знания. Кроме того, не вызывает сомнения то, что риэлтор, свободно ориентирующийся на рынке недвижимости и понимающий суть процессов и тенденций, происходящих на нем, чувствует себя намного

уверенней, то есть, настоящим профессионалом. И, конечно же, данный факт не ускользает от внимания клиентов, которые, в свою очередь, отдают предпочтение именно таким профессионалам.

2.1. Особенности отечественного рынка недвижимости.

2.1.1. Рыночные принципы экономики.

Рынок – сложнейшее социально-экономическое образование, в основе которого лежат рыночные принципы экономики.

Важнейшими принципами рыночной экономики являются:

- свободный выбор;
- свободное ценообразование;
- свободная конкуренция.

Ни в одной из экономик эти принципы не используются «в чистом виде». Всегда они дополняются (в том числе, неявно) нерыночными методами. Поэтому вряд ли где-либо в мире существует полностью «свободный рынок»; любой рынок является управляемым, регулируемым. Другое дело, что пропорции рыночных и нерыночных методов, а также цели и предыстории их введения в каждом случае свои.

2.1.2. Реализация принципа свободного ценообразования.

Замечаний к практической реализации свободного ценообразования – много. В частности, существенно ограничивает свободу ценообразования недостаток объективной информации. Нет статистики количества сделок, нет статистики цен продаж (и, если статистику количества сделок чиновники просто скрывают, то достоверной статистики цен продаж попросту не существует: в договорах купли-продажи стороны далеко не всегда указывают реальные цены). Нет достоверной общегородской базы данных предложений. Сказывается искусственное ограничение конкуренции на первичном рынке (и эта проблема будет рассмотрена ниже).

Существенно влияет на свободу установления цен и специфика нашего вторичного рынка. Фактически он объединяет два рынка:
1. Рынок продаж, на котором единственным платежным средством являются деньги;
2. Рынок обменов (с помощью купли-продажи). На этом рынке покупатель в качестве основного платежного средства использует недвижимость и/или землю. И хотя все взаиморасчеты производятся деньгами, но они на рынке обменов нередко играют второстепенную роль.

Объем «рынка обменов» больше объема «рынка чистых продаж» (на вторичном рынке Киева порядка 70-80 процентов сделок – это фактические обмены с доплатами и компенсациями).
Такая специфика рынка весьма существенно сказывается на ценах. Покупатель, у которого есть только деньги, всегда заинтересован в снижении цен. Покупатель, у которого основным платежным средством является недвижимость, заинтересован в снижении цен существенно меньше (при определенных условиях он даже заинтересован в общегородском росте цен).
Но не все так плохо со свободой установления цен. На вторичном рынке каждый продавец назначает ту цену, которую считает приемлемой и справедливой. Поэтому цены в базах

данных на идентичные квартиры могут отличаться очень существенно. И это не вызывает особого ажиотажа или недоумения: явно завышенные цены воспринимаются как непрофессионализм или ошибка, а ноль - как признак того, что продавец не желает публично называть цену.

2.1.3. Реализация принципа свободной конкуренции.

На вторичном рынке свободная конкуренция утвердилась достаточно прочно. Количество продавцов велико, сговора между ними нет, цены никто директивными методами не устанавливает. Количество агентств недвижимости также достаточно велико; клиенты могут обращаться к любым.

На первичном рынке реализация принципа свободной конкуренции существенно затруднена. Коррупционные схемы, связанные с предоставлением земельных участков и выдачей разрешений на строительство, укоренились у нас весьма глубоко. Власти неоднократно заявляли о готовности сломать эти схемы, сделать рынок более прозрачным, доступным для иностранных строителей. Но положительных результатов пока не очень много.

2.1.4. Мотивация участников рынка. Отличие отечественного рынка недвижимости от рынков недвижимости развитых стран.

Один из наиболее сложных вопросов – мотивация участников рынка. Получение прибыли – далеко не единственная мотивация.

Даже на таком явно выраженном спекулятивном рынке как рынок валют, есть игроки, которые руководствуются стратегическими интересами. Опыт Джорджа Сороса показывает, что крупные игроки способны обрушить практически любую валюту и неплохо заработать на этом. Но крупные игроки не делают этого. Наоборот, руководствуясь стратегическими интересами, идут на существенные траты, поддерживая стабильность валют.

Рынки недвижимости везде имеют свою специфику. Тем не менее, в развитых странах недвижимость редко рассматривается как «стратегический товар». Там деньги достаточно свободно перетекают с одного рынка на другой, есть множественность возможностей выбора.

У нас возможности перетекания средств с одного рынка на другой существенно сужены. Подавляющее большинство продавцов и очень значительная часть покупателей недвижимости руководствуются не ближними (как в развитых странах), а дальними (стратегическими) целями. А когда большинство участников рынка руководствуются стратегическими целями, то их поведение очень существенно отличается от классического рыночного. Рыночные механизмы, улавливающие движение спроса и предложения через систему цен и прибылей, срабатывают далеко не всегда. Рынку мешают коррупционные схемы, непрозрачность теневой экономики. Сказываются и исторические особенности развития нашей страны.

Все это заставляет говорить не просто о специфике отечественного рынка недвижимости, а о его существенном отличии от рынков развитых стран. Поэтому экономические теории, построенные на "их" опыте, на "нашем" рынке недвижимости применимы в весьма ограниченном объеме.

В частности, анализируя влияние соотношения спроса и предложения на цены, следует отметить, что на вторичном рынке жилой недвижимости Киева изменение спроса сказывалось на ценах существенно в меньших масштабах, чем это предписано учебниками по рыночной экономике.

Подавляющему большинству продавцов очень сложно эффективно разместить на длительный срок вырученные деньги за пределами рынка недвижимости. Поэтому, когда этот рынок «заболевает», они сразу же перестают куда-либо спешить, занимают выжидательную позицию.

Наиболее наглядно это проявляется в периоды стагнации. Хотя спрос в эти периоды резко падает, продавцы (в основной своей массе) всякий раз отказываются снижать цены. Они никуда не спешат. Отсутствие просмотров квартир в течение нескольких месяцев на цены практически не влияет. Многие продавцы просто временно уходят с рынка, но цены не снижают. Явно становится видно насколько велика на рынке доля участников, решающих «стратегические задачи». А при решении таких задач, вопросы получения сиюминутной выгоды отходят на второй план.

2.2. Классификация недвижимости

Классификация недвижимости позволяет объединять различные виды недвижимости в группы, которые однородны по своему назначению, эксплуатационным качествам и цене. Позволяет всем участникам рынка разговаривать на одном языке, одинаково использовать и понимать одну и ту же терминологию.

Согласно установившейся классификации, недвижимость разделяется на:
- комнаты и квартиры;
- малоэтажные жилые дома;
- нежилую недвижимость;
- землю.

В свою очередь, каждый из этих видов недвижимости разделяется на типы. Типы многоэтажных домов и квартир в них будут рассмотрены ниже.

Малоэтажные дома разделяются на дома в городе, загородные, дачи. Кроме того, есть разделение на цельные дома и части домов.

Нежилая недвижимость разделяется на:
- торговую;
- офисную;
- складскую;
- производственную;
- гостиничную;
- иную (гаражи, автозаправки, ангары, мастерские, парикмахерские, спорткомплексы, залы и т.д.).

Земля разделяется на землю:
- сельскохозяйственного назначения,
- под застройку;
- промышленного назначения;
- лесного фонда;
- водного фонда;

- рекреационного назначения;
- природоохранительную;
- историко-культурного назначения;
- иного назначения.

В соответствии с этими типами разделяются и рынки недвижимости.
Риэлторы обычно специализируются на вполне конкретных рынках. И происходит это потому, что для успешной работы необходимо досконально знать особенности законодательства, регулирующего данный рынок, особенности объектов данного рынка, участников рынка, цены, спрос, предложение и многие иные факторы, влияющие на данный рынок.

Если риэлтор хорошо знает, например, торговую недвижимость, то это вовсе не означает, что он знает жилую. Равно, как и наоборот.

2.2.1. Классификация жилой недвижимости.

Основными целями классификации жилой недвижимости являются:

- объединение квартир и жилых домов в группы, которые однородны по своим эксплуатационным качествам и цене;
- создание одинакового для всех участников рынка понятийного аппарата, позволяющего всем участникам рынка разговаривать на одном языке, одинаково использовать и понимать одну и ту же терминологию.

Анализ процессов, происходящих на рынке жилой недвижимости, невозможен без понимания особенностей типов домов и квартир. Без указания типов домов невозможно оценивать и рекламировать конкретные объекты, объяснять клиентам их положительные и отрицательные стороны. Невозможно разговаривать с коллегами на одном языке. Невозможно отслеживать тенденции изменения цен в отдельных сегментах рынка и делать прогнозы.

Знание жилого фонда города, знание планировок квартир в домах тех или иных типов и серий - весомые конкурентные преимущества каждого агента.

Наличие компьютерной базы жилого фонда города, в которой указан тип и класс каждого дома, - конкурентное преимущество агентства недвижимости. С помощью такой базы каждый сотрудник компании может в считанные секунды найти фотографии нужного дома, планировки квартир, графики изменения цен, квалифицированно отвечать на сложные вопросы клиента.

Важно!

В настоящее время используются две принципиально различных методики классификации многоэтажных домов.

Первая, традиционно используемая риэлторами, основана на учете особенностей жилья, построенного в тот и иной исторический период.
Вторая, разработанная совсем недавно по инициативе строителей, учитывает огромное множество параметров каждого конкретного микрорайона и дома.

Эти классификации во многом дополняют друг друга. Традиционная классификация ориентирована на жилье, построенное до 1990 года, новая же ориентирована на современные и строящиеся жилые дома.

2.2.2. Традиционная классификация жилых домов.

В основу традиционной классификации риэлторов положены исторический период постройки, материал стен, площадь квартир и цель постройки домов данного типа.

В каждом городе жилой фонд имеет свои особенности. Но поскольку методы строительства были практически одни и те же, то и классификации риэлторов схожи. Хотя, конечно же, есть и нюансы. В частности, если в Киеве большинство дореволюционных домов – это достаточно качественное и престижное жилье, то в некоторых других городах – это покосившиеся строения, которые давно отслужили свой срок.

Поэтому в каждом городе риэлторы обычно используют тот вариант классификации, который наиболее полно и адекватно описывающий особенности их жилого фонда.

Важно!

В Киеве таким вариантом является классификация, согласно которой многоэтажные жилые дома разделены на:
- дореволюционные;
- сталинки;
- современные дома советского периода;
- современные украинские дома.

В свою очередь, современные дома советского периода делятся на такие типы:
- старая панель;
- типовая панель;
- улучшенная типовая панель;
- улучшенный кирпич.

Современные дома советского периода делятся на такие типы:
- современная украинская панель;
- современный украинский кирпич.

Ниже приведены основные характеристики этих типов домов.

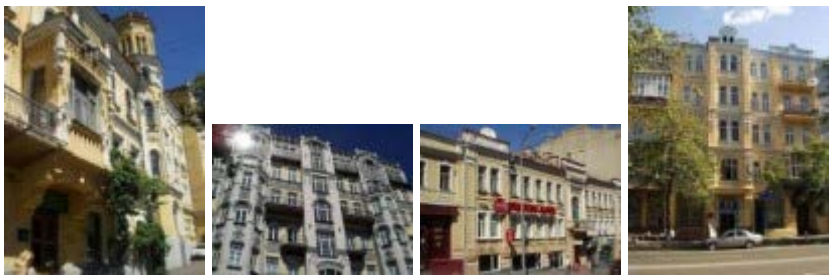
Дореволюционные дома

Количество домов в Киеве 1574 (13,24%)

Период постройки: до 1917 года

Этажность: 1…8
Материал стен: кирпич
Высота потолков: 3,2-4,5 м
Стандартные метражи (S общая, м2):
1-комн: 35…48
2-комн: 47…80
3-комн: 65…112

Сосредоточены в основном в центральных районах.



Основные достоинства — высокие потолки, толстые наружные стены, нестандартное архитектурное решение. Недостатки — наличие деревянных перекрытий, устаревшие инженерные коммуникации. Такие дома нередко требуют капитального ремонта. Однако при правильном подходе, облагораживании и современном оснащении дореволюционная постройка становится конкурентоспособным, оправданно дорогим жильем.
Разброс цен на квартиры в дореволюционных домах весьма велик, а предложений немного. Отсюда значительные статистические погрешности и не совсем характерные тенденции изменения цен в отдельные периоды времени.
В Киеве, применительно к более продолжительным промежуткам времени, просматривается стабильный рост цен на жилье данного класса.

«Сталинки»

Количество домов в Киеве 1921 (16,16%)

Период строительства: 20–е — середина 50–х

Этажность: 2…13
Материал стен: кирпич
Высота потолков: 3-4 м
Стандартные метражи (S общая, м2):
1-комн: 29…40
2-комн: 47…64
3-комн: 60…85

Классические формы (прямые углы, небогатый декор), используется красный, белый кирпич, железобетонные или комбинированные перекрытия, 2–4 квартиры на этаже.
Данный тип жилья является достаточно дорогим. Это объясняется проверенной временем стойкостью построек, использованием исключительно кирпичной кладки, высокими потолками и неплохими метражами. К тому же, многие «сталинки» также располагаются в центральных и прилегающих к центру районах.

Старая панель

Количество домов в Киеве 1715 (14,43%)

Серии: «Хрущёвка», «Чешка», «464»

Период: середина 50–х — конец 80–х гг.
Этажность: 3…12
Материал стен: железобетон
Высота потолков: 2,50-2,55 м
Стандартные метражи (S общая, м2):

1-комн: 23…34
2-комн: 43…48
3-комн: 58…65

Квартиры такого типа имеют небольшой метраж, неудобную планировку, совмещенные комнаты, маленькие коридорчики и кухни. Тепло- и звукоизоляция в таких домах оставляет желать лучшего, а надежность и долговечность построек вызывает большие сомнения. В свое время данное жилье строилось рекордными темпами в огромных количествах и преследовало только одну основную цель — обеспечить как можно быстрее и как можно большее количество людей квартирами. Такое жилье, конечно же, не соответствует современным представлениям о комфортном жилье, но представлено довольно большой процентной долей в общем жилом фонде города Киева. Стоимость таких квартир по сравнению с другими гораздо ниже.

Типовая панель

Количество домов в Киеве 1050 (8,83%)

Серии: «96», «134», «БПС-6»

Период: 70–е — 80–е гг.
Этажность: 9…16
Материал стен: железобетон, керамзитобетон
Высота потолков: 2,65-2,75 м
Стандартные метражи (S общая, м2):
1-комн: 32…36
2-комн: 46…54
3-комн: 65…73

Представляет собой чуть более продуманный и человечный подход к решению вопроса постройки и планировки жилья, чем предыдущий вариант, но, по большому счету, немногим от него отличается. Располагаются такие дома в основном в «спальных» районах на окраинах города. Квартиры в типовых панельных домах характеризуются плохой переносимостью различных (даже мелких) перепланировок. Все типовые панельки имеют всего несколько вариантов планировок и квартиры похожи друг на друга как близняшки. В таких домах даже прогрессивная дизайнерская мысль имеет мало шансов изменить облик квартиры, сделать ее оригинальной и индивидуальной.

Улучшенная типовая панель

Количество домов в Киеве 876 (7,37%)
Серии: «Т», «КТ», «АППС»
Период: 70–е — 80–е гг.
Этажность: 9…22
Материал стен: керамзитобетон
Высота потолков: 2,65-2,75 м
Стандартные метражи (S общая, м2):
1-комн: 34…44
2-комн: 52…56
3-комн: 70…80

В свое время такой вид жилья считался довольно престижным. Площадь и планировка квартир уверенно претендуют на звание улучшенных. Проигрывает в данном случае материал стен и не вызывающая абсолютной уверенности надежность построек. Находятся данные строения исключительно в «спальных» районах. Причем типичной является некая квартальная схема застройки части микрорайона одинаковыми или похожими домами данного типа.

Старый кирпич
Количество домов в Киеве 2908 (24,46%)
Серии: «Хрущёвка», «ММ-640», «К14», «1-318-35/36»
Период: середина 50–х — конец 80–х гг.
Этажность: 2…14
Материал стен: кирпич
Высота потолков: 2,50-2,55 м
Стандартные метражи (S общая, м2):
1-комн: 26…34
2-комн: 42…50
3-комн: 55…69

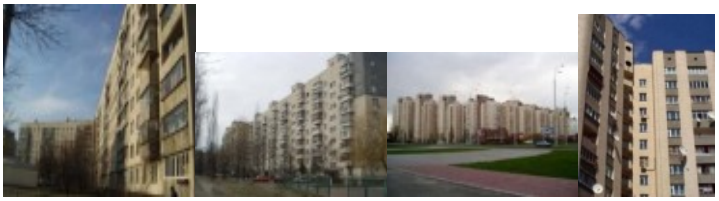
Дома этого типа разбросаны практически по всему городу и, соответственно, именно район расположения сильно влияет на стоимость квартиры. В данном случае единственным реальным преимуществом зданий являются кирпичные стены, в отличие от панельных, обеспечивающие лучшую звуко- и теплоизоляцию. По всем остальным параметрам, включая жилую площадь, планировку, внешний вид и т.д. данные постройки попадают в компанию малогабаритных помещений массового заселения и, к сожалению, оставляют желать лучшего.

Улучшенный кирпич

Количество домов в Киеве 845 (7,11%)

Серии: «87», «Ведомственные постройки», «КП»

Период: до 1991 года
Этажность: 4…20
Материал стен: кирпич
Высота потолков: 2,65-2,75 м
Стандартные метражи (S общая, м2):
1-комн: 34…42
2-комн: 48…69
3-комн: 62…92



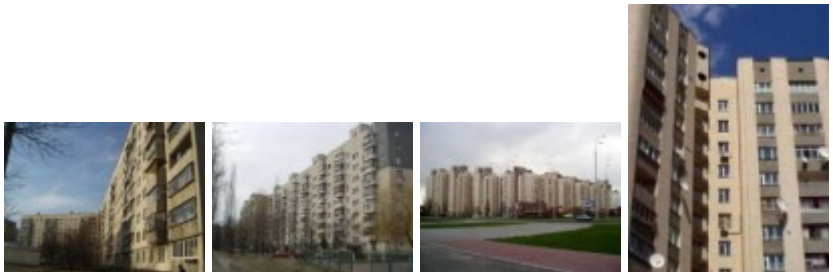
Большая часть указанных домов относилась к «ведомственным». Получить квартиру в таком доме мог далеко не каждый, поэтому в свое время такое жилье считалось самым престижным. Из построек советского периода отличается улучшенной планировкой, большими, по сравнению с «массовым» жильем, площадями, использованием самых современных, на период постройки, материалов и технологий. Эти дома достаточно популярны и сейчас.

Украинская панель

Количество домов в Киеве 241 (2,03%)

Серии: «АППС Люкс», «КТ Уют», «Б-5», «ЕС», «Индивидуальный проект»

Период: после 1991 года
Этажность: 9…26
Материал стен: керамзитобетон, монолитный бетон
Высота потолков: 2,65-2,75 м
Стандартные метражи (S общая, м2):
1-комн: 39…47
2-комн: 60…70
3-комн: 78…104



Дома данного типа построены относительно недавно. Стоимость квартир в таких домах относительно невысока и ориентированы они, прежде всего, на слои населения, не готовые переплачивать за престижность района, вид из окон и дорогие стройматериалы. Поэтому для их возведения использовались более дешевые, нежели кирпич, панельные блоки, а по площади и планировке они скромнее престижных построек следующего типа. Тем не менее, жилье данного типа хорошо спроектировано и удачно адаптировано для воплощения на его площадях собственных дизайнерских способностей и задумок.

Украинский кирпич

Количество домов в Киеве 758 (6,38%)

Серии: «Индивидуальный проект»

Период: после 1991 года

Этажность: 2…28

Материал стен: кирпич

Высота потолков: 2,65 и более м

Стандартные метражи (S общая, м2):

1-комн: 37…56

2-комн: 61…88

3-комн: 78…131

Просторное и удобное жилье. Дома оснащены современными коммуникациями, необходимой инфраструктурой, имеют автономные коммунальные системы и службы, предполагают индивидуальную планировку и отделку. В них реально воплощается концепция самостоятельной организации жизненного пространства, возможность лично выступить в роли проектировщика и дизайнера либо воспользоваться услугами профессионала. При постройке нередко учитывалось месторасположение дома, престижность и удобство района, вид, открывающийся из окон. Все указанные факторы в комплексе, конечно же, влияют на уровень цен.

2.2.3. Новый классификатор жилой недвижимости.

В 2006 году Украинской строительной ассоциацией был принят новый классификатор жилой недвижимости, в котором определено 5 классов жилья:.

- социальное;
- эконом-класса;
- бизнес-класса;
- класса премиум;
- класса де-люкс.
-

В его разработке принимали участие специалисты различных профилей, что позволило выделить более 90 параметров для классификации жилья.

Классификатор состоит из семи основных разделов, позволяющих оценить конкретный дом:

1.Месторасположение (описывается с помощью 8 параметров).

2. Строительные и технические характеристики здания и его конструктивных элементов (22 параметра).

3. Обустройство здания и придомовой территории (10 параметров).
4. Социальная инфраструктура здания (13 параметров).
5. Материалы и оборудование (9 параметров).
6. Техническая инфраструктура (14 параметров).
7. Организация управления и эксплуатации (17 параметров).

Как видим, внутри каждого раздела выделены основные параметры, с помощью которых описывается определенный дом. Каждый из параметров имеет свои градации, уточнения и степень важности.
Например, месторасположение дома описывается следующими параметрами:

- близость к историческому и административному центру;
- пешеходная доступность ближайшей станции метро;
- наличие транспортных развязок;
- близость к городским зонам отдыха;
- удаленность от промышленных зон и объектов;
- плотность застройки;
- наличие инфраструктуры в микрорайоне;
- социальный статус соседей по дому.

Чем выше класс жилья, тем больше параметров, обеспечение которых считается обязательным. Если «социальное жилье» должно удовлетворять действующим строительным нормам и правилам, то для класса «премиум» важным признается наличие:

— вентилируемой фасадной системы — плитки, гранита, искусственного гранита;
— отделки подъездов и общественных зон натуральным или искусственным камнем;
— подземного или крытого паркинга на два и более автомобиля в расчете на квартиру;
— лифтов «элит-уровня» и многое другое.

Столь детальное описание домов и квартир позволяет повысить качество работы операторов рынка, перейти на более высокий уровень. Вместе с тем, принимая данную классификацию, разработчики, все же, не решили двух принципиально важных задач:

— не смогли утвердить ее в качестве официального нормативного документа, что затрудняет использование классификации в спорах и судебных разбирательствах;
— не создали независимых квалификационных экспертных советов, в компетенцию которых входил бы всесторонний анализ параметров каждого дома и официальное присвоение соответствующего класса.

Важно!

Поэтому данный классификатор, который задумывался как нормативно-правовой, носит пока лишь информационно-рекомендательный характер.

2.3.Структура районирования города и соотношение цен в зависимости от расположения объектов.

Стоимость недвижимости существенно зависит от месторасположения. Место, место и еще раз место, а потом уже все остальное — такой девиз действует на рынках недвижимости многих городов и стран. Из этого следует, что районирование своего города риэлторы должны знать досконально, включая такие аспекты как уровень цен, престижность, удобство проживания, транспортная доступность и многое другое.
В Киеве используется несколько структур районирования. Официальная делит Киев на 10 районов. Для риэлторов такая структуризация не всегда удобна, поскольку в некоторые районы попадают весьма разнородные жилые массивы. Например, Шевченковский район включает в себя и часть исторического центра, и прицентральные массивы, и массивы на окраине.
На наш взгляд, более информативна структура типа окраина-прицент-ралье-центр (ОПЦ) с выделением сложившихся жилых массивов. Причем окраину целесообразно разделять

на правобережную и левобережную, а каждую из них на окраину возле метро, и просто окраину.

Важно!

При этом структура районирования Киева имеет следующий вид: **ЦЕНТР** (5 массивов):
- **Голосеевский центр** (район Ботсада им. Фомина, Парка Шевченко, Льва Толстого, Саксаганского, Владимирская, Жилянская, Горького, Красноармейская);
- **Печерский центр** (Крещатик, Городецкого, Заньковецкой, Станиславского, Ольгинская, Бессарабка, Шота Руставели, Госпитальная); **Шевченковский центр** (Бульвар Шевченко, Златоустовская, Артема, Большая Житомирская, Пимоненко, пер. Бехтеревский, Кудрявский спуск, Кудрявская, Смирнова-Ласточкина, Десятинная, Владимирская, Трехсвятительская, Костельная, Гринченко, Пушкинская, Богдана Хмельницкого);
- **Липки** (Грушевского, Институтская, Банковская, Лютеранская, Шелковичная, Липская, Богомольца, переулки Виноградный, Крепостной, Гор-диенко);
- **Печерск** (Кловский спуск, Леси Украинки, Наводницкая Балка, Московская, Январского Восстания).
- **ПРИЦЕНТРАЛЬЕ(11** массивов) **Нижний Печерск** (Дружбы Народов, Предславинская, Федорова, Димитрова, Барбюса, пер. Лабораторный, Щорса, Кудри, район Ботсада и Черной Горы); **Подол; Демеевка; Соломенка; Соломенский (КПИ); Лукьяновка; Татарка; Шулявка; Левобережный; Никольская Слободка; Русановка.**

ПРАВОБЕРЕЖНАЯ ОКРАИНА МЕТРО (6 массивов)
Академгородок; Беличи; Нивки; Святошино; Сырец; Оболонь.

ПРАВОБЕРЕЖНАЯ ОКРАИНА (15 массивов)
Голосеево; Саперная Слободка; Теремки-1; Теремки-2; Корчеватое; Минский; Ветряные Горы; Виноградарь; Куреневка; Борщаговка; Отрадный; Александровская Слободка; Чоколовка; Жуляны; Караваевы Дачи.

ЛЕВОБЕРЕЖНАЯ ОКРАИНА МЕТРО (6 массивов)
Осокорки; Позняки; Харьковский; Лесной; Комсомольский; Соцгород.

ЛЕВОБЕРЕЖНАЯ ОКРАИНА (9 массивов)
Новая Дарница; Бортничи; Троещина; Быковня; Березняки; Воскресенка; Старая Дарница; Радужный; ДВРЗ.

	Весь город		Центр		Прицентралье		Правобережная окраина метро		Правобережная окраина		Левобереж-ная окраина метро		Левобережная окраина	
	Всего домов	Доля в Киеве	домов	Доля в районе	домов	Доля в районе	домов	Доля в районе	домов	Доля в районе	домов	Доля в районе	домов	Доля в районе
Дореволю-ционные	1785	14.0%	1444	61.4%	298	13.8%	7	0.4%	20	0.6	6	0.4%	10	0.6%
Сталинки	2128	16.4%	615	21.9%	466	21.6%	192	11.1%	503	16.3%	129	9.5%	223	13.6%
Старый	3026	23.7%	241	8.6%	646	30.0%	516	29.8%	1090	35.3%	245	18,0%	288	17.5%

кирпич														
Старая панель	1726	13.5%	17	0,6%	206	9.6%	337	19.4%	519	16.8%	323	23.8%	324	19.7%
Типовая панель	1050	8.2%	4	0.1%	88	4.1%	273	15.8%	275	8.9%	162	11.9%	248	15.1%
Улуч.тип. панель	876	6.8%	2	0.1%	27	1.2%	114	6.6%	255	7.1%	175	12.9%	303	18.4%
Улуч. кирпич	1054	8.2%	289	10.3%	216	10.0%	112	6.5%	218	20.6%	91	6.7%	128	7.8%
Украинская панель	278	2.2%	15	0.5%	12	0.6%	30	1,7%	51	1.6%	98	1.6%	72	4.4%
Украинский кирпич	866	6.8%	184	6.6%	196	9.1%	152	8,8%	155	5.0%	130	9.6%	49	3.0%
ВСЕГО	12789		2811		2155		1733		3086		1359		1645	

2.4. Технический анализ рынка недвижимости.

Движение цен подчинено тенденциям (тенденция – это направление изменения цены). Основная цель составления графиков динамики изменения цены заключается в том, чтобы выявить эти тенденции на ранних стадиях их развития и торговать в соответствии с их направлением.

В основе теории технического анализа рынков лежит постулат о том, что основы человеческой психики неизменны, поэтому история изменения цен на рынке повторяется. Поэтому технический анализ рынка, построенный на событиях прошлого, применим к событиям настоящего и будущего.

Основные инструменты, которые при этом используются – методы сбора, проверки и статистического анализа данных. Для сбора и проверки данных используются человеко-машинные системы; статистический же анализ включают в себя алгоритмы определения:
1) статистики цен;
2) индексов цен;
3) аппроксимации и нахождения тренда.

2.4.1. Методы сбора, проверки и хранения информации об объектах.

Один из наиболее сложных этапов технического анализа на отечественном рынке недвижимости – сбор и проверка исходной информации.

На первый взгляд, получить информацию несложно. Есть специализированные СМИ (как печатные, так и интернет-издания), есть фирмы, которые продают электронные базы данных.

На самом деле, процесс сбора и проверки информации весьма сложен и трудоемок.
Дело в том, что информацию о квартирах подают в СМИ нередко в искаженном виде. Бывают технические ошибки, бывает и целенаправленное искажение информации. Хозяева квартир и посредники нередко искажают номер дома и этаж. Нередко бывают так

называемые «объявления-заманушки» об объектах, которых нет или которые давно сняты с торгов.

Очень существенно искажает статистику многократное дублирование одних и тех же объектов многочисленными посредниками. Бывают случаи, когда реклама квартиры печатается в одном номере газеты или журнала 10 и более раз. Естественно, что данные о квартирах, которые одновременно рекламируются многими посредниками, искажает статистику, делает ее необъективной.

Еще одним из источников искажения объективной реальности является накопление в базе данных неактуальных объектов. Информация об объектах и ценах достаточно быстро устаревает, одни квартиры продаются, другие снимаются с торгов, на третьи квартиры меняются цены. Если регулярно не актуализировать базу данных, то очень быстро она раздувается; при этом информация о новых квартирах все меньше и меньше влияет на результаты технического анализа.

Важно!

Поэтому для повышения достоверности данных необходимо:
- отсеивать дубли;
-проверять соответствие объявленных параметров квартир, используя для этого базу данных домов города, а также прозвоны по телефону;
- регулярно обновлять (актуализировать) базу данных, убирая из нее объекты, информация о которых устарела;
- использовать методы автоматического удаления из базы объектов, информация по которым не уточнялась (не обновлялась) в течение нескольких недель.

При этом необходимо иметь ввиду, что любое просеивание информации имеет как плюсы, так и минусы. Например, отбрасывая практически идентичные объявления о квартирах в одном и том же доме, можно отбросить объявления об одинаковых квартирах в соседних парадных. Отбрасывая объявление о квартире на 12 этаже в пятиэтажном доме, можно отбросить информацию о реальной квартире в соседнем доме.

Автоматическое отбрасывание квартир с несуществующими в природе ценами (например, с ценой $1) на практике означает игнорирование знакомым всем участникам рынка сигналов о том, что продавец не желает публично заявлять цену.

Все это подтверждает тот факт, что методы проверки данных достаточно сложные и включают в себя как автоматическую проверку с помощыс соответствующих программ, так и прозвоны квартир.

Остановимся более подробно на основных этапах работы с информацией, главной целью которой является изучение объектов недвижимости, выставленных на продажу – так называемый первичный маркетинг рынка недвижимости. На самом начальном этапе работу риэлтора с использованием информационных технологий можно разделить на следующие основные шаги.

1. Работа с базой данных агентства недвижимости, в том числе прозвон БД.

Работа агента начинается с получения информации о предлагаемых к продаже вариантах объектов недвижимости. На этом этапе от агента требуется досконально прозвонить все варианты. Если телефон не отвечает, рекомендуется звонить несколько раз в течение дня и вечером (обязательно), когда наиболее вероятно, что продавец находится дома или не занят другими важными делами. Рекомендуется глубоко и качественно изучить определенный сегмент рынка недвижимости. Риэлтор должен знать все продающиеся в этом

районе объекты недвижимости, произвести анализ объектов, выставленных на продажу в настоящее время. Это важно сделать добросовестно. Прозвонить распечатку базы данных, при этом в первую очередь звонить на квартиры, поступившие в течение последнего дня (недели, месяца).

Такую работу можно сравнить с изучением продавцом всего ассортимента своего товара, который он будет представлять покупателям. В полном объеме, со всеми положительными и отрицательными его характеристиками. Этот этап заключается в первичном получении информации из базы данных агентства недвижимости и прозвоне этой информации. Таким образом, при помощи руководителя, выполняется первоначальный маркетинг рынка недвижимости. Далее производится выбор необходимого сегмента на рынке недвижимости (например, определенный район и 1-к и 2-к квартиры). Объектов должно быть 3-5 однотипных, для того чтобы было, что предложить потенциальному покупателю.

2. Подача рекламы в средства массовой информации.

Необходимо выбрать варианты для подачи объявления в средствах массовой информации. В соответствии с выбранным сегментом, дается реклама в СМИ. Объекты недвижимости, на которые будет даваться реклама, должны быть обязательно осмотрены лично риэлтором. Очень важно наладить доверительный контакт с продавцом объекта недвижимости. Это во многом определит дальнейшее сотрудничество по продаже объекта. На основании рекомендаций, подготовленных риэлтором, совместно с руководителем готовится блок из нескольких объектов для рекламы в средствах массовой информации. К моменту выхода рекламы у риэлтора должно быть не менее 3-5 подобных (типовых) объектов, например, с рекламируемой (1-к., 2-к., 3-к., по определенному району) квартирой, для того чтобы при звонке клиента, обязательно было, что ему предложить.

Необходимо определить количество выходов рекламы в неделю. Издания, в которые дается реклама. И важным моментом является правильное составление текста самого объявления. В объявлении должна обязательно быть «изюминка». Либо великолепное расположения объекта недвижимости, либо чудесный авторский ремонт, либо, в конце концов, низкая цена.

3. Реклама на сайте агентства недвижимости и в Интернете

Подобные объявления должны обязательно быть размещены как на сайте вашего агентства недвижимости, так и Интернете. Желательно чтобы у вас был перечень самых активных сайтов по недвижимости. На эти сайты также следует размещать ваши объявления.

4. Поиск дополнительной информации в средствах массовой информации и Интернете.

Одной информации из базы данных всегда будет не достаточно. Для полного охвата всех объектов недвижимости вам необходимо дополнительно прорабатывать рекламу в СМИ, а также в Интернете. Кроме того, обязательно необходимо исследовать рынок недвижимости по тому сегменту рынка, который вы взяли за основу в своей работе. Это может быть определенный район, возможно, тот в котором вы живете. И который в последствии вы, конечно, будете расширять. Вот здесь есть размах для фантазии и просто необходимо проявлять полет мысли. Начиная с простой расклейки объявлений и заканчивая обходом своего района, где методом опроса, а возможно методом целевого рекламирования себя и агентства недвижимости, находить потенциальных клиентов. И именно такая работа и приносит максимальный результат и заработки. Поскольку именно из, таким образом, полученной информации, образуются настоящие риэлторские наработки в дальнейшем перерастающие в сделки (эксклюзивы и договора купли-продажи).

5. Работа с МЛС средства массовой информации.

Обязательно кроме всей перечисленной проводимой работы, необходимо, использовать и остальные методы и средства. Отдельно следует остановиться на МЛС. Например, в Харькове уже давно функционируют две мультилистинговые системы. Они достаточно не плохо себя зарекомендовали (при имеющихся как положительных моментах, так и

недостатках). Риэлторы, имеющие в своем распоряжении МЛС, получают преимущество перед остальными.
Одной из важнейших особенностей в организации работы агента является хранение информации, ее обработка и быстрый поиск.

2.4.2. Особенности статистического анализа информации, понятия средней стоимости и индексов рынка недвижимости.

На процессы, происходящие на рынке недвижимости, влияют две группы факторов:
1) факторы, которые связаны с природой рынка недвижимости, они есть обобщенными для каждого объекта на рынке;
2) факторы, которые формируют специфические особенности отдельных объектов и как следствие – отклонения уровня признака (в данном случае - стоимости) отдельных объектов от среднего уровня.

При вычислении средних величин случайные показатели должны уничтожаться. Средняя величина абстрагируется от индивидуальных и выражает общий уровень свойства или признака (в данном случае - стоимости).

Важно!

Средняя стоимость жилья имеет две специфические особенности:

Это реальная величина, которая выражает объективно существующие особенности рынка недвижимости в данный момент времени и вычисляется на реальных данных.

В то же время это абстрактная величина, так как она уничтожает индивидуальные отклонения отдельных объектов рынка. Это следует понимать следующим образом. Фраза «средняя стоимость жилья 1000 $/м2» означает, что цены квартир колеблются возле этой точки и некоторая масса квартир находится в промежутке, центром которого является 1000 $/м2; то есть реальные цены части квартир должны не очень отличаться от этой цифры. В то же время квартиры, квадратный метр которой стоит ровно 1000$, может и не существовать, то есть это цифра абстрактная. Эта цифра описывает ценовую ситуацию на рынке, указывает, какой уровень цен у большинства квартир, но может не являться ценой реально существующего объекта рынка.

Важно!

Основными показателями статистики рынка жилой недвижимости являются средняя стоимость квартиры и средняя стоимость квадратного метра. Определяется стоимость квадратного метра как частное от деления стоимости квартиры на количество квадратных метров в ней.

Для большинства целей аналитики более точной является средняя стоимость квадратного метра. Объясняется это тем, что квартиры даже в типовых домах различаются по площади, если же брать квартиры по всему городу, то площади, например, однокомнатных квартир могут отличаться в два и более раз.

Но и средняя стоимость квадратного метра не всегда дает адекватного представления о рынке недвижимости. Уж очень разные объекты представлены на нем; если усреднять дома эконом-класса и класса премиум, то вполне может получиться цифра, которая не

позволит оценить ни эконом-класс, ни класс премиум. Поэтому статистику стараются определять по более-менее однородным объектам (сегментам рынка). Например, отдельно по отдельным типам жилья, районам, массивам. Отдельно по однокомнатным, двухкомнатным, трехкомнатным. Тогда на эту статистику можно опираться при анализе изменения цен в конкретных домах и микрорайонах. Но слишком детализировать сегмент тоже нельзя. Такая детализация при проведении статистических исследований может существенно исказить картину. Дело в том, что статистический анализ хорошо работает лишь на больших выборках. Излишняя детализация приводит к тому, что размер выборки резко сокращается, а статистическая погрешность растет. Малейшее изменение состава предложений существенно влияет на среднюю стоимость. Если в выборке меньше десятка квартир, то внесение или изъятие хотя бы одной, как правило, ощутимо сказывается на средней стоимости; кривые начинают напоминать кардиограммы, по которым трудно определить истинные тенденции изменения цен.

Особенно это сказывается в сегментах рынка, где большой разброс цен (большая дисперсия выборки). А таковыми, в первую очередь, являются сегменты дорогого жилья в центральных районах города. Предложений там относительно немного, и каждое из них в чем-то уникально. Поэтому в таких сегментах необходимо рассматривать статистику изменения цен на достаточно длительных периодах (с тем, чтобы накопились данные и меньше сказывались отдельные выбросы).

Кроме того, для снижения влияния нехарактерных цен перед усреднением обычно отбрасываются объекты с самыми низкими и самыми высокими ценами.

Используют также различные методы аппроксимации (сглаживания) кривых и определения тренда.

Но, несмотря на все эти методы (которые изучает специальный раздел математики – статистический анализ), постоянное изменение состава предложения и большой разброс цен на различные типы жилья затрудняют определение интегральной характеристики рынка. То есть, такой характеристики, анализ которой позволяет судить о рынке как о едином целом.

Стремление создать такую интегральную характеристику конкретного рынка привело к разработке аппарата индексов.

Наиболее известен индекс Доу-Джонса, который используется на Нью-Йоркской бирже. Специалисты московского центра ИРН разработали методологию определения индексов рынка недвижимости. Применительно к условиям Киева эта методология усовершенствована специалистами информационно-аналитического отдела АН «Планета Оболонь».

Важно!

Суть методологии определения индексов рынка недвижимости сводится к определению так называемого «ядра выборки», анализируя которое определяют тенденции рынка.

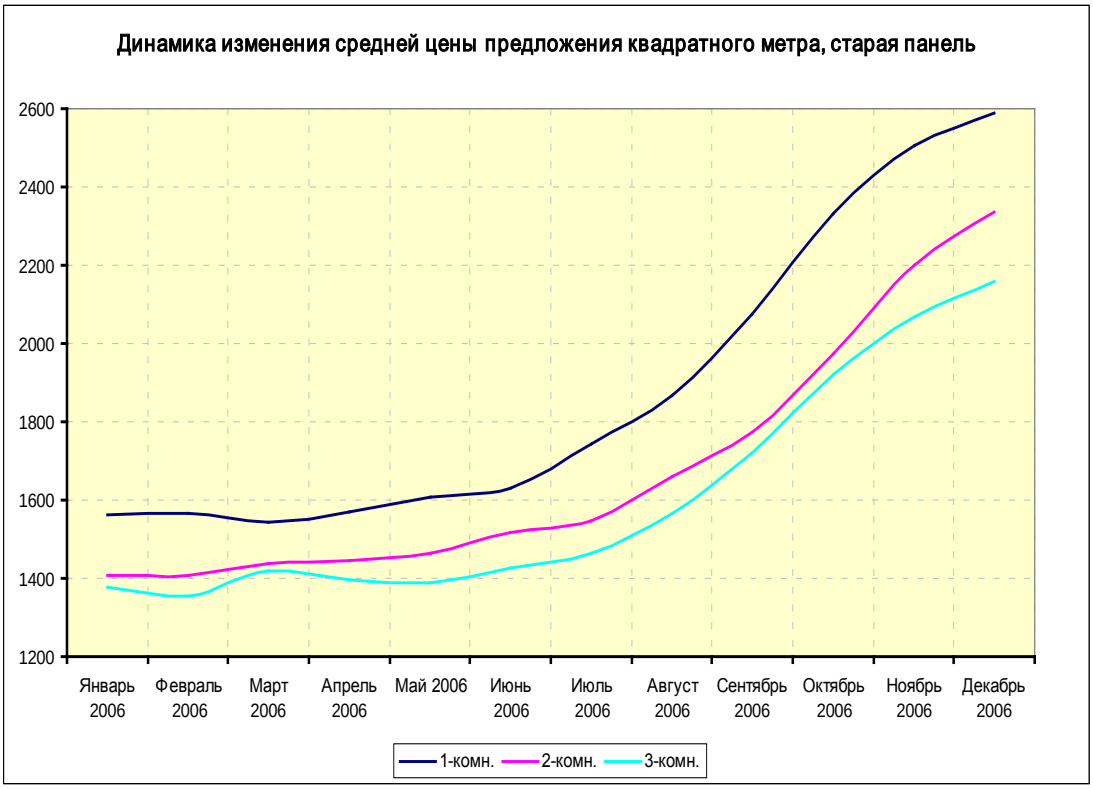
Определение «ядра выборки» осуществляется автоматически с помощью достаточно сложных алгоритмов. При этом используются принципы: «максимальное количество квартир на минимальном ценовом диапазоне» и «минимальный ценовой диапазон, на котором находится фиксированное количество квартир». Другими словами, определяются

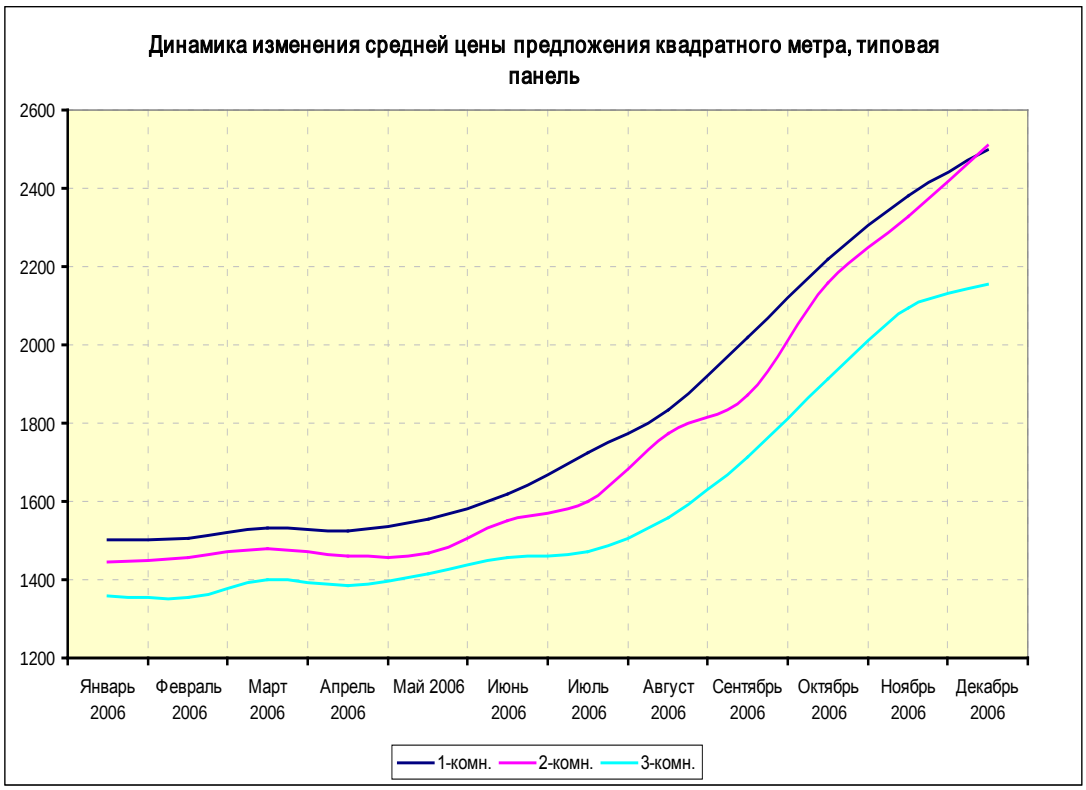
квартиры с наиболее близкими (характерными) ценами, а остальные квартиры из списка удаляются. Квартиры, которые остались, - и есть «ядро выборки».

Статистический анализ «ядра выборки» осуществляется по стандартным алгоритмам статистического анализа. При этом определяются два индекса: индекс стоимости (показывающий наиболее характерную цену) и индекс ценового ожидания (показывающий насколько изменится цена через неделю и месяц).

Поскольку дорогостоящие квартиры, как правило, разбросаны по ценовой шкале, то при определении индексов многие из них отбрасываются и на величину индекса не влияют. Поэтому значение индекса стоимости всегда меньше среднестатистической цены.

В качестве примеров использования статистики и технического анализа ниже приведены графики изменения цен предложений по отдельным сегментам вторичного рынка Киева, полученные на основании обработки данных АН «Планета Оболонь».





2.5. Изучение основных признаков (сигналов) будущего изменения тренда.

2.5.1. Классические основы теории изменения тенденций на рынке.

Один из основателей технического анализа рынка Чарльз Доу, анализировавший курсовые колебания на рынке ценных бумаг, выделял три категории тенденций изменения цен: первичную (основную), вторичную (промежуточную) и малую (краткосрочную).

Основная тенденция обычно длится достаточно долго (нередко – несколько лет).

Промежуточная тенденция обычно является корректирующей по отношению к основной тенденции. На тех рынках, которые наблюдал Чарльз Доу, промежуточные тенденции обычно длились от трех недель до трех месяцев. За это время происходили весьма существенные откаты (промежуточные поправки), величина которых зависела от особенностей конкретного рынка.

Малые тенденции представляют краткосрочные колебания.

Согласно учебникам, основная тенденция роста имеет три фазы.

При растущем тренде сценарий выглядит следующим образом.

Фаза первая, или фаза накопления. Начало этой фазы совпадает с началом действий наиболее дальновидных и/или информированных инвесторов. Эти инвесторы,

почувствовавшие, что вся неблагоприятная экономическая информация уже учтена рынком и не за горами подъем, начинают активно покупать. В результате цены начинают расти; и это улавливают технические методы анализа рынка. С этого момента начинается **вторая фаза**: активность начинают проявлять игроки, пользующиеся средствами технического анализа рынка. Цены и обороты растут еще больше, информация для спекулянтов становится все более привлекательной. И в этот момент начинается **третья, заключительная фаза.** На рынке начинается ажиотаж, появляется масса людей, стремящихся заработать на росте цен. Это является первым признаком окончания основной тенденции роста.

При спадающем тренде все повторяется, только вместо покупки участники рынка стараются продать.

Согласно теории Чарльза Доу, отличить основную тенденцию от временного отката позволяет анализ объема сделок. Увеличение объема сделок происходит в те моменты, когда цены двигаются в направлении основной тенденции, а снижение объема - в периоды временного отката.

Заметим, что основы данной теории разрабатывались на основании опыта вполне конкретных рынков (в первую очередь, Нью-Йоркской фондовой биржи). Применительно к другим рынкам основы теории неоднократно уточнялись и корректировались.

2.5.2.Основные признаки (сигналы) будущего изменения тренда на отечественном рынке недвижимости.

Анализ закономерностей, которые проявляются на вторичном рынке жилья Киева, показывает, что основными индикаторами состояния рынка являются:

- Динамика изменения количества предложений в городе.
- Соотношение изменения цен в сегментах дорого и дешевого жилья.
- Динамика соотношения спроса и предложения.
- Изменение сроков экспозиции.
- Изменение деловой активности.

Сегмент малогабаритного и дешевого жилья – наиболее динамичен, он первый реагирует на любые изменения на рынке. Реакция же на общерыночные изменения в сегментах дорогого жилья существенно заторможена. При этом необходимо иметь ввиду, что в любом сегменте рынка присутствуют так неликвидные и малоликвидные объекты, которые не характерны для данного сегмента и не определяют основные тенденции.

Неликвидные объекты – это:
- объекты с явно завышенными ценами;
- объекты, перепланировки которых не могут быть узаконены;
- объекты, документы на которые спорны.

Малоликвидны также объекты, которые продаются по доверенности, а владелец отсутствует в городе.

Если не учитывать подобного рода объекты, то проведенные исследования показывают, что сегменту малогабаритного и дешевого жилья соответствует сектор спроса, в котором преобладают люди с менее стабильными доходами и настроениями; в то время как

сегменту дорогого жилья соответствует более стабильный сектор спроса, образованный людьми с более стабильными доходами и настроениями.

Типичными представителями сегмента дешевого жилья являются малогабаритные квартиры (ликвидные однокомнатные квартиры, квартиры в хрущевках). Типичными (и достаточно массовыми) представителями сегмента дорогого жилья являются просторные современные квартиры (например, трехкомнатные квартиры, квартиры в домах «украинский кирпич»).

На диаграмме **1** представлены графики изменения стоимости квадратного метра в однокомнатных и трехкомнатных квартирах, а на диаграмме **2** представлены графики изменения стоимости квадратного метра в домах типа «старый кирпич» и «украинский кирпич».

На этих графиках видно, что в 2005 еще в сентябре темпы роста на дешевое жилье снизились; а потом и вовсе было небольшое проседание. Дорогое же жилье в это время продолжало дорожать. На графике статистики цен по всем типам домов и квартир такие тонкости не видны, а это вполне может ввести в заблуждение при анализе рынка.

Графики динамики изменения цены квадратного метра в сегментах «старый кирпич» и «украинский кирпич» четко показывают, что в условиях стагнации дешевое жилье не растет в цене, в то время как дорогое продолжает плавный рост. Такие же тенденции видны и на графиках изменения стоимости квадратного метра в однокомнатных и трехкомнатных квартирах.

Диаграмма 1.

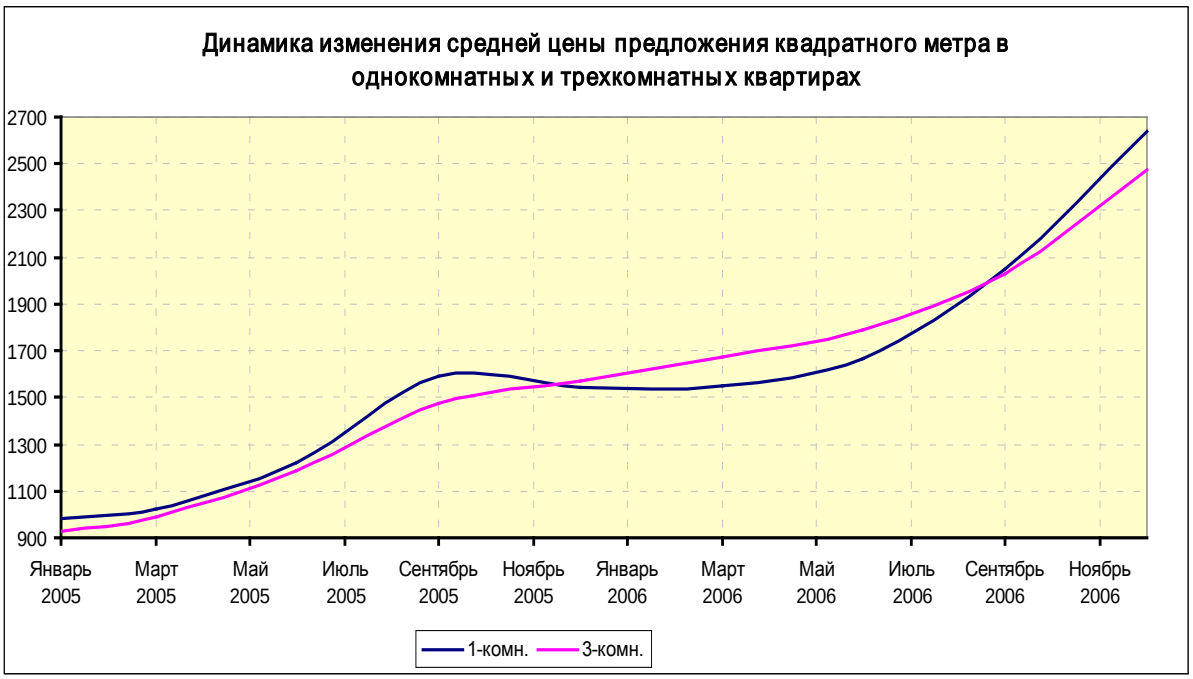
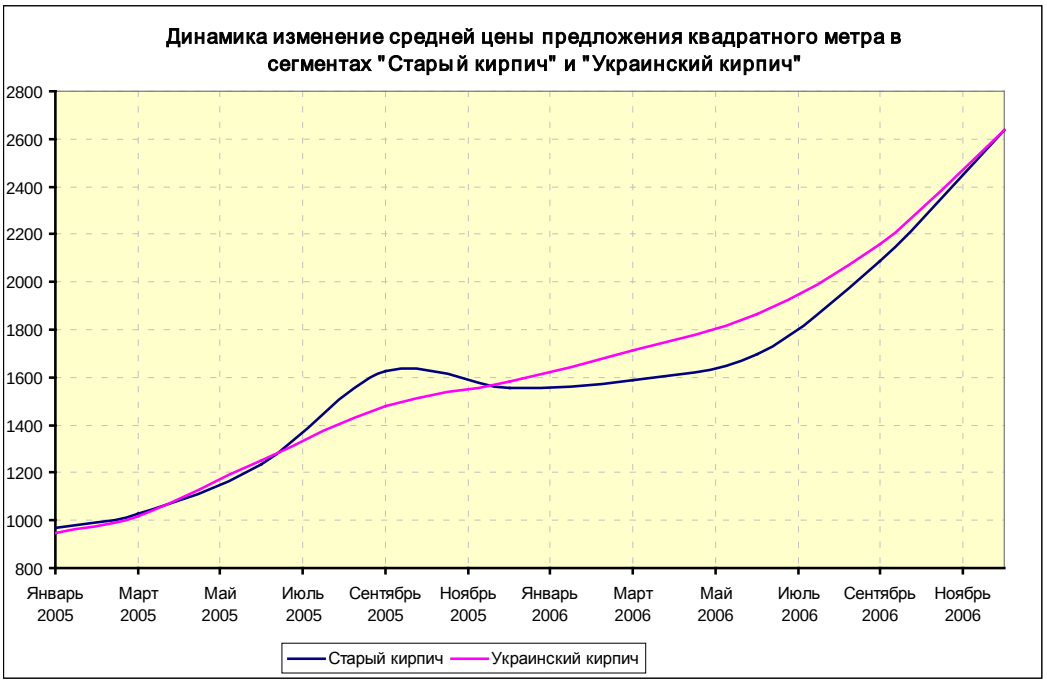


Диаграмма 2.



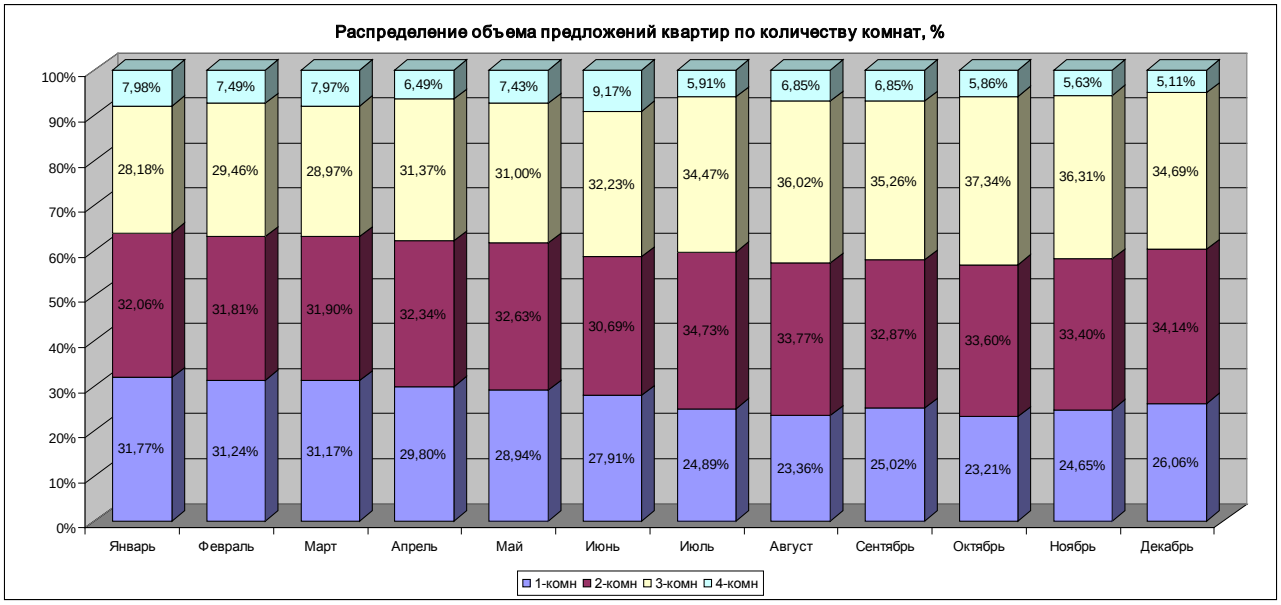
Другой важный индикатор – изменение общего количества предложений на рынке. Анализ динамики изменения количества предложений в городе за предыдущие два года, показывает, что повышение цены квадратного метра, являющееся результатом активизации спроса, влечет уменьшение предложения. Ажиотажный спрос вымывает предложение. Снижение же покупательской способности всегда ведет к затовариванию рынка.

Анализ изменений долей дорогого и дешевого жилья в общем составе предложений при изменении общегородских цен, показывает, что именно дешевое жилье первым реагирует на снижение покупательской активности увеличением своего количества в составе предложений, и лишь следом за ним дорогое. При этом есть и обратная связь, когда при активизации спроса первым сокращается в составе предложений доля дешевого жилья.

Именно поэтому наиболее ликвидным жильем в Киеве в периоды общегородского роста цен является самое малогабаритное жилье, типа гостинок и однокомнатных хрущевок и однокомнатные квартиры в современных домах. Чем больше комнат, тем меньше заявок на покупку и тем дольше срок экспозиции жилья при продаже.

Описанные выше тенденции хорошо видны при анализе структуры предложений при изменении цен. Динамика изменения состава предложений по количеству комнат представлена на диаграмме **3.**

Диаграмма 3.



В начале 2006 года, когда на рынке была стагнация, доля однокомнатных квартир в составе предложения была высока (более 31%). Доля же трехкомнатных квартир в этот период времени составляла 28-29%. По мере того, как рынок оживал, удельный вес однокомнатных и трехкомнатных квартир менялся. В период ажиотажного спроса и роста цен (август-октябрь) доля однокомнатных квартир упала до 23-25%; а доля трехкомнатных – возросла до 35-37%. С уменьшением спроса доля однокомнатных квартир в составе предложения вновь стала расти, а доля трехкомнатных снижаться. Правда, поскольку рынок недвижимости достаточно инерционен, то будущие тенденции на нем проявляются далеко не сразу. Но уже в декабре 2006 года удельный вес однокомнатных квартир стал больше 26%, а трехкомнатных опустился ниже 35%

2.6. Основные факторы, влияющие на стоимость киевской недвижимости.

2.6.1.Социально – экономические факторы, влияющие на стоимость киевской недвижимости.

Рост доходов населения

Рост доходов населения, безусловно, влияет на уровень цен. Другое дело, что, сопоставляя темпы роста цен и доходов, можно констатировать, что доходы, как правило, не поспевают за ценами. Так рост доходов населения в 2005 году составил порядка 40%, а рост цен на киевскую недвижимость – 60-65%. Почему такое несоответствие?

Во-первых, данные о доходах населения, представленные органами статистики, слабо учитывают теневую составляющую. А она достаточно весома.

Во-вторых, уровень доходов – это показатель, относящийся ко всем жителям региона, а потребители такого товара, как недвижимость, - это, в основном, люди с наиболее высокими доходами. Сбор дифференцированной статистики доходов различных слоев населения если и ведется, то доступ к ней более чем проблематичен.

Состояние экономики

Определить каким образом общее состояние экономики влияет на стоимость киевской недвижимости достаточно сложно. Уверенно можно сказать лишь одно: резкий спад в экономике неизбежно приведет к снижению цен. Когда люди думают о хлебе насущном в буквальном смысле этого слова, то им не до недвижимости.

Но это в случае резкого спада. Если же спад небольшой, то зависимость между ВВП и ценами на киевскую недвижимость может быть и прямо противоположной. При угрозе

кризисных ситуаций люди пытаются обрести уверенность и стабильность. И, как показывает опыт 2005 года, многие ищут эту уверенность и стабильность, приобретая недвижимость. Спрос при этом растет, а с ним растут и цены.
В случае уверенного роста экономики у людей, обладающих недвижимостью и деньгами, появляются дополнительные возможности, интересы, соблазны. Поток инвестиций в недвижимость при этом, как правило, не уменьшается. Но рядом с ним разбухают другие потоки, которые отвлекают значительные средства и ресурсы. Люди с «большими деньгами» пытаются резко нарастить свой бизнес, модернизировать производство, наладить с иностранными инвесторами эффективные предприятия и структуры. А сотни тысяч «простых людей» используют денежные и прочие накопления (в том числе, имеющееся движимое и недвижимое имущество), а также кредиты для организации и расширения «собственного дела». Нередко и квартиры продают с целью быстро получить деньги и направить их (пока есть свободные ниши) в мелкий и средний бизнес.
Интерес к рынку недвижимости (как чуть ли ни единственному месту вложения средств) при этом снижается, что, конечно же, сказывается и на темпе роста цен.

Становление среднего класса, развитие малого и среднего бизнеса, увеличение количества рабочих мест. Высокая инвестиционная привлекательность региона для иностранных предпринимателей.
Представители именно среднего класса являются основной движущей силой, способной влиять на цены. К сожалению, подавляющему большинству украинцев до среднего класса еще очень далеко.
И все-таки процесс идет.
Активно развивается бизнес (и малый, и средний, и крупный). Создаются новые компании, открываются представительства иностранных фирм. Множатся торговые и офисные центры.
Знающие, предприимчивые люди с каждым годом все более востребованы. Фирмам необходимы топ-менеджеры и опытные специалисты. И все они претендуют либо на очень солидные зарплаты, либо на проценты от доходов.
Всё это формирует конкурентную среду отечественным работодателям (в том числе, и по уровню зарплат), способствует повышению благосостояния наших граждан, приближает их к среднему классу, без которого невозможно успешное развитие города и страны.
Конечно же, деньгами подобные люди не сорят. Но, ощущая свою востребованность (а вместе с ней и уверенность в будущем), предъявляют повышенные требования к уровню жизни, охотно берут кредиты (о влиянии которых ниже) и способствуют росту цен на недвижимость.

Трудовая и культурная миграция. Массовое стремление граждан Украины переселиться в Киев.
В Киев устремляются очень многие. В том числе граждане других стран. Причин для переселения в Киев – много. Это и наличие рабочих мест, и возможности для карьерного роста, и развитость науки, культуры, образования. Именно тут у наиболее талантливых, трудолюбивых, предприимчивых граждан Украины наилучшие возможности и перспективы перейти в «средний класс», о котором говорилось выше.

Наши граждане это понимают; потому изо всех регионов устремляются в столицу. Социологические исследования показывают, что в Киеве хотели бы жить более четверти всех граждан Украины. Среди них - представители региональных элит, бизнесмены, квалифицированные специалисты, «заробітчани», зарабатывающие деньги за рубежом.

К тому же и многие иностранцы, в том числе бывшие наши соотечественники, тоже не прочь, если не переселиться в Киев, то хотя бы бывать тут наездами и/или наладить тут

свой бизнес. Значительная часть этих людей либо обладают необходимыми для покупки киевских квартир средствами, либо готовы покупать их с помощью ипотечных кредитов. Естественно, что всё это – мощные пружины, толкающие вверх цены.

Развитие ипотечного кредитования (улучшение его условий). Внедрение госпрограмм предоставления льготных кредитов.

Ипотечными кредитами сейчас пользуются всё большее число покупателей, многие из которых просто не смогли бы иначе выйти на рынок недвижимости. Естественно, что появление дополнительных денег и покупателей в определенной мере давит на рынок, повышая спрос и цены.

Для массового потребителя ипотека более-менее доступна всего несколько лет. В 2003 году ставка по валютным кредитам была порядка 16%. Потом ежегодно снижалась: в 2004году – 14-15%, в 2005 – 12-14%, в 2006 – 11-12%.
Понижение ставки по кредитам привлекает значительное число покупателей с относительно небольшим достатком. Эта категория потребителей ориентирована (в основной своей массе) на малогабаритное, относительно дешевое жилье. Есть и немало людей, которые с помощью кредитов приобретают ликвидные однокомнатных квартиры с целью их дальнейшей перепродажи.

Влияние ипотеки (а также фактора снижения ставок по кредитам) мы наблюдаем при оформлении реальных сделок. Доля сделок, с привлечением ипотечных кредитов, растет каждый год. Если в 2003 году эта цифра колебалась на уровне 5%, в 2004 – 10-15%, то в 2005 достигла 50%. Подобное наблюдение характерно для агентств, работающих в сегменте массового жилья.

Важно!

К сожалению, в условиях безудержного роста цен, ипотека зачастую является не инструментом, помогающим решить жилищный вопрос, а инструментом, помогающим угнаться за ценой.

Количество семей, нуждающихся в жилье, но не имеющих необходимых средств, во много раз превышает количество строящихся квартир. В таких условиях любые государственные или муниципальные программы льготного кредитования объективно способствуют увеличению платежеспособного спроса и увеличению стоимости жилья. Замораживание же этих программ, ужесточение условий кредитования приводит к снижению спроса и стагнации рынка недвижимости.

Всё это лишний раз подтверждает, что у любой медали есть две стороны: стремление улучшить что-то одно зачастую приводит к ухудшению другого.

Недостаток альтернативных областей выгодного и надежного размещения свободных средств. Недоверие к валютам.

В условиях, когда практически нет фондового рынка, а предпринимательская деятельность связана с многочисленными сложностями и рисками, для большинства граждан доступно лишь очень ограниченное количество способов размещения свободных средств. Их можно разместить «под матрацем», можно на депозите. А можно купить золото, недвижимость, землю или акции небольшого числа предприятий.

Каждый из этих способов имеет свои плюсы и минусы, подробный анализ которых – отдельная тема. В данном же исследовании отметим, что в последние годы привлекательность валютных накоплений резко снизилась, и недвижимость прочно заняла в сознании наших соотечественников особое место.

События, происшедшие 11 сентября 2001 года, стали переломным моментов, показали, насколько наши граждане доверяют долларам и прочим дензнакам. Именно тогда наши граждане массово достали свои «подматрацные сбережения» в «свободно» конвертируемой валюте и понесли их на рынок недвижимости. Делая замеры в Харьковском районе, мы зафиксировали, что спрос на недвижимость в период с августа по октябрь 2001 года увеличился в три раза.

Колебания доллара были и летом 2003 года. В апреле-мае 2005 года вера наших граждан в вечно зеленые «условные единицы» была подорвана более чем основательно. Да и к банкам доверие тогда было сильно подорвано. Ведь стоит опрокинуться какой-либо валюте, и где тогда окажутся банки!?

Вкладывать деньги в банковские металлы можно, но заработать в этом случае сложно. Уж больно высокая маржа при купле-продаже.
Вкладывать деньги в акции предприятий дело сомнительное, а для большинства наших граждан - безнадежное. Поскольку, не имея достоверной информации, не имея возможности управлять предприятием, вряд ли стоит надеяться на получение прибыли (и даже на то, что ее вообще покажут).

Подобное состояние дел с альтернативными способами сохранения и приумножения накоплений формирует мнение, что недвижимость наилучшее место для таких целей.
Именно поэтому основные накопления киевлян перетекают на рынок жилой недвижимости. Риск потерять деньги тут существенно ниже, рост цен в долгосрочной перспективе весьма вероятен, кроме того, недвижимость можно использовать для улучшения условий жизни, или сдавать ее в аренду.
Появятся альтернативные способы размещения денежных средств, заработает цивилизованный фондовый рынок – значительная часть средств уйдет туда. И это не только будет способствовать снижению цен на недвижимость, но и благотворно скажется на всей экономике.

Стабильный и низкий уровень налогообложения сделок с недвижимостью и владения жильем.
Отсутствие налога на недвижимость существенно повышает привлекательность недвижимости, как с точки зрения долгосрочных инвестиций, так и с точки зрения спекуляций-перепродаж. Устремление потоков инвестиционно-спекулятивного капитала на рынок недвижимости приводит к росту спроса, а, следовательно, и к росту цен.

Изменение статуса микрорайона

Повышение статуса микрорайонов, в том числе, связанное со строительством новых станций метро и переходом новых массивов из разряда новостроек в разряд благоустроенных и обжитых, - достаточно серьезные и обоснованные поводы для удорожания жилья.

При всех прочих равных условиях квартира на окраине без метро стоит процентов на 10-20 дешевле, чем на окраине, но возле метро. Примерно настолько же увеличивается цена

после того, как необжитой микрорайон с многочисленными стройками и занесенными песком дорожками становится зеленым и благоустроенным.

Важно!

Практически любые изменения (как положительные, так и отрицательные) транспортной доступности и инфраструктуры микрорайона, состояния экологии, благоустройства, озеленения, общественной безопасности, социальной и культурной среды влияют на уровень цен.

Строительство современных торговых и развлекательных центров, привлекательных с точки зрения архитектуры улиц и зданий, открытие престижных школ и спортивных и детских учреждений – всё это способствует повышению стоимости недвижимости в микрорайоне. Стремятся люди в данный микрорайон – значит цены там будут выше, чем в соседних.
Справедливо и обратное. Деградация коммунального хозяйства и отдельных домов, разрушение инфраструктуры и социальной сферы, ухудшение экологии, рост преступности в микрорайоне – все это сказывается на соотношении спроса и предложения, а, следовательно, и на ценах. Если жители стремятся уехать из микрорайона, то цены там будут ниже, чем в соседних.

Монополизация первичного рынка, которая проявляется в сложности получения земельных участков и разрешений на строительство, создании препятствий для иностранных компаний, использовании различных коррупционных схем. Как известно, монополизация позволяет не только диктовать цены и условия на рынке, но и существенно снижать качество товара. К тому же любая монополия требует постоянной поддержки, а это, в свою очередь, предполагает использование коррупционных схем. Вот и выходит, что коррупция порождает монополию, а монополия способствует росту коррупции. И каждый новый виток этой спирали приводит к удорожанию жилья на первичном рынке. А удорожание жилья на первичном рынке мгновенно трансформируется в удорожание жилья на вторичном рынке.

Низкие объемы строительства. Ориентация на строительство многокомнатных просторных квартир.

При недостаточном объеме строительства и фактическом игнорировании строительства малогабаритного жилья постоянно растущий спрос остается неудовлетворенным.

Строят малогабаритных квартир очень мало, а малометражных однокомнатных вообще практически не строят. И это притом, что наибольший спрос именно в этом сегменте. Не найдя таких квартир в новых домах, люди вынуждены покупать морально и физически устаревшее жилье, цены на которое растут быстрее всего. Вот и выходит, что квадратные метры в хрущевках и современных домах эконом-класса стоят примерно одинаково, хотя разница в качестве между ними разительна. К сожалению, можем констатировать, что без изменения политики строительства жилья ситуация не изменится. Объясняется это тем, что из-за меньшего метража двухкомнатная квартира в хрущевке обходится тысяч на 15-20 дешевле, чем двухкомнатная в современном доме. Для многих покупателей это обстоятельство является определяющим: им важна крыша над головой, а количество квадратных метров, удобство планировок, звуко- и теплоизоляция – это уж как получится.

Предоставление льготных молодежных кредитов в 2004-2005г.г. создало просто колоссальный спрос в этом сегменте и еще более увеличило темпы роста цен.

Другое дело, что законы рынка даже в период ажиотажных ожиданий рано или поздно берут своё. Высокий уровень цен является тем фактором, который сам по себе заставляет потенциальных покупателей отложить покупку жилья и сосредоточиться на накоплении денежных средств. Покупки откладываются, а на рынке начинается стагнация и даже падение цен.
И тут играют большую роль политико-психологические факторы, о которых речь пойдет ниже.

2.6.2.Политико-психологические факторы, влияющие на стоимость киевской недвижимости.

Основными политико-психологическими факторами, которые наиболее сильно влияют на стоимость недвижимости, по нашему мнению, являются:
-состояние политической стабильности и, как следствие этого, положительные или негативные ожидания участников рынка;
-степень доверия граждан к банковской системе, рынку недвижимости к перспективам развития города и страны;
- проведение политических и выборных кампаний;
- проведение PR-кампаний, направленных как на разогрев рынка, так и на обвал цен на рынке;
- организация массовых акций протеста против строительства в центральных и других тесно застроенных районах;
- уровень оптимизма граждан, зависящий от многих факторов, начиная от перспектив развития страны и заканчивая состоянием жилого фонда и криминогенной обстановкой в микрорайоне.

Политико-психологические факторы переплетены еще сильнее, чем социально-экономические. В каждой конкретной ситуации всегда можно выделить те факторы, которые в данном случае превалируют. Но, выделяя различные факторы, всякий раз убеждаешься в том, что действуют они сообща, иногда усиливая, иногда ослабляя друг друга. Именно поэтому мы начали данный раздел перечислением наиболее весомых политико-психологических факторов, имея в виду, что их взаимосвязь и влияние будет рассмотрена на конкретных примерах.
Наиболее яркие и показательные примеры дает нам период с августа по ноябрь 2005 года. Именно в этот период спрос упал с ажиотажного до крайне низкого. Такое изменение спроса не может быть продиктовано одним лишь фактором цены. Произошло наслоение многих факторов. Большую роль тогда сыграли банки. Авторитетные представители банковских сфер заявляли о грядущем обвале цен на рынке недвижимости. Также банкиры в один голос заявляли об ограничении ипотечного кредитования, ужесточении условий выдачи кредитов, повышении процентной ставки.
Эти голоса наложились на мощную пиар-кампанию, направленную на слом быстро растущего тренда. Отовсюду звучали пророчества об остановке производства, катастрофическом падении ВВП, кризисе в экономике страны, других негативных процессах.
Это, безусловно, влияло на настроения потенциальных покупателей. Отставка правительства стала почти подтверждением негативных изменений в экономике и свидетельством политического кризиса. А тут еще и молодежный фонд прекратил предоставление льгот по банковским кредитам.

Усложнение кредитования и фактическая отмена льгот по молодежным кредитам стали непреодолимыми препятствиями для очень значительного числа потенциальных покупателей, сделали невозможным приобретение квартир по заявленным ценам.
Совместное воздействие перечисленных факторов (и в первую очередь воздействие мощных пиар-кампаний) породило негативные ожидания у покупателей, заставило их отложить решение жилищного вопроса.

Рассматривая вопросы ценообразования, будет некорректно умолчать о «Выборах». При этом не стоит переоценивать этот фактор. Нашу страну можно назвать страной выборов. Далеко не всегда выборы влияют на ситуацию на рынке недвижимости. Массовый покупатель в какой-то мере привык к вечным сменам правительства и постоянным выборам. Но вот для крупного капитала выборы – фактор достаточно весомый. Многие потенциальные покупатели, имеющие значительные деньги, нередко связывают изменения в жизни, работе и бизнесе с приходом той или иной политической силы во власть. В обстановке политической неопределенности они не спешат вкладывать деньги и решать жилищные вопросы. А ведь эти покупатели во многом формируют спрос на дорогое, крупногабаритное жилье. И это сказывается на всем рынке. Поскольку покупки больших квартир на вторичном рынке влекут за собой цепочки расселений, составляющих значительную часть рыночных транзакций. И даже временный уход таких покупателей с рынка ощущается весьма болезненно. Поэтому мы склонны полагать, что именно такая ситуация стала одной из основных причин стагнации 2005 года.

Если рассматривать выборы президента в 2004 году, то особых изменений тренд не претерпел – был рост. Однако во время оранжевой революции рынок недвижимости затаился, количество сделок сократилось. Многие покупатели к тому времени представляли именно столичную бизнес среду, и до решения вопроса о президенте покупки были отложены. Были и крайние ожидания, некоторые собирались покинуть страну в случае прихода к власти прежних правителей.
После выборов деловая активность, как правило, оживает. Так было и после президентских выборов 2004 года, и после парламентских 2006 года. В какой-то мере это объясняется тем, что выборы - весьма дорогостоящий процесс, в ходе которого тратятся значительные дополнительные деньги. И они давят на все потребительские рынки, включая и рынок недвижимости. Но не это самое важное. Куда важнее то, что после завершения выборов, формируются команды фаворитов, а также правила игры на срок, достаточный, если не для стратегического, то хотя бы тактического планирования. Это способствует оживлению деловой жизни, позволяет оптимизировать экономические решения, в том числе, связанные с инвестициями и оборотом денежных потоков. Конечно же, все это сказывается на рынке недвижимости, который после завершения выборов практически всегда наращивает обороты. Да и чисто житейские моменты, связанные с формированием команд и перераспределением постов, отбрасывать не стоит. В столицу приезжают новые люди, которым нужно жилье. Кто-то квартиры продает, кто-то покупает. А кто-то и деньги инвестирует в строительство жилья, рассчитывая на будущие дивиденды и/или потребности подрастающих детей.

Важно!

Подводя итоги, отметим основные факторы, которые могут снизить цены на недвижимость.

Положительные факторы:
1) резкое увеличение объема строительства: ориентация на строительство целых микрорайонов со своей инфраструктурой, привлечение в Киев мощных иностранных

строительных компаний (естественно, что всё это предполагает открытость и гласность процессов и решений, относящихся к выделению земли и разрешений на строительство, а также ликвидацию коррупционных схем и возможностей чиновников наживаться на жизненно важных потребностях людей);
2) развитие регионов Украины, создание нормальных условий для жизни и работы в других городах, а также в сельской местности;
3) создание альтернативных способов размещения денежных средств (прежде всего, развитие фондового рынка, а также создание более благоприятного климата для мелкого и среднего бизнеса).

Отрицательные факторы:

1) кризис в экономике и, как следствие этого, резкое падение доходов населения и сокращение платежеспособного спроса на недвижимость;
2) форс-мажорные обстоятельства (стихийные бедствия, национальные конфликты);
3) деградация микрорайонов, коммунального хозяйства, отдельных домов;
4) ухудшение условий ипотечного кредитования, сворачивание льготных программ приобретения жилья.

Самостоятельным пунктом стоит оптимальная налоговая нагрузка на строительство, владение и приобретение жилья. С помощью налогов можно и нужно регулировать цены на недвижимость. Но при этом учитывать, что введение любого налога имеет как положительные, так и отрицательные стороны. По нашему мнению, налог на недвижимость должен быть. Но он должен быть таким, чтобы обеспечить баланс интересов всех слоев населения. Инвестиции в киевскую недвижимость должны быть по-прежнему привлекательны для отечественных и зарубежных инвесторов. И при этом содействовать решению жилищных проблем социально незащищенных слоев населения.

2.6.3. Основные факторы, влияющие на стоимость регионального рынка недвижимости

Для полного, правильного и достоверного прогнозирования тенденций развития регионального рынка недвижимости необходимо правильно понимать и учитывать факторы влияющие на стоимость недвижимости исследуемого региона.
Региональные рынки недвижимости функционируют под влиянием ряда взаимосвязанных групп факторов, которые все в комплексе обязательно необходимо учитывать при прогнозировании цен на недвижимость

Аналитическим центром Харьковского инвестиционного агентства недвижимости определено восемь основных групп факторов, оказывающих влияние на тенденции развития регионального рынка недвижимости:

- **рыночные,**
- **политические,**
- **экономические,**
- **социально-культурные,**
- **демографические,**
- **природно-географические,**
- **научно-технические (внутренние),**
- **внешние.**

1. Рыночные факторы

К рыночным факторам относят спрос и предложение, эластичность рынка и другие факторы, присущие нормально функционирующему рынку недвижимости, как элементу рыночной экономики.

2. Политические факторы

К политическим факторам относят реально существующую политическую ситуацию в стране. К политическим факторам относят:
1) социально-экономическую направленность политики правящей партии;
2) предвыборные кампании;
3) межнациональные конфликты;
4) поли тику правительства в области экономики — нормативно-законодательные акты, касающиеся сегментов рынка недвижимости (рынка жилья, коммерческих помещений, рынка земли и т. д.);
5) политику местных органов власти в отношении рынка недвижимости и рынка земли;
6) элементы государственной политики в области производства, включающие в себя
- скорость и направленность процессов национализации и денационализации,
- налоговую систему,
-способы демонополизации,
- политику в области социального обеспечения,
- политику в области защиты окружающей среды.

3. Экономические факторы включают
1) экономический уровень развития страны,
2) темпы роста валового национального продукта,
3) кредитно-денежную политику (особенно в области ипотечного кредитования),
4) темпы инфляции,
5) колебания деловой активности,
6) занятость населения,
7) покупательную способность населения.

4. Социально-культурные факторы представлены различными аспектами социально-экономической структуризации населения по различным основаниям, таким как социально-профессиональные, социально-потребительские, по уровню доходов, жилищные условия и т. д.
5. Демографические факторы, влияющие на состояние региональных рынков недвижимости,
1) численность населения,
2) прирост населения,
3) уровни рождаемости и смертности,
4) плотность населения, миграции, степень урбанизированности территорий и др.
6. Природно-географические факторы: климат, рельеф, природные ресурсы, экологические условия и др.
7. Научно-технические факторы, влияющие на технологию и организацию строительства, во многом определяют параметры себестоимости и рыночной цены при формировании первичного рынка жилья.
8. Внешние факторы – факторы, связанные с тенденциями развития мировых рынков недвижимости и мировой банковской и финансовой систем.

Профессиональный прогноз должен быть обоснован.

Задачей аналитика, при построении прогноза для рынка недвижимости, является правильное определение воздействия любого из факторов на состояние регионального рынка недвижимости, а также выявление логики взаимодействия факторов и их влияние на конъюнктурную цепочку «спрос-предложение-цены».
Очень важно обратить внимание на то, что в каждый анализируемый период конъюнктура регионального рынка недвижимости представляет собой результат совместного воздействия на нее различных по длительности влияния, силе и направлению факторов. При этом все факторы воздействуют на конъюнктуру рынка не изолированно, а во взаимодействии. Не стоит исключать из рассмотрения факт того, что сложность анализа

регионального рынка недвижимости обусловлена именно необходимостью правильного выбора не только выше перечисленный факторов, но и возможно применение дополнительных факторов, присущих анализируемому региону.

2.7. Тенденции изменения цен на рынках и сравнительный анализ первичного и вторичного рынков жилой недвижимости.

2.7.1. Взаимное влияние первичного и вторичного рынков жилья.

Первичный рынок недвижимости – это часть рынка, на котором торгуют вновь созданными и впервые выходящими на рынок объектами, объектами, которые не введены в эксплуатацию и не зарегистрированы в БТИ. На эти объекты у покупателя не возникают права собственности (но есть права имущественные, инвестиционные).

Вторичный рынок недвижимости – часть рынка, где сделки совершаются с объектами, на которые имеются права собственности.

Оба рынка тесно связаны между собой. Застройщики, назначая цену на свое жилье, ориентируются не столько на свои затраты, сколько на финансовые возможности покупателей и цены вторичного рынка. Участники вторичного рынка во многом ориентируются на цены первичного рынка.
При этом аналитики постоянно решают вопрос из серии, что первично: яйцо или курица? В данном случае этот вопрос приобретает вид: какой из рынков предопределяет изменение цен – первичный или вторичный?
Ответ на данный вопрос зависит от многих факторов.

Основная черта **первичного рынка** – его плановость и регулируемость. Цены на первичном рынке устанавливают застройщики сразу на достаточно большое количество квартир. Количество застройщиков не так уж и велико. Массовое же строительство ведут лишь очень немногие застройщики. Тем не менее, конкуренция на первичном рынке есть. Немаловажно также и то, что есть конкуренция со вторичным рынком.
При установлении цен, менеджерам строительных компаний приходится оглядываться не только на конкурентов, но и на цены вторичного рынка.

Основные же особенности **вторичного рынка** – стихийность и массовость. На вторичном рынке цены никто не диктует. У большинства продавцов есть лишь одна квартира на продажу. И они устанавливают на нее цену такую, какую считают приемлемой лично для себя. Доля продавцов, выставивших одновременно несколько квартир, очень невелика. Другое дело, что вторичный рынок постоянно оглядывается на первичный. Недостаточный объем строительства в условиях огромного спроса – эта та пружина, которая давит на всех без исключения участников вторичного рынка, а через них и на цены.

Изменение цен на рынках далеко не всегда происходит синхронно. В периоды быстрого роста цен вперед, как правило, вырывается вторичный рынок. В периоды стагнации вперед вырывается первичный рынок (на застройщиков ведь давит не только вторичный рынок, но и множество других факторов, в том числе, инфляция, удорожание материалов и рабочей силы).

Взаимное влияние первичного и вторичного рынка лучше всего изучать на конкретных примерах. Одним из таких примеров может служить история, связанная с «Элитой-Центр» и периодом от стагнации к галопирующим ценам 2006 года.

В феврале 2006 года (в период стагнации) разразился скандал вокруг группы компаний «Элита-Центр». Обманутыми остались порядка 1500 человек. Сумма нанесенного ущерба составила около $80 млн.
Эти события весьма серьезно повлияли на настроения участников первичного рынка. Клиенты стали тщательнее проверять документы на строительство, лицензии, документы, подтверждающие права пользования земельным участком. Репутация застройщика и личные наблюдения за ходом строительства в одночасье стали чуть ли не самыми серьезными факторами при выборе объектов для инвестирования средств.
На эти события наложились выборы киевского мэра и последовавшие за этим изменения «правил игры» при выделении земельных участков.
В ряде компаний возникли существенные затруднения. Проверяющие комиссии шли одна за другой; некоторые инвесторы пытались расторгнуть договора; поток новых инвесторов изрядно обмелел. Число людей, готовых вкладывать деньги на этапе котлована, существенно сократилось.

Сформировалась категория потребителей, отказывающихся в принципе приобретать жилье на первичном рынке. Неопределенность на первичном рынке подтолкнула цены на вторичном. В результате рост цен на первичном рынке стал существенно отставать от роста цен на вторичном. В августе 2006 года на вторичном рынке Киева начался длительный период бурного роста цен. И этот бурный рост цен, конечно же, сказался на первичном рынке. Наиболее осведомленные инвесторы, многие из которых лично побывали на стройплощадках и удостоверились в надежности застройщиков, начали массово вкладывать деньги в строящееся жилье.
Столкнувшись с резким повышением спроса, далеко не все застройщики сумели сразу отреагировать соответствующим повышением цен. Поэтому еще в августе были предложения в прицентральных районах по цене 5000 – 5500 гривен за квадратный метр. В сентябре 2006 года о таких ценах никто и не мечтал.
Ряд компаний, наблюдая за паническим поведением покупателей, уменьшили количество продаж, стали продавать квартиры не на этапе котлована, а ближе к завершению строительства, рассчитывая, что это позволит получить максимальную прибыль. Большинство застройщиков, глядя на повышенный спрос и галопирующий рост цен на вторичном рынке, стали выставлять объекты по существенно завышенным ценам.
В результате вышло так, что массовый потребитель сориентировался лишь тогда, когда цены подскочили, а в продаже почти ничего не осталось.
В этих условиях резко возрос спекулятивный спрос. По оценке главы правления банка «Аркада» Константина Паливоды, осенью 2006 года спекулятивный спрос на первичном рынке превышал 50%, в то время как раньше его доля составляла 20-30%. Как показал анализ эффективности вложения средств в строительство, на отдельных объектах инвестор мог получить уровень рентабельности, доходящий до 100-140% годовых.

Значок – Важно!

Основные предпосылки для столь высокой рентабельности на первичном рынке было следующее:

1) перераспределение стоимости квадратного метра во времени (на начальном этапе застройщики, с целью более интенсивного привлечения средств, занижали цену, а ближе к окончанию строительства завышали ее для балансировки);
2) влияние общерыночных тенденций повышения цен (цены на первичном рынке ниже, чем на вторичном; после сдачи дома квартира переходит с первичного рынка на вторичный, и цены автоматически растут).

Столь высокий уровень рентабельности – плата за высокие риски, связанные с инвестированием средств на этапе котлована.

2.7.2. Объемы и участники первичного и вторичного рынков жилья.

Первичный рынок

Согласно данным Госкомстата, в Киеве в 2006 году было введено в эксплуатацию 14672 квартиры общей площадью 1300980 квадратных метров. Это на 100000 квадратных метров (на 8,3%) больше, чем в 2005 году. Конечно же, это явно недостаточно для Киева. Но, если сравнивать Киев с другими регионами, то лидирующее положение столицы более чем заметно. Доля киевлян в общей численности населения Украины составляет порядка 5,8%, а доля введенного в Киеве жилья – порядка 15% от всего жилья, введенного в 2006 году в Украине. Не смотря на то, что объем введенного жилья известен, оценить объем первичного рынка не так уж и просто. Нет достоверной информации о том, сколько квартир поступает на рынок и сколько распределяется за пределами рынка. Ориентироваться на рекламу и прайс-листы застройщиков сложно: далеко не все предложения попадают туда.

Если принять, что в 2006 году усредненной стоимости квадратного метра составила 1550$, то общая стоимость введенного в Киеве в 2006 году жилья составила порядка порядка 2015 млн. долларов. Справедливости ради, необходимо уточнить, что сданный в 2006 объем был начат еще в 2005, а там цены были другие. Кроме того какое-то количество квартир было распределено, а не продано. Поэтому общий объем первичного рынка в 2006 году ориентировочно можно оценить в 1,5 млрд. долларов.

Отсутствие малогабаритного жилья предопределяется ориентацией строителей на дома повышенной этажности, в которых себестоимость квадратного метра в малогабаритной квартире существенно выше, чем в квартире с просторными холлами и подсобными помещениями.

Закладывать в проекты дешевые малогабаритные квартиры экономически целесообразно в домах относительно небольшой этажности, расположенных на дешевой земле. А такую землю коммерческим структурам трудно найти даже в городах-спутниках Киева. Правда, такая земля есть у города и у государства, которые вполне могут строить малогабаритное жилье для социально незащищенных слоев населения. Более детально структура предложения представлена в таблице 1.

Таблица 1. Структура предложений квартир на первичном рынке Киева (включая города-спутники)

Удельный вес предложений	**Социальное жилье и «эконом класс»**	**Жилье «бизнес-класса»**	**Жилье класса «премиум»**
Ориентировочное соотношение предложений различных классов жилья в общей массе	60%	36%	4%
Ориентировочное соотношение предложений внутри каждого класса			
Однокомнатных площадью до 50 кв.м.	10%	0%	0%
Однокомнатных площадью от 50 до 60 кв.м.	17%	8%	0%

Однокомнатных площадью свыше 60 кв.м.	8%	12%	5%
Двухкомнатных площадью до 70 кв.м.	6%	2%	0%
Двухкомнатных площадью от 70 до 90кв.м.	18%	15%	0%
Двухкомнатных площадью свыше 90кв.м.	12%	23%	20%
Трехкомнатных площадью до 90 кв.м.	4%	2%	0%
Трехкомнатных площадью от 90 до 120 кв.м.	14%	10%	5%
Трехкомнатных площадью свыше 120кв.м.	7%	18	40%
Четырех- и более комнатных квартир	4%	10%	30%

Вторичный рынок

Оценить обороты вторичного рынка можно лишь косвенно. Не известны ни цены реальных продаж, ни количество сделок. И, если количество сделок чиновники просто скрывают, то статистику цен реальных продаж не знает никто: далеко не всегда стороны указывают в договорах истинные стоимости квартир.

По нашим оценкам, в 2006 году на вторичном рынке было выставлено порядка 120000 объектов, продано порядка 40000 квартир. Годовой оборот вторичного рынка жилой недвижимости Киева составил порядка 4,5 млрд. долларов. Средняя стоимость квадратного метра на вторичном рынке выросла на 67,7% с 1550 до 2600 долларов за квадратный метр.
Порядка 70-80% сделок на вторичном рынке - это фактические обмены с доплатами и компенсациями (вместо одних квартир люди покупали другие, в большинстве случаев улучшая жилищные условия).
Отечественный вторичный рынок отличается от классического, во-первых, очень слабым влиянием «портфельных» продавцов и покупателей, а, во-вторых, сложностью размещения вырученных от продажи средств за пределами рынка недвижимости.

Подавляющему большинству продавцов очень сложно эффективно разместить на длительный срок вырученные деньги за пределами рынка недвижимости. Поэтому, когда этот рынок «заболевает», они сразу же перестают куда-либо спешить, занимают выжидательную позицию.

Кроме того, для «классического» рынка у нас явно не хватает оптовиков («портфельных инвесторов»). Отсутствие оптовиков на вторичном рынке приводит к явному его перекосу и уходу от «классики». И дело даже не в том, что у подавляющего большинства потенциальных продавцов есть всего одна единственная квартира для продажи. Дело в том, что кроме этой квартиры у них, по большому счету, больше ничего и нет. Поэтому эту квартиру они рассматривают, как шанс подняться в жизни, как возможность обеспечить себя в старости.

Рассредоточение объектов недвижимости среди «всего населения» сдерживает и рынок аренды. Киеву, на наш взгляд, очень не хватает так называемых «доходных домов», специально предназначенных для сдачи квартир в аренду.

Из сказанного выше, вовсе не следует, что в Киеве совсем уж нет лиц, покупающих и продающих квартиры на вторичном рынке с единственной целью заработать деньги. Вот они, действительно, представители «классического рынка». Играют и на повышении, и на понижении цен. Надолго замораживать активы они, как правило, не могут. Поэтому в случаях, когда объект не продается более трех-четырех месяцев, сбрасывают 10-15%

цены. Подавляющее же большинство обычных продавцов на подобный шаг решаются лишь в самых крайних случаях

Типичный портрет покупателя в каждом сегменте рынка свой.

Квартиры стоимостью 300000$ и выше покупают бизнесмены, представители региональных элит, артисты, ведущие специалисты процветающих предприятий, некоторые юристы, политики, чиновники. Но не только. Покупают их и «простые люди», выгодно продавшие свои квартиры или земельные участки.
Обобщенный портрет покупателя квартир стоимостью от 150000 до 300000 во многом совпадает с портретом покупателя более дорогих квартир. Другое дело, что уровень доходов и статус их пониже. По нашим наблюдениям, две трети таких покупателей – киевляне, а треть – приезжие. Большинство таких людей покупают квартиры не «с нуля», а продав недвижимость (в том числе, и в других городах). В случае нехватки денег многие берут ипотечные кредиты.
Превалирующее стремление таких покупателей – улучшить свои жилищные условия или перебраться в более комфортный/перспективный город или район.
Это же стремление явно просматривается и у людей, покупающих квартиры стоимостью 110000 – 150000. Они продают более дешевые квартиры, добавляют деньги (или берут ипотечный кредит) и покупают квартиру большей площади (нередко в новом доме).

Очень большим спросом пользуются самые дешевые малогабаритные квартиры. Их покупают самые разные люди. Покупают, их так называемые «расселенцы», меняющие просторную квартиру на две (и более) малогабаритных. Это и обитатели общих квартир, и родители со взрослыми детьми, и бывшие супруги…
Покупают тесные убогие квартиры и люди из других городов. Покупают и предприниматели, которые используют подобные квартиры как общежития и закрытые офисы.
Почему же люди платят столь огромные (даже по европейским меркам) деньги за столь убогое жилье?
Во-первых, потому, что на лучшее жилье денег не хватает, а жить они хотят в Киеве. А, во-вторых, потому, что многие рассматривают подобное жилье как временное, рассчитывают через несколько лет продать его по той же цене (или даже дороже).

2.7.3. Основные риски, которые имеют место на первичном и вторичном рынках.

Анализируя риски, необходимо четко понимать, что в Украине экономика и политика непрозрачны, высок уровень коррупции, нестабильно законодательство. Всегда есть риск, что действующие нормы, правила, договора будут изменены задним числом, а то и вовсе аннулированы.
Наряду с общими рисками, есть и специфические риски для каждого рынка.

Значок – Важно!

На первичном рынке инвесторы рискуют вложить деньги в проекты, которые никогда не будут реализованы или реализованы с большим опозданием. Как показывает практика, причины могут быть самые разные, в том числе:
- спланированные аферы;
- низкая квалификация менеджеров;
- отсутствие необходимых разрешений на строительство;
- противодействие жителей окрестных домов;

- противодействие чиновников;
- финансовые трудности застройщика;
- криминальные и судебные разборки фирм и/или учредителей.

Примеры, наглядно иллюстрирующие реальные проявления этих рисков, регулярно появляются в СМИ. Там же даются основные способы минимизации этих рисков:
- тщательно проверять всю документацию,
- иметь дела с застройщиками, которые на деле доказали свою высокую квалификацию и надежность,
- вкладывать деньги как можно ближе к этапу сдачи дома (а еще лучше – после сдачи дома).

Но и после сдачи дома покупателя ожидают многочисленные риски, связанные с ремонтами, обустройством жилья, дома, микрорайона. Покупатели нередко забывают, что большинство квартир сдаются без отделки. Проводить в многоэтажном доме ремонты и дорого, и сложно, и опасно. Сложно потому, что приходится в каждую квартиру завозить тонны стройматериалов. Лифты подобного не выдерживают. Их отключают. Стройматериалы приходится носить по лестницам. Это существенно затягивает и удорожает ремонт.

Опасность заключается в том, что многие хозяева пытаются усовершенствовать системы водоснабжения, отопления, канализации. Нанимают для этого разных «умельцев». Пока в квартире нет дорогих обоев, столярки, паркета и мебели, то к частым заливам можно относиться более-менее спокойно. Можно не очень переживать о трещинах, возникающих от вибраций и усадки дома. Но после того как хозяева потратят на ремонт большие деньги, спокойствие будет только сниться. Особенно, если во всем доме с утра до вечера годами будут работать перфораторы.

Есть также немалые риски того, что микрорайон долгое время будет напоминать строительную площадку без необходимой для нормальной жизни инфраструктуры (транспорта, школ, поликлиник, магазинов, деревьев, зеленых прогулочных улиц и многого того, что есть в обжитых районах).

Значок – Важно!

На вторичном рынке – свои риски. Основные из них это признание сделки недействительной; отказ прежних жильцов выезжать; обман, шантаж, иной криминал. Кроме того, въехав в квартиру в старом доме, покупатель рискует столкнуться со всеми недостатками, присущими дому и его обитателям. Ведь не секрет, что многие старые дома (и целые кварталы) со временем становятся похожими на гетто. Покупатель, обследующий дом и квартиру ясным летним днем, далеко не всегда представляет себе многочисленные минусы, с которыми может столкнуться в будущем (опустившихся соседей, хулиганские компании во дворах, неисправные системы отопления и т.д. и т.п.).

Вопросы для самопроверки

1. На рынке жилой недвижимости альтернативные сделки составляют:
1) 70-80%
2) 85-95%
3) 30-40 %

2. Недвижимость классифицируется на такие основные группы:

1) Рынок жилой недвижимости, рынок земли, рынок коммерческой недвижимости
2) Рынок жилой недвижимости, рынок торговых помещений, рынок коттеджей.
3) Рынок жилой недвижимости, рынок торговых помещений, рынок офисных помещений, рынок коттеджей, рынок сопутствующих услуг.

3. В основе традиционной классификации жилой недвижимости лежат такие критерии:
1) Эпоха строительства, материал стен, площадные параметры
2) Материал перекрытий, эпоха строительства, цена м2, площадной параметр.
3) Материал стен, эпоха строительства, площадной параметр, цена м2.

4. Назовите основные направления, которые позволяют отнести дом к тому или иному классу по классификации Украинской строительной Ассоциации:
1) Месторасположение, Строительные и технические характеристики здания, его конструктивных элементов, Обустройство зданий и его придомовой территории, Социальная инфраструктура здания, Материалы и оборудование, Техническая инфраструктура, Организация управления и эксплуатации
2) Месторасположение, Наличие паркинга, Наличие высококачественной разводки и кабеля интернет, Строительные и технические характеристики здания, его конструктивных элементов, Обустройство здание и его придомовой территории, Социальная инфраструктура здания, Материалы и оборудование, Техническая инфраструктура, Организация управления и эксплуатации.
3) Месторасположение, Наличие паркинга, Наличие высококачественной разводки и кабеля интернет, Строительные и технические характеристики здания, его конструктивных элементов, Обустройство здание и его придомовой территории, Социальная инфраструктура здания, Материалы и оборудование, Техническая инфраструктура, Наличие собственных систем энергосбережения., Пешеходная доступность ближайшей станции метро.

5. Согласно классификации УСА месторасположение дома описывается следующими параметрами:
1) близость к историческому и административному центру; пешеходная доступность ближайшей станции метро; наличие транспортных развязок; близость к городским зонам отдыха; удаленность от промышленных зон и объектов; плотность застройки; наличие инфраструктуры в микрорайоне; социальный статус соседей по дому.
2) близость к историческому и административному центру; пешеходная доступность ближайшей станции метро; наличие транспортных развязок; близость к городским зонам отдыха; удаленность от промышленных зон и объектов; плотность застройки; наличие инфраструктуры в микрорайоне.
3) близость к историческому и административному центру; пешеходная доступность ближайшей станции метро; наличие транспортных развязок; близость к городским зонам отдыха; удаленность от промышленных зон и объектов; наличие инфраструктуры в микрорайоне; социальный статус соседей по дому.

6. Назовите основные сигналы изменения состояния рынка жилой недвижимости:
1) Изменение количества предложений и соотношения стоимости м2 дорогого и дешевого жилья, изменение количества предложений в целом, снижение деловой активности, увеличение сроков экспозиции.
2) Изменение количества 2 комнатным квартир, публикации в СМИ о состоянии рынка, снижение деловой активности
3) Изменение количества 3 комнатных квартир, публикации в СМИ о состоянии рынка, снижение деловой активности

7. К положительным факторам снижения стоимости недвижимости относятся:
1) Увеличение объемов строительства, развитие регионов страны, создание альтернативных способов размещения денежных средств.
2) Увеличение объемов строительства, ограничение валютного кредитования, развитие регионов страны, создание альтернативных способов размещения денежных средств.
3) Увеличение объемов строительства, развитие регионов страны, создание альтернативных способов размещения денежных средств, падение доходов население.

8. К отрицательным факторам снижения стоимости недвижимости относятся:
1) Кризис в экономике, стихийные бедствия, деградация микрорайонов, ухудшение условий ипотечного кредитования.
2) Кризис в экономике, стихийные бедствия, создание альтернативных способов вложения средств, деградация микрорайонов, ухудшение условий ипотечного кредитования.
3) Кризис в экономике, стихийные бедствия, деградация микрорайонов, ухудшение условий ипотечного кредитования, развитие регионов страны.

МОДУЛЬ 3. ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ

3.1. Методология Анализа Рынка Недвижимости.
3.1.1. Структура объектов недвижимости.
3.1.2. Рынок недвижимости как кибернетическая управляемая саморегулируемая система с обратными связями.
3.1.3. Циклы, периоды, фазы и стадии развития рынка недвижимости.
3.1.4. Этапы анализа.
3.2. Мониторинг Рынка Недвижимости.
3.2.1. Создание аналитических баз данных.
3.2.2. Источники данных о предложениях на рынке недвижимости.
3.3. Общее понятия об индексах рынка недвижимости
3.3.1. Абсолютные и относительные показатели.
3.4. Классификация объектов жилой недвижимости.
3.4.1. Методика типизации жилья по качеству.
3.4.2. Классификация дома коттеджи.
3.4.3. Зонирование территории города.
3.4.4. Построение числовой дискретной пространственно - параметрической
Модели рынка.
3.5. Сегментация рынка нежилой недвижимости
3.5.1. Офисная недвижимость.
3.5.2. Классификация офисных помещений.
3.5.3. Торговая недвижимость.
3.5.4. Классификация торговой недвижимости.
3.5.5. Складская недвижимость.
3.5.6. Гостиничная недвижимость.
3.5.7. Международная классификация гостиниц.
3.5.8. Промышленная недвижимость.

3.1. Методология Анализа Рынка Недвижимости

3.1.1. Структура объектов недвижимости.

Для целей анализа рынка и управления его созданием и развитием объекты недвижимости необходимо структурировать, т.е. выделять те или иные однородные группы по следующим признакам:

- по физическому статусу;
- по назначению;
- по качеству.

По физическому статусу выделяют:
- земельные участки;
- здания, строения, сооружения;
- помещения.

По назначению здания и помещения укрупнено разделяют:
- на жилые;
- нежилые.

3.1.2. Рынок недвижимости как кибернетическая управляемая саморегулируемая система с обратными связями.

Рынок недвижимости, как социально-экономическая управляемая и саморегулируемая система, содержит все признаки т.н. кибернетических систем с обратными связями. Основная особенность таких систем – колебательный характер, протекающий в них процессов, т. е. обязательное чередование подъемов и спадов, между которыми наблюдаются более или менее кратковременные периоды стабильности. Все циклические процессы на рынке недвижимости в западной литературе принято делить на колебания и тенденции (тренды).

Колебания рынка недвижимости флуктации (real estate fluctuations) – это краткосрочные изменения цен и арендных ставок, обычно длящиеся от одного – двух дней до нескольких месяцев. В отличие от тенденций рынка недвижимости, колебания обычно не являются следствием взаимодействия спроса и предложения. Их причиной являются силы, действующие на рынок снаружи. Например, природные катаклизмы, политическая, экономическая ситуация в стране, сезонность рынка, некорректность подачи информации средствами массовой информации о состоянии рынка недвижимости.

Анализ рынка, как правило, не имеет дела с колебаниями, поскольку их нельзя предсказать, и нельзя ожидать, что они будут длительными. Тем не менее, зная о колебаниях, участники коммерческого рынка недвижимости может воспользоваться преимуществами важных альтернатив и возможностей выбора времени.

Тенденции рынка недвижимости (real estate trends) – это среднесрочные и долгосрочные движения рынка под воздействием изменения (в первую очередь макроэкономических показателей страны) и как следствие увеличения спроса над предложением на рынке недвижимости, или наоборот. Тенденция часто является причинно – следственной связью изменения демографической ситуации. Изменение потока иммигрантов с положительного на отрицательный и на оборот. Тенденции протекают медленно с течением времени, их влияние на рынок недвижимости слабо. Если смотреть с точки зрения краткосрочного периода времени, но в среднесрочной и долгосрочной перспективе тенденции могут привести к значительным изменениям состояния рынка. Изучение тенденций – основная задача анализа рынка недвижимости.

3.1.3. Циклы, периоды, фазы и стадии развития рынка недвижимости.

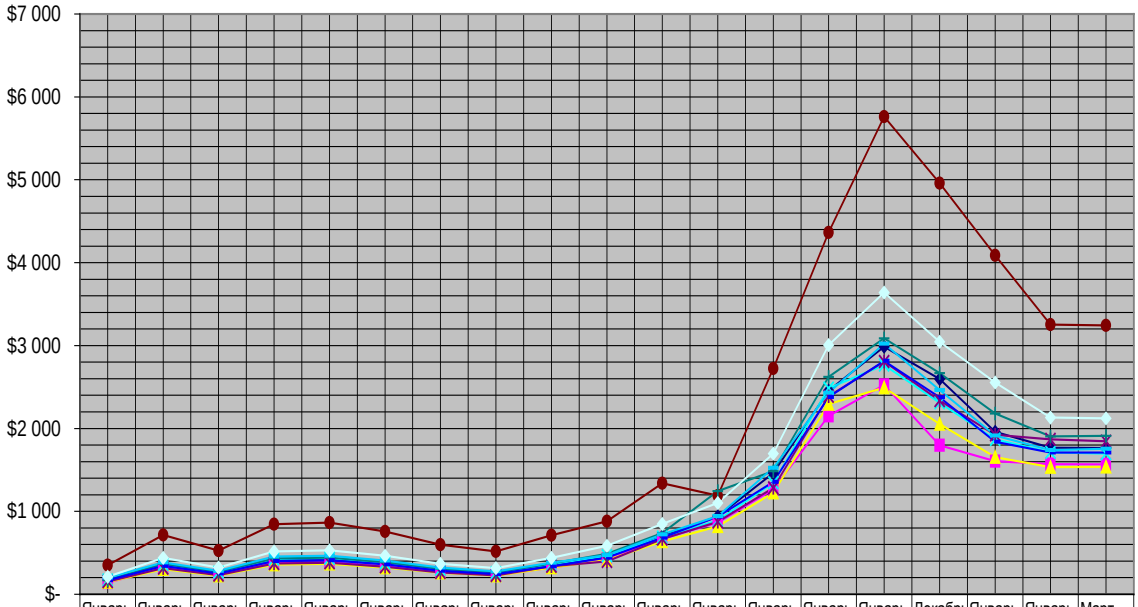
Циклы рынка недвижимости представляют собой определенное движение (подъемы и падения) рынка во времени. Циклы от начала подъема и до начала следующего подъема довольно продолжительные периоды времени, в странах с развитой рыночной экономикой – от двух или трех лет до двадцати – тридцати.

Следует заметить, что циклы рынка недвижимости ведут себя несколько иначе, чем циклы других рынков, таких как рынок ценных бумаг или товарный рынок. Циклы рынка недвижимости не так резко выражены, как другие экономические циклы, и это объясняется уникальными характеристиками недвижимости.

Недвижимость не является активом с высокой ликвидностью. Следовательно, рынок недвижимости отстает от макроэкономических циклов. Это отставание объясняется тем, что строительство требует определенного времени (спрос не может быть удовлетворен мгновенно), а поскольку собственность уникальна, то нахождение ее владельца – процесс более медленный.

Рынок недвижимости дольше достигает (и на очень короткое время) равновесия, когда спрос равен предложению

В качестве примера приводиться график отображающий тенденции стоимости кв.м. жилой недвижимости (вторичный рынок) по административным районам города Киева в период времени январь 1994 год – март 2010 год.



	Январь 1994	Январь 1995	Январь 1996	Январь 1997	Январь 1998	Январь 1999	Январь 2000	Январь 2001	Январь 2002	Январь 2003	Январь 2004	Январь 2005	Январь 2006	Январь 2007	Январь 2008	Декабрь 2008	Январь 2009	Январь 2010	Март 2010
Голосеевский р-он.	$172	$357	$263	$422	$423	$371	$293	$253	$362	$445	$700	$939	$1 464	$2 458	$2 987	$2 596	$1 961	$1 768	$1 763
Дарницкий р-он.	$140	$319	$235	$377	$386	$338	$267	$230	$321	$424	$672	$863	$1 264	$2 151	$2 525	$1 798	$1 607	$1 570	$1 565
Деснянский р-он.	$146	$303	$223	$357	$366	$321	$259	$223	$323	$414	$636	$819	$1 225	$2 295	$2 491	$2 055	$1 654	$1 534	$1 538
Днепровский р-он	$174	$360	$265	$425	$435	$381	$301	$260	$362	$466	$690	$889	$1 346	$2 485	$2 765	$2 310	$1 867	$1 712	$1 698
Оболонский р-он.	$151	$314	$231	$370	$379	$332	$262	$226	$339	$397	$665	$873	$1 283	$2 387	$2 808	$2 335	$1 923	$1 867	$1 846
Печерский р-он.	$350	$716	$527	$844	$865	$758	$598	$516	$712	$880	$1 339	$1 189	$2 723	$4 364	$5 763	$4 960	$4 089	$3 253	$3 243
Подольский р-он.	$170	$367	$270	$432	$443	$388	$306	$264	$370	$486	$738	$1 246	$1 485	$2 621	$3 086	$2 669	$2 180	$1 904	$1 911
Святошинский р-он.	$170	$340	$250	$401	$411	$360	$284	$245	$339	$441	$684	$937	$1 354	$2 378	$2 814	$2 374	$1 838	$1 709	$1 709
Соломенский р-он.	$200	$385	$283	$454	$465	$407	$321	$277	$380	$470	$720	$943	$1 525	$2 430	$3 023	$2 462	$1 913	$1 738	$1 754
Шевченковский р-он.	$212	$439	$323	$517	$530	$464	$366	$316	$440	$584	$848	$1 102	$1 696	$3 006	$3 640	$3 045	$2 554	$2 131	$2 123

Алгоритм анализа рынка недвижимости следующий выделяем:

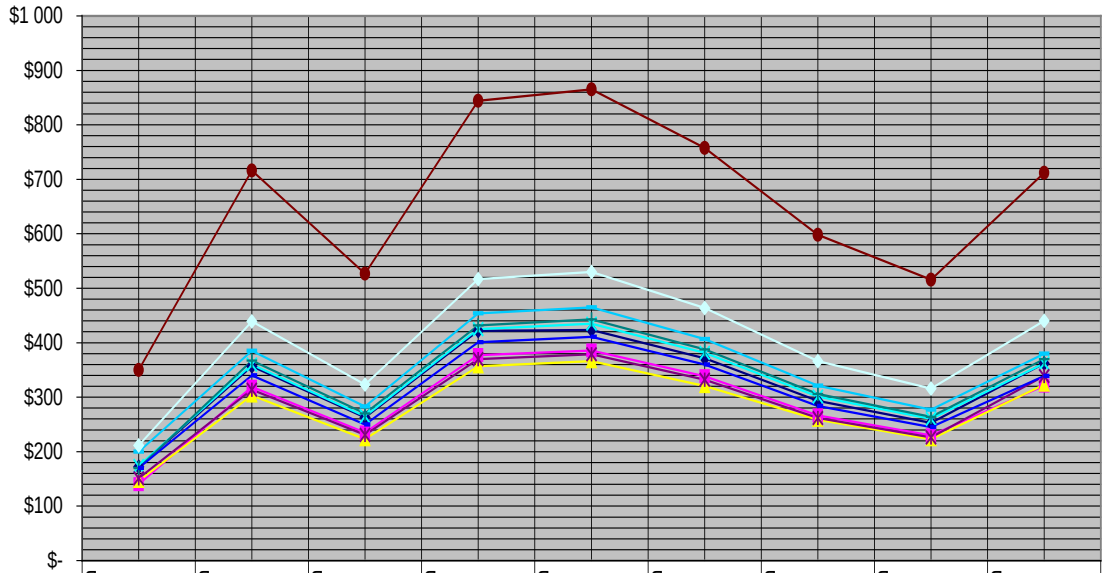
- циклы;
- полуциклы (периоды);
- фазы;

- стадии.

Проанализировав график можно сделать вывод, что рынок недвижимости Киева (Украины) прошел
один полный цикл: **Цикл (1992) 1994 год – 2002 год (11 лет)**
и неполный второй цикл: **Цикл 2003 год – 2010 год (8 лет)**

1. Цикл рынка недвижимости продолжительность 11 лет

В качестве примера приводиться график отображающий тенденции на рынке вторичной недвижимости по административным районам города Киева в период времени январь (1992)1994 год – январь 2002 год.



	Январь 1994	Январь 1995	Январь 1996	Январь 1997	Январь 1998	Январь 1999	Январь 2000	Январь 2001	Январь 2002
Голосеевский р-он.	$172	$357	$263	$422	$423	$371	$293	$253	$362
Дарницкий р-он.	$140	$319	$235	$377	$386	$338	$267	$230	$321
Деснянский р-он.	$146	$303	$223	$357	$366	$321	$259	$223	$323
Днепровский р-он	$174	$360	$265	$425	$435	$381	$301	$260	$362
Оболонский р-он.	$151	$314	$231	$370	$379	$332	$262	$226	$339
Печерский р-он.	$350	$716	$527	$844	$865	$758	$598	$516	$712
Подольский р-он.	$170	$367	$270	$432	$443	$388	$306	$264	$370
Святошинский р-он.	$170	$340	$250	$401	$411	$360	$284	$245	$339
Соломенский р-он.	$200	$385	$283	$454	$465	$407	$321	$277	$380
Шевченковский р-он.	$212	$439	$323	$517	$530	$464	$366	$316	$440

За время одного Цикла рынок недвижимости проходит ряд фаз:
- подъем, или рост (Expansion);
- избыток предложения (Overs suppli);
- спад или рецессия (Recession);

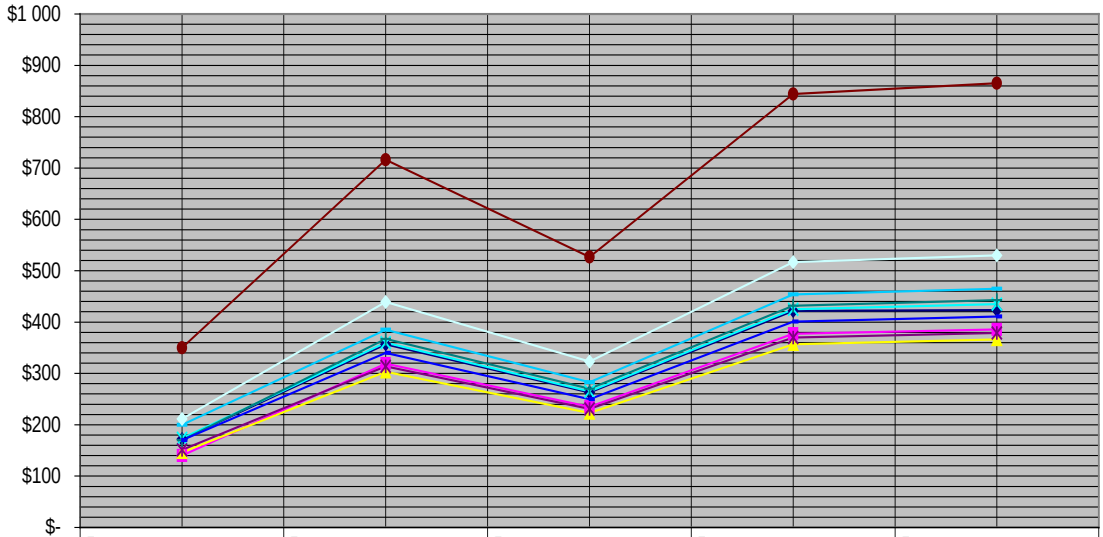
- восстановление или оживление (Recovery).

В практике удобно объединять несколько фаз в полуциклы, (или периоды)

- например, фазы спада или рецессии – в период спада;
- например, фазы восстановления или подъема – в период подъема.

➢ **Полуцикл (или период) продолжительность 7 лет**

В качестве примера приводиться график отображающий тенденции на рынке вторичной недвижимости по административным районам города Киева в период времени январь (1992)1994 год – январь 1998 год.



	Январь 1994	Январь 1995	Январь 1996	Январь 1997	Январь 1998
Голосеевский р-он.	$172	$357	$263	$422	$423
Дарницкий р-он.	$140	$319	$235	$377	$386
Деснянский р-он.	$146	$303	$223	$357	$366
Днепровский р-он	$174	$360	$265	$425	$435
Оболонский р-он.	$151	$314	$231	$370	$379
Печерский р-он.	$350	$716	$527	$844	$865
Подольский р-он.	$170	$367	$270	$432	$443
Святошинский р-он.	$170	$340	$250	$401	$411
Соломенский р-он.	$200	$385	$283	$454	$465
Шевченковский р-он.	$212	$439	$323	$517	$530

На графике явно отслеживаются две фазы:
(1992) 1994 год -1997 год **фаза Подъема или роста (Expansion), 6 лет**.
1997 год – 1998 год **фаза Избытка предложений (Overs suppli), 1 год.**

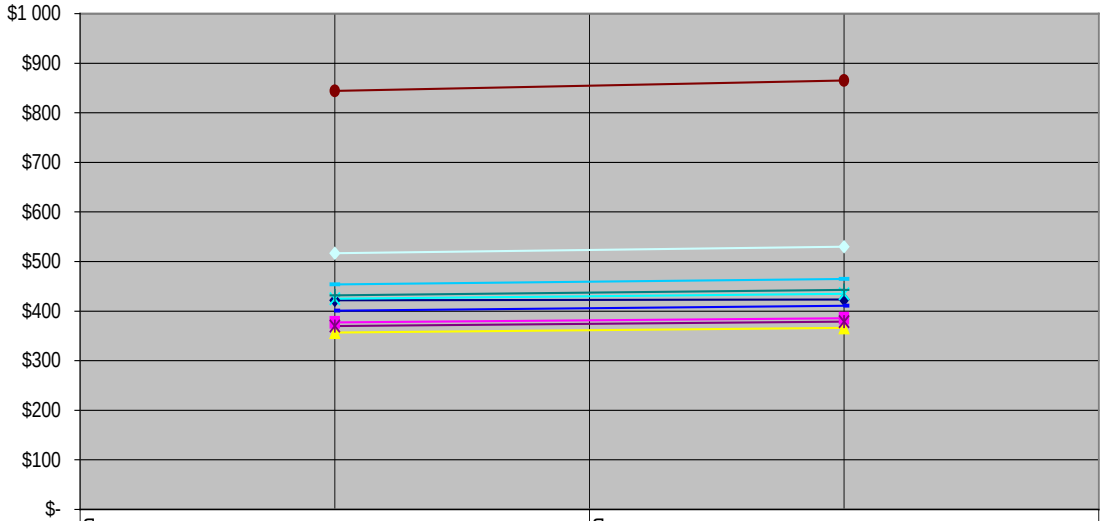
В практике принято выделять внутри фаз отдельные стадии:

- например, стадия стабилизации после подъема;
- например, стадия депрессивной стабилизации после спада или рецессии;

Стадии могут быть как кратковременными, так и более – менее длительными.

- **Стадия стабилизации после подъема продолжительность 1 год.**

В качестве примера приводиться график отображающий тенденции на рынке вторичной недвижимости по административным районам города Киева в период времени январь 1997 год – январь 1998 год.



	Январь 1997	Январь 1998
Голосеевский р-он.	$422	$423
Дарницкий р-он.	$377	$386
Деснянский р-он.	$357	$366
Днепровский р-он	$425	$435
Оболонский р-он.	$370	$379
Печерский р-он.	$844	$865
Подольский р-он.	$432	$443
Святошинский р-он.	$401	$411
Соломенский р-он.	$454	$465
Шевченковский р-он.	$517	$530

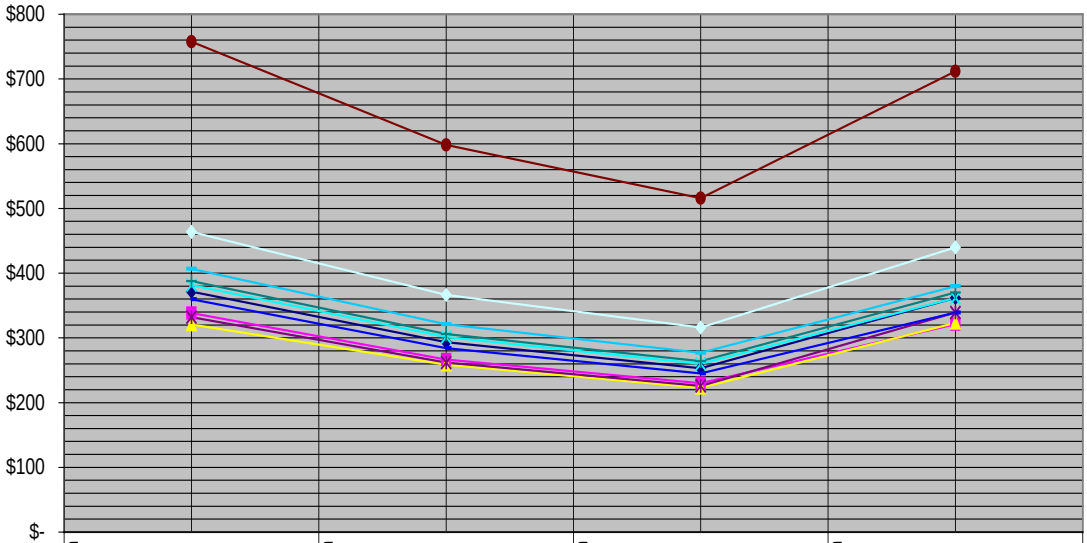
На графике явно отслеживается **Стадия стабилизации.**

После фазы подъема или роста на рынке недвижимости наблюдается (рыночное равновесие) то есть спрос на недвижимость равен количеству предложений на рынке недвижимости, для инвесторов это сигнал уходить с рынка, так как следующий **Полуцикл (или период)** будет проходить следующие фазы:

- спад или рецессия (Recession);
- восстановление или оживление (Recovery).

➢ **Полуцикл (или период) продолжительность 4 года**

В качестве примера приводится график отображающий тенденции на рынке вторичной недвижимости по административным районам города Киева в период времени январь 1999 год – январь 2002 год.



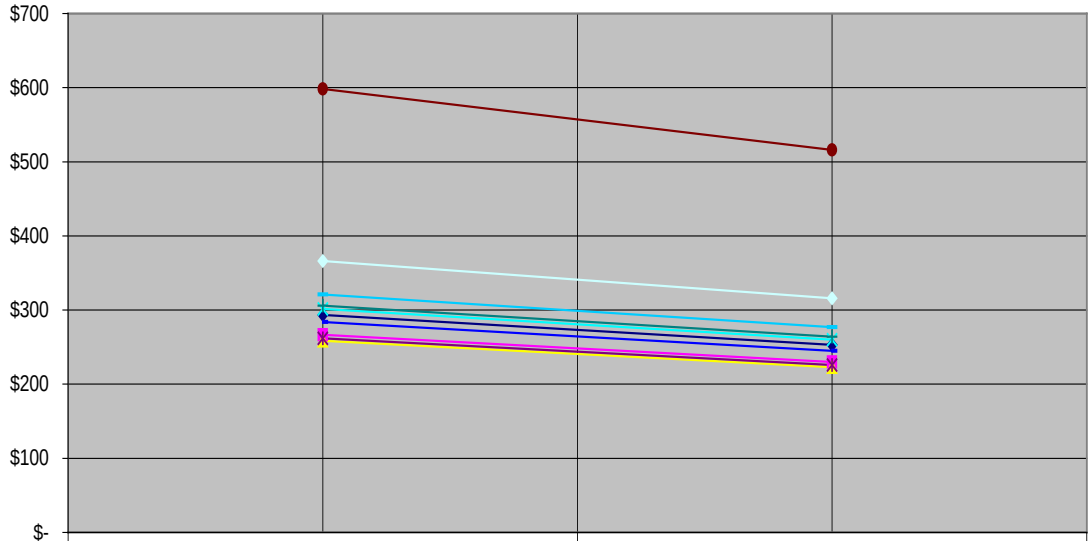
	Январь 1999	Январь 2000	Январь 2001	Январь 2002
Голосеевский р-он.	$371	$293	$253	$362
Дарницкий р-он.	$338	$267	$230	$321
Деснянский р-он.	$321	$259	$223	$323
Днепровский р-он	$381	$301	$260	$362
Оболонский р-он.	$332	$262	$226	$339
Печерский р-он.	$758	$598	$516	$712
Подольский р-он.	$388	$306	$264	$370
Святошинский р-он.	$360	$284	$245	$339
Соломенский р-он.	$407	$321	$277	$380
Шевченковский р-он.	$464	$366	$316	$440

На графике явно отслеживаются две фазы:
1999 год - 2000 год **фаза - Спад или рецессия (Recession), 2 года**.
2001 год – 2002 год **фаза - Восстановление или оживление (Recovery), 2 год.**

Выделяем внутри фаз отдельные стадии:
например, стадия спада или рецессия;
например, стадия депрессивной стабилизации после спада или рецессии.

- **Стадия депрессивной стабилизации 1 год**

В качестве примера приводиться график отображающий тенденции на рынке вторичной недвижимости по административным районам города Киева в период времени январь 2000 год – январь 2001 год.

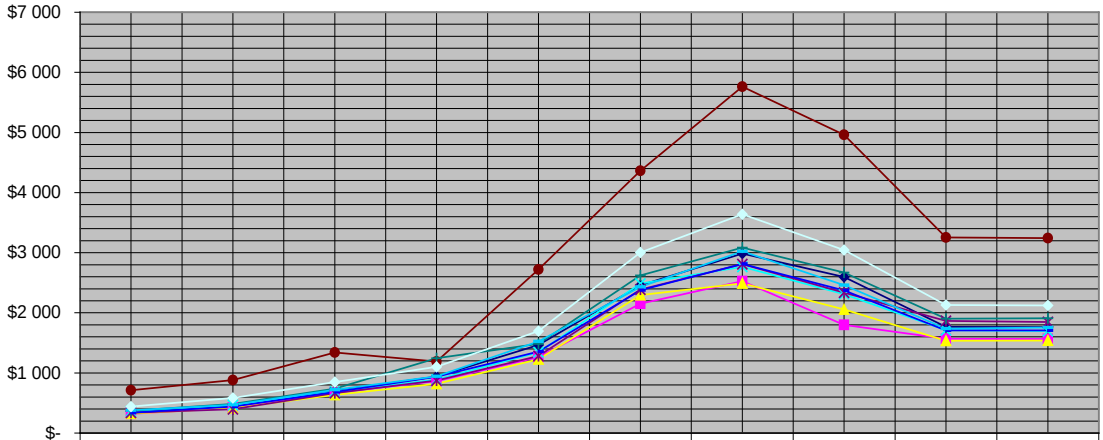


	2000	2001
Голосеевский р-он.	$293	$253
Дарницкий р-он.	$267	$230
Деснянский р-он.	$259	$223
Днепровский р-он	$301	$260
Оболонский р-он.	$262	$226
Печерский р-он.	$598	$516
Подольский р-он.	$306	$264
Святошинский р-он.	$284	$245
Соломенский р-он.	$321	$277
Шевченковский р-он.	$366	$316

Мы на реальном примере рассмотрели один цикл рынка недвижимости продолжительностью 11 лет

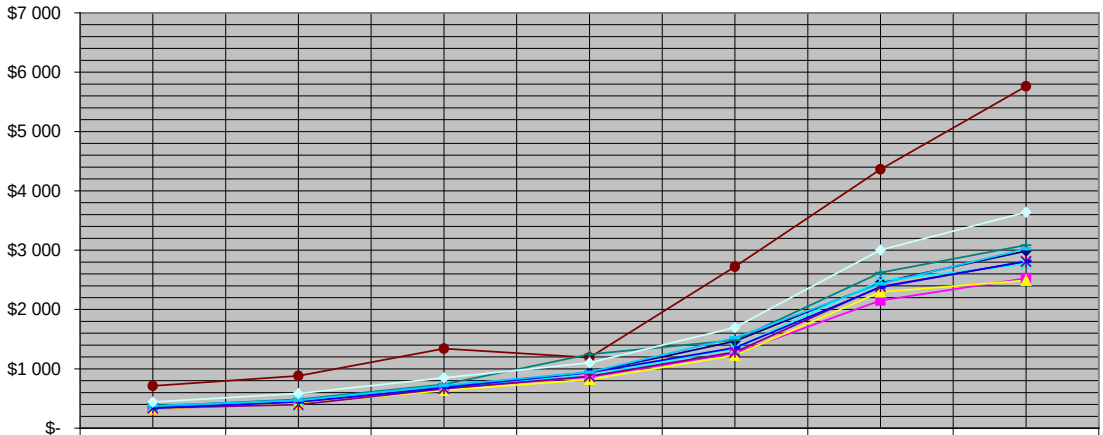
Способность предсказать или распознать на ранней стадии положение регионального рынка недвижимости (его конкретного сегмента) в цикле может обернуться возможностью получения прибыли. С другой стороны, незнание того, в какой точке цикла находится рынок, может быть губительным для инвестора.

2. Неполный цикл рынка недвижимости продолжительность 8 лет (2003 год - 2010 год)



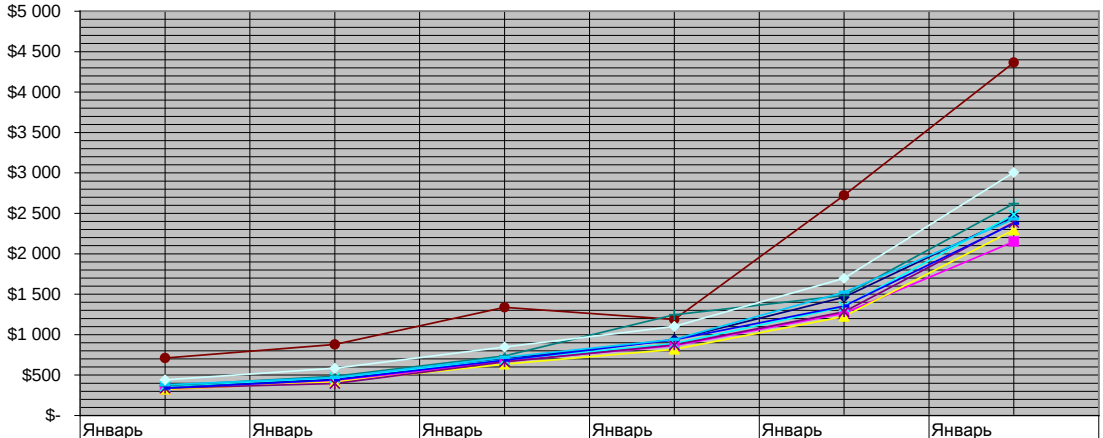
	Январь 2002	Январь 2003	Январь 2004	Январь 2005	Январь 2006	Январь 2007	Январь 2008	Декабрь 2008	Январь 2010	Март 2010
Голосеевский р-он.	$362	$445	$700	$939	$1 464	$2 458	$2 987	$2 596	$1 768	$1 763
Дарницкий р-он.	$321	$424	$672	$863	$1 264	$2 151	$2 525	$1 798	$1 570	$1 565
Деснянский р-он.	$323	$414	$636	$819	$1 225	$2 295	$2 491	$2 055	$1 534	$1 538
Днепровский р-он	$362	$466	$690	$889	$1 346	$2 485	$2 765	$2 310	$1 712	$1 698
Оболонский р-он.	$339	$397	$665	$873	$1 283	$2 387	$2 808	$2 335	$1 867	$1 846
Печерский р-он.	$712	$880	$1 339	$1 189	$2 723	$4 364	$5 763	$4 960	$3 253	$3 243
Подольский р-он.	$370	$486	$738	$1 246	$1 485	$2 621	$3 086	$2 669	$1 904	$1 911
Святошинский р-он.	$339	$441	$684	$937	$1 354	$2 378	$2 814	$2 374	$1 709	$1 709
Соломенский р-он.	$380	$470	$720	$943	$1 525	$2 430	$3 023	$2 462	$1 738	$1 754
Шевченковский р-он.	$440	$584	$848	$1 102	$1 696	$3 006	$3 640	$3 045	$2 131	$2 123

Полуцикл или период продолжительность 7 лет (2003 год – 2008 год)



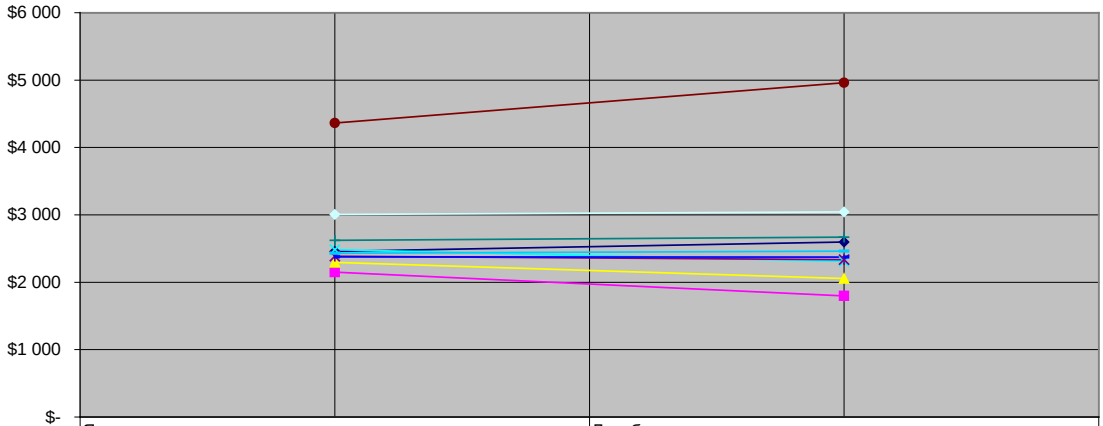
	Январь 2002	Январь 2003	Январь 2004	Январь 2005	Январь 2006	Январь 2007	Январь 2008
Голосеевский р-он.	$362	$445	$700	$939	$1 464	$2 458	$2 987
Дарницкий р-он.	$321	$424	$672	$863	$1 264	$2 151	$2 525
Деснянский р-он.	$323	$414	$636	$819	$1 225	$2 295	$2 491
Днепровский р-он	$362	$466	$690	$889	$1 346	$2 485	$2 765
Оболонский р-он.	$339	$397	$665	$873	$1 283	$2 387	$2 808
Печерский р-он.	$712	$880	$1 339	$1 189	$2 723	$4 364	$5 763
Подольский р-он.	$370	$486	$738	$1 246	$1 485	$2 621	$3 086
Святошинский р-он.	$339	$441	$684	$937	$1 354	$2 378	$2 814
Соломенский р-он.	$380	$470	$720	$943	$1 525	$2 430	$3 023
Шевченковский р-он.	$440	$584	$848	$1 102	$1 696	$3 006	$3 640

Фаза подъема продолжительность 6 лет (2002 год – 2007 год)



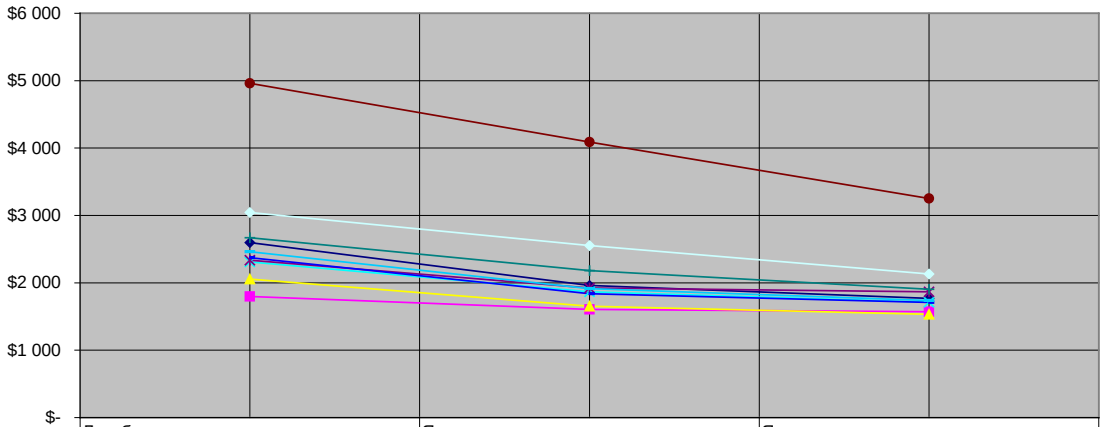
	Январь 2002	Январь 2003	Январь 2004	Январь 2005	Январь 2006	Январь 2007
Голосеевский р-он.	$362	$445	$700	$939	$1 464	$2 458
Дарницкий р-он.	$321	$424	$672	$863	$1 264	$2 151
Деснянский р-он.	$323	$414	$636	$819	$1 225	$2 295
Днепровский р-он	$362	$466	$690	$889	$1 346	$2 485
Оболонский р-он.	$339	$397	$665	$873	$1 283	$2 387
Печерский р-он.	$712	$880	$1 339	$1 189	$2 723	$4 364
Подольский р-он.	$370	$486	$738	$1 246	$1 485	$2 621
Святошинский р-он.	$339	$441	$684	$937	$1 354	$2 378
Соломенский р-он.	$380	$470	$720	$943	$1 525	$2 430
Шевченковский р-он.	$440	$584	$848	$1 102	$1 696	$3 006

Фаза избытка предложений продолжительность 1 год или Стадия стабилизации (2007год – 2008 год)



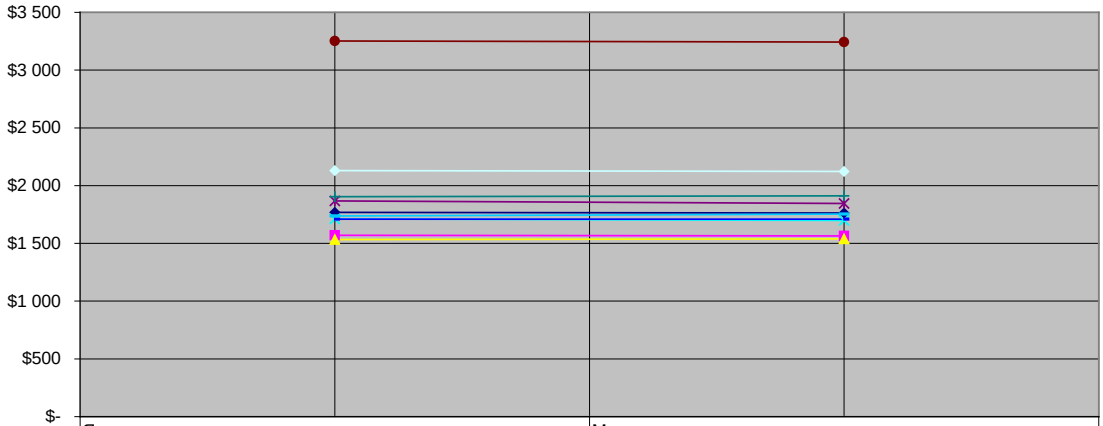
	Январь 2007	Декабрь 2008
Голосеевский р-он.	$2 458	$2 596
Дарницкий р-он.	$2 151	$1 798
Деснянский р-он.	$2 295	$2 055
Днепровский р-он	$2 485	$2 310
Оболонский р-он.	$2 387	$2 335
Печерский р-он.	$4 364	$4 960
Подольский р-он.	$2 621	$2 669
Святошинский р-он.	$2 378	$2 374
Соломенский р-он.	$2 430	$2 462
Шевченковский р-он.	$3 006	$3 045

Фаза спада или рецессия продолжительность 1 год 3 месяца (2008 год – 2009 год)



	Декабрь 2008	Январь 2009	Январь 2010
Голосеевский р-он.	$2 596	$1 961	$1 768
Дарницкий р-он.	$1 798	$1 607	$1 570
Деснянский р-он.	$2 055	$1 654	$1 534
Днепровский р-он	$2 310	$1 867	$1 712
Оболонский р-он.	$2 335	$1 923	$1 867
Печерский р-он.	$4 960	$4 089	$3 253
Подольский р-он.	$2 669	$2 180	$1 904
Святошинский р-он.	$2 374	$1 838	$1 709
Соломенский р-он.	$2 462	$1 913	$1 738
Шевченковский р-он.	$3 045	$2 554	$2 131

Стадия депрессивной стабилизации



	Январь 2010	Март 2010
Голосеевский р-он.	$1 768	$1 763
Дарницкий р-он.	$1 570	$1 565
Деснянский р-он.	$1 534	$1 538
Днепровский р-он	$1 712	$1 698
Оболонский р-он.	$1 867	$1 846
Печерский р-он.	$3 253	$3 243
Подольский р-он.	$1 904	$1 911
Святошинский р-он.	$1 709	$1 709
Соломенский р-он.	$1 738	$1 754
Шевченковский р-он.	$2 131	$2 123

Описание Фазы цикла рынка недвижимости

термин	определение
Спад (рецессия)	Во время этой фазы активность продаж очень низкая, в то время как цены и арендная плата продолжают снижаться. Снижение стоимости объектов в зависимости от типа и месторасположения. Новое строительство почти не ведется.
Восстановление	После периода спада или кризиса рынок стабилизируется, цены начинают восстанавливаться, а избыточные площади начинают поглащаться. Этот процесс продолжается, и процент не занятых площадей начинает приближаться к равновесному (нормальному) уровню, т.е. когда спрос равен предложению. После периода спада или кризиса в течение нескольких лет новое строительство может вестись очень низкими темпами или не вестись вообще.
Подъем (рост)	Во время фазы подъема объекты недвижимости становятся дефицитным товаром, быстро растет арендная плата всед за новым строительством, цены продолжают повышаться. Строительная индустрия быстро растет, но процент не занятых площадей остается на нормальном уровне или ниже. Эта фаза может длиться в течение нескольких месяцев или лет, в зависимости от тенденций в экономике страны.
	В какой-то момент фаза подъема рынок начинает переполняться. Строители и кредиторы могут не чувствовать, что рынок насыщен. Они продолжают закачивать на него деньги и новые здания. Во время этой фазы темпы роста цен, а затем и сами цены начинают снижаться, активность продолжает замедляться, а процент не занятых площадей

Избыток предложениия	начинает расти. Так как эти изменения происходят в течение нескольких месяцев или лет, они имеют тенденцию к наращиванию темпа, и цены и активность замедляются все сильнее. Новое строительство во время этой фазы продолжается по той причине, что строители, девелоперы и инвесторы не обнаруживают изменений происходящих на рынке. У них уже есть в процессе реализации проекты, строительство и развитие которых нельзя остановить.

3.1.4. Этапы анализа рынка недвижимости

Анализ рынка недвижимости включает в себя четыре этапа (последовательность операций):

1) **Этап Создание и наполнение аналитических баз:**
- сбор информации;
- предварительная обработка информации.

2) **Мониторинг рынка недвижимости:**
- статистическая обработка данных;
- анализ и оценка текущего состояния показателей;
- анализ и оценка динамики показателей.

3) **Анализ и исследование рынка недвижимости:**
- исследование пространственно – параметрических закономерностей изменения показателей;
- исследование динамики показателей;
- комплексное исследование динамики различных показателей.

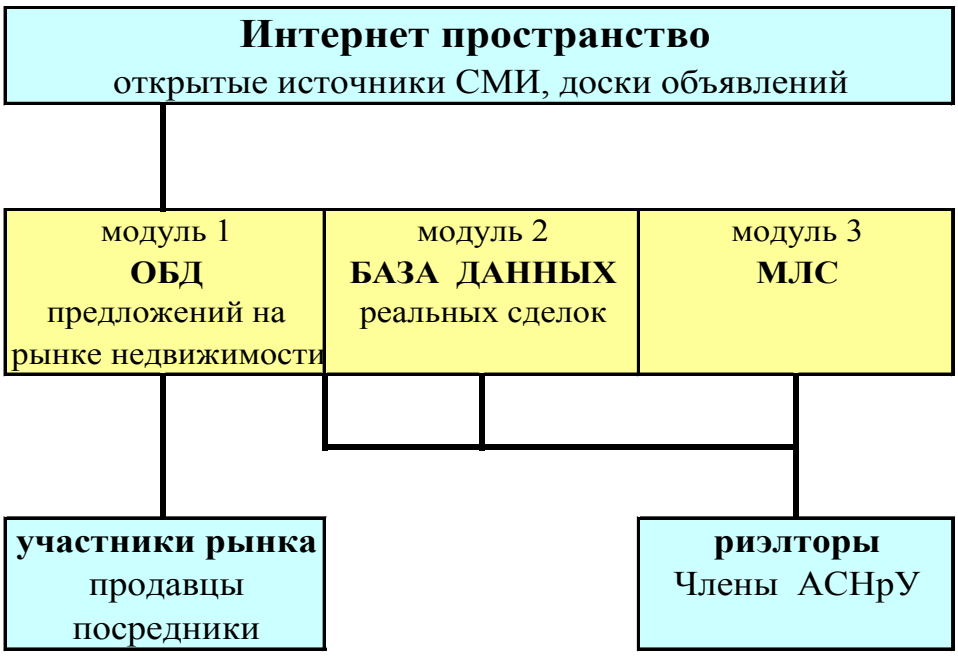
4) **Прогнозирование рынка недвижимости:**
- исследование факторов, влияющих на изменение показателей;
- прогнозирование тенденций изменения показателей.

Общим элементом анализа рынка недвижимости является создание баз данных и мониторинг рынка недвижимости, т.е. сбор и статистическая обработка информации о рынке.

3.2. Мониторинг Рынка Недвижимости

3.2.1. Создание аналитических баз данных.

Блок - Схема информационно аналитической системы ОБД (Объединенной Базы



Данных) разработанная в АСНрУ.

Функциональное назначение Модуля 1

- ✓ Привлечение и аккумулирование информационных потоков от участников рынка недвижимости.
- ✓ Исследование статистических данных по вышеизложенному алгоритму, анализ рынка, прогнозирование рынка недвижимости.

Функциональное назначение Модуля 2

- ✓ Аккумулирование обезличенных информационных потоков о реальных сделках на рынке недвижимости. Для сравнения анализа предложений на рынке недвижимости с реальными продажами и фиксирования ценового состояния рынка недвижимости.

Функциональное назначение Модуля 3

- ✓ Система взаимоотношений между участниками рынка недвижимости.
- ✓ Эксклюзивные, предложения на рынке.
- ✓ Проведение и подписание предварительных договоров, (договоров поручений) в режиме On-Line.

3.2.2. Источники данных о предложениях на рынке недвижимости.

Источниками данных о предложении объектов недвижимости на продажу (аренду) являются:

- собственные листинги (базы данных);
- рекламные объявления в специализированных СМИ, на сайтах информационных и риэлторских агентств;
- объединенные базы данных региональных отделений АСНрУ;
- объединенные базы данных группы Агентств недвижимости.

Специализированные издания, посвященные рынку недвижимости, существуют, как правило, в экономически развитых регионах с достаточно интенсивным оборотом на рынке недвижимости. Так как информация, подаваемая в СМИ, носит заявительный характер по каждому отдельному объекту, то такой механизм можно рассматривать как достаточную гарантию достоверности информации в текущем издании. Общее правило – если публикация объявления в издании носит платный характер, то достоверность информации выше. Чем строже правила подачи бесплатных объявлений, тем больше достоверность. Чем более технологична и дисциплинирована редакция, тем более вероятна достоверность информации.

Также в качестве центров сосредоточения информации могут выступать специализированные информационные системы, организуемые как независимо от риэлторских компаний, так и под эгидой общественных объединений – специалистов рынка недвижимости. В основном это компьютеризированные базы данных, главной проблемой которых, несмотря на технологический прогресс, является отсутствие эффективного контроля за дублированием информации и актуальностью хранящихся данных о объектах недвижимости.

Существует также такой класс изданий, как специализированные каталоги, распространяемые по подписке, в основном в профессиональной среде. При должном подходе такие листинги могут оказать большое влияние на информационный климат регионального рынка недвижимости.

3.3. Общее понятия об индексах рынка недвижимости

3.3.1. Абсолютные и относительные показатели

Все используемые при анализе рынка недвижимости показатели можно разделить на две категории.

Первая категория абсолютные (именованные) показатели:
- Цена продажи в долларах за кв.м.
- Арендная ставка для жилой недвижимости в долларах (или гривнах) за месяц арендной платы объект, 1,2,3,4, комнатные квартиры.
- Арендная ставка для коммерческой недвижимости в долларах (или гривнах) за кв.м. в месяц.
- Время экспозиции в днях.
- Объем сделок в единицах объектов

Вторая категория относительные (безразмерные) показатели, выраженные в долях или в процентах
Относительные показатели могут быть двух видов.

Первый – это доли выделенного элемента в общей совокупности. Например, доля предложений офисов в общем объеме предложения нежилых объектов, доля сделок с однокомнатными квартирами в общем объеме сделок. Доли отражают структуру общей совокупности, выражаются обычно в процентах и отражаются на круговых диаграммах.

Второй, более сложный вид – это индексы.
Индекс (от латинского index – показатель) статистический показатель, характеризующий соотношение социально – экономических явлений во времени.
Любой показатель, выражающий сравнение двух величин между собой, можно назвать индексом. В самом общем виде все индексы могут выглядеть как отношение, в котором индексируемый признак соизмеряется с признаком, в качестве базы для сравнения. К какому бы экономическому явлению ни относились индексы, чтобы рассчитать их, необходимо сравнивать различные уровни одного и того же показателя, которые относятся либо к различным периодам времени, либо к различным значениям.

Терминологически удобно различать индексы, которые выражают темпы прироста или снижения (чаще всего их называют просто **прирост или снижение**)
и индексы, которые выражают темпы роста или снижения
(чаще всего их называют **индекс роста или снижения**)

- Прирост или Снижение выражает изменение показателя в отчетном периоде относительно предыдущего периода и измеряется в процентах

Прирост (Снижение) = (Стоимость кв. м. в отчетном периоде / Стоимость кв. м. в предыдущем периоде – 1) х 100%

- Индекс роста выражает изменение показателя в отчетном периоде относительно базового периода и измеряется в безразмерных величинах

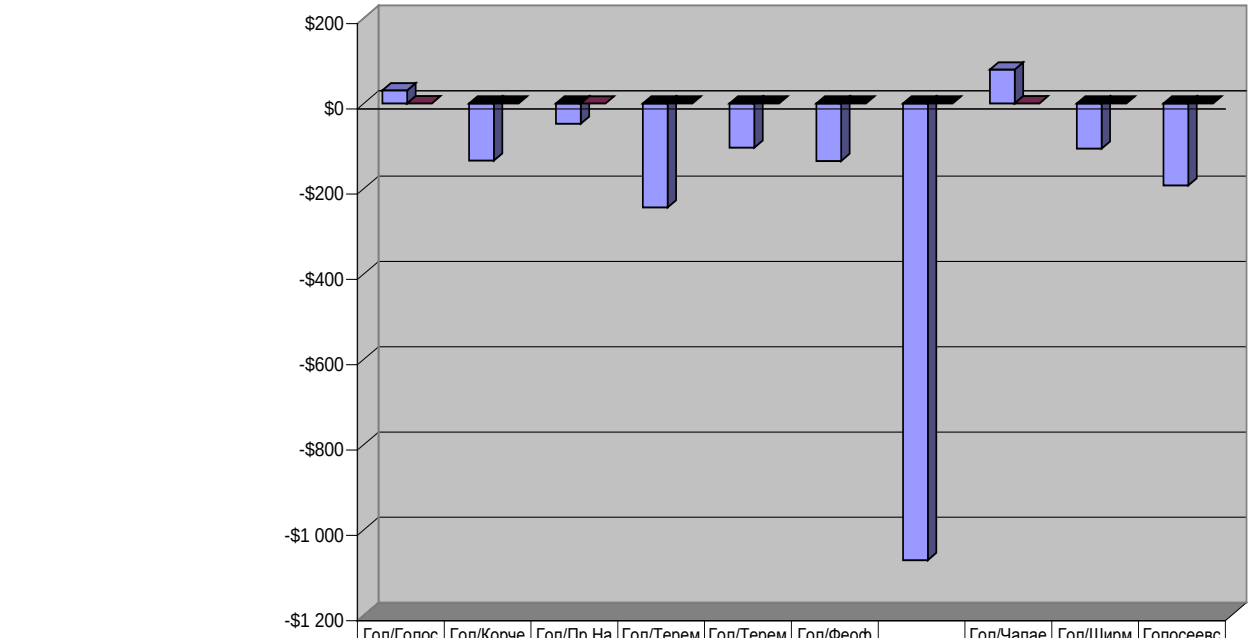
Индекс Прироста (Снижения) = Стоимость кв. м. в отчетном периоде / Стоимость кв. м. в базовом периоде

В качестве примера рассмотрим состояние рынка в сегменте вторичной недвижимости г.Киева административный район Голосеевский.

Прирост (Снижение)

Вторичная недвижимость	январь 2009год				январь 2010год				снижение стоимости в $ кв.м. январь2009г-январь2010г.	снижение стоимости в % кв.м. январь2009г-январь2010г.
КВАРТИРЫ	1ком	2ком	3ком	**ср**	1ком	2ком	3ком	**ср**		
Гол/Голосеев	1848	1914	1755	***1839***	2028	1913	1668	***1870***	***$31***	**2%**
Гол/Корчеватое	1745	1828	1600	***1724***	1671	1616	1484	***1590***	***-$134***	**-8%**
Гол/Пр.Науки	1863	1867	1742	***1824***	1833	1757	1739	***1776***	***-$48***	**-3%**
Гол/Теремки-1	1862	2264	1981	***2036***	1863	1826	1686	***1792***	***-$244***	**-12%**
Гол/Теремки-2	1746	1841	1819	***1802***	1784	1813	1498	***1698***	***-$104***	**-6%**
Гол/Феофания	1827			***1827***	1800	1584		***1692***	***-$135***	**-7%**
Гол/Центр	3568	3606	3880	***3685***	2615	2577	2650	***2614***	***-$1 071***	**-29%**
Гол/Чапаевка			1125	***1125***	1219	1258	1136	***1204***	***$79***	**7%**
Гол/Ширма		1966	1602	***1784***	1742	1600	1692	***1678***	***-$106***	**-6%**
Голосеевский				***1961***						

Для наглядности строим график характеризующий состояние рынка в сегменте вторичной недвижимости г.Киева административный район Голосеевский.



	Гол/Голосеев	Гол/Корчеватое	Гол/Пр.Науки	Гол/Теремки-1	Гол/Теремки-2	Гол/Феофания	Гол/Центр	Гол/Чапаевка	Гол/Ширма	Голосеевский
снижение стоимости в $ кв.м. январь2009г-январь2010г.	$31	-$134	-$48	-$244	-$104	-$135	-$1 071	$79	-$106	-$192
снижение стоимости в % кв.м. январь2009г-январь2010г.	2%	-8%	-3%	-12%	-6%	-7%	-29%	7%	-6%	-10%

Индекс Прироста (Снижения)

Месяц	Стоимост кв.м.	Прирост% Снижение%	Индекс роста Индекс снижения
28.02.2009 года	$1 961	-10%	0,9
28.02.2010 года	$1 768		

3.4. Классификация объектов жилой недвижимости.

3.4.1. Методика типизации жилья по качеству.

Методика типизации жилья по качеству предусматривает три подхода, которые используются совместно, но в различной последовательности в зависимости от выбора аналитика:

- ✓ от конструкции;
- ✓ от комфортности проживания;
- ✓ от цены.

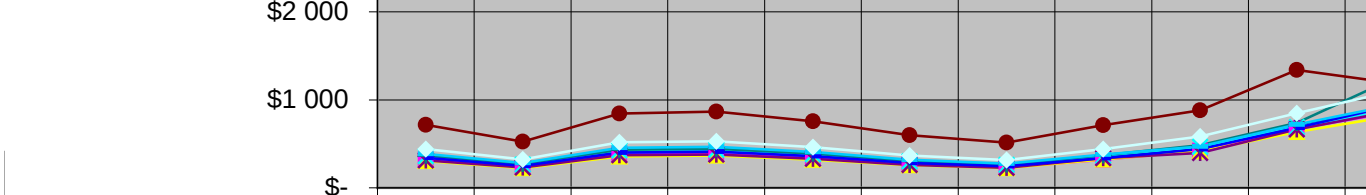
Если выбран в качестве первого шага подход «от конструкции», то необходимо изучить конструктивно – технологические характеристики и потребительские свойства жилого фонда города, выделить основные категории строений в зависимости от технологии постройки, и внутри категории провести разделение на типы и классы в зависимости от конструктивно – технологических особенностей и потребительских свойств. Далее проводится ценовая сегментация рынка, т.е. определение ценового диапазона каждого из выбранных типов и классов и его доли в структуре рынка.

При выборе второго подхода (от комфортности проживания) сначала формируется перечень классов качества жилья по комфортности проживания. Затем каждому из них ставится в соответствие той или иной конструктивный тип, и далее проводится ценовая сегментация рынка.

При третьем подходе (от цены) при анализе необходимо выделить группы (кластеры) однородных объектов и зафиксировать их ценовой диапазон. Далее каждой группе ставится в соответствие набор конструктивных типов (характеристики) жилья, входящего в данную группу. Наконец, группе присваивается класс качества, соответствующий данному уровню конструктивных характеристик, потребительских свойств и цены.

Основным классификационным признаком при выборе типа жилой недвижимости АСНрУ принята смежная методика «конструктивно – технологическая» (материал стен, и технология строительства несущих конструкций) и методика «комфортности проживания». В результате выделены следующие категории строений (многоквартирных жилых домов)

1 категория – Сборные - железобетонные строения.
2 категория – Кирпичные строения.
3 категория – Монолитно – каркасные строения.



	Январь 1995	Январь 1996	Январь 1997	Январь 1998	Январь 1999	Январь 2000	Январь 2001	Январь 2002	Январь 2003	Январь 2004	Я
Голосеевский р-он.	$357	$263	$422	$423	$371	$293	$253	$362	$445	$700	
Дарницкий р-он.	$319	$235	$377	$386	$338	$267	$230	$321	$424	$672	
Деснянский р-он.	$303	$223	$357	$366	$321	$259	$223	$323	$414	$636	
Днепровский р-он	$360	$265	$425	$435	$381	$301	$260	$362	$466	$690	
Оболонский р-он.	$314	$231	$370	$379	$332	$262	$226	$339	$397	$665	
Печерский р-он.	$716	$527	$844	$865	$758	$598	$516	$712	$880	$1 339	$
Подольский р-он.	$367	$270	$432	$443	$388	$306	$264	$370	$486	$738	$
Святошинский р-он.	$340	$250	$401	$411	$360	$284	$245	$339	$441	$684	
Соломенский р-он.	$385	$283	$454	$465	$407	$321	$277	$380	$470	$720	
Шевченковский р-он.	$439	$323	$517	$530	$464	$366	$316	$440	$584	$848	$

Дальнейшая детализация типов квартир связанна с этажностью зданий, наличием лифта, возрастом (периодом строительства) размером кухни и т.п. В результате образуются принятые в риэлторской практике типы со сленговым наименованиями «хрущевки», «сталинки» и т.п.

В разработанном АСНрУ в 2009 году классификаторе в сегменте жилой недвижимости, вторичного и первичного рынка, выделено 15 классов, три категории строений. Каждой категории и классу соответствует определенный набор конструктивно – технических характеристик и потребительских свойств.

1 Категория
Сборные - железобетонные строения насчитывают пять классов (A, B, C, D, E)

Класс Е
«Хрущевки» панельные

Строения периода массового строительства пятиэтажных домов. Низкие потребительские качества, большая степень физического износа. Как правило, не подлежат реконструкции.

«Хрущевки» панельные	
Материал стен	Панель, блок
Этажность здания	5 этажей без лифта
Год постройки	1955 - 1965 г.г.
Высота потолка	2,50 м.
Общая площадь средней квартиры:	
1 - комнатная	23 - 32 кв.м.
2 - комнатная	38 - 44,40 кв.м.
3 - комнатная	54 - 57,08 кв.м.
Площадь кухни средней квартиры:	
1 - комнатная	5,75 кв.м.
2 - комнатная	5,86 кв.м.
3 - комнатная	5,83 кв.м.

«Хрущевка» панель переходная.

1 Категория
Сборные - железобетонные строения

Класс D
Панель с малой кухней

Строения «постхрущевского периода». По потребительским качествам отличающиеся от пятиэтажных «хрущевок» этажностью, наличием лифта, мусоропровода. Изношенные коммуникации, требующие регулярной обработки межплиточные соединения. Типовые представители Чешки, Серия 464

Панель с малой кухней	
Материал стен	Панель, блок
Этажность здания	9 - 12
Год постройки	1965 - конец 70- х г.
Высота потолка	2,60 м
Общая площадь средней квартиры:	
1 - комнатная	29 - 34 кв.м.
2 - комнатная	44 - 48 кв.м.
3 - комнатная	54 - 65 кв.м
Площадь кухни средней квартиры:	
1 - комнатная	6 - 7,7 кв.м.
2 - комнатная	6 - 7,7 кв.м.
3 - комнатная	6 – 7,7 кв.м.

1 Категория
Сборные - железобетонные строения

Класс С
Типовая панель

Строения серийного производства 70-80 годов. Улучшенная планировка, большая кухня, два лифта (возможен грузопассажирский). Типовые представители БПС, Серия -96. Серия- 134.

Типовая панель	
Материал стен	Панель, блок
Этажность здания	14 - 16
Год постройки	конец 70 - 1990 гг.
Высота потолка	2,64 м.
Общая площадь средней квартиры:	
1 - комнатная	32 - 36 кв.м.
2 - комнатная	46 - 51 кв.м.
3 - комнатная	56 - 73 кв.м.
Площадь кухни средней квартиры:	
1 - комнатная	9,23 кв.м.
2 - комнатная	9,05 кв.м.
3 - комнатная	9,39 кв.м.

1 Категория
Сборные - железобетонные строения

Класс В
Улучшенная панель

Строения рыночно – ориентированного периода. Новые улучшенные серии 90 годов. В доме как правило два три лифта (один грузопассажирский). Типовые представители Серия Т-4, АППС.

Улучшенная панель	
Материал стен	Панель
Этажность здания	17 - 22
Год постройки	1990 - 2000 гг.
Высота потолка	2,64 - 2,70 м.
Общая площадь средней квартиры:	
1 - комнатная	34 - 44 кв.м.
2 - комнатная	52 - 56 кв.м.
3 - комнатная	70 - 80 кв.м.
Площадь кухни средней квартиры:	
1 - комнатная	9,90 кв.м.
2 - комнатная	9,86 кв.м.
3 - комнатная	9,90 кв.м.

1 Категория
Сборные - железобетонные строения

Класс А
Современная панель

Строения рыночно – ориентированного периода. Современные планировочные решения, тепло - энергосберегающие материалы, возможность сочетания панель – кирпич, возможности объединения в блоки, возможность перепланировок. Типовые представители АППС – люкс, КТУ.

Современная панель	
Материал стен	Панель, панель/кирпич
Этажность здания	17 - 26
Год постройки	С 2000г.
Высота потолка	2,64 - 2,70 м.
Общая площадь средней квартиры:	
1 - комнатная	39 - 47 кв.м.
2 - комнатная	60 - 70 кв.м.
3 - комнатная	78 - 104 кв.м.
Площадь кухни средней квартиры:	
1 - комнатная	9,16 кв.м.
2 - комнатная	9,78 кв.м.
3 - комнатная	10,16 кв.м.

2 Категория
Кирпичные строения насчитывают шесть классов (A, B, C, D, E, F)

Класс F
«До Революционные дома»

Строения крупногабаритные сосредоточены в центральных районах. Основные достоинства комнаты с большим метражом, высокими потолками, толстыми наружными стенами хорошим тепло и шумоизолирующими свойствами, перекрытия деревянные (комбинированные) не стандартное архитектурное решение.

До Революционные дома	
Материал стен	Кирпич
Этажность здания	5 - 8
Год постройки	до 1917г.
Высота потолка	От 3,2 м.- 4,5 м
Общая площадь средней квартиры	
1 - комнатная	35 - 48 кв.м.
2 - комнатная	47- 80 кв.м.
3 - комнатная	85 - 120 кв.м.
Площадь кухни средней квартиры:	
1 - комнатная	10 кв.м
2 - комнатная	10 кв.м.
3 - комнатная	10 кв.м.

2 Категория
Кирпичные строения

Класс E
« Сталинские дома

Элитные для своего времени строения, с большим метражом комнат, высокими потолками, хорошим тепло – шумоизолирующими свойствами, хорошим качеством строительства. В некоторых домах присутствует лифт.

Сталинские дома	
Материал стен	Кирпич

Этажность здания	5 - 10
Год постройки	1930 - 1960 гг.
Высота потолка	От 3,2 м.- 4 м
Общая площадь средней квартиры	
1 - комнатная	29 - 41 кв.м.
2 - комнатная	47 - 64 кв.м.
3 - комнатная	60 - 85 кв.м.
Площадь кухни средней квартиры:	
1 - комнатная	9,96 кв.м
2 - комнатная	9,49 кв.м.
3 - комнатная	9,60 кв.м.

2 Категория
Кирпичные строения

Класс D
« Хрущевки кирпичные »

Строения 50-60 годов с маленькой кухней, с совмещенным санузлом, без лифта, с изношенными коммуникациями, но более привлекательные, чем аналогичное панельное жилье.

Хрущевки кирпичные	
Материал стен	Кирпич
Этажность здания	5 без лифта
Год постройки	1950 - 1965 гг.
Высота потолка	2,50 м.

Общая площадь средней квартиры	
1 - комнатная	23 - 32 кв.м.
2 - комнатная	42 - 46 кв.м.
3 - комнатная	55 - 63 кв.м.
Площадь кухни средней квартиры:	
1 - комнатная	5,67 кв.м.
2 - комнатная	5,90 кв.м.
3 - комнатная	5,89 кв.м.

« Хрущевки кирпичные » Переходная

« Хрущевки кирпичные» Гостинка

2 Категория
Кирпичные строения

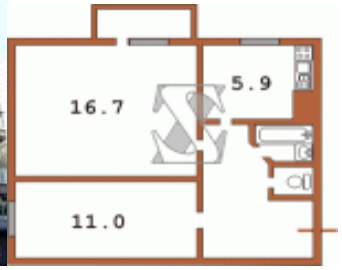
Класс С
«Кирпич с малой кухней»

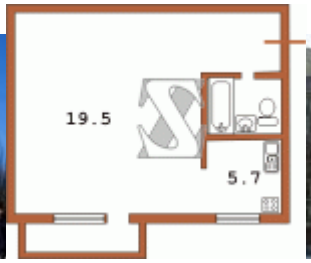
Строения 70 годов, наружные стены кирпичные толщиной 510 мм, лифт грузоподъемностью 400 кг. Квартиры с малой кухней.

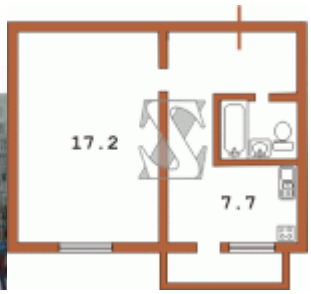
Кирпич с малой кухней	
Материал постройки	Кирпич
Этажность здания	6 -12 этажей
Год постройки	1970 - 1985 гг.
Высота потолка	2,50 м.
Общая площадь средней квартиры	
1 - комнатная	25 - 32,10 кв.м.
2 - комнатная	42 - 46 кв.м.
3 - комнатная	55 - 63,31 кв.м.
Площадь кухни средней квартиры:	
1 - комнатная	6 - 7,5 кв.м
2 - комнатная	6 - 7,5 кв.м.
3 - комнатная	6 - 7,5 кв.м.

« Кирпич с малой кухней» Гостинка

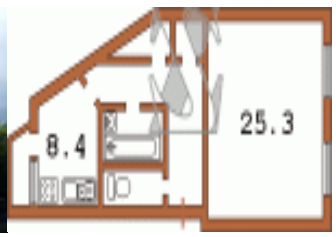
« Кирпич с малой кухней » Переходная серия







« Кирпич с малой кухней »



2 Категория
Кирпичные строения

Класс В
«Высокий кирпич»

Строения башни штучной постройки, с комфортабельными условиями проживания, большим метражом жилой и подсобной площади широкими лоджиями.

Высотный кирпич	
Материал стен	Кирпич
Этажность здания	12 - 20
Год постройки	1970 - серед. 1990-х гг.
Высота потолка	2,70 м.
Общая площадь средней квартиры	
1 - комнатная	34 - 42 кв.м
2 - комнатная	48 - 69 кв.м.
3 - комнатная	62 - 97 кв.м.
Площадь кухни средней квартиры:	
1 - комнатная	9,72 кв.м.
2 - комнатная	10,02 кв.м.
3 - комнатная	11,14 кв.м.

2 Категория
Кирпичные строения

Класс А
«Современный кирпич»

Новые кирпичные низкоэтажные дома, в также дореволюционные и «сталинские» дома после реконструкции. В этом классе наиболее интересны «клубные дома» суперэлитные строения с ограниченным числом тщательно подобранных семей и предельно высоким уровнем оборудования инфраструктуры и сервиса.

Современный кирпич	
Материал стен	Кирпич
Этажность здания	4 - 8
Год постройки	После 1992 г.
Высота потолка	От 3,00 м.
Общая площадь средней квартиры	
1 - комнатная 37-56 кв.м	
2 - комнатная 61-88 кв.м	
3 - комнатная 78-131 кв.м	
Площадь кухни средней квартиры:	
1 - комнатная до 11кв.м.	
2 - комнатная до 11кв.м	
3 - комнатная до 11кв.м	

3 Категория
Монолитно – каркасные строения насчитывают четыре класса (A, B, C, D)

Класс А
«Элита»

Специальный проект высокого архитектурного класса, наличие двухуровневых квартир. Обогрев полов, деревянные стеклопакеты, центральное кондиционирование, эксклюзивная инфраструктура и отделка, 3-4 индивидуальных лифта, зимний сад, каминный зал, очистка воды на входе в дом. Автономное отопление, спортивно – оздоровительный комплекс (тренажерные залы, сауна, турецкая баня, бассейн, крытый теннисный корт) бойлерная, уборка квартир. Современные телекоммуникации, охрана контура, консьерж Видеонаблюдение, управляющая компания

Элита	
Материал стен	Кирпич
Этажность здания	Переменная до 7 этажей
Год постройки	С 2000 г.
Высота потолка	От 3,00 м
Общая площадь квартиры, кв.м.	От 150 кв.м.до 500 кв.м.
Площадь кухни	От 15 кв.м.
Зона расположения	**№1 (красная) Только для Киева**

объекта
Ограничена: ул.Десятинная, ул. Трехсвятительская, Парковая дорога, ст.м. "Арсенальная", переулок Гордиенко, Спортивная площадь, ул.Саксаганского, ул. Коминтерна, ул. Гоголевская, переулок Бехтеревский, ул. Кудрявская.

3 Категория. Монолитно – каркасные строения

Класс В
«Бизнес класс»

Специальный проект высокого класса, деревянные стеклопакеты, кондиционирование, развитая инфраструктура, высококачественная отделка.Современные телекоммуникации, консьерж, видеонаблюдение, управляющая компания, охрана 3-4 лифта.

Бизнес - класс	
Материал стен	Монолитный железобетон + кирпич
Этажность здания	Переменная
Год постройки	С 2000г.
Высота потолка	От 3,00 м
Общая площадь квартиры, кв.м.	От 100 кв.м.до 350
Площадь кухни	От 12 кв.м.
Зона расположения объекта	**№2 (зеленая) Только для Киева**
Ограничена: ул. Набережно-Крещатицкая, бульвар Дружбы народов, Набережное шоссе, Надднепрянское шоссе, Тимирязевское шоссе, ул.Ольшанская.	

3 Категория.
Монолитно – каркасные строения

Класс С
Современный монолит «Эконом класс»

Современное комфортабельное жилье с возможностью перепланировки, стеклопакеты, видеодомофоны, развитая инфраструктура подземный гараж или парковка, наличие площадей коммерческого назначения 2 пассажирских лифта, 2 грузовых лифта.

Современный монолит	
Материал стен	Монолитный железобетон+кирпич
Этажность здания	Переменная
Год постройки	С 1995г.
Высота потолка	От 3,00 м
Общая площадь средней квартиры	
1 - комнатная	42,87 кв.м
2 - комнатная	60 -80 кв.м
3 - комнатная	80 - 120кв.м.
Площадь кухни средней квартиры:	
1 - комнатная	10,00 кв.м.

2 - комнатная	11,38 кв.м.
3 - комнатная	13,08 кв.м.
Зона расположения объекта	**№3 (синяя) Только для Киева**

Ограничена:

1) ул. Васильковская, ул. Амурская, Краснозвездный проспект, Чоколовский бульвар, ул. Индустриальная, ул. А. Довженко, ул. Е.Телиги, ул. Новоконстантиновская, ул.Набережно-Луговая, ул. М. Лыбидская, ул.Николая Гринченко, Московская Площадь.

2) Московский проспект, Оболонский проспект, ул. Маршала Малиновского, ул. Зои Гайдай, ул. Героев Днепра, ул. Северная, ул. Приречная, Оболонская набережная.

3) Ул. Плеханова, ул. Березняковская, Днепровская набережная, Русановская набережная, ул. Никольско-Слободская, ул. Панельная.

Класс D

Типовой монолит «Социальное жилье»

Наружные стены и внутренние перегородки монолитно – бетонные, жесткая планировка, без инфраструктуры

Типовой монолит	
Материал стен	Монолитный железобетон
Этажность здания	20 - 24 этажа
Год постройки	С 1990 - 1995гг.
Высота потолка	до 2,7 м
Общая площадь средней квартиры	
1 - комнатная	42,87 кв.м.
2 - комнатная	55 - 68,47 кв.м
3 - комнатная	68 - 95 кв.м.
Площадь кухни средней квартиры:	
1 - комнатная	9,5 кв.м
2 - комнатная	9,5 кв.м
3 - комнатная	9,5 кв.м.

3.4.2. Классификация дома коттеджи

Коттеджный поселок – организованный комплекс малоэтажной застройки, предназначенный для проживания или отдыха, с земельным участком, выделенным в натуре, с обязательным наличием на территории посёлка административного здания, обслуживающего персонала и охраны.

Для каждого класса коттеджных поселков характерен определенный диапазон площадей участков.

Класс А Элитные

Критерии	**Значения (диапазон значений)**
Расположение	В наиболее экологически чистых районах, в живописных местах, в непосредственной близости к лесу, водоемам. Окружение — элитное (престижные дачные поселки, объекты администрации президента, правительства, глав регионов, крупных корпораций и т.п.). Хорошая транспортная доступность.
Групповая инфраструктура и сервис	Развитая инфраструктура элитных охраняемых коттеджных поселков либо заповедных зон, санаториев, домов отдыха. Общественный центр (детские учреждения, фитнес - центр, ресторан, бар, боулинг, бассейн, сауна), торговый центр, спорткомплекс (стадион, пляж, причал, корты), спутниковое ТВ, оптико - волоконная связь.
Безопасность	Вооруженная охрана в сочетании с техническими средствами.
	При расположении в централизованных поселках — ограниченная минимальными дополнительными потребностями в хозяйственном и садово-архитектурном развитии собственного участка. При

Индивидуальная инфраструктура	расположении вне централизованных поселков — компенсационно обеспечивающая эквивалентную безопасность и комфорт частной жизни. Защищенный периметр значительно большего участка, «собственный лес», дифференцированное окружение, домики постоянно проживающего обслуживающего персонала. Обеспеченность услугами в диапазоне до собственного корта, пляжа, причала и т.п.
Размер участка	От 30 соток.
Архитектура	Индивидуальный дизайн - проект дома, элементы ландшафтной архитектуры участка.
Материалы дома	Ограждения (стен) дома — красный кирпич, может быть облицован цветной штукатуркой, кровли — высококачественная глиняная черепица или медь.
Оборудование дома	Высококачественные автономные (в сочетании с центральными) инженерные системы, системы водоочистки, кондиционирования, теленаблюдения, системы телекоммуникации, количество санузлов по числу спален, гидромассажная ванна (джакузи), бассейн, сауна.
Отделка дома	Евроотделка, импортные материалы высшего качества, художественный дизайн.

Класс В Высокого класса (бизнес-класса)

Критерии	**Значения (диапазон значений)**
Расположение	Либо в охраняемых коттеджных поселках с развитой инфраструктурой, либо вне их, но с удобной транспортной связью.
Групповая инфраструктура и сервис	Развитая инфраструктура охраняемых коттеджных поселков либо заповедных зон, санаториев, домов отдыха. Общественный центр (детские учреждения, фитнес - центр, ресторан, бар, боулинг, бассейн, сауна).Торговый центр, спорткомплекс (стадион, пляж, причал, корты), спутниковое ТВ, оптико-волоконная связь.
Безопасность	Аналогично элитным.
Индивидуальная инфраструктура	Аналогичная элитным, но могут отсутствовать отдельные объекты. Встроенный или отдельный гараж.
Размер участка	8—15 соток.
Архитектура	Индивидуальные и типовые проекты с учетом пожеланий заказчика.
Материалы дома	Ограждения (стен) дома: разнообразный (красный и белый) кирпич. Дерево (отцилиндрованный брус, бревно, облицованное вагонкой), канадский и европейский сэндвич высокого качества, материал кровли - черепица, металлочерепица.
Оборудование дома	Аналогичное классу А, без бассейна, сауны, джакузи
Отделка дома	Импортные материалы высокого качества.

Класс С Среднего класса

Критерии	**Значения (диапазон значений)**
Расположение	Разнообразное, но преимущественно в экологически чистых районах, с хорошими природными условиями.
Групповая инфраструктура и сервис	Школа, детский сад, магазин, объекты сферы обслуживания.
Безопасность	Ограждение поселков, пропускной режим.
Индивидуальная инфраструктура	Облюдается единый архитектурный стиль
Размер участка	От 10 соток
Архитектура	Индивидуальные и типовые проекты с учетом пожеланий заказчика.
Материалы дома	Ограждения (стен) дома: разнообразный (красный и белый) кирпич. Дерево (отцилиндрованный брус, бревно, облицованное вагонкой), канадский и европейский сэндвич среднего качества, материал кровли - черепица, металлочерепица.
Оборудование дома	Импортные и отечественные материалы и оборудование
Отделка дома	Импортные материалы высокого качества

Класс D Ординарные (эконом-класс)

Критерии	**Значения (диапазон значений)**
Расположение	Разнообразное, в коттеджных поселках либо вне их.
Групповая инфраструктура и сервис	Минимальная инфраструктура коттеджных поселков и доступность инфраструктуры близлежащих населенных пунктов.
Безопасность	Требований не предъявляется.
Индивидуальная инфраструктура	Гараж.
Размер участка	4—12 соток.
Архитектура	Типовые проекты либо собственные полупрофессиональные проекты.
Материалы дома	Ограждений (стен) дома — разнообразный, отечественного и импортного производства (кирпич, дерево, пенобетон, сэндвич). Материал кровли — жесть, мягкая утепленная кровля с гидроизоляцией импортная.
Оборудование дома	Импортные и отечественные материалы и оборудование
Отделка дома	Импортные материалы высокого качества.

Класс E Массовой застройки (народного) класса

Критерии	Значения (диапазон значений)
Расположение	Разнообразное.
Групповая инфраструктура и сервис	Требований не предъявляется.
Безопасность	Требований не предъявляется.
Индивидуальная инфраструктура	Возможен гараж или стоянка.
Размер участка	0,5 — 4 сотки.
Архитектура	Невыразительная, типовые проекты.
Материалы дома	Ограждений (стен) дома — разнообразный, отечественного производства, кирпич, дерево, пенобетон, сэндвич, Кровли — шифер, мягкая кровля отечественная и импортная.
Оборудование дома	Импортные и отечественные материалы и оборудование невысокого качества.
Отделка дома	Импортные и отечественные материалы невысокого качества

3.4.3. Зонирование территории города.

Стоимость недвижимости существенно зависит от месторасположения. Место, место и еще раз место, а потом уже все остальное — такой девиз действует на рынках недвижимости многих городов и стран. Из этого следует, что районирование своего города риэлторы должны знать досконально, включая такие аспекты как уровень цен, престижность, удобство проживания, транспортная доступность и многое другое.

Зонирование для рынка жилой недвижимости в пределах города имеет ту же цель, что и типизация по качеству, уменьшение разброса цен в выборке. Покажем методику районирования на примере Киева

Киев делится на 10 Административных районов.
Административные районы делятся на массивы.

Святошинский район
Массивы района Святошинский
- Академгородок; - Беличи, (Новобеличи) - объеденненны в один массив по ценообразующим факторам; - Южная Борщаговка, (Никольская Борщаговка) - объеденненны в один массив по ценообразующим факторам; - Святошин; - Нивки.

Голосеевский район
Массивы района Голосеевский
- Голосеево Проспект Науки, (Саперная Слободка,); - Демеевка, (Ширма); - Корчеватое; - Феофания; - Чапаева; - Голосеевский (центр); - Голосеево; - Теремки-1; - Теремки-2.

Деснянский район
Массивы района Деснянский
- Троещина; - Лесной.

Днепровский район
Массивы района Днепровский
- Березняки; - Воскресенка; - ДВРЗ; - Комсомольский массив; - Левобережный массив; - Ленинградская площадь; - Никольская слободка; - Радужный; - Русановка; - Соцгород; - Старая Дарница (Лиски.)

Дарницкий район
Массивы района Дарницкий
- Новая Дарница; - Осокорки; - Позняки; - Харьковский; - Бортничи

Оболонский район
Массивы района Оболонский
- Вдогон; - Минский (Куреневка); - Оболонь; - Оболонские Липки; - Пуща Водица

Печерский район
Массивы района Печерский
- Печерск Дворец Украина; - Липки; - Печерск; - Печерский (центр)

Подольский район
Массивы района Подольский
- Ветряные горы; - Виноградарь; - Куреневка; - Подол (Центр).

Соломенский район
Массивы района Соломенский
- Жуляны; - Караваевы Дачи; - Отрадный; - Соломенка (Первомайский); - Соломенский. КПИ; - Совки; - Чоколовка; - Шулявка.

Шевченковский район
Массивы района Шевченковский
- Лукьяновка; - Нивки; - Сырец; - Татарка; - Шевченковский КПИ;
- Шевченковский (Центр)

3.4.4. Построение числовой дискретной пространственно - параметрической модели рынка.

Покажем порядок построения ДППМ - рынка на примере базы данных предложений квартир в январе 2010 года в городе Киеве. Числовые данные приведены в долларах США.

Полученная объединенная выборка предложений квартир на рынке жилья Киева расчленена на малые выборки в соответствии с ценовым зонированием и типом жилья. Далее были определены статистические характеристики каждой выборки и поострена исходная числовая пространственно- параметрическая модель.

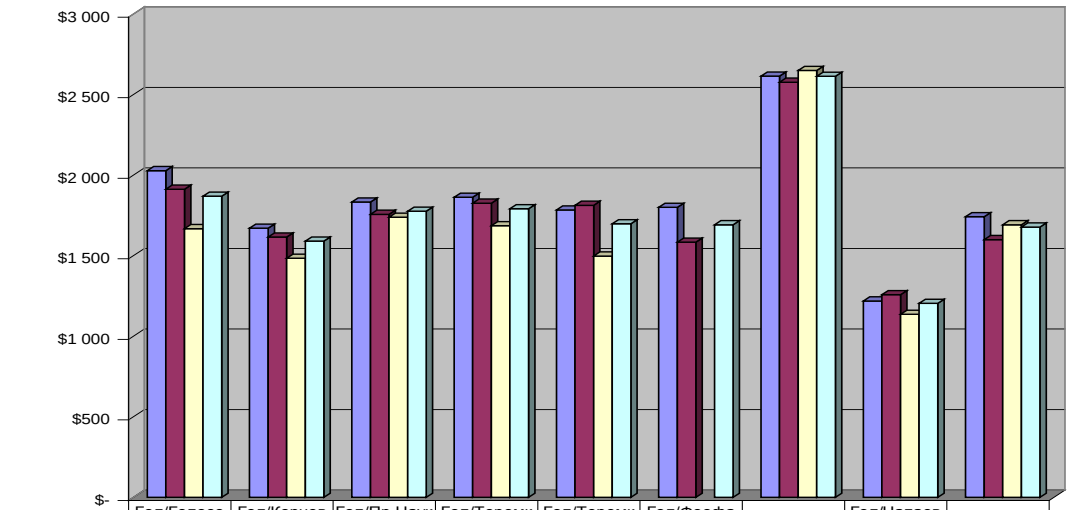
Вторичная недвижимость **КВАРТИРЫ**	**Январь 2010 год**			
	1ком	2ком	3ком	**ср**
Гол/Голосеев	2028	1913	1668	***1870***
Гол/Корчеватое	1671	1616	1484	***1590***
Гол/Пр.Науки	1833	1757	1739	***1776***
Гол/Теремки-1	1863	1826	1686	***1792***
Гол/Теремки-2	1784	1813	1498	***1698***
Гол/Феофания	1800	1584		***1692***
Гол/Центр	2615	2577	2650	***2614***
Гол/Чапаевка	1219	1258	1136	***1204***

Гол/Ширма	1742	1600	1692	***1678***
Голосеевский	**1839**	**1772**	**1694**	***1768***
Дар/Бортничи	1407	1317	1223	***1316***
Дар/Новая Дарница	1691	1479	1471	***1547***
Дар/Осокорки	1717	1733	1643	***1698***
Дар/Позняки	1713	1716	1569	***1666***
Дар/Харьковский	1765	1625	1488	***1626***
Дарницкий	**1659**	**1574**	**1479**	***1570***
Дес/Лесной	1820	1557	1415	***1597***
Дес/Троещина	1569	1509	1336	***1471***
Деснянский	**1695**	**1533**	**1376**	***1534***
Дне/Березняки	1844	1668	1547	***1686***
Дне/Воскресенка	1763	1448	1468	***1560***
Дне/ДВРЗ	1742	1451	1328	***1507***
Дне/Комсомольский	1988	1618	1688	***1765***
Дне/Левобережный	2186	1940	1988	***2038***
Дне/Лен.площадь	1785	1494	1433	***1571***
Дне/Ник.Слободка	2109	1969	1853	***1977***
Дне/Радужный	1706	1615	1568	***1630***
Дне/Русановка	2098	1773	1745	***1872***
Дне/Соцгород	1899	1584	1553	***1679***
Дне/Ст. Дарница	1694	1522	1420	***1545***
Днепровский	**1892**	**1644**	**1599**	***1712***
Обо/Водогон	1764	1547	1209	***1507***
Обо/Минский	1844	1757	1710	***1770***
Обо/Оболонь	2032	1985	1803	***1940***
Обо/Липки	2494	2512	2414	***2473***
Обо/Пуща	1646			***1646***
Оболонский	**1956**	**1950**	**1784**	***1867***
Печ/дв.Украина	2658	2633	2723	***2671***
Печ/Липки	3361	3995	4480	***3945***
Печ/Печерск	2571	2604	2609	***2595***
Печ/Центр	4116	3738	3550	***3801***
Печерский	**3177**	**3243**	**3341**	***3253***
Под/Ветряные горы	1814	1589	1477	***1627***
Под/Виноградарь	1829	1703	1621	***1718***
Под/Куреневка	1772	1735	1677	***1728***
Под/Подол	2546	2522	2568	***2545***
Подольский	**1990**	**1887**	**1836**	***1904***
Свя/Академгородок	1717	1651	1666	***1678***
Свя/Борщаговка	1750	1608	1442	***1600***
Свя/Нивки	1934	1717	1772	***1808***
Свя/Новобеличи	1676	1708	1645	***1676***
Свя/Святошин	1943	1714	1689	***1782***
Святошинский	**1804**	**1680**	**1643**	***1709***

Сол/Жуляны		1444		***1444***
Сол/Караваевы дачи	1955	1629	1743	***1776***
Сол/КПИ	1895	1710	1607	***1737***
Сол/Отрадный	1788	1593	1649	***1677***
Сол/Совки	1700	1400	1714	***1605***
Сол/Соломенка	2044	1891	1983	***1973***
Сол/Чоколовка	2072	1846	1691	***1870***
Сол/Шулявка	1967	1831	1679	***1826***
Соломенский	**1917**	**1668**	**1724**	***1738***
Шев/КПИ	2165	2133	2067	***2122***
Шев/Лукьяновка	2229	2103	2214	***2182***
Шев/Нивки	1829	1584	1489	***1634***
Шев/Сырец	1965	1771	1613	***1783***
Шев/Татарка	2073	2151	2104	***2109***
Шев/Центр	2905	3156	3171	***3077***
Шев/Шулявка	2000	2128	1900	***2009***
Шевченковский	**2167**	**2147**	**2080**	***2131***

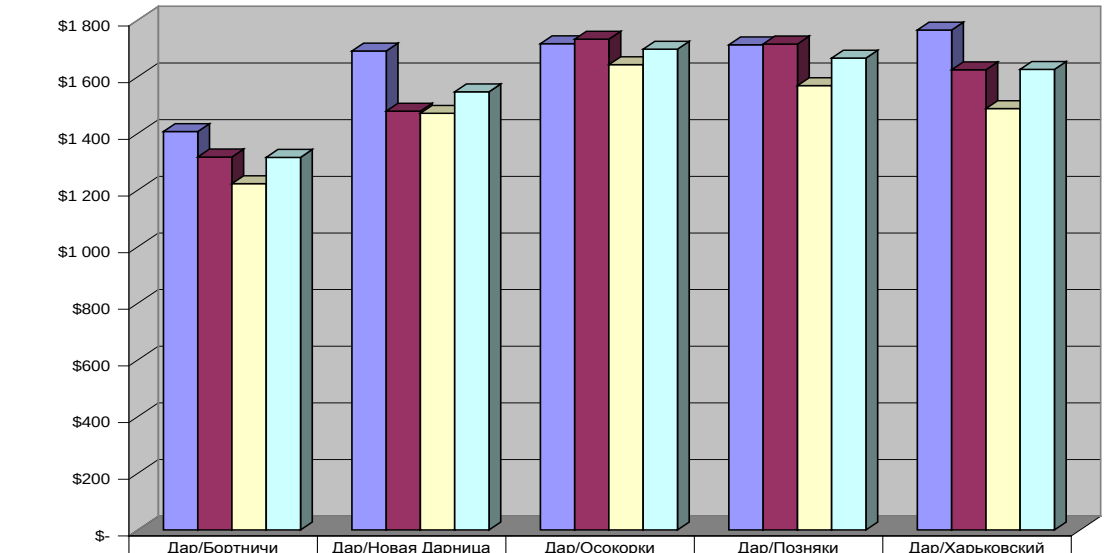
На основании полученных цифровых значений (стоимость кв.м. в долларах США) строим графики по Административным районам Киева для визуального восприятия полученной информации

Голосеевский район



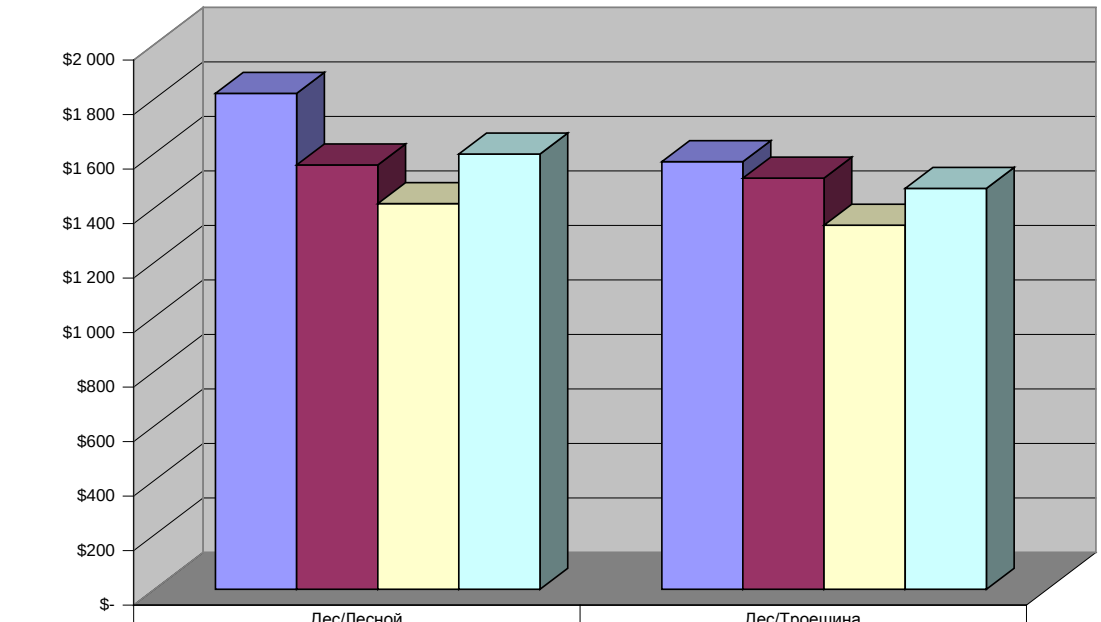
	Гол/Голосеев	Гол/Корчеватое	Гол/Пр.Науки	Гол/Теремки-1	Гол/Теремки-2	Гол/Феофания	Гол/Центр	Гол/Чапаевка	Гол/Ширма
январь 1ком	$2 028	$1 671	$1 833	$1 863	$1 784	$1 800	$2 615	$1 219	$1 742
январь 2ком	$1 913	$1 616	$1 757	$1 826	$1 813	$1 584	$2 577	$1 258	$1 600
январь 3ком	$1 668	$1 484	$1 739	$1 686	$1 498		$2 650	$1 136	$1 692
январь ср	$1 870	$1 590	$1 776	$1 792	$1 698	$1 692	$2 614	$1 204	$1 678

Дарницкий район



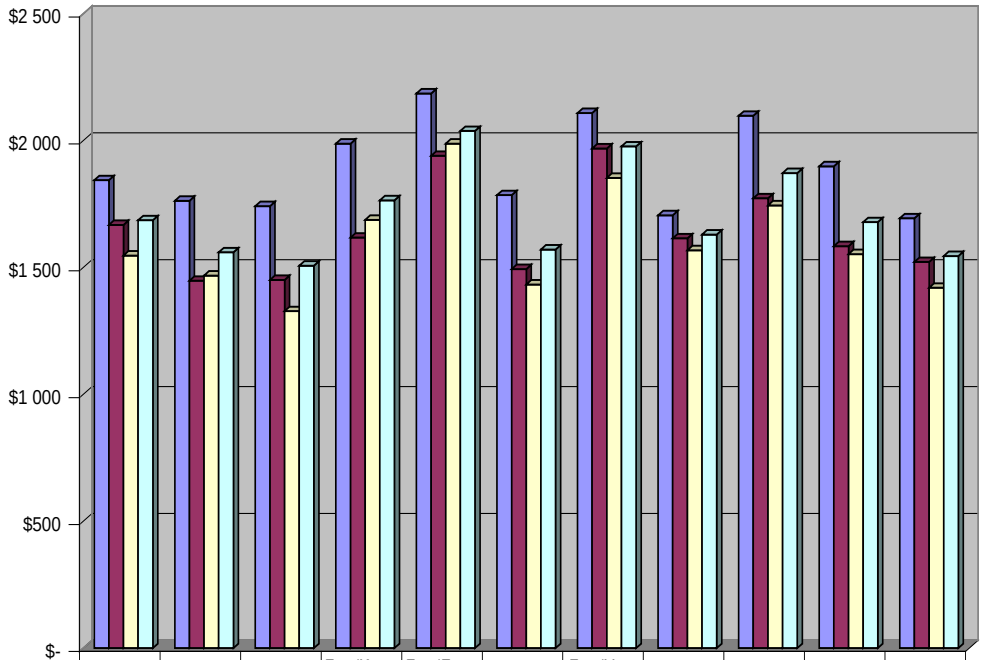
	Дар/Бортничи	Дар/Новая Дарница	Дар/Осокорки	Дар/Позняки	Дар/Харьковский
январь 1ком	$1 407	$1 691	$1 717	$1 713	$1 765
январь 2ком	$1 317	$1 479	$1 733	$1 716	$1 625
январь 3ком	$1 223	$1 471	$1 643	$1 569	$1 488
январь ср	$1 316	$1 547	$1 698	$1 666	$1 626

Деснянский район



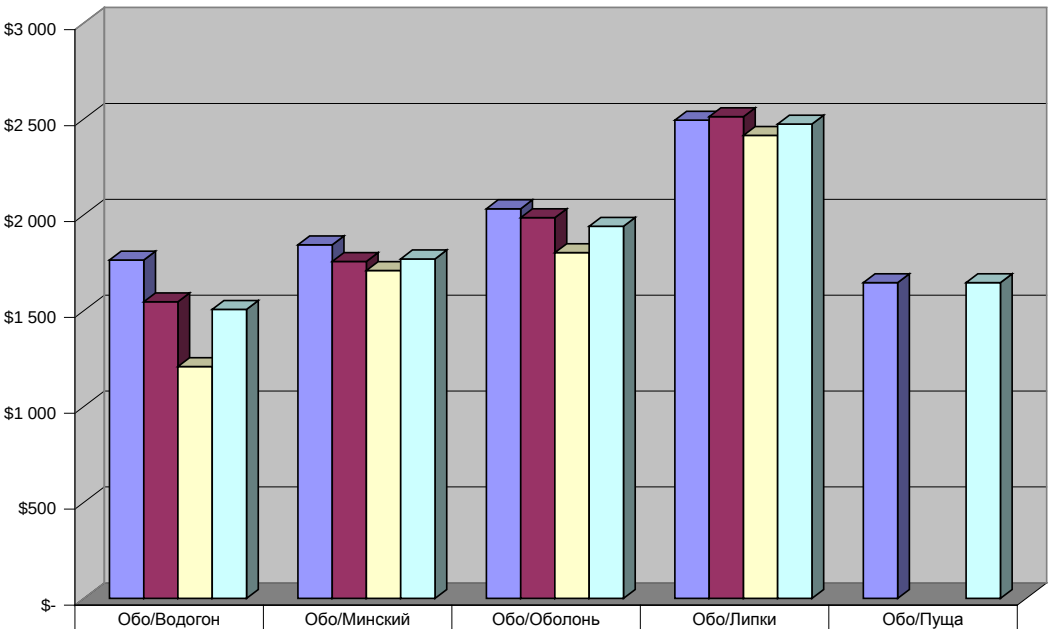
	Дес/Лесной	Дес/Троещина
январь 1ком	$1 820	$1 569
январь 2ком	$1 557	$1 509
январь 3ком	$1 415	$1 336
январь ср	$1 597	$1 471

Днепровский район



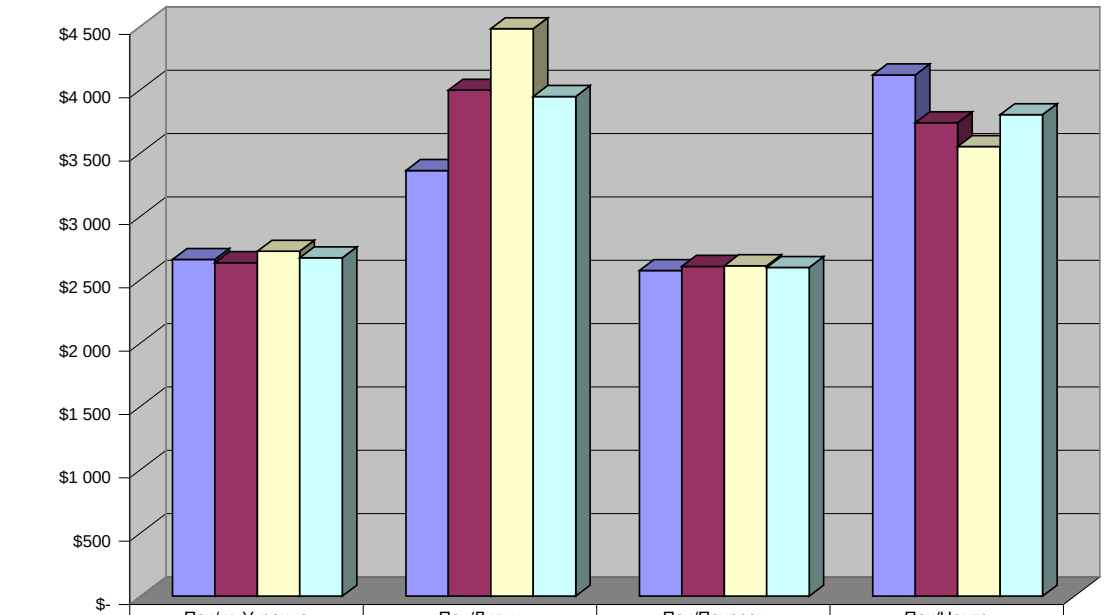
	Дне/Березняки	Дне/Воскресенка	Дне/ДВРЗ	Дне/Комсомольский	Дне/Левобережный	Дне/Лен. площадь	Дне/Ник. Слободка	Дне/Радужный	Дне/Русановка	Дне/Соцгород	Дне/Ст. Дарница
январь 1ком	$1 844	$1 763	$1 742	$1 988	$2 186	$1 785	$2 109	$1 706	$2 098	$1 899	$1 694
январь 2ком	$1 668	$1 448	$1 451	$1 618	$1 940	$1 494	$1 969	$1 615	$1 773	$1 584	$1 522
январь 3ком	$1 547	$1 468	$1 328	$1 688	$1 988	$1 433	$1 853	$1 568	$1 745	$1 553	$1 420
январь ср	$1 686	$1 560	$1 507	$1 765	$2 038	$1 571	$1 977	$1 630	$1 872	$1 679	$1 545

Оболонский район



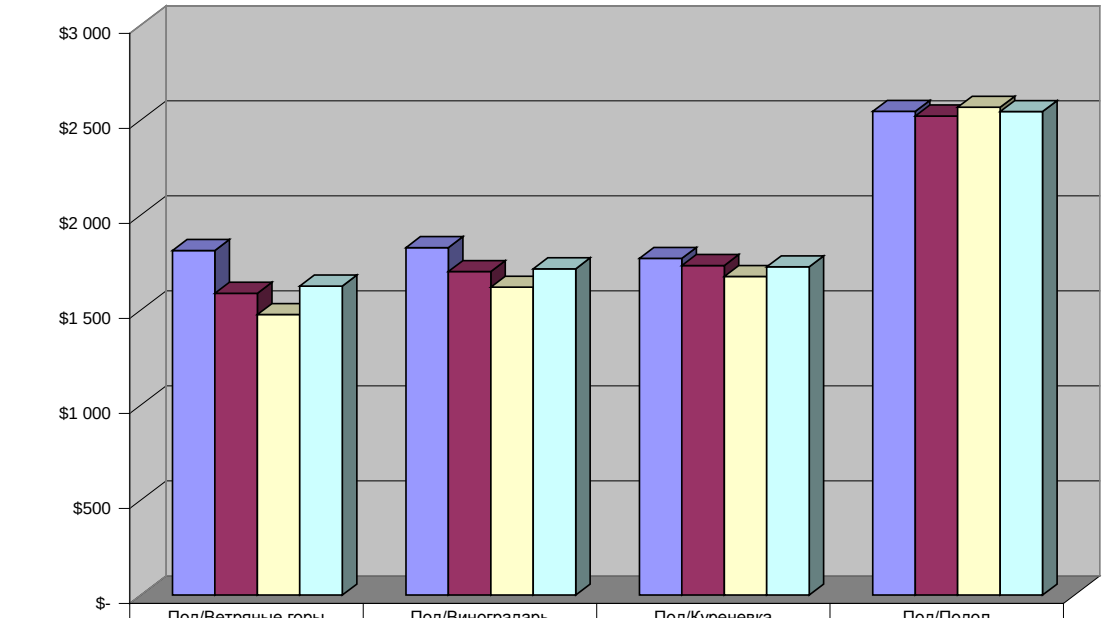
	Обо/Водогон	Обо/Минский	Обо/Оболонь	Обо/Липки	Обо/Пуща
январь 1ком	$1 764	$1 844	$2 032	$2 494	$1 646
январь 2ком	$1 547	$1 757	$1 985	$2 512	
январь 3ком	$1 209	$1 710	$1 803	$2 414	
январь ср	$1 507	$1 770	$1 940	$2 473	$1 646

Печерский район



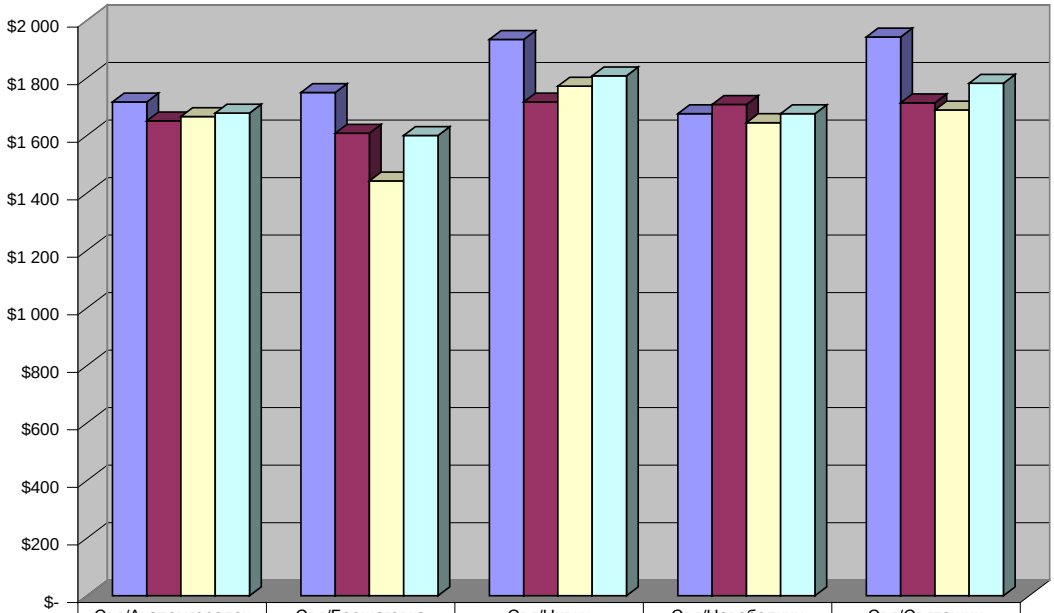
	Печ/дв.Украина	Печ/Липки	Печ/Печерск	Печ/Центр
январь 1ком	$2 658	$3 361	$2 571	$4 116
январь 2ком	$2 633	$3 995	$2 604	$3 738
январь 3ком	$2 723	$4 480	$2 609	$3 550
январь ср	$2 671	$3 945	$2 595	$3 801

Подольский район



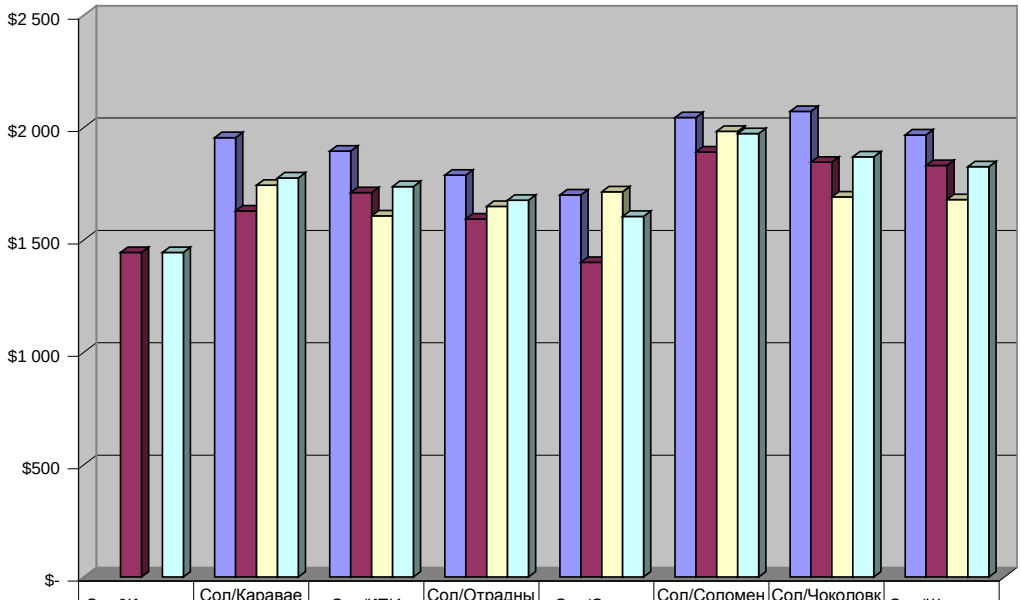
	Под/Ветряные горы	Под/Виноградарь	Под/Куреневка	Под/Подол
январь 1ком	$1 814	$1 829	$1 772	$2 546
январь 2ком	$1 589	$1 703	$1 735	$2 522
январь 3ком	$1 477	$1 621	$1 677	$2 568
январь ср	$1 627	$1 718	$1 728	$2 545

Святошинский район



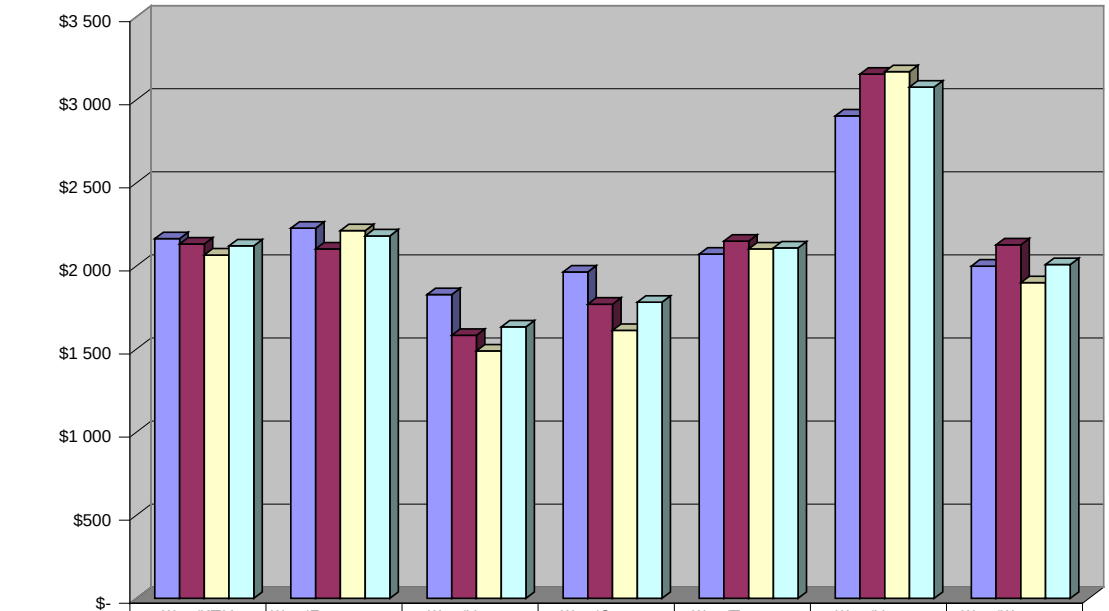
	Свя/Академгородок	Свя/Борщаговка	Свя/Нивки	Свя/Новобеличи	Свя/Святошин
январь 1ком	$1 717	$1 750	$1 934	$1 676	$1 943
январь 2ком	$1 651	$1 608	$1 717	$1 708	$1 714
январь 3ком	$1 666	$1 442	$1 772	$1 645	$1 689
январь ср	$1 678	$1 600	$1 808	$1 676	$1 782

Соломенский район



	Сол/Жуляны	Сол/Караваевы дачи	Сол/КПИ	Сол/Отрадный	Сол/Совки	Сол/Соломенка	Сол/Чоколовка	Сол/Шулявка
январь 1ком		$1 955	$1 895	$1 788	$1 700	$2 044	$2 072	$1 967
январь 2ком	$1 444	$1 629	$1 710	$1 593	$1 400	$1 891	$1 846	$1 831
январь 3ком		$1 743	$1 607	$1 649	$1 714	$1 983	$1 691	$1 679
январь ср	$1 444	$1 776	$1 737	$1 677	$1 605	$1 973	$1 870	$1 826

Шевченковский район



	Шев/КПИ	Шев/Лукьяновка	Шев/Нивки	Шев/Сырец	Шев/Татарка	Шев/Центр	Шев/Шулявка
январь 1ком	$2 165	$2 229	$1 829	$1 965	$2 073	$2 905	$2 000
январь 2ком	$2 133	$2 103	$1 584	$1 771	$2 151	$3 156	$2 128
январь 3ком	$2 067	$2 214	$1 489	$1 613	$2 104	$3 171	$1 900
январь ср	$2 122	$2 182	$1 634	$1 783	$2 109	$3 077	$2 009

3.5. Сегментация рынка нежилой недвижимости

Коммерческая недвижимость состоит из сегментов:

- Офисная недвижимость
- Торговая недвижимость
- Складская недвижимость
- Промышленная недвижимость
- Гостиничная недвижимость

3.5.1. Офисная недвижимость

Одним из наиболее активных на рынке коммерческой недвижимости является офисный сегмент.
Данный сегмент подразделяется на три категории:
1) профессиональные офисные помещения;
2) полупрофессиональные офисные помещения;
3) непрофессиональные, подвалы жилых домов, первые этажи квартирные офисы.

К профессиональным офисным помещениям относятся бизнес-центры или офисные центры.

К полупрофессиональным офисным помещениям относятся помещения в зданиях нежилого фонда. Квартирные офисы - квартиры на нижних этажах жилых домов.

3.5.2. Классификация офисных помещений

Данная классификация разработана АСНрУ 2009 году. За основу взята Классификация и Стандарты описания недвижимости, разработанные РГР и Американской Торговой Палатой в Украине.

Класс А Профессиональные офисные помещения

Критерии	**Значения**
Назначение зданий	Бизнес-центры.
Возраст здания	Новое строительство.
Расположение	Первоклассное. Расположение на главных транспортных артериях и площадях, с удобным подъездом.
Конструктивные решения	Монолитно-каркасное, металло-каркасное здание. Возможность установки фальшполов и подвесных потолков; высота от пола до пола следующего этажа не менее 3,6 м (не менее 2,7 м от фальшпола до подвесного потолка в законченном состоянии).
Планировочные решения	Оптимальные. Рациональная эффективная сетка колонн (расстояние между колоннами не менее 6 м), рациональное соотношение между колоннами и окнами.
Архитектура и отделка	Индивидуальный (авторский) проект. Наружная отделка высококачественными материалами. Внутренняя отделка по индивидуальному заказу арендатора. Панорамное остекление.
Инженерия	Высококачественная зарубежных производителей. Автоматизированные системы жизнеобеспечения. Полностью контролируемый микроклимат в помещениях, поддержание постоянной температуры и влажности при помощи единой комбинированной системы вентиляции, отопления и кондиционирования воздуха (как правило, осуществляется при помощи четырехтрубных фэнкойлов). Современные системы безопасности здания; UPS (источник бесперебойного питания).
Инфраструктура и сервис	Развернутая инфраструктура централизованного обеспечения арендаторов оргтехникой, средствами связи и телекоммуникации, конференц-залы, средства бытового обслуживания и отдыха.
Паркинг	Достаточное количество машиномест на подземной автостоянке. Охраняемые стоянки с числом мест не менее одного на 60 кв. м офисных помещений.
Управление заданием	Профессиональное управление, отвечающее международным стандартам. Профессиональный опытный арендодатель. Здание содержится в безупречном состоянии, имеет собственные службы безопасности, управления и обслуживания. Наличие правильно оформленной юридической документации на право собственности и эксплуатации.

Класс В Профессиональные офисные помещения

Критерии	**Значения**
Назначение зданий	Бизнес-центры, офисные здания
Возраст здания	Бизнес - центры после 5 — 7 лет эксплуатации, или специальные новые офисные здания, или реконструированные особняки.
Расположение	Несоответствие некоторым требованиям к классу А.
Конструктивные решения	Монолитно - каркасные, металло - каркасные, кирпичные здания. Возможность установки фальшполов и подвесных потолков.
Планировочные решения	

Архитектура и отделка	Несоответствие некоторым требованиям к классу А.
Инженерия	Полностью контролируемый микроклимат в помещениях, поддержание постоянной температуры при помощи единой комбинированной системы вентиляции, отопления и кондиционирования воздуха; современные системы безопасности здания; достаточное инженерное обеспечение; UPS (источник бесперебойного питания).
Инфраструктура и сервис	Несоответствие некоторым требованиям к классу А.
Паркинг	Парковка, обеспечивающая достаточное количество машиномест.
Управление заданием	Управление зданием, отвечающее международным стандартам; профессиональный опытный арендодатель; наличие правильно оформленной юридической документации на право собственности и эксплуатации здания.

Класс С Полупрофессинальные офисные помещения

Критерии	**Значения**
Назначение зданий	Офисные здания
Возраст здания	Устаревшие офисные здания, реконструированные здания иного назначения.
Расположение	С недостатками в расположении (удаленность от транспортных артерий, неудобный подъезд).
Конструктивные решения	Возможность установки подвесных потолков.
Планировочные решения	Достаточно эффективные поэтажные планы.
Архитектура и отделка	Требований к архитектуре не предъявляется. Ремонт, соответствующий западным стандартам.
Инженерия	Система предварительного охлаждения приточного воздуха (comfort cooling) или сплит - системы кондиционирования воздуха.
Инфраструктура и сервис	Недостаточная инфраструктура обслуживания бизнеса и отдыха.
Паркинг	Недостаточное количество машиномест..
Управление заданием	Круглосуточная охрана; хорошая служба эксплуатации; опытный арендодатель.

Класс **D Полупрофессиональные офисные помещения**

Критерии	Значения
Назначение зданий	Нежилые помещения в административно - офисных зданиях, научно - исследовательских институтах, приспособленные под офисы.
Возраст здания	Более 10 лет.
Расположение	Требования не предъявляются.
Конструктивные решения	
Планировочные решения	
Архитектура и отделка	Более или менее качественный ремонт.
Инженерия	Устаревшие инженерные коммуникации.
Инфраструктура и сервис	Требования не предъявляются.
Паркинг	
Управление заданием	Отсутствие специализированных служб эксплуатации и жизнеобеспечения.

Класс Е Непрофессиональные (подвалы жилых домов, первые этажи, квартирные офисы)

Критерии	Значения
Назначение зданий	Нежилые помещения в жилых и нежилых зданиях, приспособленные для размещения офисов (первые этажи и подвалы жилых домов, бывшие детские сады и т.д.).
Возраст здания	Требования не предъявляются.
Расположение	
Конструктивные решения	
Планировочные решения	
Архитектура и отделка	Более или менее качественная отделка, ремонт.
Инженерия	Устаревшие инженерные коммуникации.
Инфраструктура и сервис	Требования не предъявляются.
Паркинг	
Управление заданием	

Класс F Непрофессиональные (подвалы жилых домов, первые этажи, квартирные офисы)

Критерии	**Значения**
Назначение зданий	То же, что класс Е, но не приспособленные под офисы и неотремонтированные (неотделанные).
Возраст здания	То же, что класс Е
Расположение	
Конструктивные решения	
Планировочные решения	
Архитектура и отделка	Более или менее качественная отделка, ремонт. Требуется реконструкция и ремонт (отделка).
Инженерия	Устаревшие инженерные коммуникации.
Инфраструктура и сервис	То же, что класс Е
Паркинг	
Управление заданием	

Полупрофессиональные офисные помещения

Характеризуются относительно небольшими арендными ставками, расположены, как правило, в административных зданиях и помещениях бывших НИИ. Достаточно широко представлены на рынке и востребованы представителями малого и начинающего бизнеса. В большинстве своем имеют ремонт, сервис и инфраструктуру советских времен (охрана на уровне вахтера на проходной, отсутствие или ограниченная парковка).

Непрофессиональные, подвалы жилых домов, первые этажи. Квартирные офисы

Чаще всего такие офисы расположены на первых этажах жилых домов, в квартирах с «офисным ремонтом», и, как правило, не переведены из жилого в нежилой фонд. Пользуются популярностью у представителей малого и среднего бизнеса из числа кампаний, работающих в сфере услуг, либо для размещения офисов «закрытого» типа.

3.5.3.Торговая недвижимость

Несмотря на то, что рынок торговой недвижимости Украины развивается очень активно, на сегодняшний день в Украине отсутствует классификация торговых центров и поэтому,2009 году комитет по статистике аналитике и IT технологиям АСНрУ разработал классификацию и стандарты описания торговой недвижимости, за основу взяли классификацию и стандарты описания разработанные РГР.

В мировой практике существует несколько классификаций торговых центров, где все форматы соответствуют определенным критериям: размер, целевой рынок, конфигурация помещений, состав арендаторов и др. Одним из критериев классификации является зона влияния торгового центра (микрорайонные, районные, окружные, региональные). Другая классификация основана на определении якорных арендаторов (специализированный торговый центр, фестивальный торговый центр, пауэр-центр, торговый центр моды, торгово-развлекательный центр, торгово-общественный центр и пр.).

В настоящее время торговые центры в Украине весьма разнообразны, и отнести их к четким общепризнанным форматам очень сложно, что объясняется «молодостью» рынка.

По параметрам насыщенности торговыми площадями столица Украины, не говоря уже о регионах, отстает от крупных городов Центральной Европы и России. В Украине не хватает всех форматов и типов торговых центров. Незанятых ниш еще довольно много.

В последнее время тенденция к форматированию, как к обязательному элементу построения концепции ТЦ, усиливается. В ближайшее время по-прежнему будут развиваться крупноформатные объекты торговли, продолжит свое развитие и продуктовая розница в формате супермаркетов и гипермаркетов, будут заполняться ниши по географии сетей, по зонам обслуживания, что, в результате, приведет к долгожданной конкуренции среди представителей этого формата. На крупные форматы самообслуживания сегодня сделали ставку операторы непродуктовых розничных рынков: электроники и бытовой техники, игрушек, спортивных товаров, книг, мебели и многих других.

Торговые центры

Торговый центр - это совокупность предприятий торговли, услуг, общественного питания и развлечений, подобранных в соответствии с концепцией осуществляющих свою деятельность в специально спланированном здании (или в комплексе зданий). Находящемся в профессиональном управлении, поддерживающемся в виде одной функциональной единицы.

При подборе помещения под торговый центр, в первую очередь, должны учитываться три его характеристики:

- заметность;
- доступность;
- наличие целевого покупателя.

Во всех случаях тип ТЦ и его специализация определяются составом арендаторов и масштабом влияния (размером торговой зоны). Разработка архитектурно-планировочных решений, а также брокеридж (сдача площадей торгового центра в аренду) проводятся на основании Концепции торгового центра.

Концепция торгового центра должна отражать следующее:

- целевые группы покупателей (портрет покупателя);
- тип торгового центра;
- состав арендаторов (якоря, мини-якоря, сопутствующие).

При удачном сочетании указанных характеристик успех того или иного центра гарантирован, и наоборот. Доходность торгового центра определяется множеством обстоятельств. Но один упущенный из виду фактор может стать причиной провала.

Одним из главных достоинств объекта остается расположение его в «проходном месте». Торговый центр, находящийся в неудобном для покупателей месте, не будет пользоваться должным спросом, и, соответственно, не окупятся вложенные арендаторами и арендодателями средства. Поэтому, прежде чем покупать или арендовать торговую площадь, необходимо проанализировать конъюнктуру рынка и выяснить, какие именно товары будут востребованы в данное время в данном месте. Для продуктового супермаркета необязательно находиться рядом со станцией метро. Гораздо перспективнее сосредоточение заселенных жилых домов. Кроме того, аналитики рынка продолжают делать ставку на перспективность помещений, расположенных при выезде из города. В этом случае торговый объект обязательно должен иметь хорошие подъездные пути и удобные транспортные развязки. Естественно, одним из обязательных условий ликвидности торгового объекта является наличие удобной парковки рядом с магазином.

3.5.4. Классификация Торговой недвижимости

Все типы торговых центров служат различным покупательским нуждам и классифицируются в зависимости от размера центра, местоположения и

арендаторов/торговых операторов, присутствующих в них. Часто при определении типа торгового центра учитываются и группы потребителей или целевые покупатели.

Класс 1 Торгово-Развлекательный Комплекс ТРК ТЦ межрайонный.
Класс 2 Торгово-Развлекательный Комплекс ТРК ТЦ районный.
Класс 3 Отдельное здание - магазин (супермаркет, универсам, магазин, бутик).
Класс 4 Отдельное здание - магазин (салон, мебельный центр, техноцентр, детский мир).
Класс 5 Универмаг, гастроном, продовольственный, промтоварный магазин, аптека и т.д.
Класс 6 Пристройка, Павильон, магазин, «стекляшка», киоск (малые формы) небольшое торговое предприятие, обслуживающее жителей микрорайона.
Класс 7 Бутик.
Класс 8 Нежилые помещения свободного назначения (отремонтированные).
Класс 9 Нежилые помещения свободного назначения (без ремонта).
Класс 10 Нежилые помещения свободного назначения. Кафе Бары.
Класс 11 Нежилые помещения свободного назначения. Рестораны.

Класс 1 Торгово-Развлекательный Комплекс ТРК ТЦ межрайонный

Критерии	**Значение**
Формат объекта, принятые названия	Торговый комплекс (ТК), торгово-развлекательный комплекс (ТРК), торговый центр (ТЦ), мегамолл, гипермолл (межрайонный).
Товарная специализация	Смешанные — все виды товаров (без элитных групп).
Основной потребитель	Средний класс.
Конструктив, архитектура и отделка	Современный комплекс капитальных зданий модной архитектуры, соответствующей окружающей застройке. Качественная отделка с применением ярких пластмасс, стекла, синтетических материалов.
Планировочные решения	Оптимальные (атриум, галереи, холлы, эскалаторы).
Инфраструктура и сервис, центры притяжения	Максимально широкое развитие дополнительных услуг и сервиса, в том числе развлекательного (развлекательные центры, мультиплексы, фуд-корты, луна-парк, боулинг, детская площадка, каток, внутримагазинный транспорт, бесплатная доставка и установка крупной бытовой техники, офисные помещения и гостиница и т.п.).
Расположение	У вокзалов, на главных транспортных артериях, с удобным подъездом легкового автотранспорта и подходом от метро и др. станций общественного транспорта.
Паркинг	Охраняемые стоянки (не менее 1 на 50 кв. м. торговой площади).
Управление зданием	Профессиональное управление, отвечающее международным стандартам. Профессиональный опытный арендодатель. Здание содержится в безупречном состоянии, имеет собственные службы безопасности, управления и обслуживания. Наличие правильно оформленной юридической документации на право собственности и эксплуатации.

Класс 2 Торгово-Развлекательный Комплекс ТРК ТЦ районный

Критерии	**Значение**
Формат объекта, принятые	Торговый комплекс (ТК), торговый центр (ТЦ),

названия	гипермаркет (районный).
Товарная специализация	То же, что в классе 1
Основной потребитель	То же, что в классе 1
Конструктив, архитектура и отделка	То же, что в классе 1
Планировочные решения	То же, что в классе 1
Инфраструктура и сервис, центры притяжения	Наличие дополнительных услуг и сервиса (химчистка, фотолаборатория, банкомат, обменный пункт, бар, кафетерий, парикмахерская, солярий, аптечный киоск, упаковка подарков, обслуживание кредитных карт, детская игровая комната, бесплатная доставка и установка крупной бытовой техники и др.).
Расположение	На главных площадях и транспортных артериях, с удобным подъездом легкового автотранспорта и подходом от метро и др. станций общественного транспорта.
Паркинг	Охраняемые стоянки
Управление зданием	То же

Класс 3 Отдельное здание - магазин (супермаркет, универсам, магазин, бутик)

Критерии	**Значение**
Формат объекта, принятые названия	Отдельное здание - магазин (супермаркет, универсам, магазин, бутик).
Товарная специализация	Универсальные — все виды продовольственных либо непродовольственных товаров (от массовых до элитных).
Основной потребитель	Средний и высший средний класс, работники иностранных фирм и организаций.
Конструктив, архитектура и отделка	Современное капитальное здание или часть здания (в цокольном этаже). Качественная реконструкция и отделка.
Планировочные решения	Удобная организация потока покупателей.
Инфраструктура и сервис, центры притяжения	Наличие дополнительных услуг и сервиса (обменный пункт, бар, кафетерий, аптечный киоск, упаковка подарков, обслуживание кредитных карт, сопутствующие товары и др.).
Расположение	Расположение на главных транспортных артериях и площадях, с удобным подъездом, с большим потоком пешеходов («проходимое место»).
Паркинг	Наличие парковки.
Управление зданием	Управление зданием, отвечающее международным стандартам; профессиональный опытный арендодатель; наличие правильно оформленной юридической документации на право собственности и Эксплуатация здания.

Класс 4 Отдельное здание - магазин (салон, мебельный центр, техноцентр, детский мир).

Критерии	**Значение**
Формат объекта, принятые названия	Отдельное здание - магазин (салон, мебельный центр, техноцентр, детский мир и т.д.).
Товарная специализация	Комбинированные — реализующие несколько групп товаров, объединенных общностью спроса.

Основной потребитель	Средний и высший средний класс, работники иностранных фирм и организаций.
Конструктив, архитектура и отделка	Современное капитальное здание или часть здания (в цокольном или нижнем этаже). Качественная реконструкция и отделка. Hi - tech, модные стили, модные материалы.
Планировочные решения	Удобная организация потока покупателей.
Инфраструктура и сервис, центры притяжения	Наличие некоторых дополнительных услуг и сервиса (обменный пункт, обслуживание кредитных карт, сопутствующие товары и др.).
Расположение	Расположение на транспортных артериях и площадях, с удобным подъездом, с большим потоком пешеходов («проходимое место»).
Паркинг	Наличие парковки.
Управление зданием	Круглосуточная охрана; хорошая служба эксплуатации; опытный арендодатель.

Класс 5 Универмаг, гастроном, продовольственный, промтоварный магазин, аптека.

Критерии	**Значение**
Формат объекта, принятые названия	Универмаг, гастроном, продовольственный, промтоварный магазин, аптека и т.д.
Товарная специализация	Универсальные либо специализированные на отдельных товарных группах в средней и нижней ценовой нише.
Основной потребитель	Жители данного района.
Конструктив, архитектура и отделка	Нижние этажи в жилом или офисном здании либо отдельно стоящее здание. Стандартный косметический ремонт.
Планировочные решения	Требования не предъявляются
Инфраструктура и сервис, центры притяжения	Требования не предъявляются
Расположение	Расположение на транспортных артериях, улицах, площадях
Паркинг	Требования не предъявляются.
Управление зданием	Круглосуточная охрана; хорошая служба эксплуатации; опытный арендодатель.

Класс 6 «Магазин на углу»

Критерии	**Значение**
Формат объекта, принятые названия	Пристройка, Павильон, магазин, «стекляшка», киоск (малые формы) небольшое торговое предприятие, обслуживающее жителей микрорайона
Товарная специализация	Специализированные и узкоспециализированные товарные группы в нижней ценовой нише (включая дешевый импорт, подделки).
Основной потребитель	Пассажиры метрополитена, прохожие, туристы. Жители микрорайона, пенсионеры, нижние доходные группы населения
Конструктив, архитектура и отделка	Требования не предъявляются
Планировочные	Требования не предъявляются

решения	
Инфраструктура и сервис, центры притяжения	Требования не предъявляются
Расположение	У станций метро, на рынках, на улицах и площадях, пеших туристских маршрутах. Внутри микрорайона, двора.
Паркинг	Требования не предъявляются.
Управление зданием	Требования не предъявляются.

Класс 7 Бутик.

Критерии	**Значение**
Формат объекта, принятые названия	Бутик
Товарная специализация	Узкоспециализированные товары одной знаковой фирмы мирового класса, наивысшей ценовой ниши.
Основной потребитель	Элита.
Конструктив, архитектура и отделка	Помещение небольшого объема в элитном доме, изысканная классика, натуральные материалы.
Планировочные решения	Требования не предъявляются
Инфраструктура и сервис, центры притяжения	Требования не предъявляются
Расположение	На улицах и в районах с элитной застройкой.
Паркинг	Наличие парковочных мест.
Управление зданием	Профессиональное управление, круглосуточная охрана, видеонаблюдение.

Класс 8 Нежилые помещения свободного назначения (отремонтированные).

Критерии	**Значение**
Формат объекта, принятые названия	Нежилые помещения свободного назначения (отремонтированные).
Товарная специализация	Не определено
Основной потребитель	Не определено
Конструктив, архитектура и отделка	Первые этажи и подвалы жилого дома. Более или менее качественный ремонт. Наличие витрин.
Планировочные решения	Не определено
Инфраструктура и сервис, центры притяжения	Не определено
Расположение	Разнообразное
Паркинг	Требования не предъявляются
Управление зданием	Требования не предъявляются

Класс 9 Нежилые помещения свободного назначения (без ремонта).

Критерии	**Значение**
Формат объекта, принятые названия	Нежилые помещения свободного назначения (без ремонта)
Товарная специализация	Не определено
Основной потребитель	Не определено
Конструктив, архитектура и	Первые этажи и подвалы жилого дома. Требуется

отделка	реконструкция и ремонт
Планировочные решения	Не определено
Инфраструктура и сервис, центры притяжения	Не определено
Расположение	Разнообразное
Паркинг	Требования не предъявляются
Управление зданием	Требования не предъявляются

Класс 10 Нежилые помещения свободного назначения. Кафе Бары.

Критерии	**Значение**
Формат объекта, принятые названия	Нежилые помещения свободного назначения Кафе Бары
Товарная специализация	Не определено
Основной потребитель	Пассажиры метрополитена, прохожие, туристы.Жители микрорайона
Конструктив, архитектура и отделка	Первые этажи и подвалы жилого дома. Более или менее качественный ремонт. Наличие витрин.
Планировочные решения	Требования не предъявляются
Инфраструктура и сервис, центры притяжения	Требования не предъявляются
Расположение	У станций метро, на рынках, на улицах и площадях, пеших туристских маршрутах. Внутри микрорайона, двора.
Паркинг	Требования не предъявляются
Управление зданием	Требования не предъявляются

Класс 11 Нежилые помещения свободного назначения. Рестораны.

Критерии	**Значение**
Формат объекта, принятые названия	Нежилые помещения свободного назначения Рестораны
Товарная специализация	Не определено.
Основной потребитель	Средний и высший средний класс, работники иностранных фирм и организаций.
Конструктив, архитектура и отделка	Современное капитальное здание или часть здания (в цокольном или нижнем этаже). Качественная реконструкция и отделка. Hi - tech, модные стили, модные материалы.
Планировочные решения	Требования не предъявляются
Инфраструктура и сервис, центры притяжения	Наличие некоторых дополнительных услуг и сервиса (обменный пункт, обслуживание кредитных карт.).
Расположение	Расположение на главных транспортных артериях и площадях, с удобным подъездом, с большим потоком пешеходов («проходимое место»).
Паркинг	Наличие парковочных мест
Управление зданием	Профессиональное управление, круглосуточная охрана, видеонаблюдение.

3.5.5. Складская недвижимость

Склад класса A
Склад класса B
Склад класса C
Склад класса D

Обязательные критерии	**Склады класса А**	**Обязательные критерии**	**Желательные, но не обязательные критерии**
1		Современное одноэтажное складское здание (построенное по современным технологиям) из легких металлоконструкций и сэндвич-панелей, предпочтительно прямоугольной формы, без колонн или с шагом колонн не менее 12 метров, с расстоянием между пролетами не менее 24 метров.	Железнодорожная ветка
2	Площадь застройки	45 - 55 %	
3	Месторасположение	За чертой города (0 - 30 км от основной городской окружной дороги). Наличие транспортной магистрали.	
4	Инфраструктура	Высококлассная инфраструктура ,наличие площадок для отстоя большегрузных автомобилей и парковки легковых автомобилей возможность для маневрирования и обслуживания грузового транспорта (не менее 1 погрузочно-разгрузочной рампы на 500 кв.м. складской площади).	
5	Высота потолков	10 - 13 м., позволяющая установку многоуровневого стеллажного оборудования 6-7 ярусов	
6	Напольная поверхность	Идеально ровная и водостойкая, антипылевое покрытие, с нагрузкой не менее 5 тон/м.кв.,на уровне 1,20 м от земли.	
7		Система пожарной сигнализации и автоматической системы пожаротушения (спринклерная или порошковая).	
8	Температурный режим	Регулируемый. Тепловые завесы на воротах.	
9		Автоматические ворота докового	

		типа с гидравлическим пандусом, регулируемым по высоте.	
10	Кондиционирование	Центральное кондиционирование или принудительная вентиляция.	
11		Наличие системы учета и контроля доступа сотрудников	
12	Охрана	Система охранной сигнализации и видеонаблюдение.	
13	Телефонные линии	Оптоволоконные.	
14		Огороженная и круглосуточно охраняемая, освещенная благоустроенная территория.	
15		Автономная электроподстанция и тепловой узел.	
16		Офисные площади при складе (возможность создания офисных помещений для каждого юнита комплекса с собственной входной группой).	
17	Менеджмент	Профессиональный.	

Обязательные критерии	**Склады класса В**	**Обязательные критерии**	**Желательные, но не обязательные критерии**
1		Одно-, двухэтажное складское здание, предпочтительно прямоугольной формы, вновь построенное или реконструированное промышленное здание.	Центральное кондиционирование или принудительная вентиляция.
2	Площадь застройки	45 - 55 %.	Офисные помещения при складе.
3		В случае двухэтажного строения необходимо наличие достаточного количества грузовых лифтов (подъемников) грузоподъемностью не менее 3-х тонн, не менее 1 на 2000м2.	Система учета и контроля доступа сотрудников.
4	Месторасположение	Несколько худшая транспортная доступность 1 - 2 км. от магистральных дорог.	Автономная электроподстанция и тепловой узел.
5	Инфраструктура	Наличие площадок для отстоя большегрузных автомобилей и парковки легковых автомобилей возможность для маневрирования и обслуживания грузового транспорта .	Ж/д ветка.
6	Высота потолков	Не менее 6 - 8 метров.	Менеджмент Профессиональный
7	Напольная	Асфальт или бетон без покрытия	

	поверхность	(идеально ровная),с нагрузкой не менее 5 тон/м.кв.,на уровне 1,20 м от земли.	
8		Пожарные сигнализации и гидрантная система пожаротушения.	
9	Температурный режим	Регулируемый. Тепловые завесы на рампах.	
10		Автоматические ворота докового типа с гидравлическим пандусом, регулируемым по высоте.	
11		Единые системы энергоснабжения, отопления и охлаждения.	
12	Охрана	По периметру территории. Система охранной сигнализации и система видеонаблюдения.	
13	Телефонные линии	Оптоволоконные.	

Обяза тельные критерии	**Склады класса С**	**Обязательные критерии**	**Желательные, но не обязательные критерии**
1		Капитальное производственное помещение или утепленные ангары	В случае многоэтажного строения - грузовые лифты/подъемники
2	Высота потолков	Разная от 3,5 до 18 метров.	Ворота на нулевой отметке, автомашина заходит во внутрь помещения
3	Напольная поверхность	Асфальт или бетонная плитка, бетон без покрытия.	Площадки для отстоя и маневрирования большегрузных автомобилей
			Система вентиляции.
			Система отопления.
			Пожарная сигнализация и система пожаротушения.
			Офисные помещения при складе.
			Ж/д ветка.
			Пандус для разгрузки автотранспорта.
			Охрана по периметру территории.
			Телекоммуникации.
			Вспомогательные помещения при складе.

Обязательные критерии	**Склады класса D**	**Обязательные критерии**	**Желательные, но не обязательные критерии**
1		Подвальные помещения или объекты ГО, неотапливаемые производственные помещения или ангары.	Площадки для отстоя и маневрирования большегрузных автомобилей.
			Пожарная сигнализация и система пожаротушения.
			Система отопления.
			Система вентиляции.
			Офисные помещения при складе.
			Ж/д ветка.
			Телекоммуникации.

3.5.6. Гостиничная недвижимость

Классификация объектов размещения
Средства размешения подразделяются на:

- ✓ коллективные;
- ✓ индивидуальные.

К коллективным средствам размещения относятся:

1. Гостиницы и аналогичные средства размещения:

- гостиницы (в том числе гостиничного типа);
- мотели;
- клубы с проживанием;
- пансионаты, меблированные комнаты;
- общежития.

2. Специализированные средства размещения:

- санатории, профилактории;
- лагеря труда и отдыха;
- дома отдыха;
- туристическме приюты, стоянки и другие;
- туристические, спортивные базы, базы отдыха;
- дома охотника (рыбака);
- конгресс-центры;
- общественные средства транспорта (поезда, круизные суда, яхты);
- наземный и водный транспорт, переоборудованные под средства размещения для ночлега;
- кемпинги (площадки для кемпинга, автофургонов).

Индивидуальные средства размещения:

- квартиры, комнаты в квартирах, дома, коттеджи, сдаваемые в наем.

Гостиница – предприятие, предоставляющее людям, находящимся вне дома, комплекс услуг, важнейшими среди которых в равной степени являются услуга по размещению и услуга по питанию.

Сущность предоставления услуги размещения состоит в том, что, с одной стороны, в пользование предоставляются специальные помещения (гостиничные номера), с другой – предоставляются услуги, выполняемые непосредственно персоналом готиницы: услуги портье по приему и оформлению гостей, услуги горничных по уборке гостиничных номеров и т.д.

В разных гостиницах имеются различные категории номеров, отличающихся площадью, меблировкой, оборудованием,
оснащением и т.д. Однако независимо от категории гостиничный номер должен иметь следующую мебель и оборудование: кровать, стул и кресло, ночной столик, шкаф для одежды, общее освещение, мусорную корзину. Помимо этого в каждом номере должна содержаться информация о гостинице и план эвакуации в случае пожара. Прочие услуги дополняют предложение услуг размещения и питания. К ним относятся: бассейн, конференцзалы, залы для переговоров, спортивное оснащение, прокат автомобилей, услуги химчистки, прачечной, парикмахерской, массажного кабинета и ряд других.

В зависимости от того, как они оформлены и скомбинированы в единый комплекс, складывается определенный тип предприятия, например, отель-люкс, гостиница среднего класса, гостиница-апартамент, гостиница экономического класса, отель-люкс, гостиница среднего класса, гостиница-апартамент, гостиница экономического класса, отель-курорт, мотель, частная гостиница типа «ночлег и завтрак».

Однако существует несколько общих признаков, по которым обычно классифицируют гостиницы. Мы выделяем лишь наиболее употребляемые среди них:

1. Уровень комфорта – комплексный критерий, составляющими которого являются:
- состояние номерного фонда: площадь номеров, доля одноместных, многокомнатных номеров, номеров-апартаментов, наличие коммунальных удобств в номерах;
- состояние мебели, инвентаря, предметов санитарно-гигиенического назначения;
- наличие и состояние предприятий питания;
- состояние здания, подъездных путей, обустройство прилегающей к гостинице территории;
- информационное обеспечение и техническое оснащение;
- обеспечение предоставления дополнительных услуг.
2. Вместимость номерного фонда – число мест, которое может быть предложено клиентам одновременно. Общепринято разделять гостиницы на:
- малые – вместимость до 150 мест (в ряде стран более 100 номеров);
- средние – 150-400 мест (до 300 номеров);
- большие – свыше 400 мест (свыше 300 номеров).
3. Функциональное назначение – этот критерий является решающим при определении типологической структцры гостиницы. Всего выделяют две большие группы предприятий, транзитные и целевые:

   Транзитные – гостиницы, обслуживающие туристов в условиях кратковременной остановки. Они располагаются на магитралях с большим движением, в них ограниченный уровень комфорта.

   Целевые гостиницы в зависимости от цели путешествия подразделяются на:
- гостиницы делового назначения, обслуживающие лиц, пребывающих в командировках;
- гостиницы для отдыха (курортные – предоставление размещения, питания и ряда дополнительных услуг людям, стремящимся к отдыху и восстановлению здоровья, и туристические - главная цель отдых).

4. Месторасположение. Здесь существуют различные вариации. Гостиницы могут расположены в черте города, в горах, на побережье и т.п.

   Кроме месторасположения гостиницы, выделяют классификацию номеров и вида из номеров.
5. Продолжительность деятельности. По этому критерию гостиницы классифицируются на гостиницы, работающие круглогодично, работающие 2 сезона или же гостиницы, функционирующие лишь 1 сезон.
6. Обеспеченность питанием:

- гостиницы, работающие по системе «Все включено» (размещение + четырехразовое питание с включением алкогольных напитков как местного, так и иностранного производителя, в зависимости от специфики гостиницы и ее стоимостной ценности);
- гостиницы, обеспечивающие полный пансион (размещение + трехразовое питание);
- готиницы, обеспечивающие попупансион (размещение + двухразовое питание с вариацией завтрак-обед или завтрак-ужин);
- гостиницы, предлагающие размещение и только завтрак.

7. Продолжительность пребывания гостей:

- гостиницы для длительного пребывания гостей;
- гостиницы для кратновременного пребывания.

8. По уровню цен номера гостиницы классифицируются на:

- бюджетные;
- экономичные;
- средние;
- первоклассные;
- апартаментные;
- фешенебельные.

Итак, существует множество принципов и критериев мировой классификации гостиниц, все зависит от национальных, географических особенностей страны, а также местных традиций. При классификации гостиниц в разных странах также используют различные системы.

Класификация гостиниц по Межгосударственному стандарту ГОСТ 28681.4-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание: Классификация гостиниц» от 01.01.1997 г. (см. таблицу).

Коли-чество звезд	**Характеристика**
1	В гостинице должен быть отдельный от служебного вход для гостей; автостоянка, количество мест на которой не менее 10% количества номеров; лифт (в здании высотой более трех этажей); санузлы (унитаз, умывальник, душ или ванна) не менее чем в 25% номеров и на каждом этаже; служба приема с зоной для отдыха и ожидания, а также комната бытового обслуживания. Не менее 60% номерного фонда в такой гостинице должны составлять одноместные и двухместные номера. Площадь 1-комнатного одноместного номера без санузла, лоджий и балкона должна составлять не менее 8 м кв., а 1-комнатного двухместного — не менее 12 м кв. Телевизор и холодильник на этаже
2	Кроме всего вышеперечисленного, для гостиниц (имеющих более 50 номеров) должен быть еще ресторан или кафе и многокомнатные номера (апартаменты), либо номера, которые могут быть соединены. Санузлы должны быть уже в 50% номеров, а количество одноместных и двухместных номеров — составлять не менее 80% фонда
3	Соотношение номерного фонда соответствует 2*. В каждом номере обязательно должен быть туалет и ванная комната, телевизор, холодильник и кондиционер. На территории

	гостиницы должна располагаться охраняемая автостоянка, парикмахерская, бизнес-центр, обмен валют и касса бронирования билетов на различные виды транспорта. Персонал гостиницы должен иметь форменную одежду, дифференцированную по службам
4	Набор дополнительных услуг, соответствующий гостиницам с 3*, кроме перечисленного выше, телефон, фен, шампунь, гель для ванной в каждом номере. Дверь повышенной секретности. Меню завтрака подается в номер. На территории гостиницы находятся: салон красоты, спортивно-оздоровительный центр, аренда автомобилей. У входа обязательно светящаяся вывеска гостиницы. Обязательно швейцар
5	То же, что и в гостиницах 4*, но на более качественном уровне обслуживания. В номерах обязательно 2 санузла, телефонный аппарат в ванной комнате. Площадь одноместных 1 - комнатных номеров должна составлять не менее 18 м кв., а двухместных - 25 м кв. и более

3.5.7. Международная классификация гостиниц

Существуют национальные системы классификации, поддерживаемые государством или национальными гостиничными ассоциациями путем национальных стандартов и узаконенных правил сертификации гостиничных услуг, касаются в основном количественных характеристик материальной базы, полноты сервиса, уровня и качества гостиничных услуг.

Наиболее распространенными считаются:

- система звезд (от одной до пяти) – на основе французской национальнойклассификации;
- система букв (A-B-C-D);
- система "корон" или "ключей";
- система баллов;
- система разрядов и другие.

Наиболее распространенной считается Французская национальная классификация, часто называемая европейской или родоначальницей, которая устанавливает для отелей категории, соответствующие присвоением определенного количества звезд (1*, 2*, 3*,4* или 5*). Такая система позволяет наиболее полно охватить рынок гостиничных услуг.

Ни одно гостиничное предприятие не может претендовать на присвоение категории, если оно не отвечает минимальным требованиям-критериям, объединенным в следующие группы: А – количество комнат; В – общие помещения; С – оборудование отеля, Д – комфортность жилья, Е – обслуживание; F- доступность инвалидам и лицам с ограниченной подвижностью.

Согласно Немецкой классификации, гостиничные предприятия подразделяются на пять классов. С целью гармонизации с Европейской системой здесь сразу же предусматривается соответствие каждого класса определенному количеству звезд: туристский класс – *; стандартный класс – **; комфортный класс – ***; первый класс - ****; люкс- *****.

Немецкая классификация устанавливает требования по двадцати двум обязательным и независимым от класса предприятий критериям:

1. Работа службы приема (рецепции).
2. Сервис завтраков.
3. Сервис напитков.
4. Сервис питания.
5. Наличие телефона в номере.
6. Работа телефона.
7. Минимальная площадь для 75% номеров, включая площадь санузла.
8. Санитарный комфорт (в процентах к общему оснащению санузлов).
9. Оснащение санузлов.
10. Наличие "suite"-номеров (номеров-апартаментов).

11. Меблировка и оснащение номеров.
12. Наличие радио и ТВ-приемников в номере.
13. Наличие подарков для гостей
14. Услуги стирки и глаженья.
15. Наличие сейфов.
16. Количество и состояние холлов.
17. Возможность безналичного расчета.
18. Наличие телефакса.
19. Количество и режим работы гостиничных баров.
20. Количество и режим работы ресторанов.
21. Возможность проведения конференций и банкетов.
22. Число дополнительных услуг.

Греческие гостиницы наряду с европейскими "звездами" пользуются "буквенной" системой классификации. Все гостиницы делятся на четыре категории: А, В, С, Д. Гостиницы категории А соответствуют четырехзвездочному уровню, В – трехзвездочному, С – двухзвездочному, Д - однозвездочному. Гостиницам высшего класса присуждается категория "de luxe".

В Италии первая категория условно соответствует уровню четырех звезд, вторая – трех, третья – двух. Кроме того, в рамках каждой категории существует своя произвольная градация. Отличительной особенностью итальянских гостиниц, это наличия отелей с небольшим номерным фондом (40-80), т.е. миниотелей.

В Китае внедрена 5-звездочная классификация для комфортабельных отелей, хотя в стране существует своя специфическая шкала: хостелы (постоялые дворы) типа студенческих общежитий (zhaodaisuo), дома для гостей (binguan), и наиболее комфортабельными и престижными – "винные дома" (jindian).

В США нет официально утвержденной правительством классификации гостиниц. По уровню комфорта они обычно делятся на пять категорий. Высшая категория (пять звезд) присуждается двумя учреждениями: American Automobile Association /AAA/ и Mobile Travel Guide.

При классификации гостиниц в Египте используются звезды, но отличительная особенность заключается в том, что они завышены на 1/2 звезды.

В Великобритании на фасаде отелей изображены не звезды, а "короны" или "ключи", и для того, чтобы гармонизировать систему "корон", используемую в Великобритании, с системой "звезд" необходимо от общего числа "корон" отнять одну "звезду" (наличие трех "корон" говорит об уровне двух "звезд").

В Великобритании наиболее распространенной и правильной считается классификация, предложенная Ассоциацией британских турагентств (BTA), предусматривающая следующее соответствие:
Бюджетные гостиницы – *;
Гостиницы туристского класса – **;
Гостиницы среднего класса – ***;
Гостиницы первого класса – ****;
Гостиницы высшей категории -*****

Градация категорий в Испании, обозначаемых звездами, введена для каждой группы средств размещения: для гостиниц от * до *****; для бунгало (апартаментов) – от * до ****; для постоялых дворов и пансионатов – от * до ***. Кроме того, существуют государственные предприятия приема туристов парадорес и алькасар, которые оборудованы класса "люкс". Они находятся в подчинении у Государственного министерства по туризму.

Мальдивы представлены комфортабельными средствами размещения, которые подразделяются на категории: "standard", "de luxe", "junior suite", "presidential suite".

5-звездочная система сохранилась на Мальте наряду с внедрением новой национальной системы, разделяющей отели на три категории: золотая, серебряная, бронзовая.

В Мексике применяется 5-звездочная национальная классификация, сходная с европейской. Класс отеля устанавливается на основе анализа большого числа параметров (критериев) – от 52 до 108. Кроме того, есть еще категория выше пяти – это категория "gran turismo".

Средства размещения в ОАЭ подразделяются по пятизвездочной системе. Распространены также виллы и апартаменты (некатегорийные средства размещения).

В России и Казахстане до 1994 года классификация гостиниц осуществлялась в соответствии с "Положением об отнесении гостиниц к разрядам и номеров в гостиницах к категориям". В соответствии с данным Положением все гостиницы подразделялись на семь разрядов: "Люкс", "Высший А", "Высший Б", 1, 2, 3 и 4 категории. Мотели подразделялись на пять разрядов: "Высший А", "Высший Б", 1, 2 и 3 разряды.

В 1994 году в соответствии с ГОСТом 28681-90 "Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания" было разработано "Положение о критериях классификации гостиниц", в соответствии с которым рекомендовано внедрить французскую систему классификации – по звездам (от одной до пяти для гостиниц, от одной до четырех – для мотелей).

Таким образом, для каждой страны характерна своя классификация гостиниц и гостиницы, относящиеся к одной категории, но расположенные в разных странах, имеют существенные различия.

3.5.8. Промышленная недвижимость

Классификация промышленной недвижимости делится на следующие типы:
- объекты тяжелой промышленности;
- объекты пищевой и легкой промышленности;
- объекты специализации широкого спектра.

К данным объектам относятся:
- имущественные комплексы;
- заводы;
- земельные участки промышленного характера;
- бывшие ВПК.

Промышленные объекты подразделяются на категории типа: «А», «В» и «С». Прежде чем определить принадлежность объекта к тому или иному классу, он должен соответствовать определенным характеристикам. Но необходимо помнить, что параметры, определяющие объект к тому или иному классу, достаточно размытые.

Отдельным классом промышленной недвижимости являются заводы и фабрики. Данные объекты представлены одной группой, но могут отличаться друг от друга: по площади земельного участка, на котором расположен объект, по набору зданий.

Промышленные объекты могут состоять из нескольких зданий, где расположены производственные цеха. В таких предприятиях есть своя система энергоснабжения и отопления. В состав всех зданий промышленного объекта входит и административное здание. Также есть столовая и котельная. Главной характеристикой данных объектов является наличие стоянки для автотранспорта и гаражей.

Из промышленных объектов недвижимости в отдельную категорию относят складские помещения, несмотря на то, что у них есть своя классификация. Отличие складских помещений между собой состоит в различной площади, температурном режиме и ассортименте хранящихся товаров и другом.

К промышленной недвижимости также относятся мосты, путепроводы, дороги и различные другие сооружения инженерного вида.

Следовательно, промышленная недвижимость классифицируется на: производственные здания – промышленные и сельскохозяйственные здания.
К промышленным зданиям относятся:

- заводы;
- фабрики;
- предприятия транспорта и энергетики;
- депо;
- мастерские;
- шахты.

К сельскохозяйственным зданиям относятся:

- свинарники, птичники, коровники, зернохранилища.
- инженерные сооружения, состоящие из строений специального назначения. Например, мосты, дамбы, тоннели, плотины, мачты.
- земельные участки промышленного назначения, то есть земли, находящиеся за чертой поселения и предназначенные для осуществления деятельности предприятий на этой территории.

Производственные помещения – вид коммерческой недвижимости, расположенной в специально предназначенных зданиях и сооружениях. Подобные строения используются для осуществления трудовой деятельности, связанной с участием в различных видах производства, организации, контроле и управлении предприятием.

Виды производственных помещений

Промышленные помещения в общем разделяются на несколько групп: административные, складские, а также непосредственно производственные. Также такой тип недвижимости можно классифицировать более детально: по назначению и отрасли производства.

1. Назначение:

- производственные помещения – именно здесь выполняется весь цикл работ, это могут быть цеха на заводе или рабочие участки;
- складские помещения, где хранятся различные инструменты, оборудование, сырье и готовая продукция;
- административные помещения – это кабинеты руководителей, специалистов, залы для проведения заседаний или тренингов;
- санитарно-бытовые помещения – это столовые, санузлы, душевые и гардеробные.
- помещения медицинского назначения;
- помещения для пищевого производства;
- помещения, задействованные в отрасли легкой промышленности;
- помещения для металлообработки;
- помещения для производства взрывоопасных, а также горючих веществ.

2. Отрасль:

Стоит отметить, что классификации также могут основываться на виде отходов, которые делятся на древесные, металлические, огнеупорные или горючие, а также жидкие или незначительные по весу и объему. Помимо этого учитывается уровень шума и возможного загрязнения, освещенность, наличие подачи пара, воды или газа, а также электропроводки.

Любая разновидность производственного помещения должна соответствовать всем гигиеническим нормам. Благодаря этому работники будут чувствовать себя комфортно, а качество выпускаемой продукции останется неизменным.

Основные условия, которые должны соблюдаться в производственных помещениях:

1. Температура, системы отопления и охлаждения. Важна возможность сохранять ее в определенных пределах. Особенно этот фактор важен при производстве работ, связанных с высокими или низкими температурами: металлообработке, пищевом производстве. В идеале работнику должно быть в помещении летом прохладно, а зимой тепло.
2. Вентиляция и кондиционирование. Она может быть естественной или искусственной. Главное, чтобы работникам легко дышалось, а все неприятные и вредные испарения быстро и эффективно удалялись. На смену им должен поступать свежий воздух. Важно четко определить направление использования помещений, число людей, которые будут постоянно находиться в этих помещениях, уровень влажности и пыли. С учетом этих факторов устанавливается наиболее оптимальное оборудование.
3. Освещение производственных помещений. Основное требование – это достаточное количество света для выполнения всех работ. При выборе освещения необходимо учитывать возможность использования естественного света с учетом размеров помещений и расположения окон. Не следует также забывать об экономии и эффективном использовании энергии.
4. Энергосбережение. Это касается всех носителей, которые могут использоваться в производственном помещении. Речь идет о газе, электричестве, дизельном топливе. Также необходимо следить за соблюдением мер безопасности: все системы должны быть просты в эксплуатации.
5. Водоснабжение и канализация. Водоснабжение – один из важнейших элементов при производственном процессе. Кроме того, оно используется не только для производства, но и для личных нужд персонала. Помимо этого действующее водоснабжение поможет справиться с возможным возгоранием. Канализация также должна полностью обеспечивать все потребности производства и работников.
6. Противопожарные системы. Они должны полностью соответствовать всем требованиям соответствующих служб. Тип противопожарных систем напрямую зависит от вида производства.

Выбор производственного помещения

Любой бизнес начинается с поиска соответствующего помещения. Именно оно в определенной степени гарантирует успех деятельности. Большим спросом пользуется аренда производственных помещений. При выборе помещения нужно обратить внимание на массу факторов.

Специфика бизнеса: что именно будет производиться.

- Конструктивные требования к зданию, вытекающие из специфики производственного процесса: ширина дверных проемов, высота потолков, необходимые коммуникации, наличие погрузо-разгрузочных площадок и лифтов.
- Общие потребности в производственных площадях с учетом возможного роста.
- Местоположение здания: наличие подъездных путей, транспортная доступность, наличие парковочных мест вокруг здания.
- Состояние здания и внутренних коммуникаций.
- Соответствие производственных помещений требованиям пожарной безопасности, а также требованиям законодательства в области и охраны здоровья.
- Условия и сроки аренды.
- Необходимость получения дополнительных разрешений и согласований на размещение в данном здании конкретного производства. В том случае, если такие согласования могут потребоваться, - сроки и стоимость их оформления.

Все эти составляющие имеют важное значение, но наибольшее внимание при подборе производственных помещений следует обратить на оболочку здания, внутренние системы обеспечения и дополнительные элементы, позволяющие приспособить здания и помещения под конкретное производство.

1. Оболочка здания включает в себя основные элементы, такие как каркас здания,

наружная облицовка, внутренние несущие конструкции. В среднем срок службы таких элементов составляет до 75 лет. Оболочка должна полностью соответствовать требованиям, предъявляемым к конкретному производству, поскольку конструктивные изменения требуют значительных материальных затрат и многочисленных согласований.
2. Внутренние системы обеспечения состоят из противопожарных систем, вентиляции и кондиционирования, отопления, освещения, водо- и газоснабжения. Срок службы подобных систем варьируется от 2 до 15 лет. Конструктивные изменения в данном случае возможны, но работы по их изменению довольно дороги.
3. Дополнительные элементы, которые включают в себя отделочные работы, звукоизоляцию, перегородки, осветительные установки, мебель, фурнитуру, телекоммуникационные каналы.

Отдельные группы производственных помещений отличаются арендной ставкой. Наиболее комфортными для работы считаются офисные помещения, потому стоимость их аренды будет намного выше, чем цена квадратного метра складского помещения. Именно поэтому некоторые предприниматели хотят сэкономить. Они берут в аренду производственное помещение, предназначенное для другого типа работ. Однако в реальности такие действия наказуемы.

Модуль 4. Организация деятельности риэлторских фирм на рынке недвижимости. Особенности управления риэлторской фирмой.

Данный учебный модуль рассматривает вопросы организации деятельности реэлторской кампании в Украине. Значительное внимание уделено стратегии кампании в сфере недвижимости, документационному обеспечению деятельности риэлторов, управлению персоналом и его оценке. На изучение данного модуля потребуется 4 часа.

Содержание

Цели и задачи модуля
4.1. Организационная структура риэлторской компании.
4.1.1. Структура риэлторского предприятия.
4.1.2. Цели и миссия риэлторской компании.
4.1.3. Стратегия риэлторской компании.
4.1.4. Особенность риэлторской услуги.
4.2. Управление персоналом риэлторской компании.
4.2.1. Особенность управления персоналом риэлторской компании.
4.2.2. Кадровое делопроизводство риэлторской компании.
4.2.3. Технология управления персоналом.
4.2.4. Привлечение новых сотрудников.
4.2.5. Система оценки персонала.
4.2.6. Мотивация персонала.
4.3. Технология составления финансового плана риэлторской компании.
Вопросы для самопроверки

После изучения данного модуля Вы должны:

1.Знать организационную структуру риэлторской компании.
2.Знать значение понятий: миссия и стратегия риэлторской компании. Знать виды стратегий риэлторской компании.

3.Знать основные характеристики услуг и понимать суть риэлторской услуги.
4. Охарактеризовать систему управления персоналом в риэлторской компании; уметь составлять и анализировать анкету кандидата на должность агента; уметь составлять должностные инструкции и функциональные обязанности сотрудников.
5.Понимать составляющие финансового плана предприятия, научиться рассчитывать количество запланированных сделок и коэффициент эффективности агентов.

1.1. Организационная структура риэлторской компании.

4.1.1. Структура риэлторского предприятия.

Как и любое другое предприятие, риэлторское предприятие имеет свою структуру. И с развитием рынка недвижимости структура риэлторского предприятия становится более сложной.

Структура зависит от целей и задач, которые стоят перед предприятием, фазы его развития. Структура любого риэлторского предприятия, как правило, формируется его собственниками изначально на принципах теории подражания. Тем не менее, она почти всегда индивидуальна. Общим у структур всех компаний является только то, что они все зависят от трёх составляющих.
Это:

- ассортимент услуг,
- финансовые возможности
- организационный потенциал.

1. Ассортимент услуг
Основным ассортиментом услуг или направлениями деятельности риэлторских предприятий являются, например, услуги по:
купле продаже жилья; расселению коммунальных квартир; сдаче жилья в аренду; обмена жилья; продаже жилья в кредит; продаже нежилых помещений; сдаче нежилых помещений в аренду; маркетинговым исследованиям и аналитике рынка; консалтинговой деятельности; строительству жилья и нежилых помещений; продаже земельных участков; управлению недвижимостью; продаже недвижимости за рубежом … и пр.
Естественно, что отдельно взятое предприятие, как правило, редко охватывает все виды риэлторской деятельности, а осуществляет те, которые считает наиболее приемлемыми для себя и для региона, в котором оно работает.
На региональных рынках практически нет компаний с таким объемом операций и количеством персонала, чтобы обеспечить полный спектр риэлторской деятельности. Региональные АН при среднем количестве сотрудников 10-25 чел., работают по упрощенной схеме с многократным совмещением функций, что влияет на структуру предприятия, а так же приводит к ограничению видов деятельности и объемов операций.

2. Финансовые возможности

Финансовые возможности определяются стартовыми инвестициями при создании компании и её структуры, а в дальнейшем и размером средств, регулярно вкладываемых в развитие предприятия в период его деятельности.

3. Организационный потенциал

Организационный потенциал определяется качеством менеджмента, профессионализмом персонала и качественной организацией жизнеобеспечения компании.
Жизнеобеспечение риэлторской компании осуществляется по четырем составляющим:

- ФИНАНСОВОЙ - планово-контрольный учет, бухгалтерия, управленческий учет, экономическая безопасность, инкассация.
- МАРКЕТИНГОВОЙ - анализ деятельности конкурентов, целевые исследованияи рынка, разработка маркетинговой политики и медиапланов, выставочная деятельность, контроль над производством рекламы и PR.
- КАДРОВОЙ - привлечение специалистов, обучение специалистов, управление кадрами, определение корпоративной культуры компании.
- ТЕХНИЧЕСКОЙ – программное обеспечение, связь, ремонт оргтехники, электрооборудования, сантехники и транспортное обеспечение.

Организационная структура предприятия предусматривает четкое распределение функций и обязанностей в компании. Управление компанией необходимо рассматривать как циклический процесс, состоящих из конкретных видов управленческих работ. В результате деятельности высшего менеджмента компании создаются иерархия, структура, бюджет, правила, инструкции, отчетность, система контроля, договорная база, бухгалтерия, делопроизводство, риэлторские технологии, бизнес-процессы, система оплаты.

Иерархия и структура риэлторской компании взаимосвязаны. Необходимо осознавать, какие цели и задачи стоят перед предприятием, потому что каждая риэлторская компания уникальна (см. Приложение 1 к данному Модулю).

Риэлторские компании по своей величине делятся:
- большие, многопрофильные (более 50 человек)
- средние, многопрофильные (от 30 до 50 человек)
- малые, узкопрофильные (до 30 человек).

Практически зеркальным отображением структуры риэлторской организации является построение офиса компании, который подразделяется на уникальные подразделения и отделы.

Так, прежде всего посетители офиса риэлторской организации попадают в администрацию офиса.

Риэлторы, каждый из которых специализируется на своем сегменте рынка или других специфических задачах, находятся в отдельном от административных управлений организации помещениях.

Как правило, инфраструктура любого офиса, в том числе и офиса риэлторской компании имеет свои вспомогательные отделы.
Главной и ответственной фигурой любой организации является Директор. Поэтому логично выделение его кабинета среди прочих отделов.
Дополнительные помещения для переговоров и других операций также необходимо для нормального функционирования риэлторской организации.

Каждая организация действует на основании своей теории бизнеса. Приходя в организацию, и сотрудники, и клиенты оказываются под влиянием трех основных видов управляющих воздействий:
- корпоративной культуры
- организационной структуры
- личного влияния руководителя.

Под **корпоративной культурой** понимаются взгляды, ценности, поведенческие проявления, разделяемые всеми членами коллектива. Корпоративную культуру можно назвать духом или характером организации, делающими ее уникальной. Среди основных следует выделить:
-видение будущего организации
-миссия
-ценностные приоритеты
-цели и стратегия
-убеждения
-традиции
-стили управления
-способы принятия и реализации управленческих решений
-нормы поведения
-корпоративный бизнес-этикет.

Носителем и транслятором корпоративной культуры в первую очередь является высший менеджмент компании. Корпоративная культура существует в любой компании, даже если она не выражена письменно. Важно, насколько она способствует достижению целей вашей организации. Для компании необходимо создать документы, отражающие корпоративную культуру вашего предприятия, что послужит инструментом воспитания лояльных сотрудников и привлечения широкого круга клиентов.

(см. Приложение 2 «Кодекс этики риэлтора» и 3 Г.Г.Апресов «Особенности организации деятельности АН «САРУШЕН» к данному модулю)
4.1.2. Цели и миссия риэлторской компании.

Цели риэлторской компании только кажутся очевидными и одинаковыми для всех. На самом деле все гораздо сложнее: далеко не любая компания ориентирована только на получение прибыли. Абсолютное большинство фирм реализуют в своей деятельности цели, поставленные их основателями или последующими владельцами. В крупных организациях на постановку целей и характер корпоративной культуры оказывают значительное влияние также топ-менеджеры и управленцы менее высокого уровня. Но, так или иначе, многие компании существуют на рынке для того, чтобы быть самыми крупными или самыми известными, иметь самую развитую филиальную сеть или самый широкий ассортимент продукции, обеспечивать самое высокое качество обслуживания или самые низкие цены на свои услуги – и все это вовсе необязательно связано с высокой доходностью бизнеса. Более того, наибольших успехов добиваются как раз те компании, которые, наряду с получением прибыли, ориентированы на реализацию социального предназначения организации и ее желаемое состояние – то есть миссию компании.

Миссия – это социальное предназначение организации и одновременно понимание ее желаемого состояния. Миссия организации означает ответ на вопрос, в чем состоит конечный смысл деятельности организации. Она обычно широка по масштабу и выглядит как описание долгосрочных перспектив организации. Чтобы осознать миссию, требуется посмотреть на деятельность компании с высоты птичьего полета. Четко

сформулированная миссия организации – это её визитная карточка. Осознание и принятие миссии придает смысл работе сотрудников.

Важно!

Когда компания формулирует свою миссию важно выдержать пять глобальных ориентиров, ответив себе на вопросы:
-кто мы?
-каков наш бизнес?
-кто наши клиенты?
-зачем мы нужны людям?
-к чему мы стремимся?

Организационная миссия тесно связана с конкретными социальными потребностями, на удовлетворение которых организация направляет свои ресурсы и усилия.

Так, среди успешных представителей менеджмента бытует мнение, что бизнес не определяется ни названием компании, ни ее статусом, ни корпоративными договорами. Он определяется теми потребностями клиентов, которые находят удовлетворение при потреблении продуктов и услуг. Удовлетворение клиентов – это миссия любого бизнеса. Миссия должна звучать понятно и вдохновляюще.

Примеры миссий риэлторских компаний:

«Новый город», Киев: «Создать профессиональный качественный комплекс услуг в сфере недвижимости, быть максимально полезным и максимально выгодным для клиента»

«Планета Оболонь», Киев: «Быть флагманом качества, этики и прогресса риэлторской услуги»

«Кияны», Киев: «Формирование культуры на рынке недвижимости в интересах клиента путем создания высокого качества услуг на основе взаимопонимания и профессионализма»

«Мультидом», Севастополь: «Через развитие компании, сотрудников и технологий – к высокому качеству риэлторских услуг и формированию имиджа профессии»

«Сарушен», Севастополь: «Философия нашего бизнеса - ставить клиента в центр стратегии бизнеса, предвидеть потребности клиента и направлять поток, удовлетворяющих эти потребности услуг, к клиенту»

«Черкасская биржа недвижимости»: «Возродить доверие к профессиональной посреднической и консультационной услуге»

Что делать, если миссия компании не определена, цели ее деятельности не прописаны? Задавать вопросы! Правильно заданный вопрос всегда стоит куда больше, чем ответ на него. Спрашивайте руководителей компании и ее собственников, зачем существует этот бизнес, какой они видят компанию через год, через пять лет. Если сначала ваши вопросы встретят непонимание («Странно, что вы спрашиваете, это же и так всем понятно!»), продолжайте спрашивать. Задавайте более конкретные, «простые» вопросы: планируем ли мы увеличение штата сотрудников и освоение новых направлений бизнеса в ближайшие

два года? Хотим ли мы стать лидером рынка своего региона или своего направления деятельности? Нужно ли в этом году начинать работу над совершенствованием качества обслуживания, или оно нас пока устраивает? Получая ответы на эти более частные вопросы, вы неизбежно узнаете и о том, каково видение будущего организации у вашего руководителя.

Важно!

Примеры:
1. Цель компании: стать самым крупным агентством на вторичном рынке и поддерживать при этом высокий стандарт качества проведения сделок.
2. Цель компании: позиционировать себя на рынке недвижимости региона как самую надежную фирму, специализирующуюся на коммерческой недвижимости.

4.1.3. Стратегия риэлторской компании.

Стратегия организации – детальный, всесторонний, комплексный план осуществления миссии организации и достижения ее целей. Стратегия должна быть оформлена документально, иметь финансовые и временные ориентиры. В риэлторской компании существуют стратегии:
- стратегия риэлторской услуги (В чем состоит услуга? Количество? Качество?);
- стратегия продвижения риэлторской услуги (реклама, PR, цены и скидки, управление продажами);
- стратегия персонала (найм, обучение, адаптация, мотивация и стимулирование, взаимодействие);
- инновационная стратегия (создание новых услуг, управление изменениями);
- конкурентная стратегия (безопасность, взаимодействие с конкурентами и партнерами);
- стратегия ресурсов (информация, время, финансы, материальные ресурсы).

Центральной стратегией риэлторской компании является стратегия риэлторской услуги. Она в первую очередь определяет будущее риэлторской компании.
Стратегия обеспечивается стратегическими потребностями и направлениями для наблюдения:

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПОТРЕБНОСТИ (какой информацией нужно владеть):
1.Мониторинг рынка недвижимости
2.Мониторинг темпов и объемов строительства
3.Соотношение покупательной способности и потребности населения
4.Анализ деятельности прямых и потенциальных конкурентов
5.Анализ экономической ситуации и ее прогноз
6.Анализ политической ситуации и ее прогноз
7.Знание законодательной базы
8.Учет криминогенной обстановки

НАПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ НАБЛЮДЕНИЯ
1.Тенденции на рынке недвижимости
2.Развитие технологических процессов
3.Действующие лица на рынке
4 Диверсификация (Наблюдение за областями деятельности, могущими относиться к сфере деятельности компании)

4.1.4. Особенность риэлторской услуги.

Услуга - любая деятельность, которую одна сторона может предложить другой, неосязаемое действие, не приводящее к владению чем-либо.

Важно!

Существуют три составляющих риэлторской услуги:
- отношения (формальные, неформальные, договорные);
- информация (о рынке, об объектах);
- сервис.

Выделяют четыре характеристики услуги:
1. Неосязаемость - услугу нельзя увидеть, попробовать на вкус, ощутить запах, и вообще понять, что эта услуга оказана до момента ее получения. Клиент, обращаясь за услугой, не знает конечного результата. Например, нельзя ощутить услугу, оказанную психотерапевтом, ранее, чем закончится сеанс. Так же услуги репетитора, тренера, стоматолога, адвоката невозможно ощутить до получения. Поэтому основная сложность при презентации риэлторской услуги состоит в том, чтобы объяснить клиенту, за что именно он платит комиссионное вознаграждение.
Хорошая услуга, как правило, незаметна. В результате оказания услуги клиент должен получить ощутимую выгоду, пользу. Мастерство риэлтора и заключается в том, чтобы клиент ощутил выгоду оттого, что обратился за услугой именно в это агентство.
2. Неотделимость – услугу можно оказать лишь тогда, когда появляется клиент. Услуги предоставляются и потребляются одновременно. Каждая минута общения с клиентом - это предоставляемая услуга. Необходимо понимать, что риэлторский бизнес персонифицирован. От того, какой именно агент работает с каждым конкретным клиентом, складывается общее впечатление и об услуге и о компании в целом. Имеет огромное значение опыт специалиста, его знания и сервис, который он оказывает клиенту. Покупатель всегда воспринимает продавца услуг как эксперта, поэтому опыт, знания, имидж агента, репутация являются частью услуги.
3. Непостоянство - услуга зависит от того, кто, где и когда ее предоставляет. Мы живем в период глобальных изменений. А в нашем бизнесе каждая сделка непохожа на предыдущую. А каждый клиент тем более уникален. Изменяется законодательство, цены, увеличивается емкость рынка. В своей работе важно применять новые методы и знания и постоянно обучаться.
4. Несохраняемость - качественная услуга не только незаметна, ее невозможно сохранить для дальнейшей продажи. Работающие отношения с клиентом невозможно сохранить навсегда, их можно только создавать при каждом контакте.

Риэлторская услуга состоит в том, чтобы помочь клиенту принять правильное решение. Продавцу и покупателю мы оказываем разные услуги, так как потребности и ценности разные. Для продавца - продать либо дорого, либо быстро. Для покупателя – найти самый подходящий и лучший объект на рынке.

Наиболее эффективной и полезной для собственника является эксклюзивная риэлторская услуга (см. Приложение 4 «А.П. Оганесян - об эксклюзивной услуге» к данному модулю).

4.2. Управление персоналом риэлторской компании.

4.2.1. Особенность управления персоналом риэлторской компании.

Управление персоналом – необходимая составная часть любой управленческой деятельности. Особенно это актуально для риэлторских компаний, ведь в них деятельность агентов лишь в незначительной степени регламентирована, а технология работы не всегда достаточно четко определена. Поэтому в агентстве недвижимости менеджерам всех уровней необходимо иметь соответствующие знания и навыки.

В крупной риэлторской компании линейными сотрудниками управляет не генеральный директор и не менеджер по персоналу, а непосредственный руководитель. Точнее говоря, и генеральный директор, и менеджер по персоналу, и линейный менеджер управляют теми сотрудниками, которые находятся у них в прямом подчинении. Топ-менеджер может воздействовать на рядовых сотрудников только через их непосредственных руководителей. И генеральным директорам, и линейным менеджерам необходимо знать, как им добиваться тех целей, которые ставит перед ними компания и тех, которые они сами ставят перед собой.

Управление персоналом – стратегическое и оперативное управление деятельностью по повышению эффективности использования человеческих ресурсов организации.

Чтобы построить систему управления персоналом в риэлторской компании необходимо представить себе будущее компании, важно определиться, с кем будет создаваться это будущее, какие требования будут предъявлены к идущим рядом сегодня и чего ждем от них завтра.

Все действия по отношению к персоналу реализуются в контексте того, какова организация сейчас и каково видение организации в будущем. Если есть общее видение, вопрос «Что делать?» трансформируется в вопрос «Как делать?», который решается уже гораздо легче.

Определив цели управления персоналом, необходимо проверить соответствие им целей и планов в вашей компании. Каковы ваши планы в области развития персонала на ближайший год, способствуют ли они достижению определенных сейчас целей? Что было сделано за последние шесть месяцев? Какие задачи были решены?

4.2.2. Кадровое делопроизводство риэлторской компании.

К сожалению, во многих риэлторских компаниях Украины, существует ненадлежащее отношение к кадровому делопроизводству. А кадровое делопроизводство, в отличие от корпоративных и технологических документов, является не только обязательным, но и строго регламентированным. Почему-то ни у кого не возникает сомнений в том, что можно не вести бухгалтерскую отчетность, а вот кадровое делопроизводство многими просто игнорируется. Итак, какая кадровая документация необходима на предприятии любой формы собственности:

1. Заявления о приеме на работу (переводе на новую должность).
2. Приказы о назначении (переводе).
3. Личные карточки сотрудников по форме П-2 (с фотографией)
4. Журнал учета движения трудовых книжек по форме:

№	Дата приема на работу.	Фамилия Имя Отчество	Серия и номер трудовой книжки.	Полное название должности. Отдел, служба.	Номер и дата приема на работу. Подпись отв. лица.	Номер идата приказа об увольнении. Дата и статья увольнения.	Дата и роспись работника в получении трудовой книжки.

(При этом сами трудовые книжки должны храниться в офисе компании, в сейфе).

5. Графики отпусков.
6. Заявления на отпуск.
7. Приказы о предоставлении отпусков.
8. Заявления об увольнении.
9. Приказы об увольнении.
10. Договора с физическими лицами-предпринимателями на выполнение отдельных видов работ.

Кроме вышеуказанных документов, на усмотрение руководства компании, можно создавать и ряд вспомогательных кадровых документов. Одним из таких документов может быть «Анкета о приеме на работу»

Примерные требования к анкете:
1. Содержит стандартные вопросы (дата заполнения анкеты; дата и место рождения; семейное положение; образование; опыт работы и др.).
2. Отражает характеристики, необходимые для успешной работы в вашей компании (был ли у претендента опыт работы с людьми, опыт личных продаж, работал ли он с документами, каковы его финансовые ожидания и др.).
3. Содержит вопросы, проясняющие характер его мотивации и адекватность самооценки (последнее, конечно, возможно только при сочетании анализа анкеты и личного собеседования) (почему он хочет работать в сфере недвижимости; важна ли для него обстановка в коллективе; согласен ли он работать в условиях ненормированного рабочего дня; сколько времени планирует уделять работе; считает ли, что может быстро усвоить значительное количество новой информации и др.).
Важно проверить, включены ли в анкету все вопросы, необходимые вам для статистического анализа (возможно, это источник информации о предполагаемой работе; период, в течение которого претендент нигде не работал; его ожидания от будущей работы).

После заполнения анкеты кандидатом, анализируется информация, содержащаяся в анкете:
Подходит ли кандидат по тем параметрам, которые были выработаны для данной должности.

- характер заполнения анкеты и особенности ответов на те или иные вопросы;
- аккуратность заполнения, что характеризует важность для человека получения этой работы и уважение, которое он готов проявлять по отношению к компании;
- полнота заполнения – серьезность отношения к предстоящей работе и готовность подчиняться правилам;
- финансовые ожидания – должны быть адекватны, то есть приблизительно соответствовать ожиданиям компании и возможностям бизнеса.

Должностная инструкция - документ, регламентирующий деятельность сотрудника и определяющий его основные обязанности. На усмотрение руководства компании может быть или в пакете кадровой документации, или в сборнике корпоративных правил.

Необходимо задать себе ряд вопросов:
- есть ли в компании должностные инструкции?
- отражают ли они действительные обязанности сотрудника?
- пользуются ли работники ими?
- своевременно ли в инструкции вносятся изменения, соответствующие изменениям требований к работнику?
- удобно ли вам использовать должностные инструкции для собеседований с претендентами на работу и при проведении аттестационных интервью?

(см. Приложение 6 «Должностная инструкция агента по недвижимости АН «КИЯНЫ»)

В большинстве случаев имеет смысл разработать, кроме должностной инструкции, еще один документ, функционал, который определяет требуемый результат деятельности сотрудника, зону его ответственности.

Функционал может решать и более сложные задачи:
- место в структуре организации: кому подчиняется сотрудник;
- основные обязанности;
- за что отвечает в компании и за что получает деньги;
- форма планирования и отчетности;
- требования к квалификации.
(см. Приложение 7 «Функционал сотрудника (шаблон)»)

4.2.3. Технология управления персоналом.

Технологическая цепочка управления персоналом может быть представлена как совокупность последовательных процессов:
1. Анализ потребностей в сотрудниках.
2. Планирование найма.
3.Отбор кандидатов.
4.Обучение стажеров.
5. Адаптация стажеров и включение в систему работы предприятия.
6. Оценка сотрудников.
7. Планирование карьеры сотрудников.
8. Рост и развитие сотрудников.

Потребности в персонале определяются задачами бизнеса. Если не планируется революционный рост – возможно, имеет смысл сосредоточиться на эффективном использовании имеющегося персонала.
Если результаты работы группы вас в целом устраивают: вы признаете удовлетворительными качество работы по сделкам, выработку сотрудников (доход группы) и выполнение требований стандартов компании, эту группу, вероятнее всего, необходимо развивать.
В такую группу можно набирать стажеров после того, как руководитель ответит на следующие вопросы:
- сколько стажеров вы хотели бы набрать?

- сколько часов в неделю у вас уходит на работу с одним опытным сотрудником? С одним стажером?
- будете работать со стажерами сами или у него будет наставник из числа опытных сотрудников группы?
- какова технология работы со стажерами в вашей группе?
-когда ваши стажеры должны заключить первый договор? Оформить первую сделку? Выполнить план?
- какова продолжительность испытательного срока для стажера?
- после набора требуемого вам количества стажеров, когда и на сколько увеличится доход вашей группы?
- каковы критерии отбора (кого вы возьмете к себе на работу, а кого решительно не возьмете?)? Изменились ли эти критерии за последнее время?

Часто менеджер агентской группы, работа которой не является удовлетворительной, хочет увеличить доход группы за счет набора новых сотрудников. До определенного уровня развития организации это может быть допустимо, хоть и нежелательно, но в ситуации дефицита рабочих мест и повышения стоимости их обслуживания такой подход не имеет права на существование. Величина выработки на сотрудника зависит, прежде всего, от управленческого уровня руководителя группы. Если у сотрудников группы этот показатель низкий, он будет низким и у новых сотрудников. Это касается и качества работы, и соблюдения стандартов работы компании. Поэтому набор новых сотрудников в неуспешно работающие группы ведет к появлению в компании новых плохо работающих сотрудников. Что неэффективно с точки зрения работы компании, и недопустимо по отношению к людям, которых принимают на работу и обрекают на низкий заработок. Ведь слова «ваш заработок зависит только от вас» – лукавство. Заработок агента зависит от него самого, его менеджера, профессионального уровня, который обеспечивает агенту компания, места компании на рынке и нескольких других составляющих.

Итак, набор в неудовлетворительно работающую группу не должен быть пущен на самотек. Лучшим вариантом был бы запрет приема на определенный срок (с условием, что в этот срок будет повышена средняя выработка на сотрудника и устранены другие проблемы в работе) Если же набор остается открытым, он должен сопровождать другие меры по улучшению работы. В этом случае руководителю необходимо проработать вместе с менеджером такой группы ответы на те вопросы, которые были предложены менеджеру успешно работающей группы.

Для диагностики причины возникновения потребности в персонале необходимы:

1. контроль рабочего времени и дисциплины труда;

2. анализ возможностей сглаживания потребностей в персонале;

3. анализ возможности организации нового рабочего места;

4. четкость представлений об обязанностях нового сотрудника (и функциях уже имеющихся).

4.2.4. Привлечение новых сотрудников.

Организация привлечения новых сотрудников - важная часть работы с персоналом. Планируя свои действия, вы можете опереться на статистику набора в вашей компании (каков процент сотрудников, приходящих по объявлениям в тех или иных СМИ и по знакомству, каков их качественный уровень (возраст, образование), каков процент отсева и др.). Традиционно риэлторские фирмы используют для привлечения новых сотрудников газетные объявления и статьи, наружную рекламу.

Работа со СМИ требует обязательного мониторинга эффективности. Отслеживая эффективность рекламы по набору, вы, возможно, узнаете, что объявления в бесплатных газетах могут привлекать рекордно большое число потенциальных сотрудников, но они почти никогда не становятся успешными агентами; что по одной газете приходит в два раза больше стажеров с высшим образованием, чем по другой; что стажеры, откликнувшиеся на статьи по набору, быстрее адаптируются - и так далее. Все это важная информация, которая позволит вам разумно тратить деньги и получать максимальный результат.

Продолжительность испытательного срока должна быть четко определена. При этом новый сотрудник должен иметь четкое представление о действиях работодателя при условии удачного или не удачного прохождения испытательного срока. Этот период преследует несколько целей:

- знакомство с коллективом и структурой Компанией;

- изучение специфики работы;

- необходимое обучение;

- введение в специальность.

Задача непосредственного руководителя-наставника – оказать максимальную помощь на первом этапе работы и подписать первый договор. Для этого заранее разрабатывается план-задание на период испытательного срока. В него могут быть включены: инструктажи, прохождение базового обязательного курса обучения, рабочие задания с определением сроков и ответственных за выполнение отдельных мероприятий.

4.2.5. Система оценки персонала.

Система оценки персонала - процесс определения эффективности деятельности сотрудников в реализации поставленных задач. Обычно, оценивается эффективность деятельности сотрудника, а не его личностные качества. Оценка персонала необходима

для дальнейшего продвижения и роста сотрудников и для принятия других управленческих решений.

Оценка персонала, планирование карьеры, рост и развитие сотрудников также определяются целями и задачами предприятия и зависят от видения предприятия и этапа его развития.
В управлении риэлторским предприятием важную роль играют финансы. Это один из самых главных и самых значимых показателей успешности бизнеса.

4.2.6. Мотивация персонала.
Мотивация персонала при выборе им риэлторской компании состоит из следующих основных компонентов:

1. Положение компании на рынке – престижно работать в известной уважаемой компании.
2. Социальный пакет, предоставляемый компанией – престижно работать в компании, которая о тебе заботится.
3. Система оплаты труда – хорошо иметь гарантированный и достойный заработок.
4. Возможность профессионального роста – престижно иметь возможность стать специалистом высокого уровня.

Мотивация персонала с позиции руководства компании, должна учитывать:

1. Общественную среду, условия и события, в которых действуют участники рынка недвижимости.
2. Строй чувств, идей, переживаний и раздумий риэлтора, получивший отражение на результатах его работы.
3. Харизму, как способность риэлтора влиять на клиента, основанную на специфическом поведении. При этом учитывать, что харизматический тип влияния крайне не устойчив и может выполнять как позитивные, так и негативные социальные функции.
4. Способность человека к риэлторской деятельности.
5. Способность к сублимации - управлению своими физиологическими потребностями в направлении улучшения работоспособности.

Мотивация персонала должна поддерживаться руководством компании на принципах общественных идей, заключающихся в человечности, защите прав личности, ее свободы и всестороннего, гармоничного развития, по следующим основным направлениям:

- Материальные и нематериальные формы поощрения.
- Применение системы партнерства при оплате труда.
- Возможность карьерного и профессионального роста.
- Корпоративная культура и разрешение внутренних противоречий согласно Корпоративных правил.
- Гарантированное обеспечение социального пакета.
- Материальные и нематериальные формы взыскания.

Мотивация персонала должна применяться ко всем сотрудникам компании (отдела…) при общих достижениях компании (отдела…) и персонально за индивидуальные достижения конкретного сотрудника.
Вопросы мотивации персонала должны иметь максимальную прозрачность в коллективе.

4.3. Технология составления финансового плана риэлторской компании.

Необходимо разработать **финансовый план** развития и деятельности фирмы, в котором основные разделы находят цифровое выражение, позволяющее оценить эффективность фирмы и каждого сотрудника на предприятии. Спланировать будущую и текущую деятельность организации.

Существуют два подхода к составлению финансового плана предприятия. Первый способ основан на экспертных прогнозах по объему продаж, второй – на расчете объемов продаж с использованием относительных показателей, по которым имеется надежная статистика. Наиболее предпочтительный второй способ.

Составление годового и помесячного планов доходов и расходов, последующая их реализация называется бюджетированием. Бюджет (от стар. нормандского budget — кошель) — смета доходов и расходов определённого лица (семьи, бизнеса, организации, государства и т. д.), устанавливаемая на определённый период времени, обычно на один год. В риэлторском бизнесе бюджетирование тесно связано с планированированием и развитием. Бюджет представляет собой план доходов и расходов компании.
Доходная часть - это поступления от продажи услуг.
Расходная часть, в свою очередь, включает постоянные и переменные затраты.

Постоянные затраты неизменны, они есть всегда. Выделяют следующие постоянные затраты:

1) аренда;
2) реклама;
3) зарплата штатных сотрудников ;
4) содержание оргтехники (ремонт и расходные материалы);
5) средства связи (телефон, Интернет, мобильная связь);
6) расходы на канцелярские принадлежности и бумагу;
7) амортизация основных фондов;
8) налоги;
9) прочее.

Переменные затраты возникают по мере увеличения дохода. Как правило к этим затратам относятся: оплата труда агентов, премии и вознаграждения, прирост затрат на рекламу и налоги на реализацию, связанные с увеличением объемов продаж, а также прирост расходных материалов, имеющих непосредственное отношение к количеству проводимых сделок (бумага, расходные материалы и т.д.).

Переменными затратами мы можем управлять и их оптимизировать. Разница между доходной и расходной частями бюджета составляет прибыль предприятия. Если эта разница равна нулю, предприятие находится в точке безубыточности. Таким образом, можно просчитать доходность и прибыльность каждого агента и установить план, исходя из которого, бизнес будет выгоден и агенту, и собственнику.

К процессу бюджетирования необходимо привлекать не только финансовые службы, но и руководителей подразделений, от работы которых зависят продажи и набор персонала. В этом случае бюджеты каждого подразделения будут понятны всем руководителям среднего звена, и их работа по достижению запланированных показателей будет осмысленной и более эффективной. Кроме того, это необходимо делать и для того, чтобы

меры поощрения в зависимости от результатов работы подразделений были эффективным стимулом для улучшения работы подразделений.

Важно!

Количество запланированных сделок в год рассчитывается исходя из среднесписочной численности агентов по недвижимости и производительности их труда по формуле:

СД=ЧИС х КОЭФ х 12, шт., где:

СД - количество сделок, шт.;

ЧИС - среднесписочная численность агентов за год, чел.;

КОЭФ - коэффициент эффективности агентов, долей единицы;

Коэффициент эффективности агентов рассчитывается по статическим данным прошлого периода по формуле:

$$КОЭФ = \frac{КСГ}{ЧИС \times 12}$$, сделок на одного агента в месяц, шт., где:

КОЭФ - коэффициент эффективности агентов, сделок на одного агента в месяц, шт.;

КСГ - количество проведенных сделок за предыдущий год;

ЧИС– среднесписочная численность агентов в предыдущем году;

В нашем примере, если среднесписочная численность предшествующего года 30 человек, а количество проведенных сделок в предшествующем периоде 320 шт., получим:

$$КОЭФ = \frac{320}{30 \times 12} = \frac{320}{360} = 0{,}88 \text{ сд/аг},$$

Это означает производительность труда агентов в размере 0,88сделки на одного агента в месяц, тогда планируемый объем сделок на год составит: СД=40х0,88х12=422 сделки, при будущем среднесписочном составе 40 сотрудников.

В случае если статистических данных за прошедший период не имеется в виду отсутствия деятельности, за расчетный показатель эффективности труда агентов можно взять среднюю величину по городу.

Особенно следует отметить систему отношений в риэлторской компании. Вся философия бизнеса строится на отношениях: клиента и агента, агента и собственника. Агент несет в мир ценности компании, а ценности создаются собственником. Агентство же имеет доходную часть благодаря поступлениям от продаж услуг агентами, а расходной обеспечивает для агента возможность заработка.

(см. Приложение 8 Статья В.В.Несин «Организация работы риэлторских фирм на рынке недвижимости).

(см. Приложение 9 Статья В.В.Немировский «Что стоит за Вашим решением создать свою риэлторскую компанию»).

Вопросы для самопроверки

1. Риэлторское предприятие может осуществлять следующие виды деятельности:
а) комплекс услуг по осуществлению сделок купли-продажи загородней недвижимости
б) выпуск печатной продукции
в) издательство журнала
г) управление недвижимостью

2.Что понимают под корпоративной культурой:
а) взгляды, ценности, поведенческие проявления, делающие организацию уникальной
б) законодательные акты
в) кодекс этики АСНУ

3.Кто является транслятором корпоративной культуры:
а) клиенты
б) все сотрудники предприятия
в) высший менеджмент компании
г) профессиональная среда

4. Миссия предприятия это:
а) анализ внешней среды предприятия
б) социальное предназначение организации и понимание ее желаемого состояния
в) план действий для обеспечения самоокупаемости предприятия

5.Стратегия организации это:
а) план по набору персонала
б) свод корпоративных правил
в) детальный, комплексный план осуществления миссии и достижения целей организации

6. Центральной стратегией риэлторской компании является:
а) стратегия риэлторской услуги
б) инновационная стратегия
в) стратегия ресурсов

7. Выделите характеристики услуг:
а) несохраняемость
б) непостоянство
в) неосязаемость
г) значимость
д) непрерывность
ж) неприкосновенность
з) неотделимость

8. В чем суть риэлторской услуги для собственника недвижимости:
а) обеспечить рекламную кампанию объекта
б) обеспечить безопасность для собственника
в) обеспечить сбор необходимых документов
г) продать объект по максимальной цене и в удобные сроки

9. Управление персоналом риэлторской компании это:
а) отбор и найм новых сотрудников
б) управление деятельностью по повышению использования человеческих ресурсов организации
в) технология проведения сделок

10. Должностная инструкция это:
а) документ, регламентирующий деятельность сотрудников и определяющий его обязанности
б) документ, который описывает действия от задатка до сделки
в) документ, который служит для осуществления дисциплинарных взысканий

11. Зона ответственности сотрудника определяется:
а) функциональными обязанностями
б) кодексом этики
в) общепринятыми нормами
г) установленным планом

12. Бюджетирование это:
а) расчет расходов на рекламу
б) составление планов доходов и расходов предприятия
в) выплата заработной платы
г) своевременная уплата налогов

13. Постоянные затраты:
а) неизменны
б) зависят от прибыли предприятия
в) зависят от объема реализации услуг

Приложение 2

КОРПОРАТИВНЫЕ ПРАВИЛА
Частного предприятия Агентство недвижимости «САРУШЕН»

Настоящий документ представляет собой сборник основных корпоративных правил, в соответствии с которыми должно осуществляться функционирование Агентства недвижимости «САРУШЕН», для достижения стратегических и тактических целей, обеспечения стратегических и тактических потребностей, а так же обеспечения высокой этики взаимоотношений, здоровой состязательности в коллективе и качественного, профессионального и безопасного обслуживания клиентов.
При составлении сборника использован многолетний личный опыт сотрудников АН «Сарушен», а также адаптированный к севастопольским условиям опыт коллег в Украине и России.
В состав сборника вошли документы, необходимые в работе предприятия, исходя из требований КЗОТ Украины, этических норм Ассоциации специалистов по недвижимости Украины, Ассоциации «Недвижимость Севастополя», а также Устава и внутренних правил ЧП «АН «Сарушен».

ПРАВИЛА ВНУТРЕННЕГО ТРУДОВОГО РАСПОРЯДКА

(Корпоративное правило -1)

1. Работники обязаны работать честно и добросовестно, своевременно и точно выполнять распоряжения собственника или уполномоченного им органа, соблюдать трудовую и технологическую дисциплину, требования нормативных актов об охране труда, бережно относиться к имуществу собственника.

2. Режим работы и порядок предоставления отпусков организуется в соответствии с коллективным договором.

3. Уход с рабочего места в течении рабочего дня, а также опоздание или невыход на работу, осуществляется только с разрешения директора.

4. Работники обязаны выглядеть опрятно и вести себя с клиентами предельно вежливо и сдержанно. Особое внимание оказывать пожилым и больным людям.

5. Работники должны проявлять здоровую инициативу, однако обо всех своих действиях ставить в известность директора.

6. Работники должны внимательно анализировать поведение клиентов. В случае малейшего подозрения, что на клиента оказывается давление криминальными структурами или другими лицами из корыстных побуждений, немедленно сообщать директору.

7. За успехи в работе могут применяться следующие меры поощрения:
   -благодарность
   -грамота
   -денежная премия
8. За нарушение трудовой дисциплины к работникам может быть применена только одна из следующих мер:
   -выговор
   -увольнение
9. В своей деятельности работники и собственник должны руководствоваться законами Украины, Уставом, Коллективным договором и Кодексом этики и профессионального поведения Агентства недвижимости «Сарушен».

КОЛЛЕКТИВНЫЙ ДОГОВОР

(Корпоративное правило -2)

Настоящий договор составлен между собственником и представителем трудового коллектива в соответствии с требованиями гл.2 КЗОТ Украины с целью регулирования производственных ,трудовых и социально-экономических отношений, согласования интересов работников и собственника. Основой взаимоотношений сторон являются законы Украины и Устав предприятия,
а также следующие положения.

1. Изменения в организации производства и труда являются компетенцией собственника и не должны противоречить КЗОТ Украины.

2. Продуктивная занятость обеспечивается указаниями собственника и исполнительностью и инициативой работников.

3. В связи со спецификой деятельности, объемы работ нормированию не подлежат . Оплата труда производится в соответствии с должностными окладами, определенными в штатном расписании. Премирование производится в соответствии с коэффициентом участия работника в конкретной работе приказом директора.

4. Гарантии, компенсации и льготы определяются в соответствии с КЗОТ Украины.

5. Длительность рабочего дня 8 часов с 9.00 до 18.00 с перерывом на обед один час по плавающему графику. Рабочая неделя – пятидневная. Суббота может объявляться рабочей не более чем на четыре часа, при этом продолжительность рабочей недели не должна превышать 40 часов.

6. Условия труда должны соответствовать законодательству об охране труда. Собственник обязан ограждать работников от выполнения работ, сопряженных с явной опасностью для жизни и здоровья.

7. Продолжительность ежегодного отпуска составляет 24 рабочих дня за отработанный рабочий год, исчисляемый со дня заключения трудового договора. Отдых в праздничные дни предоставляется в соответствии с КЗОТ Украины.

8. Все споры между сторонами решаются путем переговоров, а в случае не достижения согласия - в судебном порядке.

9. Срок действия договора – один год со дня подписания. В случае отсутствия изменений и претензий сторон, договор лонгируется в конце каждого срока на такой же срок.

10. За этическую основу взаимоотношений стороны принимают

Кодекс этики и профессионального поведения Агентства недвижимости «Сарушен».

КОДЕКС ЭТИКИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ «САРУШЕН»

(Корпоративное правило -3)

Общие профессиональные требования.

1. Сотрудник обязан не причинять ущерба достоинству и чести субъектов рынка недвижимости.
2. Сотрудник должен выказывать лояльность и честность по отношению к субъектам рынка недвижимости.
3. Сотрудник должен избегать искажения или утаивания информации, имеющей отношение к рынку недвижимости, в своих взаимоотношениях с клиентами и партнерами.

4. Сотрудник должен заботится об обеспечении юридической чистоты и безопасных условий операций и сделок клиентов и партнеров и, в силу своих профессиональных возможностей и договорных обязательств, защищать их от мошенничества и неэтичных действий на рынке недвижимости.
5. Сотрудник должен соблюдать конфиденциальность, хранить профессиональные и коммерческие тайны бывших, настоящих или потенциальных клиентов и партнеров, не разглашать и не использовать такого рода информацию, не имея на это полномочий.
6. Сотрудник в своих взаимоотношениях с представителями других профессий должен уважать правила и практику, принятые в этих профессиях, в той степени, в которой они совместимы с настоящим Кодексом.

Специальные профессиональные требования.

7. Сотрудник обязан справедливо обслуживать все стороны, участвующие в операциях и сделках на рынке недвижимости. Вместе с тем по своему усмотрению передавать дополнительную информацию и консультировать субъектов рынка недвижимости по вопросам, выходящим за рамки соответствующих договоров. Он должен заботится о том, чтобы финансовые и другие обязательства сторон при операциях и сделках на рынке недвижимости были определенны письменными договорами, адекватно отражающими соглашение сторон.
8. Сотрудник должен воздерживаться от недобросовестной и нечестной конкуренции. Действия и заявления сотрудника не должны наносить ущерба деятельности или репутации других субъектов рынка недвижимости при условии соблюдения ими своих обязательств в соответствии с установлениями настоящего Кодекса.
9. Сотрудник не может представлять интересов конфликтующих сторон – субъектов рынка недвижимости, без согласия своих клиентов и партнеров.
10. Сотрудник, права и интересы которого могут вступить в конфликт с таковыми же правами или интересами его клиентов или партнеров, обязан своевременно заявить им об этом.

Отношение к профессиональной деятельности.

11. Профессиональная деятельность сотрудника должна способствовать формированию и развитию цивилизованных отношений между субъектами рынка недвижимости. Для этого сотрудник должен стараться всегда быть в курсе государственных законов, постановлений и политики, общественных настроений и текущих условий рынка недвижимости.
12. Сотрудник должен воздерживаться от любых действий, могущих нанести ущерб своей профессиональной репутации и репутации Агентства.
13. При осуществлении профессиональной деятельности Сотрудник обязан:

- применять все имеющиеся в его распоряжении средства для соблюдения положений настоящего Кодекса;
- способствовать распространению и разъяснению положений настоящего Кодекса среди субъектов рынка недвижимости;
- извещать руководство и коллег Агентства о нарушениях норм этики субъектами рынка недвижимости.

14. Если выполнение Сотрудником поручения, данного клиентом или партнером, может привести к нарушению настоящего Кодекса, то он обязан предпринять соответствующие действия к тому, чтобы немедленно уведомить об этом своего клиента или партнера, а так же сделать все от него зависящее, чтобы привести ситуацию в соответствие с требованиями настоящего Кодекса, вне зависимости от последствий.
15. Профессиональные разногласия, возникающие между сотрудниками, должны разрешаться справедливо, цивилизованно и взвешенно, в соответствии с положениями

настоящего Кодекса и исходя из интересов Агентства. Окончательное решение по подобным разногласиям принимает руководство Агентства.
16. Любой Сотрудник, допускающий нарушения установлений настоящего Кодекса другими, считается нарушителем Кодекса.

СОЦИАЛЬНЫЙ ПАКЕТ,
ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫЙ ПЕРСОНАЛУ
(Корпоративное правило -4)

С целью обеспечения необходимого комфорта и удобства в работе, руководство Агентства недвижимости «Сарушен» предоставляет персоналу следующий социальный пакет:

6. Предоставление рабочего места для каждого сотрудника.
7. Предоставление бесплатного доступа в интернет для всех сотрудников.
8. Предоставление рекламной продукции (календари, визитки, буклеты и пр.).
9. Предоставление учебных пособий по специальности.
10. Предоставление одной телефонной пары не более чем на 2 риэлтора.
11. Предоставление всех отпусков и производство всех выплат согласно КЗОТ Украины. (Данный пункт, на самом деле, не является элементом социального пакета, но учитывая реальную ситуацию на рынке труда, он был включён в данный перечень)
12. Обеспечение объявлений в рекламных газетах.
13. Обеспечение необходимыми канцтоварами.
14. Неограниченный доступ ко всем базам данных.
15. Обеспечение офисов питьевой водой, нагревательными приборами, холодильным оборудованием, чаем, кофе, средствами гигиены.
16. Предоставление беспроцентных ссуд на профессиональное обучение.
17. Предоставление бесплатных юридических консультаций штатными юристами по работе и по личным вопросам.
18. Предоставление бесплатных консультаций штатным психологом по работе и по личным вопросам.
19. Транспортное обеспечение сделок.
20. Дотации к празднованию дней рождения предприятия.
21. Организация празднований дней рождений сотрудников и других общих мероприятий в помещении центрального офиса.
22. Премирование сотрудников сферы жизнеобеспечения.
23. Премирование агентов и экспертов 10-процентной надбавкой за третью и последующие сделки в течение календарного месяца (но не более 50 %).
24. Свободное посещение офисов детьми сотрудников.

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ СОТРУДНИКОВ И КОНСУЛЬТАНТОВ
Агентства недвижимости «Сарушен»
(Корпоративное правило -5)

1. Директор:

Осуществляет общее руководство предприятием. Определяет стратегию и тактику развития. Определяет финансовую политику предприятия. Осуществляет взаимодействие с государственными структурами. Организует подготовку документов и сопровождение договоров отчуждения. Осуществляет переговоры с физическими лицами по проблемным

ситуациям. Осуществляет взаимодействие с кредитными учреждениями. Организовывает мероприятия по противопожарной безопасности.

2. Юрист-менеджер:
Осуществляет разработку и внедрение технологических процессов. Организовывает юридическое обеспечение деятельности предприятия. Организовывает коммерческую безопасность и риэлторские дознания. Осуществляет контроль деятельности районных бюро. Осуществляет деятельность в риэлторских общественных организациях. Организовывает работу по учету и обучению персонала. Разрабатывает стратегию рекламы и PR. Определяет корпоративную культуру и этику взаимодействия. Обеспечивает социальный пакет для персонала. Курирует благотворительные, спортивные и социальные программы предприятия. Организовывает техническое и имущественное обеспечение.

3. Бухгалтер:
Осуществляет бухгалтерский учет. Организовывает отчетность и контролирует правильность уплаты налогов. Организовывает выплаты заработной платы.

4. Начальники бюро:
Осуществляют общее руководство бюро. Организовывают эффективный распорядок работы бюро. Организовывают сбор информации по продавцам и покупателям. Осуществляют ведение переговоров. Проводят первичную экспертизу правоустанавливающих документов. Организовывают осмотры объектов недвижимости. Заключают эксклюзивные договоры. Организовывают оформление авансов. Участвуют в подготовке документов по объектам своего бюро. Обеспечивают передачу информации в ИАО для внесения в базы данных. Обеспечивают конфиденциальность сделок. Организовывают противопожарные мероприятия в своих бюро.

5. Ведущие эксперты:
Осуществляют мониторинг регионального рынка недвижимости. Участвуют в выработке тактики деятельности предприятия. Осуществляют сбор информации по продавцам, покупателям и потенциальным конкурентам и передают ее в ИАО для внесения в базы данных. Осуществляют ведение переговоров и заключение эксклюзивных договоров. Осуществляют первичную экспертизу правоустанавливающих документов и изучают историю передачи прав собственности на эксклюзивные объекты. Организовывают осмотры объектов недвижимости. Организовывают оформление авансов. Участвуют в подготовке документов. Осуществляют оценку объектов методом аналогов продаж. Обеспечивают конфиденциальность сделок. Осуществляют контроль за обучением стажеров.

6. Эксперты:
Осуществляют сбор информации по продавцам, покупателям и потенциальным конкурентам и передают ее в ИАО для внесения в базы данных. Осуществляют ведение переговоров и заключение эксклюзивных договоров. Осуществляют первичную экспертизу правоустанавливающих документов и изучают историю перехода прав собственности на эксклюзивные объекты. Организовывают осмотры объектов недвижимости. Организовывают оформление авансов. Осуществляют оценку объектов методом аналогов продаж. Обеспечивают конфиденциальность сделок.

7. Агенты:
Осуществляют сбор информации о продавцах и покупателях. Осуществляют работу с рекламными изданиями. Организовывают осмотры объектов недвижимости.

Осуществляют заключение эксклюзивных договоров и организовывают оформление авансов. Всю полученную информацию передают в ИАО для внесения в базы данных.

8. Стажеры:
Проходят двух - трехмесячный практический курс, во время которого выполняют практические задания ведущих экспертов. После выявления личностных качеств и профессиональной пригодности, могут быть рекомендованы для дальнейшего обучения и перевода на должность агента.

9. Начальник информационно-аналитического отдела (ИАО):
Осуществляет сбор, обработку, анализ и распределение информации, используя данные всех категорий персонала и специализированных СМИ. Обеспечивает эффективное использование всех баз данных. Обеспечивает работу электронной почты. Организовывает составление рекламных объявлений. Осуществляет делопроизводство предприятия. Осуществляет отчетность по общественным организациям.

10. Инженер-программист:
Осуществляет организацию программного обеспечения. Разрабатывает и внедряет новые программы и модернизирует действующие. Контролирует функционирование электронной почты и сайта предприятия. Организует вопросы технического обеспечения.

11. Консультанты:
Специалисты, не входящие в штат предприятия. Осуществляют консультации в интересах предприятия, предоставляют необходимую предприятию открытую информацию по роду своей деятельности в обмен на услуги и открытую информацию предприятия. Обязательным условием сотрудничества с консультантами является признание и соблюдение ими Кодекса этики предприятия и других корпоративных правил.

* Дополнительные функции сотрудникам, в зависимости от их компетенции, определяются отдельными распоряжениями директора персонально.

П О Л О Ж Е Н И Е
о дежурстве риэлторов
Агентства недвижимости «САРУШЕН»
(Корпоративное Правило – 6)

Дежурство риэлторов ЧП «АН «САРУШЕН» организовывается с целью бесперебойной работы всех офисов в течение рабочего времени, обеспечения клиентам агентства квалифицированного цивилизованного обслуживания, а так же предоставления всем риэлторам равных возможностей и максимального исключения внутренней нездоровой конкуренции.

1. Дежурный риэлтор ЧП «АН «САРУШЕН» в Центральном бюро назначается из состава штатных экспертов, агентов и лиц, работающих по трудовому договору. Дежурство осуществляется в соответствии с месячным графиком, в который включаются все подготовленные специалисты. Стол дежурного риэлтора обязательно обозначается переносной табличкой:
«Дежурный риэлтор».
2. В отдельных бюро дежурство обеспечивается начальниками и агентами бюро в соответствии с ситуацией и должно исключать отсутствие всех сотрудников в офисе в рабочее время.

3. Дежурство осуществляется в две смены в рабочее время: с 09.00 до 13.30 (первая смена) и с 13.30 до 18.00 (вторая смена). В случае необходимости, дежурный риэлтор может на некоторое время покинуть офис, только при условии передачи своих функций другому риэлтору, на стол которого обязательно переставляется табличка: «Дежурный риэлтор».
4. Дежурный риэлтор в течение своей смены осуществляет прием посетителей, дает первичные консультации, принимает решение на заключение договоров и осуществление осмотров, а так же фиксирует и передает всю информацию, поступающую для руководства и других сотрудников.
5. Дежурный риэлтор в отсутствии директора (начальника бюро) является старшим в соответствующем офисе, контролирует перемещение сотрудников, а так же открытие и закрытие офисов.
6. Дежурный риэлтор имеет право на приоритет в работе с клиентами, посетившими офис в течение его смены. Право на приоритет в работе с клиентами, позвонившими по телефону, имеют специалисты, за которыми закреплены соответствующие телефонные номера, независимо от графика дежурств, при условии нахождения их в офисе. Другие риэлторы обязаны способствовать, чтобы прибывающие клиенты попадали только к дежурному риэлтору.
7. Дежурный риэлтор в случае необходимости должен привлечь к своей беседе с клиентом директора, юриста или другого специалиста. Или, на свое усмотрение, направить клиента к другому специалисту.
8. Любое вмешательство других риэлторов в беседу (консультацию) дежурного риэлтора с клиентом не допускается, однако риэлтор, имеющий реальную информацию по текущей беседе, обязан предоставить ее дежурному риэлтору после ухода клиента с целью максимального обеспечения потребностей клиента. Это правило так же распространяется на консультации, проводимые директором, юристом или другими специалистами, работающими в офисе со своими клиентами не в период своего дежурства.
9. Данное положение имеет статус корпоративного правила и обязательно для исполнения всеми сотрудниками.

П О Л О Ж Е Н И Е
о клиенте Агентства недвижимости «Сарушен»
(Корпоративное правило - 7)

«Наши клиенты считают нас лучшими, а мы работаем так, чтобы это было правдой!» (Основной эксклюзивный слоган Агентства недвижимости «Сарушен»)

Чтобы этот слоган не подвергался сомнению, а также для обеспечения качественного обслуживания клиентов и недопущения недобросовестной внутренней конкуренции, каждый сотрудник агентства обязан строго выполнять данное положение:

1. Клиенты по рекомендации (старые клиенты)

- Клиенты, которые уже были ранее обслужены в агентстве, а также клиенты, обратившиеся в агентство по рекомендации, являются клиентами сотрудника, работавшего ранее с ними или рекомендованного им (если они пришли именно к этому сотруднику, а не в агентство вообще). При отсутствии этого сотрудника, дежурный риэлтор обязан предоставить клиентам полную информацию о том, когда он будет на месте.

- По факту полученной информации дежурный риэлтор обязан сам лично(в срок не более одного рабочего дня) оповестить сотрудника, рекомендованного клиентам, об их визите и возможном времени вторичного посещения. Если клиентам нужна информация, или они хотят оставить информацию, дежурный риэлтор обязан эту информацию предоставить, или получить соответственно и при первой возможности довести до сотрудника, которому она предназначена.
- В случае, если данный клиент не интересуется конкретным сотрудником, он становится клиентом дежурного риэлтора. Переманивание клиента при этом категорически запрещается. По факту поступления жалобы (устно или письменно) о переманивании клиента в недельный срок проводится административное расследование. В случае подтверждения факта к нарушителю применяются самые строгие меры, вплоть до снижения статуса или увольнения.
- Сотрудник, к которому обращаются клиенты, рекомендованные другому сотруднику, обязан объяснить принципы общения с клиентами, установленные в агентстве и только после подтверждения об отсутствии разницы к кому обращаться, может начинать работу. Если клиент, ранее работавший с одним из сотрудников, по своим соображениям выбирает другого сотрудника, претензии первого на клиента безосновательны. Высказывать клиенту, что- либо по этому поводу категорически запрещается. Сотрудник, считающий себя обойденным, имеет право обратиться к непосредственному руководителю.

2. Юридическое сопровождение

- Юридическое сопровождение осуществляют директор и юрист агентства, с привлечением, по мере необходимости, конкретных сотрудников по их клиентам (сделкам).
- В случае привлечения к подготовке сделки другого, более компетентного в конкретном вопросе сотрудника, сотрудник, ведущий клиента, оговаривает с ним его вознаграждение из своей доли и согласовывает это с директором.

3. Формирование цепочек

- Если клиент одновременно продает и покупает (покупает и продает), то им занимается в первую очередь сотрудник, к которому он обратился по поводу первой операции.
- В то же время по согласованию с директором и данным сотрудником, ко второй операции могут быть привлечены и другие сотрудники.

4. Клиент по рекомендации другого агентства

- В случаях, если клиент поступает по рекомендации другого агентства, сотрудник обязан представить его руководителю, либо сообщить ему о состоявшемся контакте и в дальнейшем действовать в соответствии с полученными указаниями.
- Клиент, поступивший по рекомендации другого агентства, и обратившийся непосредственно к руководству, передается риэлтору по усмотрению руководства. При этом, как правило, приоритет отдается дежурному риэлтору.

5. Клиенты, получаемые во время дежурства

- Для пополнения вариантов для своей работы и, как следствие, приобретения новых клиентов и пополнения базы данных агентства, в течении рабочего дня

организуется дежурство. Порядок организации дежурства определен в Положении о дежурстве риэлторов.

- Клиенты, пришедшие в офис, без предварительного согласования с другим сотрудником, принимаются только дежурным риэлтором и в дальнейшем являются его клиентами, кроме случаев, предусмотренных в Положении о дежурстве риэлторов.

6. Клиенты, получаемые по целевым звонкам

- За каждым номером закрепляются по 2 сотрудника, которые формируют заявки на рекламные объявления в СМИ на свои номера.
- Клиенты, позвонившие на конкретный номер по целевой рекламе, обслуживаются сотрудником, закрепленным за данным номером и подавшим данное объявление.
- В случае отсутствия сотрудника в офисе, телефонный звонок может принять его напарник, дежурный риэлтор или лицо его замещающее, которые и получают приоритетное право на работу с данным клиентом.
- Пользование номерами, закрепленными за другими сотрудниками для производства исходящих звонков, запрещается, независимо от того, находятся они в офисе, или нет.

7. Варианты, полученные сотрудником по «уличной» рекламе

- Любая информация, полученная сотрудниками из «уличных» источников, должна заноситься в информационный журнал для внесения в базу данных агентства.
- После внесения варианта в базу данных, сотрудник в течении семи суток имеет преимущественное право показов своим клиентам.

8. Работа нескольких агентов с одним клиентом

- Если выясняется ситуация, что двое или более риэлторов, не зная об этом, работают с одним и тем же клиентом, они должны согласовать свои действия с целью максимального удовлетворения потребности клиента.
- Все споры в данной ситуации должны разрешаться юристом или директором.
- Вовлечение клиента в подобные споры категорически запрещается.

9. Не занесение информации в базу данных агентства

- Вся информация, получаемая сотрудниками, независимо от источников, является собственностью коллектива агентства, должна заноситься в базу данных агентства и быть доступной для всех сотрудников.
- Преднамеренное не занесение (в течении суток) информации о клиентах (продавцах, покупателях) и их объектах (намерениях) в базу данных, или сознательное занесение заведомо ложной информации (завышение стоимости, отсрочка продажи и т.д.), а так же другие действия, которые не позволяют работать с вариантом другим сотрудникам агентства, подвергаются административному наказанию вплоть до увольнения.

10. Клиенты, пользующиеся преимущественным правом

- Все клиенты должны обслуживаться одинаково качественно и внимательно.

- Клиент, решающий в агентстве вопрос продажи и одновременно приобретения недвижимости, получает преимущественное право осмотра объектов перед другими клиентами без всяких согласований.
- Преимущественным правом могут пользоваться сотрудники агентства для осуществления своих личных целей (покупка для себя или своих родственников), при условии оплаты услуг и компенсации расходов агентства по минимальным тарифам. Использование информации в личных целях, без уведомления директора и соответствующей оплаты, подвергается административному наказанию, вплоть до увольнения.
- В порядке исключения клиент может получить преимущество так же по решению директора по обоснованному предложению сотрудника.

11. Действия риэлтора при заключении с клиентом эксклюзивного договора на продажу объекта

- При заключении с клиентом эксклюзивного договора-поручения на продажу объекта, риэлтор обязан начать заполнение бланка «Разрешения на сделку» (Форма РНС-2 АН «Сарушен»), опросить клиента и действовать в дальнейшем в соответствии с данным приложением к договору.

12. Действия риэлтора по результатам показа клиентам объектов

- При отказе клиента от приобретения объекта риэлтор фиксирует этот факт в листок осмотра и сообщает об этом руководству. Показ объекта другими риэлторами продолжается.
- Если клиенту необходимо подумать или обеспечить повторный показ, риэлтор обязан предупредить его, что показы данного объекта другим клиентам будут продолжаться. Приоритет в приобретении объекта получает клиент, первый принявший решение и внесший аванс.
- При получении уже при осмотре положительного ответа, риэлтор обязан немедленно поставить об этом в известность руководство. При этом показы данного объекта прекращаются до внесения аванса, но не более чем на два часа.
- В ситуациях, не указанных в данном Положении, Сотрудник обязан обратиться для решения вопроса к директору.

ВНЕШНИЙ ВИД СОТРУДНИКОВ
(Корпоративное правило – 8)

Внешний вид сотрудников должен соответствовать цели их деятельности:

1. Одежда сотрудников произвольная, однако, она не должна шокировать богатых клиентов своей убогостью, а бедных своей роскошью.
2. Одежда должна быть такая, чтобы при приличном виде в офисе, сотрудник чувствовал себя комфортно на любом объекте, и не боялся испачкать галстук.

Так же в правила включен закрытый список, запрещенных к употреблению фраз и выражений (Корпоративное правило – 9), а с конца 2008 года в Корпоративные правила включен «Антикризисный план АН «Сарушен». Этот план был разработан и апробирован в нашем агентстве, а затем доработан экспертами из нескольких городов Украины.

Антикризисный план Агентства недвижимости «Сарушен»
(Корпоративное правило – 10)

№	Вопросы и ситуации	Ответы и действия
1. Характеристики кризисных ситуаций на рынке недвижимости		
1.	Как мы понимаем кризис:	• Основной и единственной причиной обвального кризиса мировой экономики является перепроизводство основной валюты – доллара США.
2.	Проявления кризисных ситуаций на рынке недвижимости:	• Резкое падение покупательной способности, вызванное сворачиванием кредитных программ, замораживанием депозитов, остановкой кредитных линий, и падением курса гривны, усиленное паникой не только населения, но и бизнес сообщества. • Покупатели разделились на три группы: первым не дали кредит, вторые ждут окончания договора по депозиту, третьи ждут глобального падения цен. • Продавцы разделились на две группы: первая – 80%, снизила стоимость своей недвижимости на 20-25 %; вторая – 20%, демпингует, в связи со сложившимися проблемами и снизила стоимость своей недвижимости до 50%. Но, практическое отсутствие реальных продаж, не даёт возможность определить фактический уровень падения цен. • Кризисная ситуация ввела и покупателей и продавцов в растерянность, и они вынуждены больше прислушиваться к мнению риэлторов. • Необходимо понимать, что предшествующий кризису пятилетний рост цен на 40-50% в год, тоже был не совсем нормальным явлением, поэтому падение цен на 20-30% не совсем кризис.
3.	Взаимодействие спроса и предложения:	• Классический маркетинг стал дорогим удовольствием, но и без него понятно, что спрос и предложение остались в прежнем

		соотношении, однако спрос не обеспечен покупательной способностью. Это даёт надежду на послекризисную реабилитацию рынка, когда начнет работать эффект задержанного спроса, что может привести и к росту цен. • Умные продавцы с пониманием относятся к процессу ценообразования, поэтому сейчас самое время работать именно с собственниками недвижимости.
4.	Влияние других общерыночных факторов:	• Нестабильность курса доллара, евро и рубля, нестабильность на топливном рынке, рост цен на продукты питания, заморозка строительства.
5.	Характеристики кризисного рынка недвижимости:	• При резком снижении покупательной способности и увеличении предложения, цены практически не падают (а в пересчёте на гривну, даже растут), что продлевает срок ожидания возможного падения цен, немногочисленными кредитоспособными покупателями. • В этот период складывается не рынок продавца и арендодателя, а рынок покупателя, арендатора. • Ушли с рынка спекулянты, проводившие сделки, основанные на росте цен, следовательно, должна увеличиться потребность рынка в риэлторах профессионалах.
6.	Основные проблемы агентств недвижимости:	• Глобальное уменьшение количества сделок, приведшее к отрицательному балансу доходов и расходов, и неготовность менеджмента к противодействию, как финансовая, так и моральная. • Возникшие трудности по выплатам кредитов за свои офисы, квартиры, автомобили, выкупленные объекты, и развитие бизнеса.
7.	Специфика небольших «семейных» агентств и крупных агентств:	• Часть небольших агентств может ликвидироваться или уйти в тень, но, учитывая их малозатратную расходную составляющую, многие из них сохранят себя до выхода из кризиса.

		• Оказавшись в равных, почти нулевых условиях, с малыми агентствами, крупные компании будут вынуждены жёстко уплотняться, значительно уменьшать расходы, но, имея больший ресурс, прежде всего кадровый и финансовый, должны сохраниться практически все. • С рынка недвижимости уйдут слабые и непрофессиональные операторы.
8.	Риэлторские организации:	• Совместные усилия участников риэлторского бизнеса могут дать эффект на общегосударственном уровне лоббистскими действиями по продвижению разработанных риэлторами (возможно со специалистами смежных рынков) законопроектов, или программ. • На профессиональном уровне эти организации должны организовать антикризисный консалтинг для своих членов. • Риэлторские организации должны предоставлять нотариусам, банкам, БТИ, УЗР, и т.д., списки сертифицированных риэлторов для дальнейшей работы.
9.	Совместные сделки на рынке:	• Проведение цивилизованных совместных сделок всегда выгодно, как клиентам, так и риэлторам, однако в условиях кризиса усиливаются тенденции изоляции операторов рынка недвижимости, что приводит к недобросовестной конкуренции, поэтому подбор партнеров должен быть более тщательным. • Именно в кризис проявляются истинные качества, как партнеров по бизнесу, так и сотрудников и клиентов.
2. Работа с клиентом в условиях кризиса.		
1.	Перераспределение объектов:	• Необходимо сделать ставку на наиболее ликвидные объекты, цены на которые, даже при падении в период кризиса, будут расти после кризиса. Это: улучшенное 1-2 комнатное жилье, элитное жилье, жилье в центре города, земля у моря, земля в районах с развитой инфраструктурой, рекреационные объекты (особенно у моря), причалы, эллинги, промышленная недвижимость.

		• Разъяснять клиенту инвестиционную привлекательность именно этих объектов.
2.	Привлечение клиента в агентство:	• Активизировать работу со старыми клиентами. • Перенаправить усилия на российского клиента (электронные рассылки, личные контакты с коллегами, контакты по линии РГР). • Наладить работу с банками по организации продажи залогового имущества. • Обеспечить бесперебойный консалтинг (в офисе, по телефону, по электронной почте, на сайте компании). • Увеличить объем консультационных бесплатных услуг населению, направленных на разъяснение меняющейся рыночной ситуации. Оказать содействие клиентам по выработке линии рыночного поведения. Подготовить аргументацию и провести анализ существующих для покупателей недвижимости преимуществ в отношении их мотивации к приобретению недвижимости в текущей рыночной ситуации. • Вспомнить такой метод, как расклейка объявлений на подъездах и досках объявлений, она дает в среднем 1 клиента на 100 расклеенных объявлений.
3.	Информационная поддержка и реклама объектов:	• Провести дополнительную аналитику эффективности видов рекламы, исключить малоэффективную. • Усилить работу сайта (электронный консалтинг, бесплатная доска объявлений, прайсы, статьи, имиджевые страницы). • Усилить работу по продвижению сайта компании. • Объединить рекламные компании членских организаций, с целью получения более значительных рекламных скидок со стороны рекламных изданий, вернувшись к коллективной рекламе под брендом регионального и национального

		профессиональных объединений. • Провести «аудит» и обновить архивы объектов. • Доделать документы, до которых не доходили руки. • Провести сравнительный статистический анализ, количества сделок, движения финансов, текучести кадров. • Провести аудит применяемых форм договоров и прочих внутренних документов, привести в порядок должностные инструкции. • Провести весенне-летнюю фотосессию объектов.
4.	Новые требования клиентов:	• Смягчить позицию при торге с покупателями, в разумных пределах. • Принять к исполнению новые требования клиентов, в пределах разумной достаточности. • Содействовать обществу в понимании изменения текущих реалий, предоставляя максимально взвешенные и объективные оценки создавшейся ситуации, готовя клиентов к изменению рыночных условий.
3. Кадровая и финансовая политика в условиях кризиса.		
1.	Методы дополнительной мотивации и удержания персонала:	• Сократить рабочий день до 4-х часов. • Разрешить сотрудникам, в освободившееся время, заниматься другими (не риэлторскими) видами заработка. • Сохранить социальный пакет в полном объёме. • Обеспечивать общие мероприятия с проведением коллективных мозговых атак по поиску идей и по решению внутренних проблем. • Организовывать обучение персонала (курсы, семинары, офисные учебные программы, тренинги, «риэлторские поединки» и проч.).
2.	Кадровые движения на рынке и как их правильно использовать:	• Привлекать к сотрудничеству опытных риэлторов из закрывшихся, или уплотнившихся, агентств. • Обратить особое внимание на выпускников

		курсов по специальности «Риэлтор», ранее не работавших на рынке недвижимости.
3.	Сокращение общефирменных издержек:	• Составить финансовый план, определить статьи расходов для сокращения или полной ликвидации. • Снизить все должностные оклады до минимума. • Перевести всех штатных сотрудников на ½ ставки. • Сократить работников сферы жизнеобеспечения, кроме главного бухгалтера. Часть их функций распределить между руководством компании, а часть перевести на разовые контракты (делопроизводство, малозатратный маркетинг, кадровая работа, программное обеспечение, транспорт и пр.). • Использовать личные связи, для получения бесплатных или не дорогих услуг специалистов, необходимых для ведения бизнеса. • Ужесточить контроль за потреблением электроэнергии, бензина, средств связи, расходованием канцелярских принадлежностей.
4.	Затраты на рекламу объектов и услуг:	• Снять рекламу низко ликвидных объектов (кроме сайта). • Снять рекламу с малоэффективных рекламных носителей. • Активнее использовать рекламистов, предоставляющих значительные скидки.
5.	Дополнительные финансовые возможности:	• В случае необходимости, ограниченно использовать средства резервного фонда компании. • Сдать в аренду рабочие места в офисе предпринимателям не риэлторской сферы деятельности (адвокат, приёмщик на изготовление окон, страховой агент, и.т.д.).
6.	Диверсификация услуг:	• Расширить сферу риэлторских услуг (увеличить деятельность в сфере управления недвижимостью, ввести услугу по аренде всех

		видов недвижимости). • Добавить новые виды услуг (продажа катеров и яхт, страхование ГО, перевод, создание и обслуживание сайтов)
7.	На чем еще можно сэкономить:	• Отказаться от всех видов кредитов и займов. • Покупать более дешёвые аналоги товаров для офиса. • Совмещать поездки нескольких сотрудников на одной машине. • Не нарушать правила дорожного движения. • Временно не выпускать буклеты, календари и рекламно-сувенирную продукцию. • Упростить меню корпоративных мероприятий. • Сократить расходы на содержание футбольной команды. • Временно приостановить благотворительную деятельность.
8.	На чем экономить нельзя:	• На безопасности бизнеса. • На конфиденциальности и безопасности клиентов. • На своих комиссионных. • На своём здоровье. • Понимать, что финансировать сохранение фирмы на рынке дешевле, чем временно уйти с рынка, а потом финансировать ее возврат.
4. Выход из кризиса.		
1.	Как выходить из кризиса:	• Поэтапно выйти на исходные, докризисные позиции по всем вышеуказанным параметрам. • Провести анализ своих видов услуг в новых условиях и провести новую после кризисную реорганизацию. • Восстановить резервный фонд компании.

Приложение 3

Корпоративные правила и мотивация персонала.

2) Краткая аннотация модуля.

В данном модуле акцентируется внимание на значении мотивации персонала, на необходимости систематизации Корпоративных правил, а так же приводится один из вариантов Корпоративных правил риэлторского предприятия, как основы организации предприятия и мотивации персонала.

3) Цели и задачи модуля:

1. Понимать значение мотивации персонала, как важнейшего фактора успешности риэлторского предприятия.
2. Понимать важность создания и выполнения Корпоративных правил, как основы организации предприятия и мотивации персонала.

4) Содержание:

4.1. Мотивация персонала.
4.1.1. Мотивация при выборе компании персоналом.
4.1.2. Направления мотивации персонала.
4.2. Корпоративные правила.
4.2.1. Что такое Корпоративные правила.
4.2.2. Правила внутреннего трудового распорядка.
4.2.3. Коллективный договор.
4.2.4. Кодекс этики.
4.2.5. Социальный пакет.
4.2.6. Функциональные обязанности.
4.2.7. Положение о дежурстве.
4.2.8. Положение о клиенте.
4.2.9. Внешний вид сотрудников.
Вопросы для самопроверки

5) Основной текст:

1. ***Мотивация персонала.***

1.1. Мотивация при выборе компании персоналом.
Успешность риэлторской компании более чем на треть зависит от персонала компании. Именно, понимая это, необходимо акцентировать внимание на мотивации персонала.
Мотивация персонала при выборе риэлторской компании состоит из следующих основных компонентов:

- ***Положение компании на рынке – престижно работать в известной уважаемой компании.***
- ***Социальный пакет, предоставляемый компанией – престижно работать в компании, которая о тебе заботится.***
- ***Система оплаты труда – хорошо иметь гарантированный и достойный заработок.***
- ***Возможность профессионального роста – престижно иметь возможность стать специалистом высокого уровня.***

1.2. Направления мотивации персонала.
Мотивация должна учитывать все обстоятельства, субъективное каждого сотрудника, его харизму, талант, и способность к сублимации.

Мотивация персонала должна поддерживаться руководством компании на принципах возвышенного и гуманизма, по следующим основным направлениям:

- ***Материальные и нематериальные формы поощрения.***
- ***Применение системы партнерства при оплате труда.***
- ***Возможность карьерного и профессионального роста.***
- ***Корпоративная культура и разрешение внутренних противоречий, согласно Корпоративных правил.***
- ***Гарантированное обеспечение социального пакета.***
- ***Материальные и нематериальные формы взыскания.***

Мотивация персонала должна применяться ко всем сотрудникам компании (отдела…) при общих достижениях компании (отдела…) и персонально за индивидуальные достижения конкретного сотрудника. Вопросы мотивации персонала должны иметь максимальную прозрачность в коллективе.

Лучшие всегда те, кого таковыми считают клиенты.
А чтобы это случилось, необходимо категорически исключить из своей работы риэлторские маньеризм и формализм, четко организовать работу на принципах преемственности и прогресса, создать необходимые корпоративные документы, отражающие технологические особенности своего агентства, довести их до всех сотрудников и контролировать их четкое выполнение.

2. Корпоративные правила.

Настоящий документ представляет собой сборник основных корпоративных правил, в соответствии с которыми должно осуществляться функционирование Агентства недвижимости, для достижения стратегических и тактических целей, обеспечения стратегических и тактических потребностей, а так же обеспечения высокой этики взаимоотношений, здоровой состязательности в коллективе и качественного, профессионального и безопасного обслуживания клиентов.
При составлении сборника используется опыт сотрудников агентства, а также адаптированный опыт коллег в Украине и России.
В состав сборника должны войти документы, необходимые в работе предприятия, исходя из требований КЗОТ Украины, этических норм Ассоциации специалистов по недвижимости Украины, местных Ассоциаций, а также Устава и внутренних правил конкретного предприятия. В сборник могут войти примерно такие документы.

2.2. Правила внутреннего трудового распорядка.

(Корпоративное правило -1)

- ***Работники обязаны работать честно и добросовестно, своевременно и точно выполнять распоряжения собственника или уполномоченного им органа, соблюдать трудовую и технологическую дисциплину, требования нормативных актов об охране труда, бережно относиться к имуществу собственника.***

- ***Режим работы и порядок предоставления отпусков организуется в соответствии с коллективным договором.***

- ***Уход с рабочего места в течении рабочего дня, а также опоздание или невыход на работу, осуществляется только с разрешения директора.***

- ***Работники обязаны выглядеть опрятно и вести себя с клиентами предельно вежливо и сдержанно. Особое внимание оказывать пожилым и больным людям.***

- ***Работники должны проявлять здоровую инициативу, однако обо всех своих действиях ставить в известность директора.***

- ***Работники должны внимательно анализировать поведение клиентов. В случае малейшего подозрения, что на клиента оказывается давление криминальными структурами или другими лицами из корыстных побуждений, немедленно сообщать директору.***

- ***За успехи в работе могут применяться следующие меры поощрения:***
  -благодарность
  -грамота
  -денежная премия
- ***За нарушение трудовой дисциплины к работникам может быть применена только одна из следующих мер:***
  -выговор
  -увольнение
- ***В своей деятельности работники и собственник должны руководствоваться законами Украины, Уставом, Коллективным договором и Кодексом этики и профессионального поведения Агентства недвижимости.***

2.3. Коллективный договор.
(Корпоративное правило -2)

Настоящий договор составлен между собственником и представителем трудового коллектива в соответствии с требованиями гл.2 КЗОТ Украины с целью регулирования производственных ,трудовых и социально-экономических отношений, согласования интересов работников и собственника. Основой взаимоотношений сторон являются законы Украины и Устав предприятия,
а также следующие положения.

- ***Изменения в организации производства и труда являются компетенцией собственника и не должны противоречить КЗОТ Украины.***

- ***Продуктивная занятость обеспечивается указаниями собственника и исполнительностью и инициативой работников.***

- ***В связи со спецификой деятельности, объемы работ нормированию не подлежат . Оплата труда производится в соответствии с должностными окладами, определенными в штатном расписании. Премирование производится в соответствии с коэффициентом участия работника в конкретной работе приказом директора.***

- ***Гарантии, компенсации и льготы определяются в соответствии с КЗОТ Украины.***

- ***Длительность рабочего дня 8 часов с 9.00 до 18.00 с перерывом на обед один час по плавающему графику. Рабочая неделя – пятидневная. Суббота может объявляться рабочей не более чем на четыре часа, при этом продолжительность рабочей недели не должна превышать 40 часов.***

- ***Условия труда должны соответствовать законодательству об охране труда. Собственник обязан ограждать работников от выполнения работ, сопряженных с явной опасностью для жизни и здоровья.***

- ***Продолжительность ежегодного отпуска составляет 24 рабочих дня за отработанный рабочий год, исчисляемый со дня заключения трудового договора. Отдых в праздничные дни предоставляется в соответствии с КЗОТ Украины.***

- ***Все споры между сторонами решаются путем переговоров, а в случае не достижения согласия - в судебном порядке.***

- ***Срок действия договора – один год со дня подписания. В случае отсутствия изменений и претензий сторон, договор лонгируется в конце каждого срока на такой же срок.***

- ***За этическую основу взаимоотношений стороны принимают Кодекс этики и профессионального поведения Агентства недвижимости.***

2.4. Кодекс этики.

(Корпоративное правило -3)

Общие профессиональные требования.

- ***Сотрудник обязан не причинять ущерба достоинству и чести субъектов рынка недвижимости.***
- ***Сотрудник должен выказывать лояльность и честность по отношению к субъектам рынка недвижимости.***
- ***Сотрудник должен избегать искажения или утаивания информации, имеющей отношение к рынку недвижимости, в своих взаимоотношениях с клиентами и партнерами.***
- ***Сотрудник должен заботится об обеспечении юридической чистоты и безопасных условий операций и сделок клиентов и партнеров и, в силу своих профессиональных возможностей и договорных обязательств, защищать их от мошенничества и неэтичных действий на рынке недвижимости.***

- ***Сотрудник должен соблюдать конфиденциальность, хранить профессиональные и коммерческие тайны бывших, настоящих или потенциальных клиентов и партнеров, не разглашать и не использовать такого рода информацию, не имея на это полномочий.***
- ***Сотрудник в своих взаимоотношениях с представителями других профессий должен уважать правила и практику, принятые в этих профессиях, в той степени, в которой они совместимы с настоящим Кодексом.***

Специальные профессиональные требования.

- ***Сотрудник обязан справедливо обслуживать все стороны, участвующие в операциях и сделках на рынке недвижимости. Вместе с тем по своему усмотрению передавать дополнительную информацию и консультировать субъектов рынка недвижимости по вопросам, выходящим за рамки соответствующих договоров. Он должен заботится о том, чтобы финансовые и другие обязательства сторон при операциях и сделках на рынке недвижимости были определенны письменными договорами, адекватно отражающими соглашение сторон.***
- ***Сотрудник должен воздерживаться от недобросовестной и нечестной конкуренции. Действия и заявления сотрудника не должны наносить ущерба деятельности или репутации других субъектов рынка недвижимости при условии соблюдения ими своих обязательств в соответствии с установлениями настоящего Кодекса.***
- ***Сотрудник не может представлять интересов конфликтующих сторон – субъектов рынка недвижимости, без согласия своих клиентов и партнеров.***
- ***Сотрудник, права и интересы которого могут вступить в конфликт с таковыми же правами или интересами его клиентов или партнеров, обязан своевременно заявить им об этом.***

Отношение к профессиональной деятельности.

- ***Профессиональная деятельность сотрудника должна способствовать формированию и развитию цивилизованных отношений между субъектами рынка недвижимости. Для этого сотрудник должен стараться всегда быть в курсе государственных законов, постановлений и политики, общественных настроений и текущих условий рынка недвижимости.***
- ***Сотрудник должен воздерживаться от любых действий, могущих нанести ущерб своей профессиональной репутации и репутации Агентства.***
- ***При осуществлении профессиональной деятельности Сотрудник обязан:***

- применять все имеющиеся в его распоряжении средства для соблюдения положений настоящего Кодекса;
- способствовать распространению и разъяснению положений настоящего Кодекса среди субъектов рынка недвижимости;
- извещать руководство и коллег Агентства о нарушениях норм этики субъектами рынка недвижимости.

- ***Если выполнение Сотрудником поручения, данного клиентом или партнером, может привести к нарушению настоящего Кодекса, то он обязан предпринять соответствующие действия к тому, чтобы немедленно уведомить об этом своего клиента или партнера, а так же сделать все от него зависящее, чтобы привести ситуацию в***

соответствие с требованиями настоящего Кодекса, вне зависимости от последствий.

- ***Профессиональные разногласия, возникающие между сотрудниками, должны разрешаться справедливо, цивилизованно и взвешенно, в соответствии с положениями настоящего Кодекса и исходя из интересов Агентства. Окончательное решение по подобным разногласиям принимает руководство Агентства.***
- ***Любой Сотрудник, допускающий нарушения установлений настоящего Кодекса другими, считается нарушителем Кодекса.***

2.5. Социальный пакет (Корпоративное правило -4)

С целью обеспечения необходимого комфорта и удобства в работе, руководство Агентства недвижимости предоставляет персоналу определенный социальный пакет. В качестве примера приведем один из вариантов такого пакета:

- ***Предоставление рабочего места для каждого сотрудника, а при двухсменном режиме - одного на двоих.***
- ***Предоставление бесплатного доступа в интернет для всех сотрудников.***
- ***Предоставление рекламной продукции (календари, визитки, буклеты и пр.).***
- ***Предоставление одной телефонной пары не более чем на 2 риэлтора.***
- ***Предоставление всех отпусков и производство всех выплат согласно КЗОТ Украины.***
- ***Обеспечение объявлений в рекламных газетах.***
- ***Обеспечение необходимыми канцтоварами.***
- ***Неограниченный доступ ко всем базам данных.***
- ***Обеспечение офиса питьевой водой, нагревательными приборами, холодильным оборудованием, чаем, кофе, средствами гигиены.***
- ***Предоставление беспроцентных ссуд на профессиональное обучение.***
- ***Предоставление бесплатных юридических консультаций штатными юристами по работе и по личным вопросам.***
- ***Предоставление бесплатных консультаций штатным психологом по работе и по личным вопросам.***
- ***Транспортное обеспечение сделок.***
- ***Дотации к празднованию дней рождения предприятия.***
- ***Организация празднований дней рождений сотрудников и других общих мероприятий в помещении офиса.***
- ***Премирование сотрудников сферы жизнеобеспечения.***
- ***Премирование агентов и экспертов 10-процентной надбавкой за третью и последующие сделки в течение календарного месяца.***
- ***Свободное посещение офисов детьми сотрудников.***

2.6. Функциональные обязанности. (Корпоративное правило -5)

- ***Директор:***

- ***Осуществляет общее руководство предприятием. Определяет стратегию и тактику развития. Определяет финансовую политику предприятия. Осуществляет взаимодействие с государственными структурами. Организует подготовку документов и сопровождение договоров отчуждения. Осуществляет переговоры с физическими лицами по проблемным ситуациям. Осуществляет взаимодействие с кредитными учреждениями. Организовывает мероприятия по противопожарной безопасности.***

    - ***Юрист-менеджер:***
- ***Осуществляет разработку и внедрение технологических процессов. Организовывает юридическое обеспечение деятельности предприятия. Организовывает коммерческую безопасность и риэлторские дознания. Осуществляет контроль за деятельностью районных бюро. Осуществляет деятельность в риэлторских общественных организациях. Организовывает работу по учету и обучению персонала. Разрабатывает стратегию рекламы и PR. Определяет корпоративную культуру и этику взаимодействия. Обеспечивает социальный пакет для персонала. Курирует благотворительные, спортивные и социальные программы предприятия. Организовывает техническое и имущественное обеспечение.***

    - ***Бухгалтер:***
- ***Осуществляет бухгалтерский учет. Организовывает отчетность и контролирует правильность уплаты налогов. Организовывает выплаты заработной платы.***

    - ***Начальники бюро (филиалов):***
- ***Осуществляют общее руководство бюро. Организовывают эффективный распорядок работы бюро. Организовывают сбор информации по продавцам и покупателям. Осуществляют ведение переговоров. Проводят первичную экспертизу правоустанавливающих документов. Организовывают осмотры объектов недвижимости. Заключают эксклюзивные договоры. Организовывают оформление авансов. Участвуют в подготовке документов по объектам своего бюро. Обеспечивают передачу информации в ИАО для внесения в базы данных. Обеспечивают конфиденциальность сделок. Организовывают противопожарные мероприятия в своих бюро.***

    - ***Ведущие эксперты:***
- ***Осуществляют мониторинг регионального рынка недвижимости. Участвуют в выработке тактики деятельности предприятия. Осуществляют сбор информации по продавцам, покупателям и потенциальным конкурентам и передают ее в ИАО для внесения в базы данных. Осуществляют ведение переговоров и заключение эксклюзивных договоров. Осуществляют первичную экспертизу правоустанавливающих документов и изучают историю передачи прав собственности на эксклюзивные объекты. Организовывают осмотры объектов недвижимости. Организовывают оформление авансов. Участвуют в подготовке документов. Осуществляют оценку объектов методом аналогов продаж. Обеспечивают конфиденциальность сделок. Осуществляют контроль за обучением стажеров.***

- ***Эксперты:***

- ***Осуществляют сбор информации по продавцам, покупателям и потенциальным конкурентам и передают ее в ИАО для внесения в базы данных. Осуществляют ведение переговоров и заключение эксклюзивных договоров. Осуществляют первичную экспертизу правоустанавливающих документов и изучают историю перехода прав собственности на эксклюзивные объекты. Организовывают осмотры объектов недвижимости. Организовывают оформление авансов. Осуществляют оценку объектов методом аналогов продаж. Обеспечивают конфиденциальность сделок.***

- ***Агенты:***

- ***Осуществляют сбор информации о продавцах и покупателях. Осуществляют работу с рекламными изданиями. Организовывают осмотры объектов недвижимости. Осуществляют заключение эксклюзивных договоров и организовывают оформление авансов. Всю полученную информацию передают в ИАО для внесения в базы данных.***

- ***Стажеры:***

- ***Проходят двух - трехмесячный практический курс, во время которого выполняют практические задания ведущих экспертов. После выявления личностных качеств и профессиональной пригодности, могут быть рекомендованы для дальнейшего обучения и приема на должность агента.***

- ***Начальник информационно-аналитического отдела (ИАО):***

- ***Осуществляет сбор, обработку, анализ и распределение информации, используя данные всех категорий персонала и специализированных СМИ. Обеспечивает эффективное использование всех баз данных. Обеспечивает работу электронной почты. Организовывает составление рекламных объявлений. Осуществляет делопроизводство предприятия. Осуществляет отчетность по общественным организациям и в центр занятости по предприятию.***

- ***Инженер-программист:***

- ***Осуществляет организацию программного обеспечения. Разрабатывает и внедряет новые программы и модернизирует действующие. Контролирует функционирование электронной почты и сайта предприятия. Организует вопросы технического обеспечения.***

Дополнительные функции сотрудникам, в зависимости от их компетенции, определяются отдельными распоряжениями директора персонально.

2.7. Положение о дежурстве

(Корпоративное правило - 6)

Дежурство риэлторов организовывается с целью бесперебойной работы всех офисов в течение рабочего времени, обеспечения клиентам агентства квалифицированного цивилизованного обслуживания, а так же предоставления всем риэлторам равных возможностей и максимального исключения внутренней нездоровой конкуренции.

- ***Дежурный риэлтор в Центральном офисе назначается из состава штатных экспертов, агентов и лиц, работающих по контракту. Дежурство осуществляется в соответствии с месячным графиком, в который включаются все подготовленные специалисты. Стол дежурного риэлтора обязательно обозначается переносной табличкой:***
  «Дежурный риэлтор».
- ***В отдельных бюро (филиалах) дежурство обеспечивается начальниками и агентами бюро в соответствии с ситуацией и должно исключать отсутствие всех сотрудников в офисе в рабочее время.***
- ***Дежурство осуществляется в две смены в рабочее время: с 09.00 до 13.30 (первая смена) и с 13.30 до 18.00 (вторая смена). В случае необходимости, дежурный риэлтор может на некоторое время покинуть офис, только при условии передачи своих функций другому риэлтору, на стол которого обязательно переставляется табличка: «Дежурный риэлтор».***
- ***Дежурный риэлтор в течение своей смены осуществляет прием посетителей, дает первичные консультации, принимает решение на заключение договоров и осуществление осмотров, а так же фиксирует и передает всю информацию, поступающую для руководства и других сотрудников.***
- ***Дежурный риэлтор в отсутствии директора (начальника бюро) является старшим в соответствующем офисе, контролирует перемещение сотрудников, а так же открытие и закрытие офисов.***
- ***Дежурный риэлтор имеет право на приоритет в работе с клиентами, посетившими офис в течение его смены. Право на приоритет в работе с клиентами, позвонившими по телефону, имеют специалисты, за которыми закреплены соответствующие телефонные номера, независимо от графика дежурств, при условии нахождения их в офисе. Другие риэлторы обязаны способствовать, чтобы прибывающие клиенты попадали только к дежурному риэлтору.***
- ***Дежурный риэлтор в случае необходимости должен привлечь к своей беседе с клиентом директора, юриста или другого специалиста. Или, на свое усмотрение, направить клиента к другому специалисту.***
- ***Любое вмешательство других риэлторов в беседу (консультацию) дежурного риэлтора с клиентом не допускается, однако риэлтор, имеющий реальную информацию по текущей беседе, обязан предоставить ее дежурному риэлтору после ухода клиента с целью максимального обеспечения потребностей клиента. Это правило так же распространяется на консультации, проводимые директором, юристом или другими специалистами, работающими в офисе со своими клиентами не в период своего дежурства.***
- ***Данное положение имеет статус корпоративного правила и обязательно для исполнения всеми сотрудниками.***

2.8. Положение о клиенте
(Корпоративное правило - 7)

Для обеспечения качественного обслуживания клиентов и недопущения недобросовестной внутренней конкуренции, каждый сотрудник агентства обязан строго выполнять данное положение:

- ***Клиенты по рекомендации (старые клиенты)***

- ***Клиенты, которые уже были ранее обслужены в агентстве, а также клиенты обратившиеся в агентство по рекомендации, являются клиентами сотрудника, работавшего ранее с ними или рекомендованного им (если они пришли именно к этому сотруднику, а не в агентство вообще). При отсутствии этого сотрудника, дежурный риэлтор обязан предоставить клиентам полную информацию о том, когда он будет на месте.***
- ***По факту полученной информации дежурный риэлтор обязан сам лично(в срок не более одного рабочего дня) оповестить сотрудника, рекомендованного клиентам, об их визите и возможном времени вторичного посещения. Если клиентам нужна информация или они хотят оставить информацию, дежурный риэлтор обязан эту информацию предоставить или получить соответственно и при первой возможности довести до сотрудника, которому она предназначена.***
- ***В случае, если данный клиент не интересуется конкретным сотрудником, он становится клиентом дежурного риэлтора. Переманивание клиента при этом категорически запрещается. По факту поступления жалобы (устно или письменно) о переманивании клиента в недельный срок проводится административное расследование. В случае подтверждения факта к нарушителю применяются самые строгие меры, вплоть до снижения статуса или увольнения.***
- ***Сотрудник, к которому обращаются клиенты, рекомендованные другому сотруднику, обязан объяснить принципы общения с клиентами, установленные в агентстве и только после подтверждения об отсутствии разницы к кому обращаться, может начинать работу. Если клиент, ранее работавший с одним из сотрудников, по своим соображениям выбирает другого сотрудника, претензии первого на клиента безосновательны. Высказывать клиенту, что- либо по этому поводу категорически запрещается. Сотрудник, считающий себя обойденным, имеет право обратиться к непосредственному руководителю.***

- ***Юридическое сопровождение***

  - ***Юридическое сопровождение осуществляют директор и юрист агентства, с привлечением, по мере необходимости, конкретных сотрудников по их клиентам (сделкам).***
  - ***В случае привлечения к подготовке сделки другого, более компетентного в конкретном вопросе сотрудника, сотрудник, ведущий клиента, оговаривает с ним его вознаграждение из своей доли и согласовывает это с директором.***

- ***Формирование цепочек***

  - ***Если клиент одновременно продает и покупает (покупает и продает), то им занимается в первую очередь сотрудник, к которому он обратился по поводу первой операции.***
  - ***В то же время по согласованию с директором и данным сотрудником, ко второй операции могут быть привлечены и другие сотрудники.***

- ***Клиент по рекомендации другого агентства***

- ***В случаях, если клиент поступает по рекомендации другого агентства, сотрудник обязан представить его руководителю, либо сообщить ему о состоявшемся контакте и в дальнейшем действовать в соответствии с полученными указаниями.***
- ***Клиент, поступивший по рекомендации другого агентства, и обратившийся непосредственно к руководству, передается риэлтору по усмотрению руководства. При этом, как правило, приоритет отдается дежурному риэлтору.***

- ***Клиенты, получаемые во время дежурства***

  - ***Для пополнения вариантов для своей работы и, как следствие, приобретения новых клиентов и пополнения базы данных агентства, в течении рабочего дня организуется дежурство. Порядок организации дежурства определен в Положении о дежурстве риэлторов.***
  - ***Клиенты пришедшие в офис, без предварительного согласования с другим сотрудником, принимаются только дежурным риэлтором и в дальнейшем являются его клиентами, кроме случаев, предусмотренных в Положении о дежурстве риэлторов.***

- ***Клиенты, получаемые по целевым звонкам***

  - С целью наиболее эффективного использования телефонов агентства, за каждым номером закрепляются по 2 сотрудника, которые формируют заявки на рекламные объявления в СМИ на свои номера.
  - Клиенты, позвонившие на конкретный номер по целевой рекламе, обслуживаются сотрудником, закрепленным за данным номером и подавшим данное объявление.
  - В случае отсутствия сотрудника в офисе, телефонный звонок может принять его напарник, дежурный риэлтор или лицо его замещающее, которые и получают приоритетное право на работу с данным клиентом.
  - Пользование номерами, закрепленными за другими сотрудниками для производства исходящих звонков, запрещается, независимо от того находятся они в офисе или нет.

- Варианты, полученные сотрудником по «уличной» рекламе

  - Любая информация, полученная сотрудниками из «уличных» источников, должна заноситься в информационный журнал для внесения в базу данных агентства.
  - После внесения варианта в базу данных, сотрудник в течении семи суток имеет преимущественное право показов своим клиентам.

- ***Работа нескольких агентов с одним клиентом***

  - ***Если выясняется ситуация, что двое или более риэлторов, не зная об этом, работают с одним и тем же клиентом, они должны согласовать свои действия с целью максимального удовлетворения потребности клиента.***

- ***Все споры в данной ситуации должны разрешаться юристом или директором.***
- ***Вовлечение клиента в подобные споры категорически запрещается.***

- ***Незанесение информации в базу данных агентства***

  - Вся информация, получаемая сотрудниками, независимо от источников, является собственностью коллектива агентства, должна заноситься в базу данных агентства и быть доступной для всех сотрудников.
  - ***Преднамеренное не занесение (в течении суток) информации о клиентах (продавцах, покупателях) и их объектах (намерениях) в базу данных, или сознательное занесение заведомо ложной информации (завышение стоимости, отсрочка продажи и т.д.), а так же другие действия, которые не позволяют работать с вариантом другим сотрудникам агентства, подвергаются административному наказанию вплоть до увольнения.***

- ***Клиенты, пользующиеся преимущественным правом***

  - Все клиенты должны обслуживаться одинаково качественно и внимательно.
  - Клиент, решающий в агентстве вопрос продажи и одновременно приобретения недвижимости, получает преимущественное право осмотра объектов перед другими клиентами без всяких согласований.
  - Преимущественным правом могут пользоваться сотрудники агентства для осуществления своих личных целей (покупка для себя или своих родственников), при условии оплаты услуг и компенсации расходов агентства по минимальным тарифам. Использование информации в личных целях, без уведомления директора и соответствующей оплаты, подвергается административному наказанию, вплоть до увольнения.
  - В порядке исключения клиент может получить преимущество так же по решению директора по обоснованному предложению сотрудника.

- Действия риэлтора при заключении с клиентом эксклюзивного договора на продажу объекта

  - При заключении с клиентом эксклюзивного договора-поручения на продажу объекта, риэлтор обязан начать заполнение бланка «Разрешения на сделку» (Форма РНС-2 АН «Сарушен»), опросить клиента и действовать в дальнейшем в соответствии с данным приложением к договору.

- Действия риэлтора по результатам показа клиентам объектов

  - При отказе клиента от приобретения объекта риэлтор фиксирует этот факт в листок осмотра и сообщает об этом руководству. Показ объекта другими риэлторами продолжается.
  - Если клиенту необходимо подумать или обеспечить повторный показ, риэлтор обязан предупредить его, что показы данного объекта другим клиентам будут продолжаться. Приоритет на приобретение объекта получает клиент, первый принявший решение и внесший аванс.

- При получении уже при осмотре положительного ответа, риэлтор обязан немедленно поставить об этом в известность руководство. При этом показы данного объекта прекращаются до внесения аванса, но не более чем на два часа.
- В ситуациях, не указанных в п.10, Сотрудник обязан обратиться для решения вопроса к директору.

4.2.9. Внешний вид сотрудников
(Корпоративное правило – 8)

- ***Внешний вид сотрудников должен соответствовать цели их деятельности.***
- ***Одежда сотрудников произвольная, однако, она не должна шокировать богатых клиентов своей убогостью, а бедных своей роскошью.***
- ***Одежда должна быть такая, чтобы при приличном виде в офисе, сотрудник чувствовал себя комфортно на любом объекте, и не боялся испачкать галстук.***

Вопросы для самопроверки:

1. Какие существуют виды мотивации персонала?
2. Для чего необходимо создавать Корпоративные правила предприятия?
3. Какую роль в организации деятельности предприятия играет Социальный пакет?

Приложение 4

Основные мотивы покупателя объекта недвижимости - улучшить свои жилищные условия (или расширить свой бизнес) и обеспечить эффективное вложение своих капиталов. Исходя их этого, основной потребностью покупателя можно с уверенностью считать поиск и выбор наилучшего объекта из всех, которые в данный момент можно приобрести на рынке в подходящем покупателю ценовом диапазоне. Естественно, при этом покупатель не хочет переплатить за этот объект.

Основными мотивами продавца являются обмен своего объекта на лучший, нужда в средствах или смена объекта инвестиций (выход из данного бизнеса, продажа неиспользуемых активов и т.д.). Главной потребностью собственника становится при этом продажа своего объекта по максимально возможной цене в заданные сроки. Каждый продавец хочет знать, что он не продешевил при осуществлении этой транзакции.

Обе задачи являются исключительно сложными и ответственными. Правильная оценка и подготовка объекта к продаже, эффективный маркетинг и продвижение объекта, сотни переговоров и десятки показов, уточнение пожеланий сторон, согласование условий сделки и проведение торгов – все это требует профессиональных знаний, определенных навыков, затрат большого количества времени и нервов. Решение подобных стрессовых и эмоционально насыщенных задач, связанных к тому же с большими суммами денег и, зачастую, с самым ценным активом, который есть у человека, во всем мире принято решать через профессиональных посредников, агентов по недвижимости.

Исходя из этого и следует рассматривать услугу риэлтора и ее основную ценность для заказчика. Клиент заплатит большую сумму комиссионных, если будет убежден, что профессиональный посредник помог реализовать его основную потребность, а именно: собственнику объекта риэлтор помог продать как можно дороже, а инвестору помог купить лучший объект, потратив при этом минимально возможную сумму.

Очевидно, что одновременно удовлетворить эти две совершенно противоположные потребности двух сторон сделки один посредник практически не в состоянии. Один из контрагентов всегда будет чувствовать, что в результате торгов сделка состоялась в ущерб именно его интересам, и будет обвинять в этом посредника. Вот почему на первом месте большинства кодексов этики агентов по недвижимости разных стран прописано

обязательство отстаивать интересы своего заказчика, действуя при этом честно по отношению ко второй стороне. А договоры на оказание агентских услуг в США начинаются с предупреждения, что данный агент имеет право одновременно представлять интересы обеих сторон сделки только с информированного согласия и покупателя и продавца, данного в письменном виде.

Каждый профессиональный агент хочет, чтобы клиент остался доволен его услугой и заплатил стандартные 5% от суммы сделки добровольно, с благодарной улыбкой за оказанную ему помощь в решении своей задачи, чтобы он оставил положительные рекомендации и в следующий раз обратился за услугой к этому же агенту. Логика оказания посреднической услуги убедительно доказывает, что такой результат агент может достичь только в том случае, если он сосредоточится на отстаивании интересов и удовлетворении основной потребности именно своего заказчика, будучи совершенно независимым от пожеланий и указаний противоположной стороны в сделке купли-продажи или аренды объекта недвижимости.

Очевидно, что это очень сложно сделать, если у контрагента есть выбор – соглашаться на условия сделки, на которых от имени своего заказчика настаивает агент, или обратиться к другому агенту, более сговорчивому и беспринципному, который, дабы не потерять сделку и свои комиссионные пойдет на уступки другой стороне. Риэлторская деятельность основана на психологии и знании рынка, поэтому грамотный, но не очень этичный агент всегда сможет сделать соответствующую подборку данных и убедить своего собеседника принять то или иное решение. Особенно это характерно в Украине, где сегодня практически отсутствует достоверная информация о реальных ценах сделок и даже количестве транзакций, где в одном и том же СМИ можно найти несколько аналитических отчетов, обосновывающих совершенно противоположные тенденции и дающих противоречащие друг другу прогнозы.

В странах с уже сложившимися традициями уважительного отношения к риэлторам заказчик платной посреднической услуги сам помогает разрешить этот конфликт интересов – он дает агенту, которому доверяет, эксклюзивные права и полномочия на проведение переговоров, не обращаясь к другим посредникам и не вступая в прямые переговоры с контрагентом. Только в этом случае становится реальным обеспечить всю полноту информации о реальном спросе и предложении на рынке и правильно использовать ее в интересах своего заказчика во время поиска подходящего покупателю объекта или проведения торгов с целью продажи недвижимости по максимально возможной цене.

Только так можно эффективно удовлетворить покупателя, с каждым просмотром уточняя его собственные пожелания к объекту (опытные агенты знают, как тяжело порой покупателю четко сформулировать, чего же он и члены его семьи или компаньоны на самом деле хотят купить). При этом агент не дает собственникам завысить цену их объектов, «ведь у нас есть и другие варианты покупки!» Вот когда посредник честно отработал свои комиссионные!

Только так можно эффективно удовлетворить пожелания продавца, обеспечив необходимый спрос на его объект и лишив покупателя возможности торговаться на снижение цены, «ведь у нас есть и другие покупатели!» В идеале, если все проведено максимально корректно, профессионал может обеспечить аукцион и, грамотно используя азарт и здоровые амбиции, продать объект по цене, превышающей рыночную. Вот когда посредник честно отработал свои комиссионные!

Следует заметить, что понятие «эксклюзив», ассоциируемое сегодня с кабальными условиями для собственников объектов, когда их заставляют передать агентству оригиналы документов («а чтоб не отказались потом платить комиссионные!») ничего общего с профессиональной услугой не имеет, и, по сути, дискредитирует ее.

Еще одно замечание касается порядка оплаты агентских услуг и ее ценообразования: комиссионные проценты от конечной цены продажи даже на уровне

подсознания подталкивают агента продавать объект по максимальной цене, что полностью соответствует пожеланиям и ожиданиям продавца, но аж никак не отвечает потребностям покупателя. Поэтому во многих странах с покупателем оговаривается фиксированная стоимость посреднической услуги. Совершенно логичным в свете всего сказанного представляется также опыт американских и канадских риэлторов, которые взимают комиссионные (как правило – 6%) только с продавца и делят эту сумму между собой в заранее оговоренной пропорции (как правило – 50/50). Причем эта схема взаимодействия коллег работает вне зависимости от ситуации на рынке – превышает ли спрос предложение или наоборот. Вот как воистину реализуются основные потребности клиентов каждого риэлтора: собственник с помощью своего агента продает по максимальной цене, а покупатель с помощью своего агента находит и не упускает возможность купить наилучший вариант из всех, предложенных на рынке.

Верю в то, что логика и тенденции мирового развития очень интересной и востребованной профессиональной посреднической услуги на рынке недвижимости рано или поздно возьмут верх и в нашей стране. И ключ к этому не в законодательном регулировании, а в кропотливой работе над собой, шлифовке собственного мастерства и технологий работы во имя доверия клиента к своей услуге!

Артур Оганесян,
Управляющий Партнер агентства недвижимости «Паркер и Оболенский»,
Представитель Национальной Ассоциации Риэлторов США в Украине,
Вице-Президент CEREAN

Приложение 5

АЖФ		**ПЖФ**		**НФ**
Дата обучения				
С	**1**	**2**	**3**	

АНКЕТА ПО ТРУДОУСТРОЙСТВУ

1. ФИО _____

2. Возраст, дата рождения _____

3. Семейное положение (дети, возраст) _____

4. Адрес и контактный телефон _____

5. Паспорт _____ выдан _____

6. Образование (учебное заведение, год окончания специальность) _____

_____
_____
_____

7. Опыт работы (общий стаж)_____

8. Последние три места работы:

Период		Место, должность	Краткое описание выполняемых обязанностей	Причина увольнен

9. Кто бы мог дать Вам рекомендации с предыдущих мест работы (ФИО - должность - телефон)?
   _____
   _____
   _____
_____
_____

10. Какое дополнительное обучение (тренинг, семинары, курсы) Вы проходили, и где?
    _____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

_____

11 .Какими полезными умениями и навыками Вы обладаете?_____

_____

_____

_____

12.Из какого источника Вы узнали об агентстве «КИЯНИ»? (укажите пожалуйста имя и фамилию*)*

_____

_____

_____

13.Что для Вас важно в работе?_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

14.Почему выбрали работу в агентстве недвижимости___ _____

_____

_____

_____

15. Какое соотношение между Вашей предыдущей работой и предлагаемой_____

_____

_____

16.Чего Вы хотите от новой работы?

_____

_____

_____

_____

17.Что Вам даст удовлетворение этих запросов?

_____

_____

_____

_____

18. Сколько Вы планируете зарабатывать (от...)

_____

_____

_____

19.Как Вы знаете, что сделали хорошую работу?

_____

_____

_____

_____

_____

20.Ваши хобби и интересы

_____

21. В каком отделе Вы планируете работать?_____

«___ »_____200 г.

Подпись_____

Приложение 6

Профиль должности агента по продаже недвижимости

(должностная инструкция)

Миссия фирмы: Формирование культуры на рынке недвижимости в интересах клиента путем создания высокого качества услуги на основе взаимопонимания и профессионализма.

Продукт: РИЕЛТОРСКИЕ УСЛУГИ.

Цели должности:

1.Заключение 2 сделок в месяц на сумму от 2000 у.е. валового дохода.
2. Сбор (как минимум) одного пакета 5 типовых эксклюзивных квартир на продажу.
3. Выход на самый высокий процент оплаты.

Агент обязан:

1. Вежливо, компетентно, быстро отвечать на телефонные звонки.
2. Осуществлять поиск клиентов.
3. Делать подбор вариантов.
4. Заключать договора о продаже объектов.
5. Вести переговоры.
6. Заключать 2 сделки в месяц на сумму общего дохода от 2000 у.е.
7. Участвовать в сборе и систематизации базы объектов .
8. Соблюдать внутренний распорядок: присутствовать на всех официальных мероприятиях фирмы (планерках, сборах отделов), быть пунктуальным, своевременно предупреждать начальника отдела о различных внештатных ситуациях)
9. Проводить не менее 15 встреч с клиентом в неделю
10. Сопровождать клиентов, с которыми заключены договора на продажу (не менее трех звонков в неделю каждому клиенту).
11. Подготовить пакет документов к сделке по инструкции
12. Вести список клиентов и своевременно (в день сделки) сдавать информацию (ФИО, адрес) для ввода в базу клиентов фирмы.
13. Своевременно сдавать планы и отчеты (планы: на каждый день, на неделю, на месяц; итоги: за день, за неделю, за месяц)
14. Эффективно использовать рабочее время и ресурсы.
15. Отслеживать клиентов: система контрольных звонков после сделки (выписка, выселение и т.п.), поздравление с праздниками, работа с рекомендациями- от каждого клиента как минимум 3 рекомендации)

Агент ответственен за:

1. Высокий уровень качества услуги.
2. Создание работающих отношений с клиентом.
3. Профессиональное обслуживание (выявление потребностей и подбор вариантов исходя из них).

4. Эффективные переговоры (приведение к общему знаменателю всех сторон, которые участвуют в переговорах).
5. Конфиденциальность.
6. Грамотное заключение договоров.
7. Своевременное подписание и переподписание договоров.
8. Сохранность документов.
9. Сохранность информации, принадлежащей агентству.
10. Подготовку к сделке.

Субординация:
подчиняется начальнику отдела. В случае отсутствия эффективного взаимодействия имеет право на обращение к зам.директора или к директору.

Примечание:
Основные обязанности и права сотрудника агентства “Кияни” указаны в одноименном приложении к трудовому договору.

Приложение 7

Должность _____

Место в структуре подчинения	Кому подчиняется, в состав какого подразделения входит
Административное управление	Кем руководит
Оперативное управление	Кем может управлять при выполнении особых поручений и реализации проектов
Основные обязанности	
Оперативные задачи	Задачи. Которые может выполнять дополнительно
Зона ответственности	За что отвечает в компании (то, за выполнение чего компания платит ему деньги)
Формат планирования и отчетности	Годовой, квартальный, месячный, недельный планы и отчеты
Требования к квалификации	Образование, необходимый опыт и навыки работы
Рабочее время	

Функционал сотрудника

Должность	Агент по недвижимости

Место в структуре подчинения	Подчиняется руководителю отдела
Должностные обязанности	16. Делать подбор вариантов. 17. Заключать договора о продаже объектов. 18. Вести переговоры. 19. Заключать 2 сделки в месяц на сумму общего дохода от 2000 у.е. 20. Участвовать в сборе и систематизации базы объектов 21. Соблюдать внутренний распорядок.
Оперативные задачи	Заключение 2 сделок в месяц на сумму от 2000 у.е. валового дохода. 2. Сбор (как минимум) одного пакета 5 типовых эксклюзивных квартир на продажу. 3. Выход на самый высокий процент оплаты.
Зона ответственности	Работа с клиентом
Необходимые знания и навыки	1. ПК на уровне пользователя 2. Коммуникативные навыки
Режим работы	Ненормированный рабочий день

Приложение 8

Организация агентства недвижимости

ПРЕДИСЛОВИЕ

1. Что стоит за Вашим решением создать свою риэлторскую компанию.

Они опьяняют себя работой, чтобы не видеть,
в каком положении они находятся…
Олдокс Хаксли.

Здравствуйте, дорогой кандидат на новую работу. Я не ошибся. Мы будем говорить именно о новой работе. Давайте вместе разберёмся, откуда у Вас такая уверенность, что ***именно Вы*** сделаете то, что не удалось многим, – создадите успешную риэлторскую компанию.

Вероятнее всего, Вы – в недавнем прошлом более-менее успешный специалист в чужом агентстве недвижимости. Что же произошло? Вы плохо зарабатывали? У Вас было

мало свободного времени? Вас окружали «не те люди»? Почему в какой-то момент времени Вы решили попытаться сделать всё то же, что и Ваш руководитель, ***но лучше*** ?

Лучше – это, скорее всего, обязательная составляющая Вашего плана. Если Вы больше не хотите работать в чужом бизнесе – значит, он не идеален. Конечно, у Вас всё будет «не так». ***Возможно…***

Как говорят аналитики от бизнеса, средний цикл созревания «предпринимательского зуда» равен 4-5 годам. Но, если руководствоваться тем, что успешными риэлторами становятся яркие индивидуальности, люди амбициозные и самодостаточные, то не удивляет, что в нашем бизнесе этот цикл значительно короче – от полутора до двух лет. Этого времени вполне достаточно новичку,

предрасположенному к предпринимательству, чтобы:

- прийти на работу в чужой бизнес и освоиться,
- обучиться технологии «делания» денег,
- разойтись с шефом во взглядах на бизнес, зарплату или этику,
- уйти и открыть собственное дело, наладить бизнес и создать рабочие места,

- принять на работу, в числе прочих, новичка, ***предрасположенного к предпринимательству.***

У Вас созревает план. Чаще всего это и не бизнес-план вовсе, а так, размышления на тему: «вот это я сделал бы иначе, а вместо этого я поступил бы вот так». Беда большинства стартующих директоров в том, что все свои воображаемые «ноу-хау» они примеряют к тем риэлторским компаниям, которые им известны. И почти никто на практике не создаёт собственный ***стратегический план развития своего предприятия***. Это отчасти объясняет тот факт, что почти все агентства повторяют одни и те же ошибки, а многие риэлторские компании заканчивают деятельность в первые же годы своего существования. Попробуйте ответить на вопросы:

- сколько риэлторских компаний в Вашем городе?
- сколько открывается ежегодно новых?
- кто из них Ваши будущие конкуренты?
- сколько ежегодно покидают этот рынок?
- сколько из них останется, если рынок «заморозится» хотя бы на год?

- ***почему Вы считаете, что в следующем году рынок покинет не Ваша компания***?

- почему в большинстве агентств катастрофическая текучка кадров?
- почему в большинстве агентств процветают «левые сделки»?
- почему менеджеры уводят иногда целые отделы к конкурентам?

- почему Вы решили, что от Вас не уйдут – ведь Вы ушли из бизнеса человека, ***который также был уверен, что именно он всё сделает правильно***?

Принципиально важно чётко и ясно ответить на последний вопрос. Это нелегко. Практика показывает, что абсолютное большинство свежеиспечённых руководителей риэлторских компаний не могут назвать даже нескольких пунктов, которые будут качественно отличать их бизнес от основной массы конкурентов.

2. Кто Вы, новоиспечённый руководитель риэлторской компании?

В каждом из нас уживаются, как сказал когда-то ***Майкл Гербер***, три личности: специалист, менеджер и предприниматель. А кто Вы? Понимаете ли Вы, что вчерашний отличный специалист не обязательно завтра будет хорошим менеджером, а тем более – хоть посредственным предпринимателем?

Большинству хороших специалистов уготована известная судьба - они создают себе не столько бизнес, сколько новую работу. Они создают предприятие, руководствуясь не столько пониманием бизнеса, сколько своими знаниями технических деталей процесса. Автослесарь открывает СТО, косметолог открывает салон красоты, а агент по недвижимости (менеджер, начальник отдела – не важно) открывает, конечно же, агентство недвижимости. Почему? Они путают свою высокую квалификацию в конкретной области с ***умением организовать бизнес.***

Какие последствия такого заблуждения? Посмотрите на большинство риэлторских компаний. Это фирмы, состоящие из какого-то числа агентов и учредитель, очень часто он же директор, он же бухгалтер, он же менеджер по кадрам и он же – ***главный маклер*** на фирме. Попробуйте не согласиться, что человек придумал себе работу ещё более хлопотную, с ещё большей ответственностью и с полным световым рабочим днём. Привычный портрет руководителя новой риэлторской компании: быстро уставший от жизни человек, не имеющий ни сил, ни времени, ни желания, рабочее место которого завалено растущей горой неразобранных документов. Главная проблема – ***он незаменим.***

3. Персонал-технологии. Кадры решают всё.

Риэлторский бизнес – это сфера деятельности, в которой слоган «Кадры решают всё» обретает особенное значение. Создающему новую риэлторскую компанию очень важно понять, что теперь он будет заниматься не предоставлением риэлторских услуг конечному потребителю (клиентам), а постоянным взращиванием структуры, в которой он сам будет продавать свои услуги аппарату фирмы, который в свою очередь будет продавать услуги так называемому оперативному персоналу – агентам. Попробуйте ответить на вопросы:

- какие услуги Вы (владелец) собираетесь продавать своей фирме?
- какие услуги руководство Вашей фирмы будет продавать агентам?
- чего конкретно ожидает от руководства оперативный персонал – агенты?
- чего ожидает руководство фирмы от Вас лично, как владельца?

Примечание. Если Вы сразу ассоциируете себя лично с «руководством», то описанный выше портрет будет соответствовать Вам в ближайшее время наилучшим образом и Вас ожидают серьёзные трудности.

4. Следующее поколение на рынке рабочей силы. Кто они?

Ответьте честно себе на вопрос: с кем Вы собираетесь работать? Не стоит заблуждаться, что в свежеиспечённую фирму придут кадровые сливки от Ваших конкурентов. Как показывает практика, приём на работу опытных агентов – это, чаще всего, результат принятия руководителем невыгодных для себя (для фирмы) условий сотрудничества.

Готовы ли Вы обучить новичков «с чистого листа»? И кто вообще на Вашем предприятии будет заниматься подготовкой персонала?

С кем Вы собираетесь иметь дело в будущем? Обратите внимание на информационную пропасть, разделяющую поколение 70-ых и тех, кому сегодня 23-27 лет. Следующее поколение на рынке рабочей силы – это рано повзрослевшая амбициозная молодёжь, поднявшаяся со школьной скамьи, пропустившая службу в армии, уверенно

выбирающая себе ВУЗ, и к 18-ти годам прекрасно понимающая, что такое «свои собственные» деньги.

Особенно важно отметить, что эти же люди и станут следующим поколением Ваших конкурентов, выросших с ноутбуками на кухне и в транспорте и получивших за пару-тройку лет такой объём знаний, который поколение 70-х добывало десятилетиями. Это молодое поколение будущих руководителей риэлторских компаний вместе с такими же, кто придёт в их бизнес работать, образуют гремучую смесь, способную в ближайшем будущем изменить в риэлторском бизнесе если не всё, то главное: скорость получения и обработки информации, а соответственно – скорость принятия решений.

5. Лицом к лицу лица не увидать. Большое видится на расстоянии.

Для того, чтобы оценить процесс, нужно как минимум выйти за его пределы, перестать быть участником этого процесса. Вы можете себе представить генерала, скачущего по полю боя на коне с шашкой наголо? Как он будет управлять войсками, являясь непосредственным участником сражения?

Тем не менее, именно в риэлторском бизнесе мы часто имеем дело с «маклерующими директорами». Они постоянно ведут переговоры с «важными» клиентами, они вычитывают договора и лично вносят в них исправления, они лично выезжают на «дорогие» объекты. Они не могут до конца доверять исполнителям, что те сделают всю работу ***«не хуже»***. Они – специалисты, а не предприниматели,

они опьяняют себя работой, чтобы не видеть, в каком положении они находятся.

6. Что делать, чтобы не делать «как все».

Следует отметить, что во время беседы с начинающими руководителями риэлторских компаний многие из них демонстрировали понимание основополагающих правил построения бизнеса. И тогда я вспомнил одно из гениальных высказываний: ***«…успешный бизнесмен отличается от неудачника точно так же, как деланье отличается от неделанья…»***. Это означает, что говорить могут все, а реально делать – только немногие.

Вы открываете новую риэлторскую компанию. Какой она будет через год? А через пять? А как будет выглядеть Ваша фирма в тот момент, когда Вы скажете: ***«я достиг того, к чему стремился»***?

Вот несколько полезных советов:

- Создайте такой образ предприятия, к которому Вы стремитесь. Не начинайте ничего до тех пор, пока Вы в мельчайших подробностях не опишете всю его структуру. Если Вы не сделаете этого, то путь развития Вашего детища будет напоминать блуждание слепого котёнка. Нет Цели – нет и Пути. Есть Цель – Вы обретаете Путь, который становится понятным и ***просчитываемым***. Всё, что требуется от Вас с этого момента – каждый день, каждый час делать всё возможное, чтобы продвинуться вперёд и приблизиться к цели. Сравнивайте Ваше сегодняшнее положение и намеченную Цель. Ваше движение к Цели – это ***постоянное устранение различий*** между тем, к чему Вы стремитесь и тем, что имеете сегодня.
- Что бы Вы не планировали – планируйте это на бумаге. Записывайте каждую новую идею, фиксируйте каждое наблюдение. Это поможет сортировать и классифицировать все «ноу-хау», которые пригодятся в процессе построения Вашего бизнеса. Не сомневайтесь, Вы ещё много раз это прочтёте. Американские социологи говорят, что более 90% всех владельцев малого бизнеса никогда не имели бизнес-планов. А из тех немногих, кто думали, что имели бизнес-план, ***более половины никогда его не записывали на бумаге***. Это считается одной из основных причин, по которой более

половины частных малых предприятий прекращают свою деятельность в первые же годы существования.

- Не пытайтесь поднимать непосильную ношу. Каждый новый этап в развитии фирмы начинайте только тогда, когда у вас нет задолженностей, когда созданный резерв финансов и свободное время позволяют продолжать движение вперёд и вверх. Стоит один лишь раз «надорваться» и Вы почувствуете все неприятности отката назад. Уж лучше закрепляйтесь на покорённой высоте.
- Никогда не думайте, что Вы уже достигли многого. Пока Вы наслаждаетесь очередной победой, Ваши конкуренты достигают ещё большего. Совершенству нет пределов.

7. Детализация бизнес-процессов – путь к совершенству.

К этому вопросу владельцы бизнеса подходят, как правило, только тогда, когда все популярные средства и методы уже давно исчерпаны. Когда Ваша риэлторская компания будет работать не хуже, чем большинство агентств недвижимости города, Вы начнёте себя спрашивать: «чего именно не хватает моему бизнесу, чтобы быть не просто доходным, а супер-успешным?». Вы почувствуете момент, когда просто наметить большую Цель и описать её на бумаге уже недостаточно. Сравнивая то, к чему Вы стремитесь, и то, что имеете сегодня, Вы поймёте, что отличий ещё много, но они всё больше и больше непонятны или необъяснимы.

Это самое время, чтобы взглянуть на своё предприятие «со стороны», как ребёнок смотрит на игру. Представьте себе, что Ваша фирма – это конструктор для взрослых. Когда Вы собираете сложный механизм из большого количества мелких деталей, то Вам понадобится не просто представление о том, что Вы должны получить в результате. Вам понадобится инструкция по сборке. В идеале такая инструкция должна содержать ещё и рекомендации по запуску и наладке собранного механизма. Согласитесь, чем больше детализирована такая инструкция – тем больше гарантии, что Вы получите ожидаемый результат.

В реальном бизнесе «деталями» Вашего механизма будут и люди, и техника, и документы. Как добиться максимально эффективного взаимодействия между всеми составляющими такого огромного организма, как фирма?

Сегодня существует масса программных инструментов, призванных помочь Вам произвести глубокую детализацию бизнес-процессов Вашего предприятия. Есть и высококвалифицированные специалисты в этой области. Но, сколько бы Вы не потратили времени и средств на компьютеры, программы и дорогих специалистов, Вы ничего не получите в результате, если не имеете собственного представления о желаемом конечном результате.

Цели и задачи

1. Реальные мотивы открытия риэлторской компании.
2. Выбор правильного названия и основных направлений деятельности.
3. Как правильно и оптимально подобрать штат.
4. Выбор офиса. Аренда или покупка.
5. PR-акции, направленные на раскрутку вашей компании.

Реальные мотивы

Мудрые говорят, что при выборе профессии человеку нужно обязательно учитывать пять «Т»: талант, трудолюбие, терпение, такт и темперамент. Это важные качества для риэлтора, желающего открыть собственное агентство недвижимости.

Но я сторонник того, что прежде чем открывать агентство недвижимости, мало быть просто талантливым и темпераментным. Необходимо созреть морально и материально. Прежде всего, вы должны осознавать, что вам придется руководить людьми, заниматься организаторской деятельностью, планированием и многими другими вещами, с которыми, быть может, вам не приходилось сталкиваться ранее. Но вот вы все серьезно обдумали и твердо решили начать собственное дело. И на этом этапе самое время – обратить внимание на финансовую сторону вопроса. Ведь открытие любого предприятия требует, прежде всего, материальных затрат. Не мечтайте сразу о том, какие будут у вас сверхдоходы через месяц. Лучше посчитайте ваши затраты, необходимые для начала работы компании.
Как показывает опыт, наличие 3-5 тыс. долларов дают основания всерьез задуматься над вопросом: быть или не быть руководителем собственной компании. Если вы твердо решили БЫТЬ - рационально и мудро распорядитесь деньгами, которыми располагаете. Большая, на первый взгляд, сумма может оказаться в результате мизерной, если вы неправильно спланируете, как ею распорядиться. И в то же время, минимальные средства могут оптимально решить ваши проблемы при их продуманной трате.
Важно не то, сколько ты зарабатываешь, а на что и как ты это тратишь.

Для начала, составьте своеобразную таблицу затрат. Но в самом начале помните о том, что у вас, после всех необходимых первоначальных выплат, должны остаться деньги на оплату заработной платы сотрудникам, аренду офиса и прочие текущие расходы фирмы в течение первых трех месяцев. Как показывает опыт, в первые месяцы работы финансовой отдачи не будет. Лишь спустя квартал при успешной работе можно рассчитывать на рентабельную работу компании.

Итак, в ваши расходы войдут:
-- затраты на оформление необходимой документации при регистрации предприятия;
-- заработная плата штатных сотрудников;
-- арендная оплата офисного помещения (или же средства на покупку собственного офиса);
-- средства на приобретение офисной техники (при необходимости и транспорта);
-- затраты на проведение PR компаний;
-- резервный фонд для оплаты текущих расходов в течение первых трех месяцев.

После того, как ваш финансовый план будет вами же утвержден, можно переходить к следующему этапу - определить к какой форме собственности должно принадлежать ваше предприятие. В Украине существует несколько форм собственности. Это частное предприятие (ЧП), общество с ограниченной ответственностью (ООО), субъекты предпринимательской деятельности, акционерное общество (АО) и т.д. Каждая форма собственности предполагает определенную систему налогообложения, в зависимости от рода деятельности компании. И не каждая форма вам может подойти. Например, если вы планируете заниматься продажей крупной коммерческой недвижимости, то вам придется работать с теми субъектами, которые являются плательщиками НДС, и поэтому ваше предприятие тоже должно быть плательщиком НДС.

Как показывает опыт, самая удачная форма собственности при организации риэлтерской конторы – это общество с ограниченной ответственностью. Основные преимущества данной формы собственности заключаются в том, что ООО отвечает своим учредительным фондом (внесенным учредителями при регистрации предприятия), а, например, ЧП – всем своим имуществом (личным имуществом учредителей). То есть, вы рискуете меньшим. ООО более компактная организация.

Название и деятельность.

На первый взгляд, название компании, не такой уж важный вопрос в процессе организации компании. Многие называют фирму собственным именем или именами близких людей, пытаются составить название из частей фамилий учредителей, используют созвучные названия созвездий, мифологических или литературных героев. Все способы хороши, но при одном условии – название компании не должно вызывать отрицательных эмоций и ассоциаций у потребителей. И в то же время, оно не должно теряться в море других названий своей безликостью или сложностью произношения. Ведь не даром говорят, как вы лодку назовете, так она и поплывет.
Современный потребитель может обратиться в иную фирму только потому, что ему в вашем названии что-то не понравилось. «Элеонора», «Диана», «Лина и К» -- звучит, быть может, и красиво, но у клиента может сложиться впечатление, что это скорее, салоны красоты, чем серьезная риэлторская компания. И отдаст предпочтение «Квартирному вопросу», «Городу», «Арсенал-центру» и т.д.

Но вот вы определились с названием фирмы. Изучив рынок, пришли к выводу, что компаний с таким именем нет. И уже на этом этапе стоит подумать и предпринять действия по защите своего бренда. Лучше это сделать на начальной стадии развития компании. Сразу стоит оговориться, что процедура эта долгая. Но если вы начнёте ее тут же после открытия предприятия, то уже через год у вас будет серьезная компания с зарегистрированным брендом.

Наверняка вы хотите, что бы ваша фирма приносила вам прибыль. А потому многие совершают ошибку, взваливая на себя сразу практически непосильную ношу – развитие одновременно таких направлений, как посуточная аренда, сделки со вторичной недвижимостью, с коммерческой недвижимостью, продажу земельных участков. Ведь все это – совершенно разные рынки, требующие определенного подхода, специальных знаний и умения. Представьте себе предпринимателя, который решил открыть швейный цех. Он арендовал помещение, закупил оборудование, нанял мастеров, которые одновременно шьют и реализуют в одной точке простые ночные рубашки, эклюзивные вечерние платья, мужские галстуки и детские ползунки. Быть может, их изделия качественные и красивые, но потребителю удобнее детские вещи приобретать в детском отделе, дорогие дамские платья – в бутике, а мужские принадлежности в магазине для джентльменов. Да и продажа всех этих вещей предполагает свою специфику. Так и агентство недвижимости требует определенной специализации. Опыт многих риэлторских компаний говорит о том, что периодичность проведения операций с недвижимостью на рынке жилой недвижимости чаще, чем, например, на рынке коммерческой недвижимости. Поэтому на начальном этапе можно строить свою деятельность именно в этом ключе. Но если вы решили развивать несколько направлений, то каждым из них должно заниматься отдельное подразделение, со своим руководителем и штатом сотрудников.

Правильный подбор штата.

Не хотелось бы, чтобы, увлекшись открытием предприятия, поиском офиса и придумыванием названия фирмы, вы, в результате, оказались один на один со своей идеей и бизнесом. Первоначальный штат сотрудников необходимо продумать на первоначальном этапе, быть может еще до открытия компании. Набрать сотрудников после регистрации фирмы будет крайне тяжело, так как в неизвестную компанию вряд ли активно пойдут люди. Недаром говорят, прием на работу - это победа надежды над опытом. Поэтому уже на начальной стадии открытия предприятия необходимо вести переговоры о штате сотрудников.

Риэлторская фирма отличается от производственной компании, где изготавливается конкретный продукт, а затем реализуется. Здесь другая специфика. И подбор кадров должен проводиться соответствующим образом. Для любого предприятия существует минимальный обязательный штат сотрудников, без которых успешное функционирование фирмы не состоится, а особенно риэлторской. Прежде всего, это директор фирмы, заместитель директора, юрист и бухгалтер. Если вы решили, что вполне сможете взвалить на себя все эти функции, то поверьте, что в данном случае, вы не выиграете, а только проиграете. Не может один человек, как бы гениален он не был, вести бухгалтерию, сдавать отчеты, планировать деятельность компании, показывать объекты клиентам и быть при этом еще и юристом. Кстати, о такой штатной единице, как юрист. Я считаю, что юрист необходим практически в любой компании. Это человек, который будет, прежде всего, защищать интересы вашей фирмы. Он должен давать оценку всей документации, с которой работает компания. Задача директора – выводить предприятие на должный уровень. Остальные функции должны выполнять сотрудники.

Вы уже продумали, каким вы видите агентство недвижимости. Разбили его на отделы. На вас готовы работать агенты. И тут возникает проблема – подбор управляющего персонала. Мое убеждение таково, что набрать рядовых сотрудников гораздо проще, чем руководящий персонал. К сожалению, в Украине не так много курсов и учебных заведений, обучающих менеджеров среднего звена и этому вопросу необходимо будет уделить повышенное внимание.

К кадровым особенностям агентств недвижимости можно отнести тот факт, что основная масса сотрудников (за исключением руководящего состава), работает в агентствах недвижимости без трудовых книжек. Ведь официальное устройство на работу человека предполагает выплату официальной заработной платы, выплату необходимых налогов. К сожалению, для отечественных предпринимателей это существенные затраты. И, как показывает практика, дабы избежать подобных затрат, многие агентства недвижимости работают с нарушением КЗОТа. В результате, сотрудники, работая в компании, не являются ее официальными работниками. В этом есть некий плюс – экономия средств на заработной плате, но есть и существенный минус - к ним нельзя применить каких-либо дисциплинарных требований, кроме как распрощаться с нерадивым сотрудником.

Оптимальное количество сотрудников в риэлторской компании – 7 человек. Если у вас работает, например, 21 человек, то лучше эту группу разбить на три отдела со своим управляющим. Но не забывайте, что при этом увеличится расходная часть.

Выбор офиса.

Прежде чем начать работу зарегистрированного предприятия подумайте, о том, будете ли вы арендовать офис, или же приобретёте его в собственность. Безусловно, собственная недвижимость в большинстве случаев предпочтительнее арендованной. Но для приобретения минимального офиса вам понадобится минимум еще $150 тыс. Плюс дополнительные средства на ремонт и наполнение техникой.
Аренда офиса обойдется, безусловно, дешевле. Хотя, смотря в каком месте вы будете арендовать помещение – в жилом фонде на первом этаже, или в престижном офисном центре. В среднем, ежемесячная аренда офиса потянет примерно на $25-60$ за 1 кв.метр. в зависимости от места расположения, класса.

Величина офиса зависит от количества сотрудников. Необходимо продумать и месторасположение офиса. Например, можно дешево арендовать офис на окраине города, но поток клиентов туда будет ограничен, да и сотрудникам будет не очень удобно

добираться на место работы. Офис, расположенный в удобном месте, на пересечении транспортных магистралей, рядом с метро всегда более привлекателен для клиентов.

Определенных расходов требует техническое оборудование компании. В арсенале современного агентства недвижимости должен быть компьютер (или несколько, в зависимости от количества сотрудников), факс, телефонные линии (чем больше телефонных линий, тем лучше). И, как показывает практика, на фирме просто необходимы 1-2 безлимитных мобильных телефона. Как показывает практика, большинство клиентов указывают свои контактные мобильные телефоны, и, делая звонки клиентам со стационарного телефона, можно потратить значительную сумму денег.

PR-акции

Какими бы успешными ни были ваши сотрудники и вы сами, информацию о вновь зарегистрированной компании, необходимо донести до потребителя, имя компании должно быть на слуху. Клиенты доверяют фирмам, название которых они уже слышали, видели их рекламу, выступление специалистов по радио или телевидению.
Поэтому не следует забывать о пиар-акциях. Так как ваше агентство новое на рынке недвижимости, оно должно заявить о себе. Пиар-акция может быть самой разной – от презентации офиса, куда приглашаются коллеги, потенциальные клиенты, до крупной имиджевой рекламной компании. В ход могут пойти статьи о вашей компании как в специализированной, так и в деловой, общественно-политической прессе. Для журналистов можно провести пресс-конференцию, на которой рассказать о целях компании, о направлениях деятельности, сотрудниках. Как показывает опыт, активно работает телевизионная реклама, хотя это и дорогое удовольствие. Но если принять участие в специализированных программах в качестве эксперта рынка недвижимости, рассказать о проблемах и перспективах данного рынка - это может сработать как недорогая реклама.

Для своих клиентов риэлторские компании могут изготавливать рекламную продукцию в виде ручек, блокнотов, брелков и пр. с логотипом и координатами компании.

Некоторые компаний, уже успешно работающие на рынке, ежегодно тратят на имиджевую рекламу более 40% прибыли. На этот шаг они идут из-за постоянно возрастающей конкуренции на рынке недвижимости. Но, как известно, там, где нет конкуренции, спится лучше, но живется хуже.

Старайтесь взвешенно и продуманно подходить к решению своих проблем, стремитесь быть лучшими, и ваша компания будет успешной на рынке недвижимости.

Приступив к написанию этой главы, я задала себе вопрос: « А с чего собственно начинается организация агентства недвижимости, и как это было со мной?».
И поняла, что организация любой деятельности начинается с идеи. Переход с роли менеджера-управленца на роль собственника бизнеса либо партнера качественно иной. Он накладывает ответственность за предприятие и сотрудников, требует гибкости и широты взглядов. Создавая компанию, необходимо постоянно обучаться и задавать себе вопросы:
Какой будет ваша компания? Какие услуги она будет оказывать? Кто ваши сотрудники? На каких рынках вы хотите работать?
Каждая организация действует на основании своей теории бизнеса. Приходя в организацию, и сотрудники, и клиенты оказываются под влиянием ***трех основных видов управляющих воздействий***:

- корпоративной культуры
- организационной структуры
- личного влияния руководителя.

Под **корпоративной культурой** понимаются взгляды, ценности, поведенческие проявления, разделяемые всеми членами коллектива. Корпоративную культуру можно назвать духом или характером организации, делающим ее уникальной. Это:

-видение будущего организации
-миссия
-ценностные приоритеты
-цели и стратегия
-убеждения
-традиции
-стили управления
-способы принятия и реализации управленческих решений
-нормы поведения
-корпоративный бизнес-этикет.

Носителем и транслятором корпоративной культуры в первую очередь является высший менеджмент компании. Корпоративная культура существует в любой компании, даже если она не выражена письменно. Важно, насколько она способствует достижению целей вашей организации. Рекомендую создать документы, отражающие корпоративную культуру вашего предприятия, что послужит инструментом воспитания лояльных сотрудников и привлечения широкого круга клиентов. Например, компания «Мультидом», Севастополь, декларирует следующие ценности:

ЦЕННОСТИ КОМПАНИИ «МУЛЬТИДОМ»:

1. Компания состоит ИЗ и существует ДЛЯ людей.
2. Всеми успехами и достижениями компания обязана своим сотрудникам.
3. Компания делает все возможное для эффективной и комфортной работы сотрудников. Ведет дела с ориентацией на людей, с пристальным вниманием к талантам, устремлениям, возможностям и нуждам каждого сотрудника.
4. Все наши сотрудники уверены, что могут рассчитывать на прямую помощь, разумный совет и эмоциональную поддержку со стороны своих коллег, подчиненных, руководителей.
5. Сотрудники имеют собственные ценности, НО всех нас объединяют цель существования компании и ее принципы: честность, стабильность, мастерство.
6. Наша компания работает ДЛЯ и НА клиента.
7. В любое время и в любой ситуации сотрудники ставят интересы клиента на первое место. Мы заботимся о наших клиентах и стараемся решать их потребности.
8. Мы не экономим на клиенте – удовольствие клиента от работы с компанией передается его друзьям и близким.

Таким документом может быть Кодекс этики вашей компании, корпоративные правила, системы стандартов, (ссылка на кодекс этики АСНУ).

Видение будущего - это то, как сотрудники представляют себе картину будущего компании, ее развитие в соответствии с планами лидеров. Исходя из видения, создается

стратегия организации. Видение отличается от мечты и подразумевает уверенность в воплощении этой картины в реальность и служит основой стратегического планирования

Миссия организации означает ответ на вопрос, в чем состоит конечный смысл деятельности организации. Она обычно широка по масштабу и выглядит как описание долгосрочных перспектив организации. Чтобы осознать миссию, требуется посмотреть на деятельность компании с высоты птичьего полета. Четко сформулированная миссия организации – это её визитная карточка. Осознание и принятие миссии придает смысл работе сотрудников. Когда компания формулирует свою миссию важно выдержать ***пять глобальных ориентиров***, ответив себе на вопросы:

-кто мы?
-каков наш бизнес?
-кто наши клиенты?
-зачем мы нужны людям?
-к чему мы стремимся?

Для разработки стратегии и определения миссии нужно представить, как будет выглядеть рынок недвижимости через 3-5 лет. Увеличится ли число квадратных метров, численность населения, возрастут ли арендные ставки? Необходимо выявить тенденции на рынке и определить, какие ресурсы у нас в дефиците, что мы хотим изменить в работе, что у нас получается хорошо и в чем мы лучшие. Миссия должна звучать понятно и вдохновляюще. Привожу примеры миссий риэлторских компаний:

«Новый город», Киев: «Создать профессиональный качественный комплекс услуг в сфере недвижимости, быть максимально полезным и максимально выгодным для клиента»

«Планета Оболонь», Киев: «Быть флагманом качества, этики и прогресса риэлторской услуги»

«Кияны», Киев: «Формирование культуры на рынке недвижимости в интересах клиента путем создания высокого качества услуг на основе взаимопонимания и профессионализма»

«Мультидом», Севастополь: «Через развитие компании, сотрудников и технологий – к высокому качеству риэлторских услуг и формированию имиджа профессии»

«Черкасская биржа недвижимости»: «Возродить доверие к профессиональной посреднической и консультационной услуге»

Стратегия организации – детальный, всесторонний, комплексный план осуществления миссии организации и достижения ее целей. Стратегия должна быть оформлена документально, иметь финансовые и временные ориентиры. В риэлторской компании существуют стратегии:

- стратегия риелторской услуги (В чем состоит услуга? Количество? Качество)
- стратегия продвижения риелторской услуги (реклама, PR, цены и скидки, Управление продажами)
- стратегия персонала (найм, обучение, адаптация, мотивация и стимулирование, взаимодействие)
- инновационная стратегия (создание новых услуг, управление изменениями)
- конкурентная стратегия (безопасность, взаимодействие с конкурентами и партнерами)
- стратегия ресурсов (информация, время, финансы, материальные ресурсы)

Центральной стратегией риэлторской компании является стратегия ***риэлторской услуги***. Она в первую очередь определяет будущее риэлторской компании.

(ССЫЛКА НА ХАРАКТЕРИСТИКИ УСЛУГ)

Необходимо четко понимать, в чем суть риэлторской услуги, каков ассортимент этих услуг, и какие критерии качества услуг существуют в вашей компании. Существует ***два аспекта качества***:

1.Качество- совокупность характеристик услуги, относящихся к ее способности удовлетворять установленные и предполагаемые требования.
2. Качество-отсутствие недостатков у конкретной услуги.

Управление качеством происходит через планирование, контроль и совершенствование. Существуют ***критические точки стратегии*** риэлторской услуги:
- отсутствие эксклюзивных позиций в базе данных
- ассортимент услуг неизменен (например, отсутствие услуги кредитования)
-схожесть с конкурентами
- отсутствие четких критериев качества, несоответствие критериев качества стандартам, принятым в риэлторском сообществе. Для развивающейся организации необходимо составить план на 3-5 лет по каждой из стратегий. Исходя из долгосрочных планов, формируется стратегический план развития на год. (ПРИМЕРЫ)
Важную часть корпоративной культуры составляют традиции. Их ценно создать и поддерживать. Это могут быть поздравления победителей по итогам года и месяца, переходящий кубок для лучшей команды, корпоративные праздники и спортивные соревнования. Создайте на своем предприятии игру, в которой будет интересно участвовать всем!

Организационная структура предприятия предусматривает четкое распределение функций и обязанностей в компании. Управление компанией необходимо рассматривать как циклический процесс, состоящих из конкретных видов управленческих работ. В результате деятельности высшего менеджмента компании создаются иерархия, структура, бюджет, правила, инструкции, отчетность, система контроля, договорная база, бухгалтерия, делопроизводство, риэлторские технологии, бизнес-процессы, система оплаты.
Иерархия и структура риэлторской компании взаимосвязаны.(В прилож,-структура)

В приложении (структура, долж.инструкции, система оплаты, анкета по приему на работу, отчеты по клиентам)
Хочу подчеркнуть, что важна системность в каждой из составляющих организационной структуры.

Бюдже́т (от стар. нормандского *budget* — кошель) — смета доходов и расходов определённого лица (семьи, бизнеса, организации, государства и т. д.), устанавливаемая на определённый период времени, обычно на один год. В риэлторском бизнесе бюджетирование тесно связано с планированированием и развитием. Бюджет риэлторской компании включает доходную часть – поступления от продажи услуг. А так же расходную. Расходная часть, в свою очередь, включает постоянные и переменные затраты. Постоянные затраты неизменны, они есть всегда: аренда офиса, зарплата штатных сотрудников, связь, обслуживание техники, Интернет и др. Переменные затраты включают налоги, оплата труда агентов, реклама, расходы на обучение и др.
Переменными затратами мы можем управлять и их оптимизировать. Разница между доходной и расходной частями бюджета составляет прибыль предприятия. Если эта разница равна нулю, предприятие находится в точке безубыточности. Таким образом, можно просчитать доходность и прибыльность каждого агента и установить план, исходя из которого, бизнес будет выгоден и агенту, и собственнику.
Особенно хочу отметить систему отношений в риэлторской компании. Вся философия бизнеса строиться на отношениях: клиента и агента, агента и собственника. Агент несет в мир ценности компании, а ценности создаются собственником. Агентство же имеет

доходную часть благодаря поступлениям от продаж услуг агентами, а расходной обеспечивает для агента
возможность заработка. Выиграть можно только вместе, доверяя и поддерживая друг-друга. Поскольку мы знаем, что любая продажа состоит из трех вер:
- в себя
-в услугу и ее цену
-в компанию.

Услуга-любая деятельность, которую одна сторона может предложить другой, неосязаемое действие, не приводящее к владению чем-либо. Я бы хотела выделить три составляющие риэлторской услуги:
- отношения (формальные, неформальные, договорные)
- информация (о рынке, об объектах)
-сервис
Выделяют четыре характеристики услуги:
- ***неосязаемость*** - услугу нельзя увидеть, попробовать на вкус, ощутить запах, и вообще понять, что эта услуга оказана до момента ее получения. Клиент, обращаясь за услугой, не знает конечного результата. Например, нельзя ощутить услугу, оказанную психотерапевтом, ранее, чем закончиться сеанс. Так же услуги репетитора, тренера, стоматолога, адвоката невозможно ощутить до получения. Поэтому основная сложность при презентации риэлторской услуги состоит в том, чтобы объяснить клиенту, за что именно он платит комиссионное вознаграждение.
Хорошая услуга, как правило, незаметна. В результате оказания услуги клиент должен получить ощутимую выгоду, пользу. Мастерство риэлтора и заключается в том, чтобы клиент ощутил выгоду от того, что обратился за услугой именно в это агентство.
-***неотделимость*** – услугу можно оказать лишь тогда, когда появляется клиент. Услуги предоставляются и потребляются одновременно. Каждая минута общения с клиентом - это предоставляемая услуга. Необходимо понимать, что риэлторский бизнес персонифицирован. От того, какой именно агент работает с каждым конкретным клиентом, складывается общее впечатление и об услуге и о компании в целом. Имеет огромное значение опыт специалиста, его знания и сервис, который он оказывает клиенту. Покупатель всегда воспринимает продавца услуг как эксперта, поэтому, опыт, знания, имидж агента, репутация являются частью услуги.
- ***непостоянство***- услуга зависит от того, кто, где и когда ее предоставляет. Мы живем в период глобальных изменений. А в нашем бизнесе каждая сделка не похожа на предъидущую. А каждый клиент тем более уникален. Изменяется законодательство, цены, увеличивается емкость рынка. В своей работе важно применять новые методы и знания и постоянно обучаться.
-***несохраняемость***- качественная услуга не только незаметна, ее не возможно сохранить для дальнейшей продажи. Работающие отношения с клиентом невозможно сохранить навсегда, их можно только создавать при каждом контакте.
Риэлторская услуга состоит в том, чтобы помочь клиенту принять правильное решение. Продавцу и покупателю мы оказываем разные услуги, так как потребности и ценности разные. Для продавца - продать либо дорого, либо быстро. Для покупателя – найти самый подходящий и лучший объект на рынке.
Риэлторские компании оказывают услуги по ----------
Наиболее эффективной и полезной для собственника является эксклюзивная риэлторская услуга. (Артур, твой выход)

Приложение 9

Организация агентства недвижимости

Цели и задачи

6. Реальные мотивы открытия риэлторской компании.
7. Выбор правильного названия и основных направлений деятельности.
8. Как правильно и оптимально подобрать штат.
9. Выбор офиса. Аренда или покупка.
10. PR-акции, направленные на раскрутку вашей компании.

Реальные мотивы

Мудрые говорят, что при выборе профессии человеку нужно обязательно учитывать пять «Т»: талант, трудолюбие, терпение, такт и темперамент. Это важные качества для риелтора, желающего открыть собственное агентство недвижимости.

Но я сторонник того, что прежде чем открывать агентство недвижимости, мало быть просто талантливым и темпераментным. Необходимо созреть морально и материально. Прежде всего, вы должны осознавать, что вам придется руководить людьми, заниматься организаторской деятельностью, планированием и многими другими вещами, с которыми, быть может, вам не приходилось сталкиваться ранее. Но вот вы все серьезно обдумали и твердо решили начать собственное дело. И на этом этапе самое время – обратить внимание на финансовую сторону вопроса. Ведь открытие любого предприятие требует, прежде всего, материальных затрат. Не мечтайте сразу о том, какие будут у вас свердоходы через месяц. Лучше посчитайте ваши затраты, необходимые для начала открытия компании.

Как показывает опыт, наличие 3-5 тыс. долларов дают основания всерьез задуматься над вопросом: быть или не быть руководителем собственной компании. Если вы твердо решили БЫТЬ -- рационально и мудро распорядитесь деньгами, которыми располагаете. Большая, на первый взгляд, сумма может оказаться в результате мизерной, если вы неправильно спланируете, как ею распорядиться. И в то же время, минимальные средства могут оптимально решить ваши проблемы при их продуманной трате.

Важно не то, сколько ты зарабатываешь, а на что и как ты это тратишь.

Для начала, составьте своеобразную таблицу затрат. Но в самом начале помните о том, что у вас, после всех необходимых первоначальных выплат, должны остаться деньги на оплату заработной платы сотрудникам, аренду офиса и прочие текущие расходы фирмы в течение первых трех месяцев. Как показывает опыт, в первые месяцы работы финансовой отдачи не будет. Лишь спустя квартал при успешной работе можно рассчитывать на рентабельную работу компании.

Итак, в ваши расходы войдут:

-- затраты на оформление необходимой документации при регистрации предприятия;
-- заработная плата штатных сотрудников;
-- арендная оплата офисного помещения (или же средства на покупку собственного офиса);
-- средства на приобретение офисной техники (при необходимости и транспорта);
-- затраты на проведение PR компаний;
-- резервный фонд для оплаты текущих расходов в течение первых трех месяцев.

После того, как ваш финансовый план будет вами же утвержден, можно переходить к следующему этапу -- определить к какой форме собственности должно принадлежать ваше предприятие. В Украине существует несколько форм собственности. Это частное предприятие (ЧП), общество с ограниченной ответственностью (ООО), субъекты предпринимательской деятельности, открытое акционерное общество (ОАО), закрытое акционерное общество ЗАО) и т.д. Каждая форма собственности предполагает определенную систему налогообложения, в зависимости от рода деятельности компании. И не каждая форма вам может подойти. Например, если вы планируете заниматься продажей крупной коммерческой недвижимости, то система налогообложения с 10%-м налогом вам уже не подойдет, так как вам придется работать с теми субъектами, которые являются плательщиками НДС, и поэтому ваше предприятие тоже должно быть плательщиками НДС.

Как показывает опыт, самая удачная форма собственности при организации риэлтерской конторы – это общество с ограниченной ответственностью. Основные преимущества данной формы собственности заключаются в том, что ООО отвечает своим учредительным фондом (внесенным учредителями при регистрации предприятия), а, например, ЧП – всем своим имуществом (личным имуществом учредителей). То есть, вы рискуете меньшим. ООО более компактная организация.

Название и деятельность

На первый взгляд, название компании, не такой уж важный вопрос в процессе организации компании. Многие называют фирму собственным именем или именами близких людей, пытаются составить название из частей фамилий учредителей, используют созвучные названия созвездий, мифологических или литературных героев. Все способы хороши, но при одном условии – название компании не должно вызывать отрицательных эмоций и ассоциаций у потребителей. И в то же время, оно не должно теряться в море других названий своей безликостью или сложностью произношения. Ведь не даром говорят, как вы лодку назовете, так она и поплывет.
Современный потребитель может обратиться в иную фирму только потому, что ему в вашем названии что-то не понравилось. «Элеонора», «Диана», «Лина и К» -- звучит, быть может, и красиво, но у клиента может сложиться впечатление, что это скорее, салоны красоты, чем серьезная риэлторская компания. И отдаст предпочтение «Квартирному вопросу», « Городу», «Арсенал-центру» и т.д.

Но вот вы определились с названием фирмы. Изучив рынок, пришли к выводу, что компаний с таким именем нет. И уже на этом этапе стоит подумать и предпринять действия по защите своего бренда. Лучше это сделать на начальной стадии развития компании. Сразу стоит оговориться, что процедура эта долгая. Но если вы начтете ее тут же после открытия предприятия, то уже через год у вас будет серьезная компания с зарегистрированным брендом.

Наверняка вы хотите, что бы ваша фирма приносила вам прибыль. А потому многие совершают ошибку, взваливая на себя сразу практически непосильную ношу – развитие одновременно таких направление как посуточная аренда, сделки со вторичной недвижимость, с коммерческой недвижимостью, продажу земельных участков. Ведь все это – совершенно разные рынки, требующие определенного подхода, специальных знаний и умения. Представьте себе предпринимателя, который решил открыть швейный цех. Он арендовал помещение, закупил оборудование, нанял мастеров, которые одновременно шьют и реализуют в одной точке простые ночные рубашки, эклюзивные вечерние платья, мужские галстуки и детские ползунки. Быть может, их изделия качественные и красивые,

но потребителю удобнее детские вещи приобретать в детском отделе, дорогие дамские платья – в бутике, а мужские принадлежности в магазине для джентльменов. Да и продажа всех этих вещей предполагает свою специфику. Так и агентство недвижимости требует определенной специализации. Опыт многих риэлторских компаний говорит о том, что периодичность проведения операций с недвижимостью на рынке жилой недвижимости чаще, чем, например, на рынке коммерческой недвижимости. Поэтому на начальном этапе можно строить свою деятельность именно в этом ключе. Но если вы решили развивать несколько направлений, то каждым из них должен заниматься отдельный отдел, со своим руководителем и штатом сотрудников.

Правильный подбор штата

Не хотелось бы, чтобы, увлекшись открытием предприятия, поиском офиса и придумыванием названия фирмы, вы, в результате, оказались один на один со своей идеей и бизнесом. Первоначальный штат сотрудников необходимо продумать на первоначальном этапе, быть может еще до открытия компании. Набрать сотрудников после регистрации фирмы будет крайне тяжело, так как в неизвестную компанию вряд ли активно пойдут люди. Недаром говорят, прием на работу - это победа надежды над опытом. Поэтому уже на начальной стадии открытия предприятия необходимо вести переговоры о штате сотрудников.

Риэлторская фирма отличается от производственной компании, где изготавливается конкретный продукт, а затем реализуется. Здесь другая специфика. И подбор кадров должен проводиться соответствующим образом. Для любого предприятия существует минимальный обязательный штат сотрудников, без которых успешное функционирование фирмы не состоится, а особенно риэлторской. Прежде всего, это директор фирмы, заместитель директора, юрист и бухгалтер. Если вы решили, что вполне сможете взвалить на себя все эти функции, то поверьте, что в данном случае, вы не выиграете, а только проиграете. Не может один человек, как бы гениален он не был, вести бухгалтерию, сдавать отчеты, планировать деятельность компании, показывать объекты клиентам и быть при этом еще и юристом. Кстати, о такой штатной единице, как юрист. Я считаю, что юрист необходим практически в любой компании. Это человек, который будет, прежде всего, защищать интересы вашей фирмы. Он должен давать оценку всей документации, с которой работает компания. Задача директора – выводить предприятие на должный уровень. Остальные функции должны выполнять сотрудники.
Вы уже продумали, каким вы видите агентство недвижимости. Разбили его на отделы. На вас готовы работать маклеры. И тут возникает проблема – подбор управляющего персонала. Мое убеждение таково, что набрать рядовых сотрудников гораздо проще, чем руководящий персонал. К сожалению, в Украине не так много курсов и учебных заведений, обучающих менеджеров среднего звена. Поэтому этому вопросу необходимо будет уделить повышенное внимание.

К кадровым особенностям агентств недвижимости можно отнести тот факт, что основная масса сотрудников (за исключением руководящего состава), работает в агентствах недвижимости без трудовых книжек. Ведь официальное устройство на работу человека предполагает выплату официальной заработной платы, выплату необходимых налогов. К сожалению, для отечественных предпринимателей это существенные затраты. И, как показывает практика, дабы избежать подобных затрат, многие агентства недвижимости работаю с нарушением КЗОТа. В результате, сотрудники, работая в компании, не являются ее официальными работниками. В этом есть некий плюс – экономия средств на заработной плате, но есть и существенный минус -- к ним нельзя применить каких-либо дисциплинарных требований, кроме как распрощаться с нерадивым сотрудником.

Оптимальное количество сотрудников в риэлторской компании – 7 человек. Если у вас работает, например, 21 человек, то лучше эту группу разбить на три отдела со своим управляющим. Но не забывайте, что при этом увеличится расходная часть.

Выбор офиса

Прежде чем начать работу зарегистрированного предприятия подумайте, о том, будете ли вы арендовать офис, или же приобрете его в собственность. Безусловно, собственная недвижимость в большинстве случаев предпочтительнее арендованной. Но для приобретения минимального офиса вам понадобится минимум еще $150 тыс. Плюс дополнительные средства на ремонт и наполнение техникой.
Аренда офиса обойдется, безусловно, дешевле. Хотя, смотря в каком месте вы будете арендовать помещение – в жилом фонде на первом этаже, или в престижном офисном центре. В среднем, ежемесячная аренда офиса потянет примерно на $25-60$ за 1 кв.метр. в зависимости от места расположения, класса.

Величина офиса зависит от количества сотрудников. Необходимо продумать и месторасположение офиса. Например, можно дешево арендовать офис на окраине города, но поток клиентов туда будет ограничен, да и сотрудникам будет не очень удобно добираться на место работы. Офис, расположенный в удобном месте, на пересечении транспортных магистралей, рядом с метро всегда более привлекателен для клиентов.

Определенных расходов требует техническое оборудование компании. В арсенале современного агентства недвижимости должен быть компьютер (или несколько, в зависимости от количества сотрудников), факс, телефонные линии (чем больше телефонных линий, тем лучше). И, как показывает практика, на фирме просто необходимы 1-2 безлимитных мобильных телефона. Как показывает практика, большинство клиентов указывают свои контактные мобильные телефоны , и делая звонки клиентам со стационарного телефона, можно потратить значительную сумму денег.

PR-акции

Какими бы успешными ни были ваши сотрудники и вы сами, информацию о вновь зарегистрированной компании, необходимо донести до потребителя, имя компании должно быть на слуху. Клиенты доверяют фирмам, название которых они уже слышали, видели их рекламу, выступление специалистов по радио или телевидению.
Поэтому не следует забывать о пиар-акциях. Так как ваше агентство новое на рынке недвижимости, оно должно заявить о себе. Пиар-акция может быть самой разной – от презентации офиса, куда приглашаются коллеги, потенциальные клиенты, до крупной имиджевой рекламной компании. В ход могут пойти статьи о вашей компании как в специализированной, так и в деловой, общественно-политической прессе. Для журналистов можно провести пресс-конференцию, на которой рассказать о целях компании, о направлениях деятельности, сотрудниках. Как показывает опыт, активно работает телевизионная реклама, хотя это и дорогое удовольствие. Но если принять участие в специализированных программах в качестве эксперта рынка недвижимости, рассказать о проблемах и перспективах данного рынка -- это может сработать как недорогая реклама.

Для своих клиентов риэлторские компании могут изготавливать рекламную продукцию в виде ручек, блокнотов, брелков и пр. с логотипом и координатами компании.

Некоторые компаний, уже успешно работающие на рынке, ежегодно тратят на имиджевую рекламу более 40% прибыли. На этот шаг они идут из-за постоянно возрастающей конкуренции на рынке недвижимости. Но, как известно, там, где нет конкуренции, спится лучше, но живется хуже.

Старайтесь взвешенно и продуманно подходить к решению своих проблем, стремитесь быть лучшими, и ваша компания будет успешной на рынке недвижимости.

Приступив к написанию этой главы, я задала себе вопрос: « А с чего собственно начинается организация агентства недвижимости, и как это было со мной?».
И поняла, что организация любой деятельности начинается с идеи. Переход с роли менеджера-управленца на роль собственника бизнеса либо партнера качественно иной. Он накладывает ответственность за предприятие и сотрудников, требует гибкости и широты взглядов. Создавая компанию, необходимо постоянно обучаться и задавать себе вопросы:
Какой будет ваша компания? Какие услуги она будет оказывать? Кто ваши сотрудники? На каких рынках вы хотите работать?
Каждая организация действует на основании своей теории бизнеса. Приходя в организацию, и сотрудники, и клиенты оказываются под влиянием ***трех основных видов управляющих воздействий***:
- корпоративной культуры
- организационной структуры
- личного влияния руководителя.

Под **корпоративной культурой** понимаются взгляды, ценности, поведенческие проявления, разделяемые всеми членами коллектива. Корпоративную культуру можно назвать духом или характером организации, делающим ее уникальной. Это:
-видение будущего организации
-миссия
-ценностные приоритеты
-цели и стратегия
-убеждения
-традиции
-стили управления
-способы принятия и реализации управленческих решений
-нормы поведения
-корпоративный бизнес-этикет.

Носителем и транслятором корпоративной культуры в первую очередь является высший менеджмент компании. Корпоративная культура существует в любой компании, даже если она не выражена письменно. Важно, насколько она способствует достижению целей вашей организации. Рекомендую создать документы, отражающие корпоративную культуру вашего предприятия, что послужит инструментом воспитания лояльных сотрудников и привлечения широкого круга клиентов. Например, компания« Мультидом», Севастополь, декларирует следующие ценности:

ЦЕННОСТИ КОМПАНИИ «МУЛЬТИДОМ»:

9. Компания состоит ИЗ и существует ДЛЯ людей.
10. Всеми успехами и достижениями компания обязана своим сотрудникам.
11. Компания делает все возможное для эффективной и комфортной работы сотрудников. Ведет дела с ориентацией на людей, с пристальным вниманием к талантам, устремлениям, возможностям и нуждам каждого сотрудника.

12. Все наши сотрудники уверены, что могут рассчитывать на прямую помощь, разумный совет и эмоциональную поддержку со стороны своих коллег, подчиненных, руководителей.
13. Сотрудники имеют собственные ценности, НО всех нас объединяют цель существования компании и ее принципы: честность, стабильность, мастерство.
14. Наша компания работает ДЛЯ и НА клиента.
15. В любое время и в любой ситуации сотрудники ставят интересы клиента на первое место. Мы заботимся о наших клиентах и стараемся решать их потребности.
16. Мы не экономим на клиенте – удовольствие клиента от работы с компанией передается его друзьям и близким.

Таким документом может быть Кодекс этики вашей компании, корпоративные правила, системы стандартов. (ссылка на кодекс этики АСНУ)

Видение будущего - это то, как сотрудники представляют себе картину будущего компании, ее развитие в соответствии с планами лидеров. Исходя из видения, создается стратегия организации. Видение отличается от мечты и подразумевает уверенность в воплощении этой картины в реальность и служит основой стратегического планирования
Миссия организации означает ответ на вопрос, в чем состоит конечный смысл деятельности организации. Она обычно широка по маштабу и выглядит как описание долгосрочных перспектив организации. Чтобы осознать миссию, требуется посмотреть на деятельность компании с высоты птичьего полета. Четко сформулированная миссия организации – это ее визитная карточка. Осознание и принятие миссии придает смысл работе сотрудников. Когда компания формулирует свою миссию важно выдержать ***пять глобальных ориентиров***, ответив себе на вопросы:
-кто мы?
-каков наш бизнес?
-кто наши клиенты?
-зачем мы нужны людям?
-к чему мы стремимся?
Для разработки стратегии и определения миссии нужно представить, как будет выглядеть рынок недвижимости через 3-5 лет. Увеличится ли число квадратных метров, численность населения, возрастут ли арендные ставки? Необходимо выявить тенденции на рынке и определить, какие ресурсы у нас в дефиците, что мы хотим изменить в работе, что у нас получается хорошо и в чем мы лучшие. Миссия должна звучать понятно и вдохновляющее. Привожу примеры миссий риэлторских компаний:
«Новый город», Киев: «Создать профессиональный качественный комплекс услуг в сфере недвижимости, быть максимально полезным и максимально выгодным для клиента»
«Планета Оболонь», Киев: « Быть флагманом качества, этики и прогресса риэлторской услуги»
«Кияны», Киев: «Формирование культуры на рынке недвижимости в интересах клиента путем создания высокого качества услуг на основе взаимопонимания и профессионализма»
« Мультидом», Севастополь»: «Через развитие компании, сотрудников и технологий – к высокому качеству риэлторских услуг и формированию имиджа профессии»
«Черкасская биржа недвижимости»: «Возродить доверие к профессиональной посреднической и консультационной услуге»

Стратегия организации – детальный, всесторонний, комплексный план осуществления миссии организации и достижения ее целей. Стратегия должна быть оформлена документально, иметь финансовые и временные ориентиры. В риэлторской компании существуют стратегии:
- стратегия риелторской услуги (В чем состоит услуга? Количество? Качество)
- стратегия продвижения риелторской услуги (реклама, PR, цены и скидки, Управление продажами)
- стратегия персонала (найм, обучение, адаптация, мотивация и стимулирование, взаимодействие)
- инновационная стратегия (создание новых услуг, управление изменениями)
- конкурентная стратегия (безопасность, взаимодействие с конкурентами и партнерами)
- стратегия ресурсов (информация, время, финансы, материальные ресурсы)

Центральной стратегией риэлторской компании является стратегия ***риэлторской услуги***. Она в первую очередь определяет будущее риэлторской компании.
(ССЫЛКА НА ХАРАКТЕРИСТИКИ УСЛУГ)
Необходимо четко понимать, в чем суть риэлторской услуги, каков ассортимент этих услуг, и какие критерии качества услуг существуют в вашей компании. Существует ***два аспекта качества***:
1.Качество- совокупность характеристик услуги, относящихся к ее способности удовлетворять установленные и предполагаемые требования.
2. Качество-отсутствие недостатков у конкретной услуги.

Управление качеством происходит через планирование, контроль и совершенствование. Существуют ***критические точки стратегии*** риелторской услуги:
- отсутствие эксклюзивных позиций в базе данных
- ассортимент услуг неизменен (например, отсутствие услуги кредитования)
-схожесть с конкурентами
- отсутствие четких критериев качества, несоответствие критериев качества стандартам, принятым в риэлторском сообществе. Для развивающейся организации необходимо составить план на 3-5 лет по каждой из стратегий. Исходя из долгосрочных планов, формируется стратегический план развития на год. (ПРИМЕРЫ)

Важную часть корпоративной культуры составляют традиции. Их ценно создать и поддерживать. Это могут быть поздравления победителей по итогам года и месяца, переходящий кубок для лучшей команды, корпоративные праздники и спортивные соревнования. Создайте на своем предприятии игру, в которой будет интересно участвовать всем!

Организационная структура предприятия предусматривает четкое распределение функций и обязанностей в компании. Управление компанией необходимо рассматривать как циклический процесс, состоящих из конкретных видов управленческих работ. В результате деятельности высшего менеджмента компании создаются иерархия, структура, бюджет, правила, инструкции, отчетность, система контроля, договорная база, бухгалтерия, делопроизводство, риэлторские технологии, бизнес-процессы, система оплаты.
Иерархия и структура риэлторской компании взаимосвязаны.(В прилож,-структура)

В приложении (структура, долж.инструкции, система оплаты, анкета по приему на работу, отчеты по клиентам)

Хочу подчеркнуть, что важна системность в каждой из составляющих организационной структуры.

Бюдже́т (от стар. нормандского *budget* — кошель) — смета доходов и расходов определённого лица (семьи, бизнеса, организации, государства и т. д.), устанавливаемая на определённый период времени, обычно на один год. В риэлторском бизнесе бюджетирование тесно связано с планированированием и развитием. Бюджет риэлторской компании включает доходную часть – поступления от продажи услуг. А так же расходную. Расходная часть, в свою очередь, включает постоянные и переменные затраты. Постоянные затраты неизменны, они есть всегда: аренда офиса, зарплата штатных сотрудников, связь, обслуживание техники, Интернет и др. Переменные затраты включают налоги, оплата труда агентов, реклама, расходы на обучение и др. Переменными затратами мы можем управлять и их оптимизировать. Разница между доходной и расходной частями бюджета составляет прибыль предприятия. Если эта разница равна нулю, предприятие находится в точке безубыточности. Таким образом, можно просчитать доходность и прибыльность каждого агента и установить план, исходя из которого, бизнес будет выгоден и агенту, и собственнику.
Особенно хочу отметить систему отношений в риэлторской компании. Вся философия бизнеса строиться на отношениях: клиента и агента, агента и собственника. Агент несет в мир ценности компании, а ценности создаются собственником. Агентство же имеет доходную часть благодаря поступлениям от продаж услуг агентами, а расходной обеспечивает для агента
возможность заработка. Выиграть можно только вместе, доверяя и поддерживая друг-друга. Поскольку мы знаем, что любая продажа состоит из трех вер:
- в себя
-в услугу и ее цену
-в компанию.

Услуга-любая деятельность, которую одна сторона может предложить другой, неосязаемое действие, не приводящее к владению чем-либо. Я бы хотела выделить три составляющие риэлторской услуги:
- отношения (формальные, неформальные, договорные)
- информация (о рынке, об объектах)
-сервис
Выделяют четыре характеристики услуги:
- ***неосязаемость*** - услугу нельзя увидеть, попробовать на вкус, ощутить запах, и вообще понять, что эта услуга оказана до момента ее получения. Клиент, обращаясь за услугой, не знает конечного результата. Например, нельзя ощутить услугу, оказанную психотерапевтом, ранее, чем закончиться сеанс. Так же услуги репетитора, тренера, стоматолога, адвоката невозможно ощутить до получения. Поэтому основная сложность при презентации риэлторской услуги состоит в том, чтобы объяснить клиенту, за что именно он платит комиссионное вознаграждение.
Хорошая услуга, как правило, незаметна. В результате оказания услуги клиент должен получить ощутимую выгоду, пользу. Мастерство риэлтора и заключается в том, чтобы клиент ощутил выгоду от того, что обратился за услугой именно в это агентство.
-***неотделимость*** – услугу можно оказать лишь тогда, когда появляется клиент. Услуги предоставляются и потребляются одновременно. Каждая минута общения с клиентом - это предоставляемая услуга. Необходимо понимать, что риэлторский бизнес персонифицирован. От того, какой именно агент работает с каждым конкретным клиентом, складывается общее впечатление и об услуге и о компании в целом. Имеет огромное значение опыт специалиста, его знания и сервис, который он оказывает клиенту.

Покупатель всегда воспринимает продавца услуг как эксперта, поэтому, опыт, знания, имидж агента, репутация являются частью услуги.
- ***непостоянство***- услуга зависит от того, кто, где и когда ее предоставляет. Мы живем в период глобальных изменений. А в нашем бизнесе каждая сделка не похожа на предыдущую. А каждый клиент тем более уникален. Изменяется законодательство, цены, увеличивается емкость рынка. В своей работе важно применять новые методы и знания и постоянно обучаться.
-***несохраняемость***- качественная услуга не только незаметна, ее не возможно сохранить для дальнейшей продажи. Работающие отношения с клиентом невозможно сохранить навсегда, их можно только создавать при каждом контакте.
Риэлторская услуга состоит в том, чтобы помочь клиенту принять правильное решение. Продавцу и покупателю мы оказываем разные услуги, так как потребности и ценности разные. Для продавца - продать либо дорого, либо быстро. Для покупателя – найти самый подходящий и лучший объект на рынке.
Риэлторские компании оказывают услуги по ----------
Наиболее эффективной и полезной для собственника является эксклюзивная риэлторская услуга.

Модуль 5. Маркетинг рынка недвижимости.

В четвертом модуле данного курса Вы узнаете об особенностях маркетинга недвижимости и его функциях. Данный учебный модуль содержит также полезную для риэлтора информацию по рекламе и брэндингу в сфере недвижимости. На изучение данного модуля потребуется 2 часа.

Содержание

Цели и задачи модуля
5.1. Маркетинг рынка недвижимости.
5.1.1. Специфика маркетинга недвижимости.
5.1.2. Функции и понятия маркетинга.
5.2. Реклама.
5.2.1. Виды рекламы.
5.2.2. PR (Паблик Рилейшнс).
5.2.3. Имидж-реклама.
5.3. Брэндинг.
Вопросы для самопроверки

После изучения данного модуля Вы должны:

9. Знать и понимать особенности маркетинга недвижимости.
10. Знать цели и функции маркетинга.
11. Уметь определять виды рекламы.
12. Знать задачи брэндинга.

5.1. Маркетинг рынка недвижимости.

Рассматривая данную тему, необходимо вспомнить классическое определение понятия «маркетинг». Итак, **маркетинг – это деятельность, направленная на создание спроса и достижения целей фирмы посредством максимального удовлетворения потребностей потребителей. Маркетинг является одновременно и философией бизнеса, и**

активным процессом.

5.1.1. Специфика маркетинга недвижимости.

Как же осуществляется маркетинг рынка недвижимости? Прежде чем ответить на этот вопрос, необходимо отметить некоторые важные моменты, влияющие на понимание сути данной темы.

В первую очередь стоит напомнить, что на долю недвижимого имущества приходится около 52% мирового богатства. Сфера недвижимости – это один из сегментов рыночной экономики, особенностью которого является наличие специальной нормативно-правовой базы, регламентирующей отношения региональных и муниципальных нормативных актов. Владение недвижимостью связано не только с выгодами, но и с определенными ограничениями.

Как известно, собственность – это власть человека над вещью; эта власть проявляется в правах владения, распоряжения и пользования.

По отношению к недвижимости собственность не бывает ни абсолютной, ни полной, ибо собственник недвижимости обязан соизмерять свои действия с теми требованиями и ограничениями, которые накладывает на него государство в интересах других лиц.

Во-вторых, недвижимость принадлежит к немногочисленной группе товаров, которые в одинаковой мере относятся как к инвестиционным, так и к потребительским товарам длительного пользования. Проявление этой специфики отчасти можно проследить в разделении всей недвижимости на жилую и коммерческую.

Есть ли специфика маркетинга недвижимости? Если есть, то в чем?

Важно!

Можно утверждать, что **есть не менее пяти существенных отличий** рынка недвижимости от рынков совершенной конкуренции:

1. Товары и услуги на рынке совершенной конкуренции однородны и могут заменять друг друга. На рынке недвижимости каждый участок и объект уникален - жилые дома в недавно освоенных районах могут быть хорошими, но отнюдь не идеальными заменами друг для друга..
2. На рынке совершенной конкуренции есть большое количество покупателей и продавцов, ни один из которых не может существенно повлиять на цену товара. Рынок недвижимости может иметь немного покупателей и продавцов при данном диапазоне цен и определенном качестве в конкретный отрезок времени.
3. На рынке совершенной конкуренции не должно быть никаких искусственных ограничений или стимулов. Рынок недвижимости часто подвергается воздействию разного рода нормативных документов, выпускаемых администрациями разных уровней, гласных и негласных «правил игры».
4. На рынке совершенной конкуренции товары и производственные ресурсы должны иметь возможность перемещаться туда, где прибыль от их использования будет наивысшей или цена за них будет самой высокой, а покупатели покупают товар там, где цена самая низкая. Недвижимость немобильна и подлежит использованию в месте ее расположения.

5. На рынке совершенной конкуренции покупатели и продавцы обладают большей полнотой знаний и информации о состоянии рынка. Покупатели и продавцы недвижимости часто плохо информированы. Рынок недвижимости все еще в значительной мере закрыт, реклама в немалой мере навязчива и не всегда достоверна.

Важным моментом является и то, что спад на рынке недвижимости предшествует спаду в экономике в целом, а этап развития рынка наступает раньше, чем подъем в экономике. Причина этого явления заключается в том, что рынок недвижимости ранее других рынков реагирует на стоимость денег – увеличение их стоимости (рост процентной ставки) и уменьшение денежной массы заставляют потребителей отказываться потребителей от капитальных затрат, что автоматически приводит к снижению спроса. Но предложение не может быть стремительно и резко уменьшено – причиной этого является длительность создания объектов недвижимости. Как следствие, возникает избыток предложения над спросом, и это в дальнейшем оказывает влияние и на ситуацию в смежных отраслях: производство стройматериалов, оборудования, предоставление сопутствующих услуг и т.д. По законам рыночной экономики, волна превышения предложения над спросом проходит по целому ряду отраслей экономики.

Все изложенное дает основания четко и однозначно понимать, что к рынку недвижимости необходимо относиться как к равноправной **составляющей рыночной экономики.** Соответственно, как и любой сегмент, рынок недвижимости подчиняется всем общеэкономическим законам и правилам.

Маркетинг не является разовым мероприятием, а представляет собой развернутый во времени процесс, охватывающий всю последовательность действий — от возникновения замысла до реализации. **Целью** этого процесса является ориентация на удовлетворение целей потребителей.

Задачей маркетинга является изучение потребностей и потенциальных возможностей рынка и создание новых продуктов, оптимальным образом удовлетворяющих выявленные потребности, как фактически существующие в настоящее время, так и потенциальные.

Важно!
Таким образом, маркетинг включает в себя анализ поведения потребителей, ориентацию на создание услуг, отвечающих запросам покупателей или арендаторов недвижимости, выработку решений по адаптации данных услуг при изменении рыночной ситуации.

Определения понятия «маркетинг» содержится в Приложении №1 к данному модулю.

Основатель теории маркетинга Филипп Котлер сказал: «Маркетинг — это искусство и наука правильно выбирать целевой рынок, привлекать, сохранять и наращивать количество потребителей посредством создания у покупателя уверенности, что он представляет собой наивысшую ценность для компании». Рассмотрим это определение с точки зрения рынка недвижимости: «маркетинг на рынке недвижимости – это искусство», так каждый день надо находить индивидуальный подход к каждому клиенту, будь-то собственнику, покупателю или арендатору. «Наука правильно выбирать целевой рынок» – успешны те компании и риэлторы, которые имеют чёткую специализацию, как по выбору объекта недвижимости, так и по географическому принципу. «Привлекать, сохранять и наращивать количество потребителей», а чем же каждый день занимается специалист по недвижимости, именно этим, т.к. каждый новый клиент,- это потенциальная возможность совершить сделку, а соответственно заработать комиссионное вознаграждение. «Создание

у покупателя уверенности, что он представляет собой наивысшую ценность для компании», и для вас лично, как продавца недвижимости,- это тот длительный, но очень важный процесс, благодаря которому повышается лояльность ваших Клиентов.

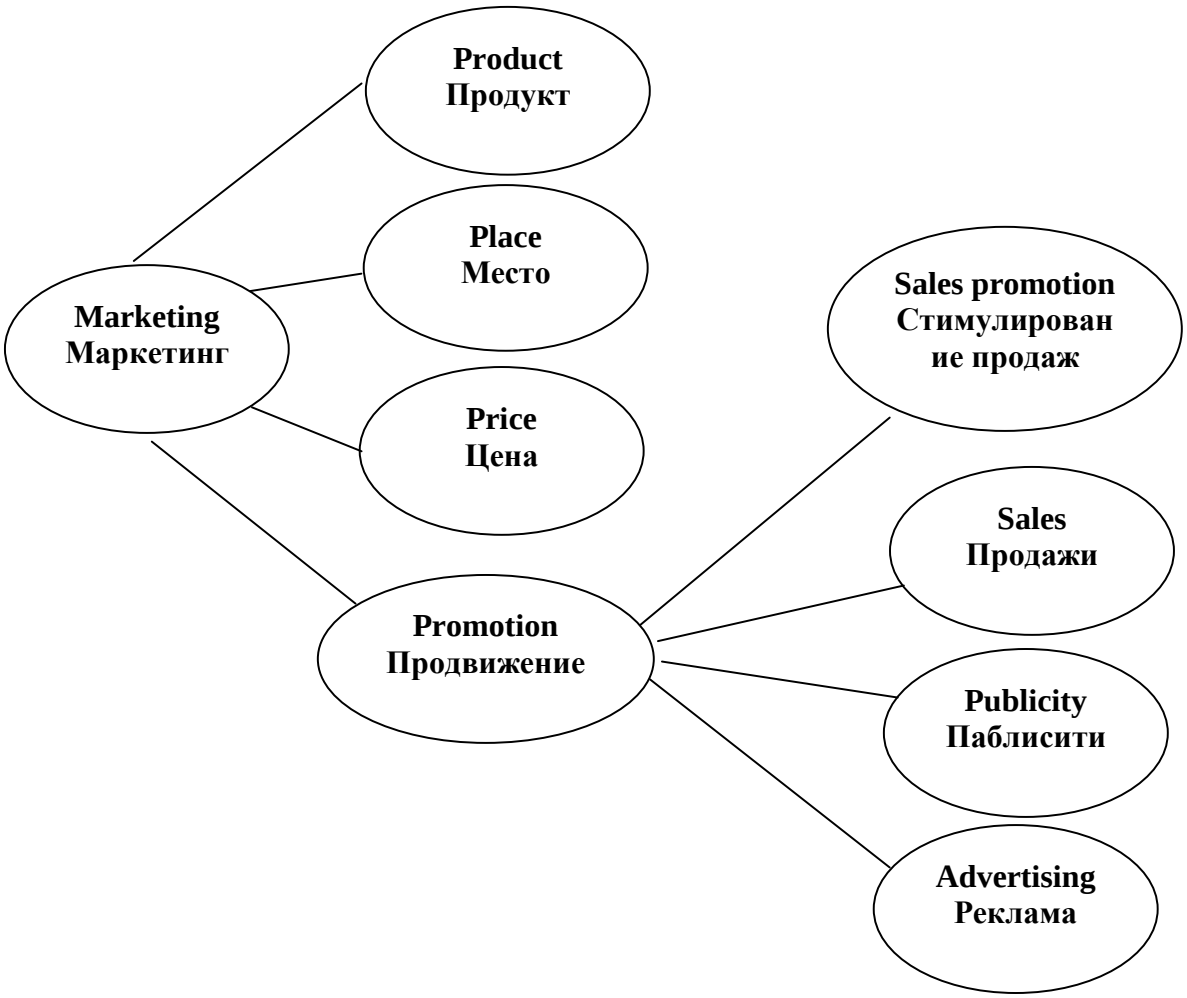
Важно понимать, что маркетинг — это постоянный процесс. Он начинается с исследования рынка, выявления сегментов, в котором планирует работать агентство недвижимости или агент по недвижимости, которые они способны обслужить наилучшим образом.

Маркетологи определяют спрос и возможности, то есть пребывают в постоянном процессе поиска клиентов, потребности которых не удовлетворены в достаточной степени или испытывающих неявный интерес к определённым услугам. Агентство недвижимости разрабатывает планы создания и доведения информации о своих услугах до потенциальных клиентов, а также конкретную стратегию **маркетинг-микс (marketing mix)** воздействия на спрос через объекты недвижимости, цены, каналы информирования и методы продвижения объектов недвижимости. Необходимо создать систему маркетингового аудита, которая позволит агентству недвижимости оценивать результаты проводимых мероприятий и учиться на собственном опыте, постоянно развиваясь и улучшая свои методы воздействия на клиентов. При этом следует учитывать, что маркетинг начинается не столько с объектов недвижимости, сколько с поиска потребностей у Клиентов, поиска новых подходов по работе с Клиентами.

5.1.2. Функции и понятия маркетинга.

Обычно содержание маркетинга отождествляют с продажами, их стимулированием, и рекламой. Однако фактически продажи являются одной из функций маркетинга и часто не самой существенной. Если агентство недвижимости хорошо поработало над такими разделами маркетинга, как выявление клиентских нужд, детальный подбор объектов недвижимости, их сегментация, установление на них соответствующей цены, налаживание системы их распределения и эффективного стимулирования, то такие объекты, скорее всего, уже не будут иметь проблем с продажей. Как утверждают теоретики управления: «Цель маркетинга — сделать усилия по продажам ненужными. Его цель — так хорошо познать и понять клиента, что товар или услуги будут точно подходить последнему и продавать себя сами»

ПРИЛОЖЕНИЕ 2



Маркетинговые функции формируют следующие понятия: нужда, потребности, спрос, товар, обмен, сделка и рынок.

Исходной идеей, лежащей в основе маркетинга, является идея человеческих нужд.

Нужда — чувство, ощущаемое человеком нехватки чего-либо. Нужды людей многообразны и сложны. Тут и основные физиологические нужды в пище, одежде, тепле и безопасности; и социальные нужды в духовной близости, влиянии и привязанности; личные нужды в знаниях и самовыражении. Большинство этих нужд определяются исходными составляющими природы человека. Если нужда не удовлетворена, человек чувствует себя неудовлетворенным и стремится либо найти объект способный удовлетворить нужду, либо попытаться заглушить ее.

Второй исходной идеей маркетинга является идея человеческих потребностей.

Потребность — нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида. Потребности выражаются в объектах, способных удовлетворить нужды тем способом, который присущ культурному укладу конкретного общества или социальной группы.

Важно правильно определить, что же действительно нужно потребителю. Производитель буровых колонок может считать, что потребителю нужен его бур, в то время как на самом деле потребителю нужна скважина. При появлении другого товара, который сможет пробурить скважину лучше и дешевле, у потребителя появится новая потребность (в товаре — новинке), хотя потребность остается прежней.

Потребности людей практически безграничны, но человек приобретает только те товары, которые доставляют ему наибольшее удовлетворение в рамках его финансовых возможностей.

Спрос — это потребность, подкрепленная покупательной способностью.

Нетрудно перечислить запросы конкретного общества в конкретный момент времени, при этом общество могло бы планировать объемы производства на следующий год, исходя из совокупности запросов предыдущего. Примерно так и происходило с планированием производства в СССР. Однако запросы — показатель неустойчивый. Людям надоедают вещи, которые сейчас в ходу, и они ищут разнообразия ради разнообразия. Несколько лет назад в моду вошли пуховики, ради которых люди отказались от ранее используемой одежды, затем также отказались от пуховиков.

Смена выбора может оказаться и результатом изменения цен или уровня доходов. Человек обычно выбирает товар, совокупность свойств которого обеспечивает ему наибольшее удовлетворение за данную цену, с учетом своих специфических потребностей и ресурсов.

Товар — все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления.

Товары могут не соответствовать потребностям, могут соответствовать частично и, наконец, полностью соответствовать потребностям, то есть быть так называемым идеальным товаром. Чем полнее товар соответствует желаниям потребителя, тем большего успеха добьется производитель. Понятие «товар» не ограничивается физическими объектами. Товаром можно назвать все, что способно оказать услугу, то есть удовлетворить потребность. Помимо изделий и услуг, это могут быть личности, места, организации, виды деятельности и идеи. Потребитель решает, какую именно развлекательную передачу посмотреть по TV, куда отправиться на отдых, какие идеи поддержать и т. д.

Маркетинг имеет место в тех случаях, когда люди решают удовлетворить свои запросы с помощью обмена.

Обмен — акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен. Обмен — основное понятие маркетинга как научной дисциплины.

Важно!

Для его совершения необходимо соблюдение пяти условий:

- Сторон должно быть как минимум две.
- Каждая сторона должна располагать чем-то, что могло бы представлять ценность для другой стороны.
- Каждая сторона должна быть способна осуществлять коммуникацию и доставку своего товара.

- Каждая сторона должна быть совершенно свободной в принятии или отклонении предложения другой стороны.
- Каждая сторона должна быть уверена в целесообразности или желательности иметь дело с другой стороной.

Эти пять условий создают только потенциальную возможность обмена. Состоится ли обмен, зависит от соглашения между сторонами о его условиях. Если обмен — основное понятие маркетинга как научной дисциплины, то основной единицей измерения в сфере маркетинга является сделка.

Сделка — коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами. Например, покупатель отдает продавцу какую-то сумму и получает нужный ему товар. Это классическая денежная сделка. При бартерной сделке происходит обмен вещами — подсолнечник обменивают на металл, или услугами — юрист составляет завещание врачу, в обмен на медицинское освидетельствование.

Сделка предполагает наличие ряда условий:
- по меньшей мере, двух ценностно-значимых объектов;
- согласованных условий ее осуществления;
- согласованного времени совершения;
- согласованного места проведения.

Как, правило, условия сделки поддерживаются и охраняются законодательством.
От понятия «сделка» можно перейти непосредственно к понятию «рынок».

Рынок — совокупность существующих и потенциальных покупателей товара. В различных экономических системах способы удовлетворения нужд людей различаются. В примитивных социальных структурах преобладает самообеспечение — потребностей мало и каждый человек сам обеспечивает себя всем необходимым. В случае децентрализованного обмена, каждый производитель определенного товара ищет и вступает в сделку непосредственно с каждым потребителем интересующих его товаров. Третий способ — централизованный обмен, при котором необходимо появление дополнительного участника обмена — купца и определенного места обмена — рынка.

Рынок может сформироваться на какой-то отдельный товар или услугу, имеющий ценностную значимость.

5.2. Реклама.

Реклама (от фр. réclame латинского reclamo 1 -- выкрикивать) — это распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях, которая предназначена для неопределённого круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний.

Реклама (как часть маркетинга) — достаточно развитая научная дисциплина (преимущественно прикладного характера). Научный подход здесь практикуется последние 100—150 лет. Разработка методов воздействия, средств доставки, расчёт объёмов, оценка эффективности рекламы производится научными методами.

Цель рекламы — донесение информации от рекламодателя до целевой аудитории.

Задача рекламы — побудить представителей целевой аудитории к действию (выбору товара или услуги, осуществлению покупки и т.п., а также формированию запланированных рекламодателем выводов об объекте рекламирования).

5.2.1. Виды рекламы.
Важно!

По месту и способу размещения существуют следующие виды рекламоносителей:

3) телевизионная (ролик в рекламном блоке, бегущая строка, теле объявление, спонсорство)
4) радио (ролики, реже "джинса")
5) печатная (различают рекламу в прессе и прочую: принты, листовки, наклейки)
6) наружная (тролл, bill board, sity light, брэндмауэр, информационный указатель и пр.)
7) при справочном обслуживании
8) транспортная (реклама на транспорте http://www.nrk.no/underholdning/alltid_moro/4716522.html примеры)
9) реклама в кинотеатрах
10) прямая почтовая рассылка (директ-мэйл)
11) product placement (внедрение рекламы товара/услуги в сюжетную линию кино или иного продукта индустрии развлечений)
12) интернет-реклама (текстовые блоки, баннеры, контекстная реклама, реклама в рассылках)
13) реклама в местах продаж (BTL, промо-мероприятия, ивент и пр.)

5.2.2. PR (Паблик Рилейшнс).

На протяжении нескольких последних десятилетий наблюдается значительный рост внимания к налаживанию отношений с различными группами общественности. Деятельность по организации общественного мнения ("паблик рилейшнс") многогранна, и ей трудно дать краткое и всеобъемлющее определение. Вот одно из них: "Паблик рилейшнс" - это искусство и общественная наука, которая анализирует тенденции развития, предсказывает их последствия, выдает рекомендации руководителям организаций и служит руководством по претворению в жизнь планируемых программ, отвечающих интересам как организации, так и общественности". Увещевательный потенциал рекламы может стать эффективным орудием коммуникации и содействовать осуществлению программ по "паблик рилейшнс" самых разных фирм.

Продавцам приходится принимать во внимание мнения многочисленнх групп людей, включая акционеров, рабочих, служащих, заказчиков, потенциальных заказчиков, профессиональных педагогов, законодателей и рядовых избирателей. Все они, как и многие другие, проявляют интерес к определенным фирмам и связаны с ними тем или иным образом, а потому имеют определенное влияние.

Если учесть, к примеру, постоянный общественный интерес к таким вопросам, как охрана прав потребителей, охрана окружающей среды или рациональное природопользование, не приходится удивляться, что производители стали прибегать к рекламе, чтобы обнародовать свою точку зрения по спорным вопросам и тем самым попытаться оказать влияние на общественное мнение и законодательство, и, конечно же, заслужить хорошую репутацию.

Они рассказывают нам о системах производственного контроля за качеством предлагаемых ими товаров или услуг, о своих усилиях по восстановлению или защите воздушной и водной среды, о своей заботе о повторном использовании становящихся дефицитными ресурсов. Делается все это зачастую с помощью рекламы. Таким образом, задачи, выполняемые рекламой в сфере "паблик рилейшнс", разнообразны, но цель, как правило, одна - благоприятно повлиять на одну или множество аудиторий, с которыми фирме приходится иметь дело в обществе усиливающейся взаимозависимости.

5.2.3. Имидж-реклама.

В основном, это реклама по созданию благоприятного образа (имиджа) фирмы и товара. Ее основная роль - ознакомить потенциальных покупателей или пользователей с продукцией (услугой), с назначением продукции, ее характеристиками, а также с направлениями деятельности, с теми преимуществами, которые получает покупатель, обращаясь к вам.

Вторая роль имидж-рекламы - создать благоприятное впечатление именно о данном товаре или фирме.

Важно!

В целом, основное назначение имидж-рекламы - закрепить в сознании широкого круга людей положительный образ товара или фирмы.

Имидж-реклама, как правило, действует шире других видов рекламы. Она направлена не только на непосредственных покупателей, а на более широкие слои населения для того, чтобы при расширении перечня продукции и сферы деятельности фирма или товар уже вызывали положительные эмоции у покупателей.

Данный вид рекламы предполагает, по возможности часто финансовой, создание положительного образа товара или фирмы у широких слоев населения. Такая реклама во многом поможет сгладить неудачи отдельных рекламных кампаний. О проводимых акциях необходимо заранее оповестить представителей прессы, радио, телевидения.

> При планировании мероприятий по имидж-рекламе одновременно необходимо планировать и мероприятия по Паблик Рилейшнс (ПР).

5.3. Брэндинг.

На практике часто приходится встречаться с тем, что путают два близких понятия - брэнд и торговую марку. Следует всегда помнить о том, что торговая марка - понятие юридическое, официальное, в то время как брэнд существует только в головах потребителей. Понятие брэнда более широкое, поскольку в него еще дополнительно входят: сам товар или услуга со всеми его характеристиками, набор характеристик, ожиданий, ассоциаций, воспринимаемых пользователем и приписываемых им товару (имидж товара, brand-image), а также обещания каких-либо преимуществ, данные автором брэнда потребителям - то есть тот смысл, который вкладывают в него сами создатели.

Возможно, первое известное человечеству использование брэнда практиковалось еще во времена Древнего Египта, когда ремесленники ставили свое тавро на сделанные ими кирпичи, чтобы определить создателя каждого кирпичика. Также существуют задокументированные свидетельства появления торговых марок на греческих и римских

светильниках, китайском фарфоре. Торговые марки использовались в Индии в 1300 году до нашей эры.

Брэндинг активно применялся в средние века, когда цеховые ремесленники помечали свои товары особой маркой. Это стало необходимым, поскольку население росло, и на одной и той же территории появилось больше одного кузнеца, каменщика, сапожника ли плотника. В некоторых старых городах Европы, таких как Зальцбург и Роттенбург, туристы до сих пор могут видеть подлинные железные "торговые знаки", отмечавшие мастерские, где работали "держатели" этих торговых марок. В 1266 английское законодательство официально требовало, чтобы булочники отмечали своим знаком каждую буханку хлеба, чтобы вес каждой буханки соответствовал заявленному.

В ранней истории Соединенных Штатов марки часто использовались для идентификации скота (коров, овец), позже стали использоваться для «отмечания» особого качества товара, представленного владельцем определенной фермы или ранчо.

Однако настоящий расцвет идеи брэндинга пришелся на вторую половину двадцатого века, и связано это было с вполне естественными причинами - появлением на рынке большого количества похожих товаров. Развитие технологии оказало на человеческое общество огромное влияние. Во-первых, это выразилось в том, что мы все окружены технически сложными приспособлениями, которыми пользуемся каждый день, имея смутное представление о том, как эта вещь устроена внутри. Даже более того, современные потребители иногда оказываются не в состоянии понять все характеристики покупаемого изделия. Здесь на помощь потребителю приходит брэнд, который выделяет из всех характеристик товара те, которые важны для потребителя, и облегчает понимание товара.

Вторая задача, которую решает брэнд - это упрощение выбора. Каждый день потребитель сталкивается с множеством похожих товаров, и у него просто физически нет времени сравнивать все аннотации, процентный состав, показания к применению и технические характеристики. В этой ситуации брэндинг является просто "спасательным кругом", - на каждый товар наклеиваются простые, ясные, понятные неспециалисту ярлычки: "дорого, но престижно", "экономично", "для новичков", "молодым и раскрепощенным" и т.д.

Важно!

Маркетинг рынка недвижимости предполагает поиск ответов на следующие наиболее важные вопросы:

- Каков географический рынок для данной недвижимости?
- Как соотносятся физические и финансовые характеристики объекта недвижимости с аналогичными, предлагаемыми на рынке?
- Что будет «наилучшим применением» для данного объекта недвижимости?
- Каковы преимущества данного объекта недвижимости?
- Каковы недостатки объекта недвижимости; как и какой ценой, они могут быть компенсированы?
- Каков «типовой портрет» владельца (или арендатора) недвижимости данного типа?
- Кто из этих «типовых пользователей» присутствует на рынке?
- Кто из таких «типовых пользователей» отсутствует или мало представлен на рынке?
- Каков список вероятных пользователей недвижимости в порядке убывания приоритетов?

- Какова наиболее вероятная финансовая структура (схема) для проведения сделки по продаже объекта недвижимости (или для случая аренды: как решить проблему затрат на улучшение помещения для арендаторов)?
- Какие маркетинговые программы (расставленные по приоритетам, исходя из факторов максимального воздействия при минимальных затратах) должны использоваться для продвижения недвижимости?

Реализация комплекса маркетинговых мероприятий может быть поручена (в зависимости от уровня фирмы и количества работающих на ней сотрудников) либо соответствующему структурному подразделению, либо ответственному за данное направление сотруднику.

Мы не станем доказывать, что маркетинг рынка недвижимости необходим. Это аксиома, которая принята во всех экономически развитых странах. Мы просто предлагаем идею, воплощение либо не воплощение которой в практику риэлторского бизнеса целиком зависит от понимания и серьезного подхода операторов рынка недвижимости к своей деятельности. Ибо маркетинг, отметим это еще раз – это **философия бизнеса.**

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Определение маркетинга

Маркетинг — это продажа клиенту стандарта жизни (Пол Мазур).
Маркетинг — правильный продукт на правильном рынке (С. Джейн).
Маркетинг — все, что помогает продажам (Владимир Тюшин).
Маркетинг — это попытка представить себе, чего хотят люди, чтобы дать им это (Шелли Лазарус).
Маркетинг — это творческое создание долговременных взаимовыгодных отношений между объектами и субъектами рынка (Александр Хорошилов).
Маркетинг — эго контакты (Александр Павлов).
Маркетинг — это кино, в котором главный герой — товар (Джек Траут).
Маркетинг — это решение проблем ваших клиентов с выгодой для себя (Рендел Чэпмен).
Маркетинг — вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена (Филип Котлер).
Маркетинг — это приобретение и удержание клиентов и бизнес-партнеров.
Маркетинг — это делать так, чтобы покупали и потом благодарили.
Маркетинг — это философия бизнеса, которая ставит клиентов в центр стратегии бизнеса (Прабху Гунтари).
Маркетинг — это прибыльное для компании удовлетворение потребностей других людей.
Маркетинг — это любовь к клиентам (перефразированное: «Я никогда не занимался маркетингом. Я лишь не переставал любить своих клиентов» (Цино Давидофф).
Маркетинг есть искусство и наука нахождения, сохранения и взращивания клиентов.
Маркетинг — это умение грамотно продавать.
Маркетинг — это продажа товаров, которые не возвращаются, покупателям, которые возвращаются.
Маркетинг — установление взаимосоответствия между деятельностью потребителя, деятельностью продавца и деятельностью производителя (Сергей Беззубцев).
Маркетинг — это разведка мозгов потребителя о его потребностях завтра, а также определение объемов будущего потребления (Раис Гареев).
Маркетинг — найти потребность и удовлетворить ее (Олег Макаров).
Маркетинг — это постоянный поиск и реализация возможностей создания дополнительной (новой) ценности на рынке (Андрей Еремичев).

Маркетинг — это выражение ориентированного на рынок управленческого стиля мышления, для которого характерны творческие, систематические и нередко агрессивные подходы (Дихтль и Х. Хершген).
Маркетинг — это поиск таких рыночных ниш и направлений бизнеса, в которых компания будет первой, и внедрение таких идей и использование таких возможностей, которые сделают компанию лидером в эпоху убийственной конкуренции (Игорь Климанов).
Маркетинг — система взглядов, функция координации различных аспектов коммерческой деятельности, комплекс взаимосвязанных элементов деловой активности, философия бизнеса, цель которой — смягчение кризисов перепроизводства, наконец, процесс сбалансирования спроса и предложения.
Маркетинг — это сгруппированные и продуманные ходы (стратегия), в результате которых повысится узнаваемость или увеличатся продажи (Эльбрус Гасанов).
Маркетинг — это процесс планирования и воплощения замысла, ценообразование, продвижение и реализация идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего цели отдельных лиц и организаций.
Маркетинг — анализ и прогнозирование рыночной ситуации в целях ориентации производства и
Маркетинг — это процесс планирования и претворения в жизнь концепции, ценовой политики, продвижения и распространения идей, товаров и услуг посредством обмена с целью взаимного удовлетворения целей индивида и организации.
Маркетинг — это процесс управления, который выявляет, предвидит и удовлетворяет требования потребителя при соблюдении принципов эффективности и прибыльности (Общественный институт маркетинга, Великобритания).
Маркетинг — устранение барьеров, мешающих потребителю покупать товары (работы, услуги) у нас, а не у конкурентов (Дмитрий Семенов).

Вопросы для самопроверки

1.Что такое маркетинг? Дайте Ваше определение и объяснение к этому определению.
1) наука;
2)практика;
3)синергия науки и практики.

2.Какие составляющие маркетинг-микс?
1)продукт, цена, бренд, место продаж;
2)продукт, цена, продвижение, место;
3)цена продукта, реклама, стимулирование продаж, дистрибуция.

3.Дайте определение потребности с точки зрения маркетинга.
1)Потребность — нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида.
2)Потребности — форма проявления интенциональной природы психики, в соответствии с которой живой организм побуждается к осуществлению качественно определенных форм деятельности, необходимых для сохранения и развития индивида и рода.
3)Потребность - нужда в чем-либо, необходимом для поддержания жизнедеятельности индивида, социальной группы, общества, внутренний побудитель активности.

4.Какие основные условия совершения обмена?
1)Наличие ценности для другой стороны; как минимум две стороны; возможность коммуникаций и доставки; целесообразность совершения обмена;

2)Наличие ценности для другой стороны; как минимум две стороны; возможность коммуникаций и доставки; свобода в принятии решения; целесообразность совершения обмена;
3)Как минимум две стороны; возможность коммуникаций и доставки; свобода в принятии решения; целесообразность совершения обмена.

5. Дайте определение сделки?
1)Сделка — коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами.
2)Сделка – обмен материальными и нематериальными ценностями.
3)Сделка – оформление взаимоотношений между сторонами.

6.Дайте определение понятия реклама.

1)Реклама — это эффективный метод донесения информации до целевой аудитории в кратчайшие сроки.
2)Реклама - это вид деятельности либо произведенная в ее результате продукция, целью которых является реализация сбытовых или других задач организаций путем распространения оплаченной ими информации, сформированной таким образом, чтобы оказывать усиленное воздействие на массовое или индивидуальное сознание.
3)Реклама — это распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях, которая предназначена для неопределённого круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний.

7.Какие основные виды рекламы?

1)Паблик рилейшнсионная, радио, журналы и газеты, Интернет;
2)метро, транспорт, Интернет, газеты, телевизионная, реклама в местах продажи;
3)телевизионная, печатная, наружная, реклама в/на транспорте, радио реклама, реклама в кинотеатрах, прямая почтовая рассылка, внедрение рекламы товара/услуги в сюжетную линию кино или иного продукта индустрии развлечений, Интернет реклама, реклама в местах продаж.

8.Дайте определение понятия PR (Паблик рилейшнс).

1)Паблик рилейшнс - это искусство и общественная наука, которая анализирует тенденции развития, предсказывает их последствия, выдает рекомендации руководителям организаций и служит руководством по претворению в жизнь планируемых программ, отвечающих интересам, как организации, так и общественности;
2)Паблик рилейшнс - это совокупностью коммуникативных и оплачиваемых процессов компании в отношениях с общественностью с целью достижения взаимопонимания и доверия;
3)Паблик рилейшнс - это продолжительные, планируемые усилия, которые направлены на создание и поддержку взаимопонимания и доброжелательных отношений между организациями.

9.Дайте определение брэнда.

1)Брэнд – это торговая марка;
2)Брэнд - это последовательный набор функциональных, эмоциональный и самовыразительных обещаний целевому потребителю, которые являются уникальными,

значимыми и трудно имитируемыми. Эти обещания активно сообщаются и удовлетворяются через комплекс маркетинг (4 Р);
3)Брэнд — термин в маркетинге, символическое воплощение комплекса информации, связанного с определённым продуктом или услугой. Обычно включает в себя название, логотип.

Модуль 6. Теоретические основы девелоперской деятельности. Особенности девелопмента загородной недвижимости.

В данном модуле изложены основные понятия как в целом о девелопменте, так и о девелопменте загородной недвижимости в частности. Показаны основные виды девелопмента, их отличия друг от друга, а также показаны основные этапы девелопмента. Более подробно раскрыт порядок проведения анализа при девелопменте объектов загородной недвижимости. На изучение данного модуля потребуется 4 часа.
Содержание

Цели и задачи модуля
6.1. Понятие девелопмента.
1.1.1 Определение девелопмента.
1.1.2. Цели и задачи девелоперской компании
1.1.3. Виды девелопмента.
1.1.4. Понятие проекта.
1.1.5. Стадии девелопмента.
2.1. Девелопмент загородной недвижимости.
2.1.1. Анализ рынка.
2.1.2. Цель и задачи анализа.
2.1.3. Анализ рынка до выбора и покупки участка.
2.1.4. Анализ спроса.
2.1.5. Анализ предложения.
2.1.6. Анализ конкурентной среды.
2.1.7. Идентификация района исследования.
2.1.8. Особенности анализа рынка земли.
2.1.9. Особенности определение площадей строений и участка в проекте.
Вопросы для самопроверки
Нормативные документы

После изучения данного модуля Вы должны:

1. Знать основные понятия девелопмента.
2. Знать особенности девелопмента объектов загородной недвижимости
3. Знать порядок проведения анализа при девелопменте объектов загородной недвижимости.

6. 1. Понятие девелопмента

6.1.1.Определение девелопмента и девелоперской компании

В переводе с английского языка слово "девелопмент" означает развитие. Исходя из этого, понятие девелопмента можно применять не только к недвижимости, но и к другим видам деятельности, например к программному обеспечению.

Важно!

Применительно же к недвижимости наиболее приемлемы следующие определения:

1. Девелопмент — процесс качественного преобразования недвижимости, обеспечивающий максимальное возрастание ее стоимости;
2. Девелопмент — профессиональная деятельность фирм (компаний) или отдельных лиц направленная на организацию процессов качественного преобразования недвижимости, обеспечивающих максимально возможное возрастание ее стоимости.
Если внимательно посмотреть на эти (в общем то тождественные определения), можно выделить два главных момента отличающие данный вид деятельности от любого другого в сфере недвижимости:
1) качественное преобразования недвижимости;
2) максимальное возрастание стоимости недвижимости после такого преобразования.

Исходя из этих определений, можно дать следующее определение девелоперской компании (фирмы, предприятия):
Под девелоперской понимают такую компанию (фирму, предприятие), которая по собственному усмотрению или по поручению заказчика-титулодержателя (инвестора), выполняет функции Генерального заказчика по качественному преобразованию объекта недвижимости на всех стадиях проектного цикла для обеспечения максимального возрастания стоимости этого объекта.

6.1.2. Цели и задачи девелоперской компании

Целью работы любой девелоперской компании является получение максимально возможной отдачи (прибыли) от инвестированных в строительство средств в минимально возможные сроки.

Важно!

К основным задачами, которые выполняет девелоперская компания относятся:
1. Анализ рынка загородной недвижимости, проектов жилой недвижимости, логистических комплексов и другой доходной коммерческой недвижимости.
2. Подбор и приобретение земельного участка.
3. Формирование концепции и разработка бизнес-плана проекта
4. Решение вопросов с государственными структурами и оформление необходимой разрешительной документации.
5. Формирование схемы финансирования проекта.
6. Проектирование и строительство.
7. Контроль строительства по срокам и утвержденным сметам.
8. Сдача объекта в эксплуатацию.
9. Реализация созданного объекта (объектов).
10. Управление готовым объектом.

6.1.3. Виды девелопмента.

В зависимости от порядка взаимодействия с инвестором, различают два основных вида девелопмента — "fee-development" и "speculative development". Иногда к девелопменту относят и строительство объекта недвижимости под себя (build-to-suit), однако такая деятельность не имеет целью получение прибыли.

Fee-development

В данной схеме девелопер не берет на себя финансовых рисков и работает на гонораре. Чаще всего инвестор нанимает девелопера, чтобы последний на выбранном земельном участке построил здание "под ключ" и, возможно, заполнил его арендаторами либо продал его.
В таком проекте девелопер обычно не участвует своими деньгами. Он лишь проводит проектирование на деньги заказчика, необходимые согласования с властями, строительство и сдачу площадей. На все необходимые работы он привлекает специалистов (архитекторов, подрядчиков, инжиниринговые фирмы и т.д.), но ответственность за весь проект в целом лежит на девелопере. Гонорар за руководство проекта в особо сложных случаях может достигать 10% от стоимости проекта.
Можно сказать, что, в данном случае, девелопер, выполняет функции УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ по развитию недвижимости.

Управляющая компания от имени Инвестора может осуществлять:
– проведение необходимых маркетинговых исследований выбранного сегмента рынка недвижимости;
– формирование стратегии проекта и технических заданий на проектирование;
– оформление в надлежащем порядке исходно-разрешительных документов;
– получение необходимых согласований и разрешений;
– представление интересов Инвестора на этапе проектирования;
– управление этапом подготовки эскизного проекта и/или ТЭО;
– представление интересов Инвестора на этапе строительства;
– привлечение внешних кредитных и инвестиционных средств;
– сдачу объекта в эксплуатацию.

Основные цели Инвестора проекта, при привлечении профессионального управляющего:
– избежать необходимости создания и содержания собственной службы заказчика;
– профессионально сформулировать стратегию проекта и техническое задание;
– обеспечить контроль над разработкой проекта и программой строительства;
– обеспечить контроль над оптимизацией минимизацией бюджета проекта;
– максимально сократить сроки строительства;
– обеспечить контроль над соблюдением качества строительства;
– обеспечить достижение максимальной финансовой эффективности проекта;
– обеспечить представление и защиту интересов Инвестора перед подрядчиком, проектировщиками, консультантами и государственными органами;
– избежать ситуации, при которой подрядчик, пользуясь отсутствием профессионального опыта у владельца, традиционно стремится либо увеличить бюджет, либо снижать свои издержки за счет низкого качества материалов и работ.

Speculative development

Такая разновидность гораздо более сложна, нежели fee-development. Девелопер создает коммерческую недвижимость, выступая в качестве единоличного организатора проекта. По сути девелопер выполняет все те же функции, что и в первой схеме, но кроме этого, еще и занимается построением финансовой схемы проекта. При этом девелопер вкладывает в проект собственные средства, которые и являются стержнем будущей финансовой схемы.
Финансовая схема крупных девелоперских проектов обычно представляет собой сложную комбинацию собственных средств девелопера, привлеченных инвестиций, банковских кредитов и предпродажных платежей от будущих владельцев.
Необходимо заметить, что попытка положиться на один финансовый источник практически обречена на провал. При смешанном финансировании девелопер имеет долю

в будущем доходном здании. При вложении на раннем этапе 10% от стоимости проекта, девелопер претендует в будущем на долю до 50% построенной недвижимости.

Естественно, что высокая прибыльность операций speculative development объясняется высокими рисками неудачи проекта, которые несет на себе девелопер. В связи с этим, большинство специалистов сходится в том, что девелопмент такого рода является наиболее сложной из всех возможных операцией на рынке недвижимости, хотя бы потому, что в одном проекте совмещены и риэлтерские, и строительные, и архитектурные, и очень сложные финансовые операции.
Некоторые эксперты даже считают такой девелопмент — искусством, основывающимся на исключительных личных качествах, опыте и удачливости девелопера.

6.1.4. Понятие проекта.

Создание каждого объекта недвижимости — **особый инвестиционный проект**, так что основой для исследования процесса девелопмента является подход к нему как к инвестиционному проекту.

Важно!

Понятие "проект" широко используется в современной экономической литературе и хозяйственной практике и все же относится к числу терминов, толкование которых не стало еще однозначным. Так, довольно часто под проектом понимается совокупность документации, описывающей порядок создания и требования к какому-либо сооружению. Другое понимание этого же термина сводится к тому, что проект — это план какого-либо мероприятия, имеющего важное значение для его инициаторов и организаторов. Наконец, есть определения, где под проектом понимается система действий, направленная на достижение ясно сформулированной цели с использованием определенного набора ресурсов.

Наиболее удачным определением понятия "проект" представляется следующее:
"Под **проектом** понимается система сформулированных в его рамках целей, создаваемых или модернизируемых для их реализации физических объектов, технологических процессов, технической и организационной документации для них, материальных, финансовых, трудовых и иных ресурсов, а также управленческих решений и мероприятий по их выполнению".
Под инвестициями же, как известно, понимаются долгосрочные вложения средств, с целью их последующего возврата и получения дохода.

Следует заметить, что по отечественному законодательству в качестве инвестиций могут выступать "денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта".

Проекты развития недвижимости, целью которых является создание новых объектов недвижимости (в нашем случае объектов загородной недвижимости), обладающих стоимостью большей, чем издержки по их созданию, вполне могут рассматриваться как разновидность инвестиционных проектов, отличающаяся, однако, определенными особенностями. В числе этих особенностей высокая капиталоемкость проектов, относительная длительность инвестиционного цикла, неделимость (как правило)

создаваемого объекта, инновационный характер и др., делающие проекты развития недвижимости весьма сложными для реализации.

Важно!

В классическом виде, по которому работают все страны Запада, любой проект развития недвижимости может быть сведен к трем основным фазам:
1) концептуальная;
2) организационно-проектная;
3) строительная.

Причем каждая из этих фаз может занимать целый ряд лет, так что собственно строительство составляет в общем цикле девелопмента лишь незначительную часть. Разделение на указанные составляющие представляется интересным, прежде всего потому, что подчеркивает важность указанных составляющих, хотя и мало что говорит об их содержании.

1.1.5. Стадии девелопмента.

С учетом последнего замечания более развернутым является подход, излагаемый в ряде работ британских специалистов по развитию недвижимости. В соответствии с ним выделяются следующих основные стадии (этапы) реализации проектов развития недвижимости, каждый из которых, в свою очередь, разбивается на ряд составляющих (приведем их с акцентом на рынок коттеджных городков):

I. Предпроектная стадия

1. Анализ рынка загородной недвижимости (в т.ч. его сегментация по различным признакам и исследования по сегментам).
2. Подбор земельного участка, отвечающего требованиям девелопера.
3. Формирование стратегии проекта;
4. Инвестиционный анализ;
5. Оформление исходно-разрешительной документации на строительство коттеджного городка;

II. Стадия проектирования

1. Разработка финансовой схемы, организация финансирования;
2. Привлечение кредитных и инвестиционных средств
3. Формирование архитектурно-инженерной группы;
4. Привлечение для консультаций брокера, который будет реализовывать площади.
5. Руководство проектированием (разработка проекта застройки участка и проектов коттеджей);
6. Проведение тендера на строительные работы;

III. Стадия строительства

1. Выбор подрядчика и заключение контракта с ним;
2. Создание системы взаимодействия между участниками реализации проекта;
3. Создание системы контроля хода реализации проекта;
4. Координация ведения строительных работ (поставка материалов, инженерных работ);
5. Контроль качества строительства и сметных расходов;
6. Сдача проекта в эксплуатацию.

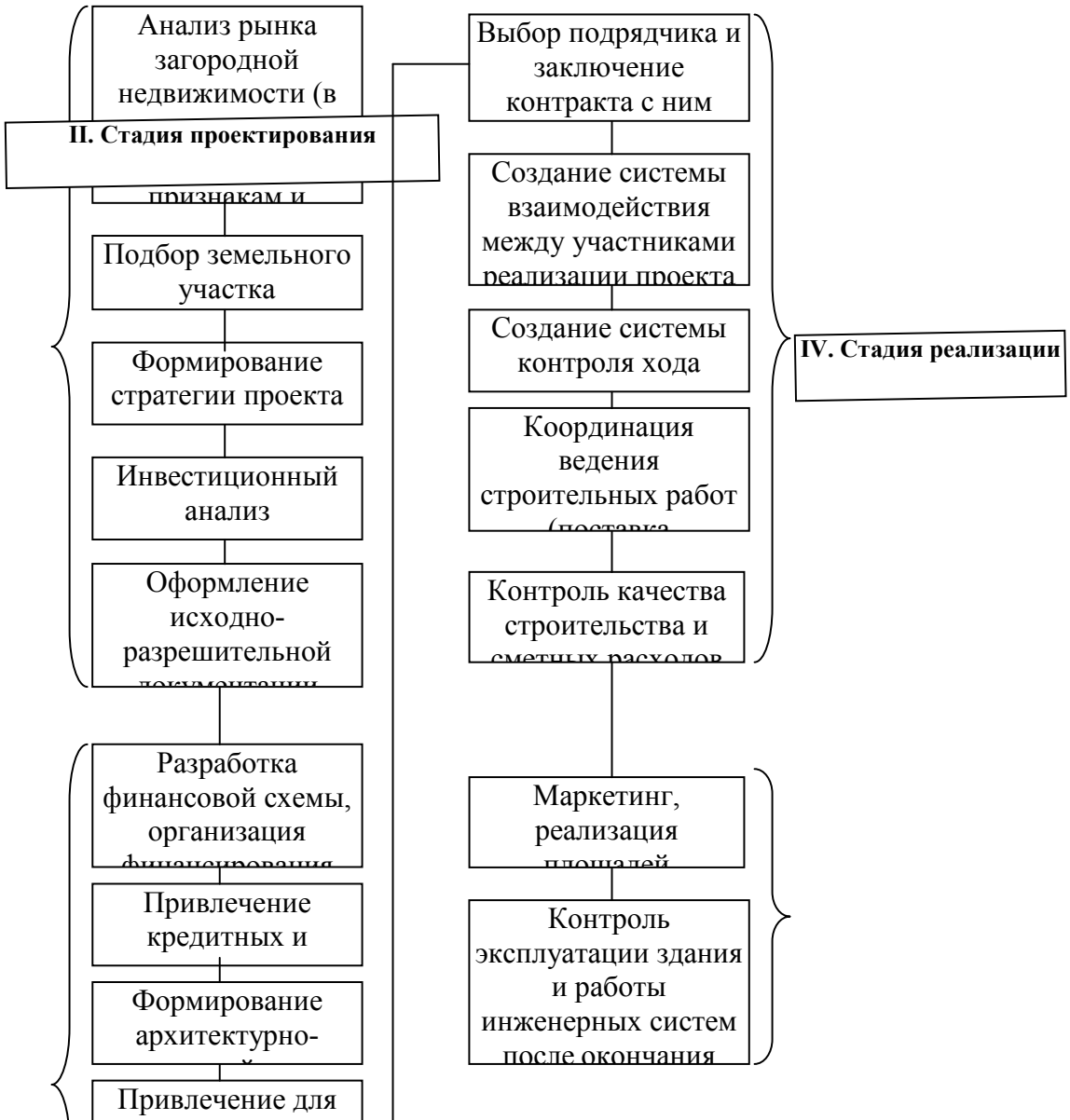
IV. Стадия реализации

1. Документальная разработка схемы продаж объекта (подготовка договоров купли-продажи, инвестиционных договора, работа с ФФС и т.д.);
2. Разработка программ кредитования проекта для конечного потребителя;
3. Маркетинг, реализация площадей;

4. Контроль эксплуатации здания и работы инженерных систем после окончания;
5. Строительства.
Таким образом, деятельность девелоперской компании по строительству коттеджного городка можно представить в виде схемы показанной на рис. 1.

Важно!

Как нетрудно в **I. Предпроектная стадия** велоперской компании представлена в виде последова[illegible]днако в реальной практике это **III. Стадия строител** так. Подчас этапы протекают параллельно друг другу, лишь логически вытек[illegible] друга (как, например, проектирование и строительство), а некоторые вообще трудно рассматривать как отдельный этап, например, то, что относится к маркетингу и управлению денежными потоками. По сути, перечисленные выше составляющие проектов развития недвижимости следует рассматривать как некоторые подпроцессы, через которые раскрываются различные аспекты реализации проектов девелопмента.



Однако необходимо отметить, здесь описана лишь общая классическая схема реализации девелоперских проектов. В тоже время, реализация достаточно крупных проектов, таких, как, например, коттеджный городок на 50–100 коттеджей, при девелопменте загородной недвижимости имеет ряд специфических особенностей.

К таким особенностям в первую очередь можно отнести:

- возведение большого количества маловысотных объектов недвижимости (коттеджей и объектов инфраструктуры), что предполагает деление общего выделенного (купленного) крупного участка на более мелкие в зависимости от разработанной концепции проекта. В данном случае, возникает необходимость в определении оптимального размера индивидуального участка, который, в дальнейшем будет продан вместе с построенным коттеджем;
- ориентация, при проектировании, на индивидуальные вкусы конкретных покупателей коттеджей;
- большое количество современных технологий, позволяющих возводить долговечные и удобные здания в достаточно короткие сроки, с минимальными затратами;

6.2. Девелопмент загородной недвижимости.

6.2.1. Анализ рынка.

6.2.2. Цель и задачи анализа.

Основной целью анализа рынка есть поиск наиболее перспективной ниши на рынке загородной недвижимости и разработка оптимальной концепции по ее заполнению.

К основным задачам анализа можно отнести:

до выбора и покупки участка:

- поиск наиболее перспективного рынка недвижимости.

после покупки участка:

- анализ спроса;
- анализ предложения;
- идентификация района исследования;
- анализ конкурентной среды;
- идентификация типов продукта и возможности маркетинговых ниш;
- определение уровня поглощения.

Разработка предварительной концепции девелопмента

Определение целей проекта

Требуемая доходность

Окончательный вариант концепции девелопмента поселка

Разработка предварительной концепции девелопмента

Процесс анализа рынка для поиска наиболее перспективной ниши на рынке загородной недвижимости можно представить схемой показанной на рис. **2.**

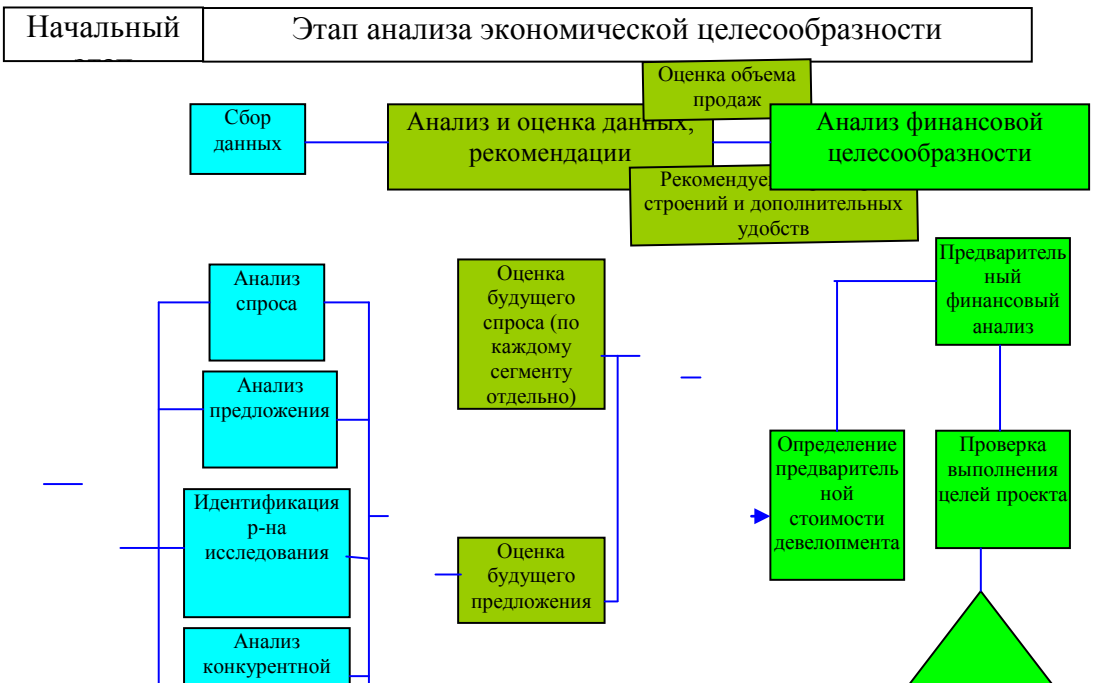


Рисунок 2. Структурная схема анализа рынка загородной недвижимости.

По результатам анализа рынка составляется подробный отчет, в котором отображаются все данные исследований и формируются выводы о возможностях, предоставляемых рынком.

6.2.3. Анализ рынка до выбора и покупки участка.

Цель анализа рынка до выбора участка — выявить, где и в каких сегментах существует недостаток предложения.

Анализ проводится по основным сегментам рынка, например, по рынкам коттеджного строительства, логистической недвижимости, коммерческой недвижимости и т.д.
Так как участок уже имеется в наличии, то проводится анализ возможного применения данного участка, которые могут принести максимальную прибыль. Такой анализ проводится по тем же самым сегментам рынка недвижимости и должен предусматривать анализ географического расположения участка, природно-климатические условия данного района, транспортную доступность и т.п., а также возможность изменения целевого назначения земли на имеющемся участке. Однако в связи с тем, что изменение целевого назначения земли в Украине в настоящее время достаточно проблематичны, зачастую ограничиваются анализом только сегмента рынка, определяемого целевым назначением земельного участка.

Важно!

Приведем конкретный пример.
Пусть имеется небольшой (1,5 га) участок непосредственно примыкающий к дачному поселку. Целевое назначение земли — для ведения садоводства. Расположение участка — Вышгородский район Киевской области. Удаление — 45 км от Киева.
Анализ этих и других данных показал, что на данном участке наиболее целесообразно возведение коттеджного поселка, предназначенного для использования в качестве места отдыха (дачи) на выходные дни или во время отпуска или же в качестве второго жилья. При этом есть возможность максимально использовать инфраструктуру (инженерную и социальную) соседнего дачного массива. В настоящее время название этот коттеджный поселок имеет название "Дачный Уют"

6.2.4.. Анализ спроса.

Анализ спроса на жильё должен включать демографические и экономические характеристики домовладельцев в заданном географическом районе.

Важно!

Анализ спроса в Украине в настоящее время практически невозможен или некорректен, так как данные о доходах населения собираются Госкомстатом по тем данным, что представляют сами налогоплательщики. Отсутствие достоверных данных о доходах населения в сочетании с нежеланием собственников переводить строения из статуса «незавершенного строительством» делает невозможным корректную обработку данных из государственных органов.

К основным факторам, определяющие спрос на загородную недвижимость, можно отнести:

– занятость;
– количество домовладельцев;
– доход домовладельцев;
– размер семьи домовладельцев, возраст, соотношение семейных и несемейных, одиноких.

В настоящее время, возможно лишь определять предпочтения покупателей объектов загородной жилой методом опроса опытных экспертов (риэлторов). Опрос самих покупателей на рынке загородной односемейной недвижимости — очень дорогостоящ и, к тому же, может отпугнуть покупателя коттеджа.
Тем не менее, необходимо дать хотя бы примерный портрет потенциального покупателя на возводимый (возводимые)объект. Например, при проектировании коттеджного поселка "Дачный уют" был составлен следующий портрет потенциального покупателя: это семейные молодые люди в возрасте 28-40 лет со стажем совместной жизни 1-10 лет и уровнем доходов 1000-1500 $/мес. У них имеется минимум 1 автомобиль стоимостью $10000-20000. В такой семье уже есть или вот-вот появится ребенок. Чаще всего такая семья имеет собственное жилье в городе или проживает вместе с родителями, но хочет иметь свой загородный дом, предназначенный для отдыха во время выходных дней или отпуска.

6.2.5. Анализ предложения.

Анализ предложения рассматривает ценовые тенденции и поглощение и — возможно самое главное — исследование конкурирующих проектов, которые только что вышли на рынок или появятся на рынок в то же самое время, что и разрабатываемый проект.

Начинать сбор данных необходимо минимум за девять месяцев до начала проекта, этот срок позволит построить динамику хотя бы за три квартала.

Для разрабатываемого проекта поселка можно делать улучшения проекта, основываясь на информации о том, какие типы домов продаются лучше и какие улучшения продаются чаще.
– существующие и планируемые объемы застройки;
– общее количество объектов по типам, уровню цен, и поглощению.

Эти факторы позволяют аналитику транслировать данные о занятости, населении, домовладельцах, и доходе в расчеты о потенциальном спросе на определенный тип девелопмента.
Кроме того, анализ предложения тесно переплетается с анализом конкурентной среды.

6.2.6. Анализ конкурентной среды.

В аналитическом отчете именно эта часть является наиболее детальной. Эта часть отчета может содержать данные об успешных и неуспешных проектах существующих в настоящее время в исследуемой рыночной нише. Обычно включает информацию о количестве проданных или сданных в аренду объектах, ценах, площадях, и цене квадратного метра. В таблицах также собирается информация о стандартных свойствах проектов домов, доступных улучшений проектов домов. Пример такой таблицы показан ниже (см. табл.1).

Таблица 1 — Основные существующие коттеджные городки _____ района

Название городка	Расстояние от Киева	Минимальная цена коттеджа (тыс. $)	Цена с начала реализации с учетом стоимости земли ($/м^2)	Количество коттеджей (квартир) в поселке	Реализовано на данный момент	Средний темп реализации (котт./мес)

Для идентификации конкурентов необходимо объехать все проекты и поговорить с представителем поселка или с менеджером по продажам.
Средние и итоговые данные по рынку покажут, как конкурируют между собой проекты.

Собранные данные также покажут, какие проекты продаются лучше, чем в среднем по рынку. Коттеджные поселки с самой низкой ценой за квадратный метр обычно показывают наибольшую скорость продаж, принимая все прочие факторы равными.

Кроме того, аналитик должен оценить качественные характеристики конкурирующих проектов. Должны быть рассмотрены расположение, дизайн, престиж. Качество управления, инфраструктура, обустройства для отдыха, и все что разделяет успешный проект от менее успешного проекта.

В отдельных случаях, когда для полноценного анализа не хватает данных, необходимо учитывать характеристики домов (коттеджей), продающихся на вторичном рынке. Особенно это необходимо учитывать, когда выработана концепция коттеджного городка бизнес или бюджет класса. В этом случае характеристики домов (коттеджей), особенно в селах, будут непосредственно влиять на уровень цен и динамику продаж коттеджей в строящемся (проектируемом) городке. Все данные о продажах домов (коттеджей) целесообразно свести в таблицу, пример которой показан ниже (табл. 2). При этом данные нужно собирать за период 6-9 месяцев для более полного и качественного анализа.

Таблица 2 – Коттеджи (дома) реализующиеся на вторичном рынке в _____ районе за период с _____ 200__ года по _____ 200__ года

Наименование населенного пункта	Расстояние от Киева	Площадь участка (сот)	Площадь коттеджа (м^2)		Основной материал коттеджа	Стоимость дома (коттеджа) (тыс. у.е.)	Темп реализации
			общая	жилая			

Например, при проектировании коттеджного поселка "Дачный уют" были проанализированы все коттеджные городки (существующие или строящиеся) в Вышгородском районе. Анализ показал, что в Вышгородском районе существует только 5 коттеджных городков. При этом 4 из них (Вышгородские Ворота, Уютный, Петровцы, Красная калина) находятся на расстоянии до 15 км от Киева и позиционируются как коттеджные городки бизнес класса и 1 коттеджный городок (Ясногородская поляна)

располагается на расстоянии до 40 км от Киева и позиционируется как городок эконом класса. Как видно данных для полноценного анализа явно недостаточно. Кроме того, в районе предполагаемого строительства коттеджного городка находится дачный массив, продающиеся дома в котором будут непосредственно влиять на уровень цен и динамику продаж в нашем коттеджном городке. Поэтому было принято решение проанализировать продажи домов (коттеджей) на вторичном рынке. При этом было выдвинуто одно ограничение: анализ проводить не во всем Вышгородском районе, а только в полосе 40-50 км от Киева. В результате такого анализа были получены характерные предложения домов (коттеджей) по площадям и основным строительным материалам, характерные предложения площадей придомовых участков, основной уровень цен на домовладения в Вышгородском районе, а также выявлен недостаток предложений по площадям домов и придомовых участков. Это, в свою очередь, дало возможность разработать концепцию коттеджного городка и определить граничные цены продаж будущих коттеджей.

6.2.7. Идентификация района исследования.

Обычно в качестве границ района следует брать физические границы, которые образуются вдоль транспортных коридоров, а также иногда административными границами. В случае с коттеджным поселком, расположенным рядом с Киевом следует рассматривать и административный район Киева и район, со всеми объектами, находящимися на расстоянии сорока минут проезда от местоположения будущего поселка.

Для анализа необходимо выбирать только поселки с похожими типами строений. В случае если в исследуемом районе нет поселков с похожим типом строений, необходимо брать все проекты, расположенные в данном районе с таким же уровнем цен.

Факторы, которые ограничивают район исследования:
– время проезда до главного центра занятости.
– общественный транспорт (электричка, метро), высокоскоростные магистрали;
– существующие и ожидаемые строительные проекты;
– социально-экономическая композиция (сочетание доходов, возраста, и характеристик домовладений в районе влияет на выбор дома);
– административные границы.

6.2.8. Особенности анализа рынка земли.

Для анализа земельного рынка необходимо выбирать аналоги исходя не только из физических параметров участка, но исходя из стратегии продаж в поселке.

Список возможных комбинаций: опт с коммуникациями и без, с лесными деревьями и без них, розница с коммуникациями и без них, с лесными деревьями и без них. Следует отметить, что в случае планируемой плотной застройки бессмысленно покупать участок с лесными деревьями, так как они будут удалены при строительстве.

2.2.8. Особенности определение площадей строений и участка в проекте

В настоящее время риэлтерские компании публикую рекламную информацию о поселках указывают только минимальную информацию о ценах, площадях, темпах продаж. Зачастую прайс-лист поселка недоступен. Это объясняется необходимостью получать звонки о покупателей.
Что делать для определения характерных предложений для данного рынка?

Для определения типовых площадей в проекте необходимо учесть конкурентные предложения, существующие на первичном, а в некоторых случаях и на вторичном рынке. Обычно данные о предложении можно получить только по единичным объектам в конкурирующих проектах, полный прайс-лист можно получить лишь с большим трудом. А так как на рынке обычно предлагаются проекты застройки (подряд на строительство) и в результате неизвестно точно как будет застроен конкурирующий поселок. Поэтому для решения проблемы определения свободной ниши можно брать только минимальные и максимальные значения.

Например, при проектировании коттеджного поселка "Дачный уют" анализ конкурентной среды и анализ предложений на рынке показал, что в Вышгородском районе Киевской области на удалении 40-50 км от Киева существует характерное предложение домов площадью в диапазоне от 36 до 45 кв.м. при площади придомового участка от 5 до 7 соток в 2006 году и стоимостью от $18 до 23 тыс. с учетом стоимости земельного участка, т.е. в среднем 500 $/м^2. При этом существует недостаток предложения площадей домов в диапазоне от 50 до 150 м^2. при площади придомового участка от 10 до 15 соток в 2006 году. Не предвидится строительство подобных домов в этом районе и в 2007 году. С учетом того, что проектируемый поселок относится к категории эконом класса, то наиболее предпочтительными размерами коттеджей будут коттеджи площадью 50–150 м^2 с площадью участка 0,1 га. Таким образом, мы получим коттеджный поселок, состоящий из 15 домовладений, который максимально использует инфраструктуру (дороги, газоснабжение и т.п.) соседнего дачного массива. При этом целесообразно иметь 2-3 типовых проекта застройки для унификации и придания единого архитектурного замысла коттеджному поселку.

Вопросы для самопроверки

1.Что такое девелопмент?

а) Девелопмент — процесс качественного преобразования недвижимости, обеспечивающий максимальное возрастание ее стоимости;

б) Девелопмент — создание объекта недвижимости и получение прибыли за счет создания объектов, удовлетворяющих потребности покупателей недвижимости;

в) Девелопмент — продвижение проектов, связанных с недвижимостью.

2.Цели и задачи девелоперской компании.

а) Анализ рынка загородной недвижимости.

Подбор и приобретение земельного участка.

Формирование концепции и разработка бизнес-плана проекта

Решение вопросов с государственными структурами и оформление необходимой разрешительной документации.

Формирование схемы финансирования проекта.

Проектирование и строительство

Сдача объекта в эксплуатацию.

Реализация созданного объекта (объектов).

Управление готовым объектом

б) оценка проекта или объекта;

определение оптимального целевого назначения;

продажа объектов;

сдача в аренду;

разработка и реализация концепции продвижения проекта;

построение схемы работы по объекту;

оценка инженерных сетей на объекте;

получение исходно-разрешительной документации;

разработка и согласование проектов;

функции Заказчика;

услуги Генподряда;
технический контроль и надзор;
сдача дома в эксплуатацию;
юридическое сопровождение.

в) выбор экономически эффективного проекта;
получение всех необходимых разрешений на его реализацию от органов власти;
определение условий привлечения инвестиций, разработка механизмов и форм их возврата;
поиск и привлечение инвесторов;
отбор подрядчиков, финансирование их деятельности и контроль за их работой;
реализация созданного объекта недвижимости или передача его в эксплуатацию

3.Какие существуют виды девелопмента?

а) самостоятельный и несамостоятельный девелопмент

б) fee-development и speculative development

в) девелопмент загородной недвижимости и девелопмент коммерческой недвижимости;

4.Какие существуют стадии девелопмента?

а) оценка проекта или объекта;
определение оптимального целевого назначения;
продажа объектов;
сдача в аренду;
разработка и реализация концепции продвижения проекта;
построение схемы работы по объекту;
оценка инженерных сетей на объекте;
получение исходно-разрешительной документации;

б) выбор экономически эффективного проекта;
получение всех необходимых разрешений на его реализацию от органов власти;
определение условий привлечения инвестиций, разработка механизмов и форм их возврата;
поиск и привлечение инвесторов;
отбор подрядчиков, финансирование их деятельности и контроль за их работой;
реализация созданного объекта недвижимости или передача его в эксплуатацию;

в) Предпроектная стадия
Стадия проектирования
Стадия строительства
Стадия реализации

5.Цель анализа рынка.

а) поиск наиболее перспективной ниши на рынке загородной недвижимости и разработка оптимальной концепции по ее заполнению;

б) обоснование создания объекта недвижимости и получения прибыли;

в) поиск бизнес-решения, четко дающего ответ на вопрос: какой проект будет максимально эффективен на данном конкретном месте

6.Что предусматривает анализ рынка до выбора и покупки участка?

а) определение наиболее перспективного участка;
б) выявление, недостатка предложения в основных сегментах рынка;
в) нахождение свободной строительной площадки.

7.Что должен включать анализ спроса?
а) анализ спроса должен включать демографические и экономические характеристики домовладельцев в заданном географическом районе;
б) анализ спроса должен включать поиск покупателей на строящийся объект;
в) анализ спроса должен включать

8.Что предусматривает анализ конкурентной среды?
а) анализ конкурентной среды обычно включает информацию о количестве и качестве коттеджных городков;
б) анализ конкурентной среды обычно включает информацию о количестве проданных или сданных в аренду объектах, ценах, площадях, и цене квадратного метра, а также может предусматривать анализ характеристик домов (коттеджей), продающихся на вторичном рынке;
в) анализ конкурентной среды обычно включает информацию о всех объектах недвижимости, продающихся в данном районе.

Нормативные документы
Законы Украины:
"Про архітектурну діяльність"
"Про основи містобудування"
"Про планування і забудову територій"
"Про інвестиційну діяльність"
"Про відповідальність підприємств, їх об'єднань, установ та організацій за правопорушення у сфері містобудування"
"Господарський кодекс України"
"Сімейний кодекс України"
Постановления Кабинета Министров Украины:
"Про затвердження Порядку проведення архітектурних та містобудівних конкурсів";
"Про порядок надання архітектурно-планувального завдання та технічних умов щодо інженерного забезпечення об'єкта архітектури і визначення розміру плати за їх видачу";
"Про порядок затвердження інвестиційних програм і проектів будівництва та проведення комплексної державної експертизи";
"Про затвердження Правил охорони поверхневих вод від забруднення зворотними водами";
Приказ Госстроя Украины "Положення про ескізний архітектурний проект"
ГСН 360-92 "Градостроительство. Планирование и настройка городских и сельских поселений";
ГСН В.2.2.15-2005 "Жилые дома. Основные положения".

Модуль 7. Основы строительного дела, архитектуры и градостроения.

В данном учебном модуле изучаются различные классификации зданий и сооружений, которые позволяют всесторонне оценить объект как по его функциональным, так и по конструктивным особенностям. На изучение данного модуля потребуется 6 часов.

Содержание

Цели и задачи модуля
7.1. Классификация зданий и сооружений по их назначению.
7.2. Классификация жилых зданий в соответствии с этапами развития жилищного строительства на Украине.
7.3. Классификация по капитальности зданий.
7.4. Классификация зданий по конструктивным типам.
Вопросы для самопроверки

После изучения данного модуля Вы должны:

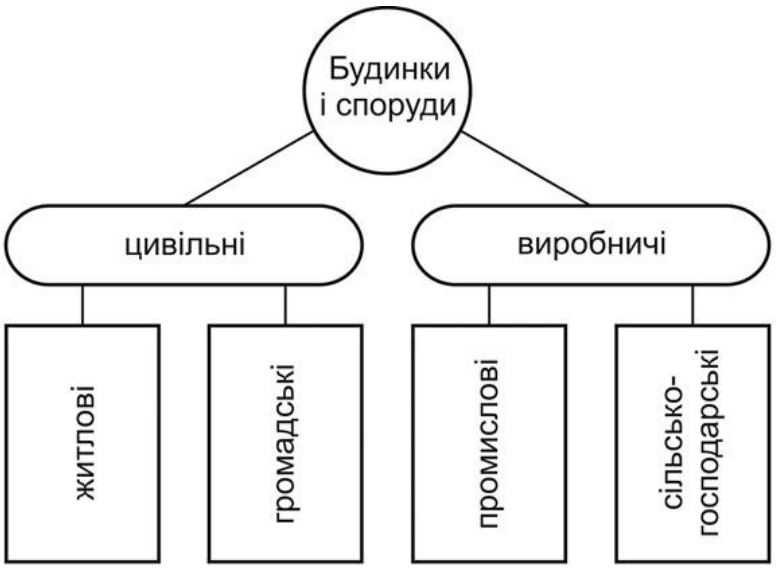
1. Уметь различать здания и инженерные сооружения.
2. Уметь классифицировать здания и сооружения по их назначению.
3. Знать этапы развития жилищного строительства на Украине.
4. Понимать связь конструктивного решения здания с этапом развития жилищного строительства на Украине.
5. Знать, что такое капитальность здания.
6. Уметь отнести здание к той или иной группе капитальности.
7. Уметь различать конструктивные типы зданий.

7.1. Будівельна продукція. Основні поняття. Класифікація будівель за призначенням.

Будівельна продукція – це завершені будівництвом і здані в експлуатацію будівлі і споруди.

Будівлі – це різноманітні наземні споруди, які мають внутрішній простір, призначений для того чи іншого виду діяльності людини.

Споруди – це будови спеціального призначення, які призначені для виконання технічних функцій.



За поверхо-вістю	Малоповерхові	Середньої поверховості	Багатоповерхові			Висотні
	1-2	3-5	6-9	10-16	16-25	понад 25
За типом комунікацій доступу в квартиру	Індивідуальні					
	Блоковані					
		Секційні				
		Коридорні				
		Галерейні				
		Комбінованої структури				

Будівлі залежно від функціонального призначення поділяються на цивільні, промислові та сільськогосподарські.
Цивільні будівлі поділяють на житлові та громадські.
Житлові будівлі включають квартирі будинки та гуртожитки.

Громадські будівлі поділяють на наступні групи:

1. Будівлі дитячих закладів.
2. Будівлі охорони здоров’я та відпочинку.
3. Будівлі фізкультурно – оздоровчі та спортивні.
4. Будівлі культурно –просвітницькі та видовищні заклади.
5. Будівлі підприємств торгівлі і громадського харчування.
6. Будівлі підприємств побутового обслуговування.
7. Будівлі науково- дослідницьких установ, проектних і громадських організацій та управлінь.

8. Будівлі транспортні.
9. Будівлі комунальних господарств.
10. Багатофункціональні будівлі і комплекси з приміщеннями різного призначення.

До промислових відносять будівлі, які обслуговують промисловість і транспорт, наприклад фабрики, заводи, майстерні, електростанції т.п. До сільськогосподарських відносять будівлі, які призначені для задоволення потреб сільського господарства, наприклад птахоферми, теплиці, склад т.п.

7.2 Класифікація житлових будівель у відповідності до етапів розвитку житлового будівництва в Україні.

Житловий фонд України за часом будівництва умовно поділяють на наступні групи:

1. старовинні будівлі (час забудови –до 1925р.)
2. довоєнна забудова (з 1925 по 1941р.)
3. післявоєнна (сталінська) забудова (з 1945 по 1986р.)
4. типові будівлі масової забудови «хрущьовки» (з 1957 по 1965р.)
5. покращене панельне будівництво (з 1965 по 1991р.)
6. будівництво будівель в ринкових умовах.

Об’ємно – планувальні та конструктивні особливості груп будівель

групи житлового фонду	групи за внутрішніми планувальними ознаками	кількість кімнат	площа квартир (кімнат)	висота приміщення	примітка
старовинні будівлі;	будівлі дореволюційної забудови коридорної та галерейної системи	10-20	(20-35 м$^{2)}$	до 3,5м	В квартирі передбачалась одна кухня і дин санвузол.
	будівлі з хаотичним плануванням	-	-	-	Будівлі перепланові в після революційних період.
довоєнна	житлові будівлі забудови до 1925 року	6-9	100-150 м^2	до 4м	Наявність просторих кухонь і передпокоїв, кімнат для прислуги. В плануванні

забудова; післявоєнна (сталінська) забудова					квартир використовувався принцип зонування.
	секційні будівлі дореволюційної, довоєнної і післявоєнної забудови	2-5 -	до 80 (15-20 м^2)	3-3,5м 3-3,5м	- Будівлі розраховувались на комунальне заселення.
типові будівлі масової забудови «хрущьовки»; покращене панельне будівництво	житлові будівлі , які зведені в період індустріального житлового будівництва	1-3 1-3	6-14 м^2 10-18,5 м^2	2,48- 2,7м 2,8-3,0м	Будівлі розраховувались на заселення однієї сім'ї.
будівлі в ринкових умовах.					

7.3 Класифікація за капітальністю будівель.

Ефективний термін довговічності будівель визначається рішенням окремих елементів будівлі.

В основному на термін довговічності будівель впливають фундаменти та несучі стіни, оскільки їх відновлення пов'язане з затратами , які є економічно недоцільними у порівняні з прибутками, які може принести подальша експлуатація будівлі.

Класифікація житлових будівель за капітальністю та строком служби

Група капітальності	Характеристика будівель та їх конструктивних елементів	Строк служби (роки)
I	Будівлі кам'яні, особливо капітальні цегляні стіни товщиною в 3 цегли і більше або цегляні з залізобетонним чи металевим каркасом, перекриття залізобетонні або бетонні. Будівлі великопанельні з залізобетонним перекриттям	150
II	Будівлі із цегляними стінами товщиною в 1,5- 2,5 цегли, перекриття залізобетонні, бетонні або дерев'яні, крупноблочні	125

	будівлі із залізобетонними перекриттями	
III	Будівлі з стінами полегшеної кладки із цегли, монолітного шлакобетону, легких шлакоблоків, черепашника, перекриття залізобетонні, бетонні або дерев'яні	100
IV	Будівлі з стінами змішаного типу, дерев'яними з колод або брусків	50
V	Будівлі збірно – щитові, каркасно- засипні, глинобитні, змішані	30
VI	Будівлі каркасно –очеретяні та інші полегшені	15

Класифікація громадських будівель за капітальністю та строком служби

Група капітальності	Характеристика будівель та їх конструктивних елементів	Строк служби (роки)
I	Будівлі особливо капітальні з залізобетонним або металевим каркасом, із заповненими кам'яними матеріалами	175
II	Будівлі капітальні з стінами із штучних каменів або крупноблочні; колони або стовпи залізобетонні або цегляні; перекриття залізобетонні або камяні	150
III	Будівлі з стінами із штучних каменів або крупноблочні; колони і стовпи залізобетонні або цегляні, перекриття дерев'яні	125
IV	Будівлі з стінами полегшеної кам'яної кладки; колони і стовпи залізобетонні або цегляні, перекриття дерев'яні	100
V	Будівлі з стінами полегшеної кам'яної кладки; колони і стовпи цегляні або дерев'яні, перекриття дерев'яні	80
VI	Будівлі дерев'яні з колод або брусів	50
VII	Будівлі дерев'яні, каркасні або щитові	25
VII	Будівлі очеретяні та інші полегшені	15
IX	Палатки , павільйони ларьки	10

Приведені строки служби будівель є усередненими і для кожної конкретної будівлі в залежності від умов її експлуатації можуть відхилятись в ту чи іншу сторону.

7.4 Класифікація будівель за конструктивними типами. Конструктивні елементи будівель.

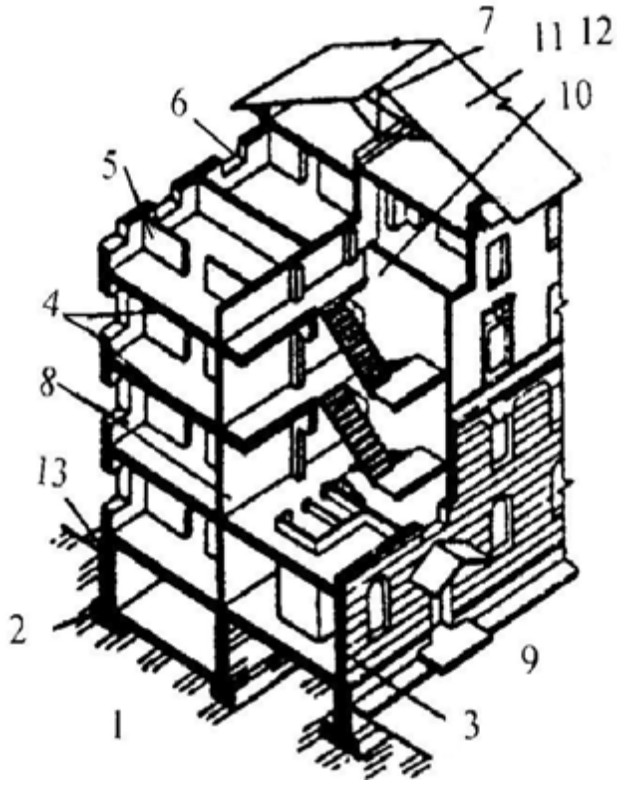
Конструктивні елементи будівлі: фундаменти, стіни, колони і перекриття, які з'єднуючись між собою в просторі, утворюють несучий кістяк.

За особливостями розташування несучих елементів кістяку розрізняють наступні конструктивні типи будівель:

- безкаркасний (з несучими стінами) у вигляді системи сот, які утворені стінами і перекриттями.
- каркасний у вигляді багатоярусної просторової системи, яка складається з колон і міжповерхового перекриття. Несучими елементами в таких будівлях є колони, ригеля і перекриття, а роль огороджуючих елементів виконують зовнішні стіни.
- З неповним каркасом. У таких будівлях поряд з внутрішнім рядом колон навантаження від міжповерхового перекриття сприймають зовнішні стіни.

До структурних конструктивних частин будівель відносять: основи і фундаменти, стіни, перекриття, окремі опори, каркаси, дахи і покриття, перегородки, сходи, вікна і двері є низка інших частин, характерних для будівель різного призначення, які будуть розглядатися далі разом з переліченими.

Основами називають ґрунти, на яких розташовують будівлі. Навантаження від будівель сприймають основи через фундаменти, на які вони безпосередньо спираються.



Основні конструктивні елементи
житлової будівлі:
1 – основа; 2 – фундамент; 3 – стіна; 4 – перекриття; 5 – перегородка; 6 – підлога; 7 – дах; 8 – вікно; 9 – двері; 10 – сходова клітка; 11– покриття; 12 – покрівля; 13 – вимощення

Фундаменти – це підземні конструктивні елементи будівель, що сприймають навантаження від розташованих вище них конструктивних елементів і передають їх на основи.

Стіни це – звичайно вертикальні конструкції, що відокремлюють приміщення від зовнішнього простору (зовнішні стіни) або від інших приміщень (внутрішні стіни), у чому полягає їхня огороджувальна функція.

Перекриття – горизонтальні конструкції, що розділяють внутішній простір будівлі на поверхи та призначені для розташування наних людей, меблів і устаткування. Перекриття виконують одночасно несівну і огороджувальну (зверху і знизу приміщення) функції. Вони сприймають навантаження і передають їх на вертикальні несівні конструкції (стіни, цегельні стовпи або колони каркаса). Окрім того, перек-

риття виконують важливу функцію у забезпеченні просторової стійкості та жорсткості будівель.
Окремі опори – це стійки (колони, стовпи) для підтримки перекриттів, стін чи даху. Вони служать для передачі навантаження від них на фундаменти. Перекриття можуть спиратися безпосередньо на колони, але частіше вони спираються на покладені по колонах балки перекриттів, які називають ще прогонами або ригелями.
Дах – верхня частина будівлі, що відокремлює його внутрішній простір від зовнішнього середовища і захищає від атмосферних опадів і інших навантажень і дій згори. Для водовідведення дах виконують зі схилами (похилими площинами), по яких утворюють верхню водонепроникну оболонку – покрівлю. Під нею дах має власний внутрішній простір – горище.
Навантаження, що приходяться на дах, сприймають
її несівні елементи – крокви. Таким чином, дах у цілому сполучає несівну і огороджувальні функції.
Дах разом з горищним перекриттям називають покриттям. У багатьох будівлях (особливо при їх великих поперечних розмірах) удаху відсутнє горище. Тоді функції горищного перекриття і даху поєднують в одній конструкції, яка називається суміщеним покриттям.
Перегородки – відносно тонкі внутрішні стінки, що поділяють внутрішній простір в межах одного поверху на окремі приміщення.
Перегородки звичайно спирають на кожнім поверсі на перекриття і ніякого наванта -ження, окрім власної ваги, не несуть.
Сходи служать для сполучення між поверхами. Як правило, у будівлях їх розташо- вують в окремих приміщеннях з неспаленими стінами – сходових або сходово-ліфтових клітках.
Для природного освітлення приміщень та їх провітрювання служать вікна – засклені конструкції, що вставляють у віконні прорізи зовнішніх або (рідше) внутрішніх стін.
Сполучення між приміщеннями на одному поверсі, а також між приміщеннями і зовнішнім простором здійснюють за допомогою дверей – глухих або частково (іноді цілком) засклених конструкцій, що вставляють у дверні прорізи внутрішніх і зовнішніх стін.

*** Оцінка технічного стану будівель.

Враховуючи, що будівля являє собою складну технічну систему ,яка складається з великої кількості елементів, її загальний технічний стан визначається технічним станом кожного з цих елементів. Зрозуміло, що ступінь впливу різних елементів будівель на оцінку її експлуатаційну надійність достатньо різна. Найперше цей показник залежить від фундаментів та стін будівлі. Менший впливає стан перекриття, дах і т.п. Останнє місце у цьому ряду займають підлоги та опорядження внутрішніх поверхонь. Слід зауважити, якщо мова йдеться про оцінку окремого приміщення, питання технічного стану інженерних систем і опорядження

можуть мати таке ж саме значення, я і технічний стан несучих елементів будівлі.

Перелік пошкоджень по окремим елементам

Елементи будівлі	Характерні ознаки пошкоджень
Фундаменти стрічкові, стовпчасті, пальові	Тріщини в цоколі і під вікнами першого поверху; сліди вологи на поверхні цоколю і стін; помітні викривлення цоколю; викривлення горизонтальних ліній по всій висоті стіни; масові наскрізні тріщини на всю висоту будівлі; випирання ґрунту і руйнування стін підвалу
Стіни: 1)цегляні	Тріщини, вивітрювання розчину зі швів, відшарування і відпадання штукатурки або облицювання; сліди вологи на поверхні стіни, випадання окремих цеглин, тріщини в карнизах і перемичках, тріщини у простінках, наскрізні тріщини в перемичках і в під віконними прорізами, відхилення від вертикалі
2)панельні	Мілкі вибоїни, осадові тріщини, пошкодження оздоблення панелей, іржаві патьоки, відшарування захисного шару бетону, сліди протікання і промерзання всередині будівлі, висоли, руйнування стиків, тріщини в панелях, зміщення панелей, руйнування вузлів кріплення панелей
Перекриття: 1)дерев'яні	Осадові тріщини в штукатурці, часткове відшарування і відпадання штукатурки, сліди вологи, діагональні тріщини на стелі, помітна хиткість, помітний прогин, ураження гниллю та жучками, тимчасове кріплення перекриття
2)залізобетонні	Тріщини в швах між плитами і вздовж балок, зміщення плит або балок між собою по висоті, сліди протікання в місцях спирання на несучі стіни, поперечні тріщини, помітний прогин, відшарування захисного шару і корозія арматури, зміщення і тріщини в місцях спирання
Сходи залізобетонні	Окремі вибоїни і тріщини в сходах, пошкодження поручнів, тріщини в сходових площадках, тріщини в косоурах, оголення арматури, прогини косоурів і маршів; розхитаність огороджуючих решіток; тріщини в місцях спирання косоурів на несучі конструкції
Перегородки	Мілкі тріщини, відшарування штукатурки, тріщини в місцях примикання до суміжних конструкцій, сліди вологості, деформація площини, враження гниллю, жучком (для дерев'яних елементів), масові тріщини по всій поверхні, помітні відхилення від вертикалі
Балкони	Пошкодження огородження, сліди вологи на нижній поверхні і на ділянках стін, які примикають, на нижній поверхні іржаві плями, тріщини, відшарування захисного шару бетону; оголення і корозія арматури; прогинання плити; великі тріщини; руйнування огородження
Дахи: 1) дерев'яні	Ослаблення кріплень у вузлах з'єднань; зволоження деревини; враження гниллю обрешітки, крокв, мауерлатів; враження жучком; прогинання обрешітки і крокв
2) залізобетонні суміщені	Вибоїни; пробоїни; тріщини в панелях; сліди протікання і промерзання; прогини панелей; часткове руйнування панелей
Внутрішні системи водонесущих комунікацій	Ослаблення прокладок і ущільнень запірної арматури, ослаблення місць приєднання приладів, пошкодження емалевого покриття, пошкодження пофарбування, протікання в місцях різьбових з'єднань і приєднання приладів, враження корозією, протікання
Системи енергопостачання	Ослаблення кріплень і відсутність окремих приладів, пошкодження ізоляції, несправність мережі та сліди ремонту

*** Види зношеності будівлі

Процес експертної оцінки об'єктів нерухомості завжди пов'язаний з визначенням втрати їх вартості, яка викликана впливом різних видів зношування.

Загальноприйнято враховувати наступні види зношування:

- фізичне;
- функціональне;

- економічне.

Під фізичним зношенням конструкцій, технічних пристроїв, будівель в цілому розуміють погіршення їх первинних техніко – економічних показників внаслідок впливу природньо – кліматичних, технологічних факторів та життєдіяльності людей.

Укрупнена шкала оцінки фізичного зношування елементів будівлі

Фізичне зношення,%	Оцінка технічного стану	Загальна характеристика технічного стану
0-20	добре	Пошкоджень і деформацій немає. Мають місце окремі пошкодження, які не впливають на експлуатацію елементів і можуть бути усунені в період поточного ремонту
21-40	задовільно	Елементи будівлі в цілому придатні до експлуатації, однак потребують капітального ремонту
41-60	незадовільно	Експлуатація елементів будівлі можлива лише при умовах проведення капітального ремонту
61-80	стара	Стан несучих конструкцій аварійний. Виконання елементами своїх функцій можливий лише при проведені робіт по їх підсиленню або повній заміні
81-100	непридатна	Елементи будівлі знаходяться в зруйнованому стані

Функціональне зношенням – невідповідність окремих характеристик об’єктів нерухомості сучасним ринковим вимогам. Серед факторів, які пов’язані з функціональним зношенням , можна назвати об’ємно – планувальні рішення будівлі, рівень її благоустрою та оздоблення, якість матеріалів, архітектурно-естетичні характеристики, комфортність та інші функціональні характеристики.

Економічне зношення, у більшості випадків пов’язане з поняттям зовнішнього зношення – тобто, зменшення вартості майна внаслідок впливу зовнішніх факторів. У якості зовнішніх факторів можуть виступати як політичні, економічні, соціальні та інші проблеми, а також проблеми безпосереднього територіального розміщення і оточення об ’єкту.

Нормативные документы к теме «Классификация зданий и сооружений»:

1. ДБН В.2.2-15-2005 Будинки і споруди. Житлові будинки. Основні положення.
2. ДБН В.2.2-9-99 Будинки і споруди. Громадські будинки і споруди. Основні положення.
3. СНиП 2.09.03-85 Сооружения промышленных предприятий.
4. КДП 204/12 Україна 193 - 91 «Положення про систему технічного обслуговування, ремонту та реконструкції жилих будинків в містах і селищах України».

Вопросы для самопроверки

1.Здание отличаются от инженерного сооружения тем, что:

А) здание – это сооружение, в котором располагаются помещения, необходимые для того или иного вида человеческой деятельности, а инженерные сооружения - это строительные объекты, предназначенные для выполнения технических функций.
Б) Здание ничем не отличается от сооружения.
В) здание – это сооружение, предназначенное для выполнения технических функций, а инженерные сооружения - это строительные объекты, в которых располагаются разного рода помещения.

2.Все здания можно разделить на группы:

А) промышленные, сельскохозяйственные.

Б) гражданские, промышленные и сельскохозяйственные.
В) гражданские, промышленные, жилые.

3. Жилищный фонд Украины по времени строительства условно делится на следующие группы:

А) старинные здания, довоенная застройка, послевоенная (сталинская) застройка, типовые здания массовой застройки (хрущевки), улучшенное панельное строительство, строительство зданий в рыночных условиях.
Б) старинные здания, довоенная застройка, типовые здания массовой застройки (хрущевки), улучшенное панельное строительство, строительство зданий в рыночных условиях.
В) довоенная застройка, послевоенная (сталинская) застройка, типовые здания массовой застройки (хрущевки), улучшенное панельное строительство, строительство зданий в рыночных условиях.

4. Для каких этапов развития жилищного строительства на Украине характерно применение ленточных фундаментов, выполненных из кирпича или бутобетона?

А) жилые дома постройки до 1925 года; остальные типы зданий с хаотичной планировкой, в том числе бывшие особняки, общественные, промышленные и складские здания, обращенные в жилье в послереволюционный период.
Б) жилые дома постройки до 1925 года; секционные дома дореволюционной, довоенной и послевоенной застройки / по 1956 год/; остальные типы зданий с хаотичной планировкой, в том числе бывшие особняки, общественные, промышленные и складские здания,

обращенные в жилье в послереволюционный период; жилые дома, построенные в период массового индустриального жилищного строительства
В) жилые дома постройки до 1925 года; секционные дома дореволюционной, довоенной и послевоенной застройки / по 1956 год/; остальные типы зданий с хаотичной планировкой, в том числе бывшие особняки, общественные, промышленные и складские здания, обращенные в жилье в послереволюционный период.

5. С какого времени в жилых домах начинают применяться железобетонные перекрытия?

А) с 50х годов
Б) с 60х годов
В) с 70 годов

6. Сколько групп капитальности имеют жилые здания.

А) 6 групп
Б) 8 групп
В) 4 групп

7. Здания со стенами облегченной кладки из кирпича, монолитного шлакобетона, легких шлакоблоков, ракушечника, перекрытия железобетонные, бетонные или деревянные относятся к:

а) первой группе капитальности;
б) второй группе капитальности;
в) третей группе капитальности.

8. Сколько групп капитальности имеют общественные здания?

А) 7 групп
Б) 9 групп
В) 6 групп

9. Многоярусная пространственная система, состоящая из колонн и междуэтажных перекрытий относится к конструктивному типу:

а) с несущими стенами,
б) каркасному,
в) смешанному.

Модуль 8. Оценка технического состояния зданий. Виды износов зданий.

В этом учебном модуле приведены данные о возможных неисправностях отдельных элементов зданий, с которыми может встретиться риэлтер при осмотре объекта. При этом указывается, какие неисправности, каких элементов зданий являются наиболее важными с точки зрения обеспечения эксплуатационной надежности сооружения. Дана классификация всех износов, которые могут влиять на снижение стоимости объекта.
На изучение данного модуля потребуется 2 часа.

Содержание

Цели и задачи модуля
8.1. Неисправности элементов зданий.
8.2. Виды износов зданий.

Вопросы для самопроверки

После изучения данного модуля Вы должны:

1. Знать, какие неисправности могут характеризовать техническое состояние каждого элемента здания.
2. Различать степень влияния каждой неисправности на эксплуатационную надежность сооружения.
3. Знать, какие виды износа присущи зданию.
4. Уметь оценить величину физического износа элемента здания.

Здания подвергаются различным воздействиям, они изнашиваются, стареют, разрушаются, вследствие чего их эксплуатационные качества ухудшаются, и со временем они перестают соответствовать своему назначению

Причины, вызывающие неисправности зданий и их элементов:

1. внешние воздействия (естественные и искусственные): солнечная радиация, перепады температуры, почву, растительность, биологические вредители, сейсмичность, оползни, атмосферные осадки (вид, количество, интенсивность), грунтовые воды, мороз, ветер (направление, скорость, интенсивность) , влажность, агрессивные газовые выбросы (промышленность, автотранспорт), техногенные нагрузки;
2. внутренние воздействия (естественные и искусственные): биологические вредители, влажность, перепады температуры, технологические процессы, деятельность людей;
3. ошибки, допустили при проектировании и сооружении здания;
4. неэффективна техническая эксплуатация здания

По степени разрушения и значимости последствий можно выделить 3 категории неисправностей:
1. аварийного характера, вызванные совокупностью воздействий различных факторов, надо выполнять восстановление отдельных элементов или всего здания;
2. основных элементов неаварийного характера его устраняют во время капитального ремонта или реконструкции;
3. второстепенных элементов, их устраняют при текущем ремонте.

В процессе технической эксплуатации необходимо, прежде всего, выявить наиболее опасные места, с которых начинается разрушение конструктивных элементов здания и установить за ними постоянное наблюдение. Начало разрушения всегда обусловлен определенными разрушительными факторами или их совокупности. Такие факторы должны быть выявлены при осмотре конструктивных элементов в начале их образования и устранены в процессе технической эксплуатации. Чтобы предотвратить появление неисправностей, важно выявить основные факторы, ухудшающие эксплуатационные свойства здания всего.

8.1. **Неисправности элементов зданий**

Наиболее характерные слабые места, с которых начинается разрушение конструкций здания:

На крыше: места соединения кровли с трубами и другими надстройками, с воронками внутренних водостоков; карнизы, ендовы, утеплитель, защитная окраска кровли;

На стене: стыки панелей, закладные детали и соединения, утеплитель панелей, простенки и перемычки, места прохождения водостоков, защитное покрытий;

На цоколе: места сопряжения стен с отмосткой, отделочный защитный слой, горизонтальная гидроизоляция;

В перекрытии: середина прогона, опорная часть, зона увлажнения и сосредоточения нагрузок, швы между панелями, место прохождения трубы;

В фундаментах: места сопряжения с отмосткой, зона увлажнения и зона промерзания почвы;

В подвалах: зоны застоя и притока воды, увлажнения и вымывания основ, зона промерзания и движения устоев, зона перегрузки.

8.2. **Виды износов зданий.**

Износ здания - это процесс ухудшения эксплуатационных показателей здания и элементов первичных эксплуатационных качеств во времени (с учетом изменения требований) под влиянием различных факторов (внутренних и внешних, природных и искусственных). Этот процесс неизбежен.

Задачей технической эксплуатации зданий является недопущение ускоренного, преждевременного износа, «торможение» естественного износа, уменьшение износа, благодаря этому увеличивают срок службы здания и его элементов. Выделяют два вида износа зданий: физический и моральный.

Физический износ - это величина, характеризующая степень ухудшения первичных эксплуатационных показателей, обусловленных снижением физико-технических характеристик; это потеря со временем конструктивными элементами, инженерно-техническим оборудованием и зданием в целом начальных физико-технических и эксплуатационных свойств.

Моральный износ - это величина, характеризующая степень несоответствия эксплуатационных показателей существующего здания (за исключением технических характеристик) современным социальным и эксплуатационным требованиям.

Основными причинами физического износа является влияние природных и искусственных технологических и функциональных факторов. Все они разные по способу воздействия, сложные по своей природе, некоторые из них непредсказуемы.

На физический износ зданий влияет много факторов. Даже здания, сведены одной и той же организацией по одному проекту, в одно и то же время, в зависимости от уровня эксплуатации по величине износа могут отличаться в 3 раза. Многоэтажные здания изнашиваются быстрее, чем малоэтажные.

Физический износ элементов, как и здания в целом, при их технической эксплуатации имеет определенные закономерности (периоды).

Первый период - этап повышенного износа, приработки и деформаций после приема здания в эксплуатацию, длительность которого составляет, как правило, гарантийного срока. Повышенный износ в этот период объясняется скрытыми дефектами материалов, конструкций и элементов инженерного оборудования, недостатками их монтажа и небрежным их приемом в эксплуатацию.

Второй период - этап медленного износа, во время которого накапливаются необратимые деформации, приводящие к структурным изменениям материала, медленного его разрушения.
Этот период нормальной эксплуатации (самый большой) продолжается весь нормативный срок эксплуатации и характеризуется износом и разрушением в зависимости от материалов и условий технической эксплуатации.

Третий период - этап ускоренного износа, когда элементы здания отработали свой нормативный срок эксплуатации, пришли в негодность или опасными для дальнейшей эксплуатации и подлежат капитальному ремонту, реконструкции или демонтажа.

Моральный износ (старение) - это уменьшение или потеря на момент оценки отдельных эксплуатационных свойств в соответствии с нормативными объемно-планировочных, архитектурно-строительных, санитарно-гигиенических норм и других современных потребностей людей и требований производства. Современные эксплуатационные и социальные требования касаются к комфорту, благоустройства, планирования. Моральный износ в большинстве случаев возникает раньше, чем физический износ и независимо от него. Здания могут быть прочными, с незначительным физическим износом, но устаревшими «морально».
Такие здания необходимо реконструировать, переоборудовать для того, чтобы они соответствовали современным требованиям научно-технического прогресса. Признаками морального износа является несоответствие планировки квартир современным требованиям и нормам (малая площадь кухонь, коридоров), несоответствие инженерного оборудования зданий современным требованиям и нормам.

(Например, отсутствие лифтов и мусоропроводов в шестиэтажных домах, отсутствие горячего водоснабжения), недостаточный благоустройство прилегающей территории (озеленение, автостоянки, мусорные контейнеры) и др.

Моральный износ имеет две формы. Моральный износ 1-й формы связан с уменьшением стоимости во время существования здания по сравнению с ее стоимостью на период строительства. Это объясняется развитием науки и техники, вызывает уменьшение со временем доли общественно необходимых трудозатрат и применением эффективных материалов и конструктивных решений на строительство аналогичной здания на момент оценки.

Моральный износ 2-й формы определяет старение здания или его конструктивных элементов относительно существующих норм, то есть несоответствие объемно-

планировочных, архитектурно-конструктивных, санитарно-гигиенических и других условий требованиям действующих нормативных документов;
это несоответствие здания или элементов измененным эксплуатационным и социальным требованиям (современные требования к комфорту выше тех, что были когда-то во время строительства существующего здания) потеря зданием определенной доли технологической соответствия ее назначению, восстановление которой связано с дополнительными затратами.

Эту форму морального износа оценивают относительными расходами, связанными с устранением этого износа для конкретных элементов (перепланировка квартир, обеспечение отсутствовать инженерными системами и инженерным оборудованием и др.) Для достижения существующих современных требований.

Нормативные сроки эксплуатации жилых домов массовой постройки

Тип дома	время постройки	срок эксплуатации	сроки реконструкции	время сноса (нормативный срок)
Сталинские довоенные	1930-40	125	1990-2005	2050-2070
Сталинские послевоенные	1945-55	150	2020-2030	2095-2105
«Хрущевки» панельные	1955-70	50	Разрабатывается комплексная программа реконструкции	2005-2020
Кирпичные пятиэтажки	1955-70	100	2015-2030	2055-2070
Панельные и блочные 9-16-ти этажные	1965-80	100	Реконструкция по строительным нормам не предусмотрена	2055-2080
Современные кирпичные и монолитные	1980-98	125-150	2050-2070	2105-2150
Современные панельные	1980-98	100-120	Реконструкция по строительным нормам не предусмотрена	2070-2105

Нормативный акт!

Нормативные документы к теме «Оценка технического состояния зданий. Виды износов зданий»:

1.Національний стандарт № 1 "Загальні засади оцінки майна та майнових прав", затверджений постановою Кабінету Міністрів України № 1440 від 10 вересня 2003 року.
2.Національний стандарт №2 "Оцінка нерухомого майна", затверджений постановою Кабінету Міністрів України № 1442 від 28.10.2004 р.
3."Правила оцінки фізичного зносу житлових будинків", затверджені наказом №52 Держжитлокомунгоспу України від 02.07.93.

Вопросы для самопроверки

1.Для всех видов фундаментов характерны неисправности:

а) трещины в цоколе и под окнами первого этажа; следы влажности на поверхности цоколя и стен; заметное искривление цоколя; искривление горизонтальных линий по всей высоте стены; массовые сквозные трещины на всю высоту здания; выпирание грунта и разрушение стен подвала.

б) трещины в цоколе, в швах между плитами и под окнами первого этажа.

в) отдельные выбоины, трещины и следы увлажнения.

2. Для каких конструкций перекрытия характерны следующие неисправности – «усадочные трещины в штукатурке, частичное отслоение и отпадение штукатурки, следы увлажнения, диагональные трещины на потолке, заметная зыбкость, заметный прогиб, поражения гнилью и жучками»:

а) деревянных;
б) железобетонных;
в) металлических.

3. Отсутствие канализации в здании относится к износу:

а) физическому,
б) функциональному
в) внешнему.

4. К какому диапазону физического износа следует отнести износ элемента здания, если он в целом пригоден к эксплуатации, однако требует капитального ремонта:

а) 0-20%
б) 21 -40%
в) 41- 60%.

Модуль 9. Основы оценки недвижимости. Методы оценки.

В этом учебном модуле Вы узнаете о технологии проведения оценки недвижимости и методах такой оценки

9.1. Оценка недвижимости: основные принципы и подходы.
9.2. Методические подходы при проведении оценки недвижимости.

Вопросы для самопроверки

После изучения данного модуля Вы должны:

1. Знать, каким образом производится оценка недвижимости в Украине.
2. дать характеристику методологическим подходам при проведении оценки недвижимости.
3. Знать последовательность производства оценки недвижимости и уметь составлять отчет.

9.1.Оценка недвижимости: основные принципы и подходы.

Оценка недвижимости – это аналитический процесс анализа физических, экономических, социальных и других факторов, влияющих на стоимость, формализации количественного измерения влияния этих факторов, определение величины стоимости.

Стоимость – экономическая категория выражения денежной связи между товарами и/или услугами, доступными для приобретения, с одной стороны, и теми, кто их покупает и продает с другой. Стоимость является расчетной величиной ценности объекта на конкретный момент времени в соответствии с выбранным толкованием стоимости и сделанных допущениях при ее определении. Стоимость товара и/или услуги может как совпадать с ценой и затратами, так и существенно отличаться.

Цена – это денежная сумма, предлагаемого или уплаченная за товар и/или услуги.
В отличии от стоимости, которая является гипотетической (предполагаемой) величиной в сделке, цена проявляется как исторический факт денежного выражения заключенной сделки и относится к конкретному месту и времени.

Затраты – это денежная сумма, равная издержкам на создание товара и/или услуги.
При оценке объектов недвижимости могут определяться разные виды стоимости в зависимости от конкретных ситуаций, задач и целей оценки.

Одной из основных задач практической работы оценщиков является правильный выбор определяемой стоимости, адекватно отражающий конкретную ситуацию.
Несмотря на некоторые различия в формулировках и видах стоимостей в разных странах на уровне профессиональных международных организаций можно утверждать, что смысловая нагрузка понятий основных видов стоимости понимается вполне однозначно.

Значок Нормативный акт!

В Украине, применяемые при оценке виды стоимости, регламентируются Национальным Стандартом № 1 «Общие положения оценки имущества и имущественных прав», утвержденных Постановлением Кабинета Министров Украины от 10.09.2003 года за № 1440 (НС 1).

Согласно этого Стандарта при оценке, в т.ч. и при оценке недвижимости, используются следующие виды стоимости:

1.Рыночная стоимость;
2.Ликвидационная стоимость;
3.Стоимость замещения;

4.Стоимость воспроизводства;
5.Остаточная стоимость замещения (воспроизводства);
6.Стоимость ликвидации;
7.Специальная стоимость;
8.Инвестиционная стоимость;
9.Стоимость в использовании;
10.Оценочная стоимость.

Каждый из перечисленных видов стоимости имеет свою область применения и ограничения ее использования. Выбор рыночной или другого вида стоимости должен обосноваться в отчете об оценке.

Значок Важно!

Анализ объекта недвижимости с целью определения конкретной величины выбранного вида стоимости проводится на основании принципов оценки.

Принципы оценки можно сгруппировать в четыре группы:

1. Принципы, основанные на представлениях пользователя:
- полезность;
- замещение;
- ожидание

2. Принципы, отражающие взаимоотношения компонентов:
- добавочная продуктивность;
- вклад;
- возрастающая и уменьшающая отдача;
- сбалансированность (пропорциональность);
- экономический размер;
- экономическое разделение;

3. Принципы, связанные с рыночной средой:
- зависимость;
- соответствие;
- предложение и спрос;
- конкуренция;
- изменение.

4. Принцип наилучшего и наиболее эффективного использования (НиНЭИ).

Наилучшее и наиболее эффективное использование (НиНЭИ) – это использование, выбранное из достаточного числа альтернативных вариантов, также рациональных оправданных и правомочных, которое:
1)Юридически допустимо;
2)Физически возможно;
3)Финансово оправдано;
4)Наиболее рентабельно (т.е. обеспечивает максимальную продуктивность).

Значок Важно!

НС 1 требует, чтобы оценка имущества проводилась с соблюдением принципов полезности, спроса и предложения, замещения, ожидания, предельной продуктивности и наиболее эффективного использования.

Основными параметрами, определяющими стоимость и влияющими на величину стоимости являются:
1)Спрос;
2)Предложение;
3)Дефицитность;
4)Передаваемость прав собственности.

При оценке недвижимости следует учитывать влияние ряда факторов на рынок и величины стоимостей объектов на нем.
Определяющими факторами являются:
1)Политические;
2)Экономические
3)Социально-культурные;
4)Демографические;
5)Природно-географические;
6)Научно-технические.

9.2. Методические подходы при проведении оценки недвижимости.

Стоимость объект недвижимости проводится с использованием методических подходов и методов оценки. При этом согласно НС 1:

Методический подход – общие способы определения стоимости имущества, которые обосновываются на общих принципах оценки.

Метод оценки – способ определения стоимости объекта оценки, последовательность оценочных процедур, которое позволяет реализовать определенный методический подход.

Оценочные процедуры – действия (этапы), осуществление которых в определенной последовательности позволяет провести оценку.

Значок Важно!

При проведении оценки используют следующие методические подходы:
1.Затратный;
2.Доходный
3.Сравнительный.

Методы оценки являются составными частями **методических подходов** или являются результатом комбинирования нескольких методических подходов, а также оценочных процедур оценщик применяет, если это возможно, все три методические подхода. Невозможность или нецелесообразность применения определенного подхода должно обосновываться в отчете об оценке. Причиной отказа от использования определенного подхода может быть отсутствие достоверной информационной базой для применения подхода или недостаточность исходной информации об объекте оценки.

Затратный подход – совокупность методов оценки стоимости, основанных на определении затрат, которые необходимы для восстановления либо замещения объекта оценки с учетом его обесценения вследствие износа (физического, функционального, экономического). Сущность затратного подхода заключается в том, что стоимость недвижимости определяется затратами на приобретение участка (прав пользования)

земли, его благоустройство и строительство на нем оцениваемого объекта недвижимости (зданий и сооружений) с учетом их износа.

Доходный подход – совокупность методов оценки стоимости объекта оценки, которые основаны на определении ожидаемых доходов от объекта и переводе их по определенным правилам в стоимости. Основными методами доходного подхода является метод прямой капитализации и метода дисконтирования денежного потока (непрямая капитализация). Так как в основе доходного подхода лежит принцип ожидания будущих выгод, то существенным моментом является четкое определение и классификация выгод, считается, что выгоде от владения собственностью включает право получать все регулярные доходы во время владения (операционные доходы или доходы от эксплуатации) и доход от продажи собственности после окончания владения (реверсия).

Значок Важно!

Наиболее употребимым при оценке недвижимости оказался **метод прямой капитализации.** Этот метод основан на пересчете годового дохода в стоимость путем умножения чистого операционного дохода на коэффициент, который есть величиной обратной и коэффициенту капитализации. Коэффициент капитализации определяется непосредственно из данных рынка путем выявления взаимосвязи между чистым операционным доходом и стоимостью методом сравнительного анализа продаж подобных объектов. Если же данные о чистом операционном доходе аналогов продаж отсутствует, то коэффициент капитализации строится теоретически путем прибавления к рыночной норме дохода (ставке дисконтирования). Нормы возврата инвестиций (процента возврата капитала).

Сравнительный подход – совокупность методов оценки стоимости объекта оценки, которые базируются на сравнении объекта оценки с аналогичными объектами (аналогами продаж), в отношении которых имеется информация о ценах сделок с ними. Цена сделки каждого аналога продаж (в случае отсутствия с определенной осторожностью могут использоваться цены предложений продаж) корректируется путем введения соответствующих поправок, учитывающих различие между аналогом и объектом оценки. Если сопоставимый объект превосходит в чем-то оцениваемый, то его фактическая продажная цена должна быть уменьшена на величину вклада этого превосходства и наоборот.

Корректировки проводятся по следующим элементам сравнения:
1.Передаваемые права собственности;
2.Условия финансирования;
3.Условия продаж;
4.Рыночные условия (корректировка на дату продажи);
5.Местоположение;
6.Физические характеристики объекта;
7.Экономические характеристики объекта;
8.Использование объекта;
9.Наличие дополнительных компонентов стоимости.

Оценка недвижимости осуществляется в такой последовательности:
1.Определение задачи на оценку;
2.Предварительный осмотр объекта и заключение договора на оценку;
3.Сбор и анализ данных и другой информации, необходимой для проведения оценки.

4.Идентификация объекта оценки и связанных с ним прав, анализ возможных ограничений и оговорок, которые могут сопровождать процедуру проведения оценки и использование ее результатов.
5.Применение необходимых методических подходов, методов и оценочных процедур, которые наиболее полно отвечают цели оценки.
6.Согласование результатов оценки, выбор стоимости на основании стоимостей, полученных в рамках использованных при оценке подходов.
7.Составление отчета об оценке имущества та вывода о стоимости объекта оценки на дату оценки.

Отчет об оценке имущества должен содержать:
1)Описание объекта оценки;
2)Дату оценки и дату завершения составления отчета;
3)Цель проведения оценки;
4)Обоснования выбора оцениваемой стоимости;
5)Перечень нормативно-правовых актов в соответствии, с которыми проводится оценка;
6)Перечень нормативно-правовых актов в соответствии, с которыми проводится оценка.
7)Перечень ограничений относительно применения результатов оценки.
8)Перечень сделанных допущений при определении стоимости описание и анализ собранных и использованных исходных данных и другой информации в ходе проведения оценки.
9)Выводы относительно НиНЭИ объекта оценки.
10)Изложения содержания использованных методических подходов, методов и оценочных процедур, а также соответствующих расчетов, при помощи которых подготовлен вывод о стоимости имущества.
11)Письменное заявление оценщика о качестве оценки, вывод о стоимости имущества;
12)Дополнения с копиями всех исходных данных с фотографиями, выдержек из информационных источников на которые имеются ссылки в отчете.

Вывод о стоимости имущества должен содержать данные о:
1) Заказчике оценки;
2)Исполнителе отчета об оценщике (субъекте оценочной деятельности и оценщиках, принимающих участие в оценке);
3)Название объекта и его краткую характеристику;
4)Цель и дату оценки (дату на которую проводятся вычисления стоимости);
5)Вид стоимости, которая определялась в отчете;
6)Использование методических подходов;
7)Величину определенной в результате оценки стоимости.
Вывод подписывается оценщиком, который проводил оценку имущества и утверждается печатью и подписью руководителя субъекта оценочной деятельности.
По требованию лица, которое использует оценку имущества и ее результаты, в т.ч. по требованию заказчика оценки и других лиц (подробнее о рецензировании см. НС 1, ст. 62) может проводиться рецензирование отчета об оценке.

Вопросы для самопроверки

1.Затратний метод оценки имущества -
1)Базируется на том, что стоимость имущества определяется теми доходами, которые оно сможет давать в будущем;
2)Базируется на расчете затрат на обновление или замещение оцениваемого объекта с учетом его износа и отдельной оценки стоимости приобретения и обустройства земельного участка;

3)Базируется на том, что рациональный покупатель не заплатит за объект оценки цену больше, чем та, за которую он может приобрести на рынке аналогичный объект.

2.Внешний (экономический) износ -

1)Потеря объектом своих потребительских качеств вследствие эксплуатации или воздействия природных факторов;

2)Потеря объектом своих потребительских качеств с точки зрения требований его потребителей;

3)Потеря объектом своих потребительских качеств с точки зрения изменений его окружения.

3. Стоимость -

1)Это сумма денег или их эквивалент, которую покупатель готов будет отдать за имущество (продавец будет готов получить за имущество);

2)Это исторический факт, который подтверждает то, сколько было потрачено на приобретение при покупке или получено при продаже объекта;

3)величина затрат на создание объекта.

4. Ставка (норма) процента – это величина, с помощью которой -

1)текущая стоимость собственности пересчитывается в будущую стоимость собственности;

2)будущая стоимость собственности пересчитывается в нынешнюю стоимость собственности;

3)будущий доход от собственности за один период пересчитывается в стоимость собственности.

5. Стоимость замещения -

1)это стоимость воспроизведения в текущих ценах точной копии оцениваемого объекта;

2)это стоимость создания современного объекта, который имеет такую же ценность, что и оцениваемый объект;

3)это стоимость объекта в его текущем использовании для конкретного собственника.

6. Функциональный износ -

1)потеря объектом своих потребительских качеств вследствие его эксплуатации или влияния природных факторов;

2)потеря объектом своих потребительских качеств с точки зрения требований его потребителей;

3)потеря объектом своих потребительских качеств с точки зрения изменений его окружения.

7. Ставка (коэффициент) капитализации – это величина, при помощи которой -

1)текущая стоимость собственности пересчитывается в будущую стоимость собственности;

2)будущая стоимость собственности пересчитывается в нынешнюю стоимость собственности;

3)будущий доход от собственности за один период пересчитывается в стоимость собственности.

8. Затраты -

1)Это сумма денег или их эквивалент, которую покупатель готов будет отдать за имущество (продавец будет готов получить за имущество);

2)Это исторический факт, который подтверждает то, сколько было потрачено на приобретение при покупке или получено при продаже объекта;

3)величина затрат на создание объекта.

9. Ставка дисконта – это величина процента, при помощи которой -

1)текущая стоимость собственности пересчитывается в будущую стоимость собственности;
2)будущая стоимость собственности пересчитывается в нынешнюю стоимость собственности;
3)будущий доход от собственности за один период пересчитывается в стоимость собственности.

10. Физический износ - это

1)потеря объектом своих потребительских качеств вследствие его эксплуатации или влияния природных факторов;
2)потеря объектом своих потребительских качеств с точки зрения требований его потребителей;
3)потеря объектом своих потребительских качеств с точки зрения изменений его окружения.

Модуль 10. Земельное законодательство в Украине.

Обращаем Ваше внимание, что изучение данного модуля рекомендуется на украинском языке в соответствии с нормативными документами Украины. Данный учебный модуль является базовым для понимания земельных правоотношений в Украине. С целью наибольшей наглядности и запоминания модуль основан на статьях основополагающего документа - Земельного кодекса. Это позволит использовать полученные знания и представленные выборки в практической деятельности.

Содержание

Цели и задачи модуля
10.1. Земельные правоотношения по законодательству Украины.
10.1.1. Возникновение права на землю.
10.2. Собственность на землю и ее формы.
10.2.1.Субъекты права собственности.
10.2.2. Общая собственность на землю.
10.2.3. Общая совместная собственность.
10.3. Получение права собственности.
10.3.1. Приватизация без оплаты.
10.3.2. Возникновение права на земельный участок при переходе права на строение и сооружения.
10.3.3 Продажа земельных участков государственной и коммунальной собственности на аукционах.
10.3.4. Заключение договоров купли-продажи земельных участков.
10.4. Права и обязанности собственников земельных участков.
10.4.1.Права собственников земельных участков.
10.4.2. Обязанности собственников земельных участков.
10.5. Аренда и субаренда земли.
10.5.1. Типовой договор аренды.
10.5.2. Условия договора субаренды земли.
10.6. Понятие земельного сервитута и его виды: соотношение Гражданского и Земельного кодексов.
10.6.1. Земельный сервитут: как воспользоваться своим законным правом?
10.7. С какого момента необходимо оплачивать земельный налог?
10.8. Суперфиций.

Нормативные документы
Вопросы для самопроверки

После изучения данного модуля Вы должны:

1. Сформировать четкое представление о получении прав на земельный участок.
2. Знать, кто имеет право собственности, и каковы ее формы. Различать частичную и совместную собственность на землю.
3. Понимать, что такое приватизация и знать порядок ее проведения.
4. Различать формы приобретения земельных участков.
5. Знать права и обязанности собственника земельного участка.
6. Уметь работать с договорами аренды и субаренды. Знать типовые формы и составные части.
7. Иметь представление о земельном сервитуте (возникновение, права, действие и прекращение).
8. Знать время наступления платежей земельного налога.
9. Понимать необходимость и иметь представление о суперфиции.

10.1. Земельные правоотношения по законодательству Украины.

10.1.1. Возникновение права на землю.

За українським законодавством земля може перебувати у власності або в користуванні. Користування може бути постійним або строковим - на умовах оренди.

Набуття права на землю громадянами та юридичними особами здійснюється шляхом передачі земельних ділянок у власність або надання їх у користування.

Громадяни та юридичні особи набувають права власності й права користуванню земельними ділянками із земель державної або комунальної власності за рішенням органів виконавчої влади або органів місцевого самоврядування в межах повноважень, визначених Земельним кодексом України.

Земельний кодекс встановив, що право власності та право постійного користування на земельну ділянку виникають після одержання її власником або користувачем документа, що посвідчує це право, та його державної реєстрації. Право на оренду земельної ділянки виникає після укладання договору оренди і його державної реєстрації. При цьому приступати до використання земельної ділянки до встановлення меж у натурі (на місцевості), одержання документа, що посвідчує право на неї, та його державної реєстрації забороняється.

ЗКУ Стаття 116. Підстави набуття права на землю

1. Громадяни та юридичні особи набувають права власності та права користування земельними ділянками із земель державної або комунальної власності за рішенням органів виконавчої влади або органів місцевого самоврядування в межах їх повноважень, визначених цим Кодексом.

2. Набуття права на землю громадянами та юридичними особами здійснюється шляхом передачі земельних ділянок у власність або надання їх у користування.

3. Безоплатна передача земельних ділянок у власність громадян провадиться у разі:

а) приватизації земельних ділянок, які перебувають у користуванні громадян;

б)одержання земельних ділянок внаслідок приватизації державних і комунальних сільськогосподарських підприємств, установ та організацій;

в) одержання земельних ділянок із земель державної і комунальної власності в межах норм безоплатної приватизації, визначених цим Кодексом.

4. Передача земельних ділянок безоплатно у власність громадян у межах норм, визначених цим Кодексом, провадиться один раз по кожному виду використання.

5. Надання у користування земельної ділянки, що перебуває у власності або у користуванні, провадиться лише після вилучення (викупу) її в порядку, передбаченому цим Кодексом.

10.2. Собственность на землю и ее формы.

Згідно зі ст. 14 Конституції України право власності на землю набувається і реалізується громадянами, юридичними особами та державою виключно відповідно до закону.
Основним з таких законів є Земельний кодекс. Закони та інші нормативно-правові акти, прийняті до набрання чинності цим Кодексом, діють у частині, що не суперечить цьому Кодексу (п. 3 Прикінцевих положень Земельного кодексу).
Статтею 78 Земельного кодексу визначено, що право власності на землю - це право володіти, користуватися і розпоряджатися земельними ділянками.

Важно!

Земля в Україні може перебувати у приватній, комунальній та державній власності. Отже, новим Земельним кодексом ліквідовано колективну власність і введено комунальну власність на землю. Право власності на землю посвідчується державним актом. Форму державного акта на право власності на земельну ділянку затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 02.04.2002 р. № 449.

10.2.1. Субъекты права собственности.

Стаття 80 ЗКУ:

Суб’єктами права власності на землю є:

а) громадяни та юридичні особи — на землі приватної власності;

б) територіальні громади, які реалізують це право безпосередньо або через органи місцевого самоврядування, — на землі комунальної власності;

в) держава, яка реалізує це право через відповідні органи державної влади, — на землі державної власності.

10.2.2. Общая собственность на землю.

Відмінивши колективну власність на землю, Земельний кодекс передбачив спільну власність на землю. Стаття 86 Земельного кодексу стверджує, що земельна ділянка може знаходитись у спільній власності з визначенням частки кожного з учасників спільної власності (спільна часткова власність) або без визначення часток учасників спільної власності (спільна сумісна власність). Суб'єктами права спільної власності на землю можуть бути як громадяни, так і юридичні особи.

ЗКУ Стаття 87. Виникнення права спільної часткової власності на земельну ділянку

1. Право спільної часткової власності на земельну ділянку виникає:

а) при добровільному об'єднанні власниками належних їм земельних ділянок;

б) при придбанні у власність земельної ділянки двома чи більше особами за цивільно-правовими угодами;

в) при прийнятті спадщини на земельну ділянку двома або більше особами;

г) за рішенням суду.

10.2.3. Общая совместная собственность.

Важно!

Земельна ділянка може належати на праві спільної сумісної власності лише громадянам.

Стаття 89. Спільна сумісна власність на земельну ділянку

1. Земельна ділянка може належати на праві спільної сумісної власності лише громадянам.

2. У спільній сумісній власності перебувають земельні ділянки:

а) подружжя;

б) членів фермерського господарства, якщо інше не передбачено угодою між ними;

в) співвласників жилого будинку.

3. Володіння, користування та розпорядження земельною ділянкою спільної сумісної власності здійснюються за договором або законом.

4. Співвласники земельної ділянки, що перебуває у спільній сумісній власності, мають право на її поділ або на виділення з неї окремої частки.

5. Поділ земельної ділянки, яка є у спільній сумісній власності, з виділенням частки співвласника, може бути здійснено за умови попереднього визначення розміру земельних часток, які є рівними, якщо інше не передбачено законом або не встановлено судом.

10.3. Получение права собственности.

Стаття 116. Підстави набуття права на землю

1. Громадяни та юридичні особи набувають права власності та права користування земельними ділянками із земель державної або комунальної власності за рішенням органів виконавчої влади або органів місцевого самоврядування в межах їх повноважень, визначених цим Кодексом.

2. Набуття права на землю громадянами та юридичними особами здійснюється шляхом передачі земельних ділянок у власність або надання їх у користування.

3. Безоплатна передача земельних ділянок у власність громадян провадиться у разі:

а) приватизації земельних ділянок, які перебувають у користуванні громадян;

б) одержання земельних ділянок внаслідок приватизації державних і комунальних сільськогосподарських підприємств, установ та організацій;

в) одержання земельних ділянок із земель державної і комунальної власності в межах норм безоплатної приватизації, визначених цим Кодексом.

4. Передача земельних ділянок безоплатно у власність громадян у межах норм, визначених цим Кодексом, провадиться один раз по кожному виду використання.

5. Надання у користування земельної ділянки, що перебуває у власності або у користуванні, провадиться лише після вилучення (викупу) її в порядку, передбаченому цим Кодексом.

10.3.1. Приватизация без оплаты.

Згідно з частиною 3 статті 116 ЗКУ однією з підстав отримання земельної ділянки у власність громадянами є приватизація земельних ділянок, які перебувають у їхньому користуванні. Така приватизація можлива в межах норм, встановлених частиною 1 статті 121 ЗКУ:

а) для ведения фермерського господарства - в розмірі| земельної частки (паю), визначеної для членів сільськогосподарських підприємств, розташованих на території сільської, селищної, міської ради, де знаходиться фермерське господарство. Якщо на території сільської селищної, міської ради розташовано декілька сільськогосподарських підприємств, розмір земельної частки (паю) визначається як середній по цих підприємствах. У разі відсутності сільськогосподарських підприємств на території відповідної ради розмір земельної частки (паю) визначається як середній по району;

б) для ведення особистого селянського господарства – не більше 2,0 гектара;

в) для ведения садівництва - не більше 0,12 гектара;

г) для будівництва та обслуговування жилого будинку, господарських будівель і споруд (присадибна ділянка) у селах — не більше 0,25 гектара, в селищах - не більше 0,15 гектара, в містах- не більше 0,10 гектара;

г") для індивідуального дачного будівництва - не більше 0,10 гектара;

д) для будівництва індивідуальних гаражів - не більше 0,01 гектара.

Стаття 118. Порядок безоплатної приватизації земельних ділянок громадянами

1. Громадянин, зацікавлений у приватизації земельної ділянки, яка перебуває у його користуванні, подає заяву до відповідної районної, Київської чи Севастопольської міської державної адміністрації або сільської, селищної, міської ради за місцезнаходженням земельної ділянки.

2. Рішення органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування щодо приватизації земельних ділянок приймається у місячний строк на підставі технічних матеріалів та документів, що підтверджують розмір земельної ділянки.

3. Громадяни — працівники державних та комунальних сільськогосподарських підприємств, установ та організацій, а також пенсіонери з їх числа, зацікавлені в одержанні безоплатно у власність земельних ділянок, які перебувають у постійному користуванні цих підприємств, установ та організацій, звертаються з клопотанням про приватизацію цих земель відповідно до сільської, селищної, міської ради або районної, Київської чи Севастопольської міської державної адміністрації.

4. Відповідний орган місцевого самоврядування або орган виконавчої влади в місячний термін розглядає клопотання і надає дозвіл підприємствам, установам та організаціям на розробку проекту приватизації земель.

5. Передача земельних ділянок у власність громадянам — працівникам державних та комунальних сільськогосподарських підприємств, установ та організацій, а також пенсіонерам з їх числа провадиться після затвердження проекту приватизації земель у порядку, встановленому цим Кодексом.

6. Громадяни, зацікавлені в одержанні безоплатно у власність земельної ділянки із земель державної або комунальної власності для ведення фермерського господарства, ведення особистого селянського господарства, ведення садівництва, будівництва і обслуговування жилого будинку, господарських будівель і споруд (присадибна ділянка), індивідуального дачного будівництва, будівництва індивідуальних гаражів у межах норм безоплатної приватизації, подають заяву до відповідної районної, Київської чи Севастопольської міської державної адміністрації або сільської, селищної, міської ради за місцезнаходженням земельної ділянки. У заяві зазначаються бажані розміри та мета її використання.

7. Відповідна місцева державна адміністрація або сільська, селищна, міська рада розглядає заяву, а при передачі земельної ділянки фермерському господарству — також висновки конкурсної комісії, і в разі згоди на передачу земельної ділянки у власність надає дозвіл на розробку проекту її відведення.

8. Проект відведення земельної ділянки розробляється за замовленням громадян організаціями, які мають відповідні дозволи (ліцензії) на виконання цих видів робіт, у строки, що обумовлюються угодою сторін.

9. Проект відведення земельної ділянки погоджується з органом по земельних ресурсах, природоохоронним і санітарно-епідеміологічним органами, органами архітектури і охорони культурної спадщини та подається на розгляд відповідних місцевої державної адміністрації або органу місцевого самоврядування. (Частина дев’ята статті 118 в редакції Закону N 1626-IV від 18.03.2004)

10. Районна, Київська чи Севастопольська міська державна адміністрація або сільська, селищна, міська рада у місячний строк розглядає проект відведення та приймає рішення про передачу земельної ділянки у власність.

11. У разі відмови органу виконавчої влади чи органу місцевого самоврядування у передачі земельної ділянки у власність або залишення заяви без розгляду питання вирішується в судовому порядку.

10.3.2. Возникновение права на земельный участок при переходе права на строение и сооружения.

Загальні норми щодо переходу права на земельну ділянку при переході права на будівлю і споруду визначено ст. 120 Земельного кодексу «Перехід права на земельну ділянку при переході права на будівлю і споруду»:

1. При переході права власності на будівлю і споруду право власності на земельну ділянку або її частину може переходити на підставі цивільно-правових угод, а право користування — на підставі договору оренди.

2. При відчуженні будівель та споруд, які розташовані на орендованій земельній ділянці, право на земельну ділянку визначається згідно з договором оренди земельної ділянки.

3. У разі переходу права власності на будинок або його частину від однієї особи до іншої за договором довічного утримання право на земельну ділянку переходить на умовах, на яких вона належала попередньому власнику.

4. При переході права власності на будівлю та споруду до кількох осіб право на земельну ділянку визначається пропорційно часткам осіб у вартості будівлі та споруди, якщо інше не передбачено у договорі відчуження будівлі і споруди.

5. При переході права власності на будівлю або споруду до громадян або юридичних осіб, які не можуть мати у власності земельні ділянки, до них переходить право користування земельною ділянкою, на якій розташована будівля чи споруда.

Відповідно до ст. 377 Цивільного кодексу України до особи, яка придбала житловий будинок, будівлю або споруду, переходить право власності на земельну ділянку, на якій їх розміщено, без зміни її цільового призначення, у розмірах, встановлених договором.

Якщо договором про відчуження житлового будинку, будівлі або споруди розмір земельної ділянки не визначено, до набувача переходить право власності на ту частину земельної ділянки, яка зайнята житловим будинком, будівлею або спорудою, та на частину земельної ділянки, необхідну для їх обслуговування.

Якщо житловий будинок, будівлю або споруду розміщено на земельній ділянці, наданій у користування, то у разі їх відчуження до набувача переходить право користування тією частиною земельної ділянки, на якій їх розміщено, та частиною ділянки, необхідною для їх обслуговування.

Важно!

Тому при купівлі-продажу будівель (споруд) необхідно у договорах визначати умови переходу прав власності на землю або ж укладати окрему угоду щодо земельної ділянки.

10.3.3. Продажа земельных участков государственной и коммунальной собственности на аукционах.

Важно!

Статтею 134 Земельного кодексу України визначено, що земельні ділянки державної або комунальної власності, призначені для продажу суб'єктам підприємницької діяльності під забудову, підлягають продажу на конкурентних засадах (земельні торги).

Ця стаття ЗК закріплює принцип обов'язковості продажу на конкурентних засадах земельних ділянок із земель державної та комунальної власності, якщо земельна ділянка призначається під забудову і відчужується у власність суб'єктів підприємницької діяльності.

Обов'язковість продажу земельних ділянок на земельних торгах означає, що зазначені земельні ділянки не можуть бути відчужені шляхом договірного продажу, придбані у власність на основі договору оренди з правом викупу чи передані безоплатно у власність суб'єктами підприємницької діяльності.

Такі земельні ділянки мають бути вільними від капітальних будівель і споруд. Перелік таких земельних ділянок, що призначається до продажу мають визначати місцеві органи державної влади та сільські, селищні, міські ради. Покупцями земельних ділянок, призначених для продажу під забудову, із земель державної чи комунальної власності

можуть бути юридичні особи, в тому числі іноземні, фізичні особи та громадяни - суб'єкти підприємницької діяльності.

Земельні торги - це врегульований нормами чинного земельного, цивільного законодавства, а також локальними нормативно правовими актами органів державної влади та місцевого самоврядування порядок продажу на конкурентних засадах суб'єктам підприємницької діяльності вільних від будівель і споруд земельних ділянок під забудову. Визначено дві форми земельних торгів: **земельний аукціон і земельний конкурс.** Відповідно до правил проведення **аукціону** - право власності на земельну ділянку набуває той, хто запропонує найбільшу ціну за земельну ділянку відповідно до її цільового призначення. А за правилами **земельного конкурсу,** право власності на земельну ділянку набуває той, хто запропонує найбільш вигідні умови придбання і використання земельної ділянки, відповідно до її цільового призначення.
Форма проведення земельних торгів визначається власником земельної ділянки, якщо інше не передбачене законом. Земельні торги можуть проводитись у порядку виконання судових рішень в частині звернення стягнення на земельну ділянку. Основними етапами проведення земельних торгів є: підготовка земельних ділянок до продажу на земельному аукціоні чи конкурсі; проведення земельних торгів; оформлення права на земельні ділянки.

Підготовка передбачає формування переліку земельних ділянок, які відносяться на аукціон (конкурс), публікація інформаційного повідомлення про проведення земельного аукціону чи конкурсу, подання заяв на участь в аукціоні та укладання угод про умови участі в аукціоні (конкурсі) суб'єктами підприємницької діяльності.

Нормативный акт!

Формування переліку земельних ділянок здійснюють управління земельних ресурсів разом з місцевими органами архітектури і містобудування. Земельні ділянки можуть бути виставлені на продаж після того, як будуть визначені межі таких ділянок в натурі (на місцевості) та закріплені межовими знаками, та виготовлений технічний паспорт земельної ділянки, зміст і форма якого визначаються Положенням про технічний паспорт земельної ділянки, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 16.05.02р. Визначається розмір земельної ділянки, її цільове призначення, місце розташування, природний і господарський стан, проводиться грошова оцінка, визначається стартова ціна. Також у технічному паспорті зазначається форма власності земельної ділянки.

10.3.4. Заключение договоров купли-продажи земельных участков.

Перед тим, як прийняти рішення про купівлю (продаж) земельної ділянки, необхідно отримати консультацію фахівця. Адже досить часто бувають непередбачені випадки.

Наприклад, підприємці, бажаючи придбати частину житлового будинку під офіс, купують половину земельної ділянки, що знаходиться у загальній, спільній власності декількох осіб, а разом з ним, і купу проблем і неприємностей.

Важно!

Договір купівлі - продажу земельної ділянки обов'язково повинен містити наступну інформацію:

1)про предмет угоди (земельна ділянка з визначенням місця розташування, площі, цільового 2)призначення, складу угідь, правового режиму і т.п.);
3)про документ, що підтверджує право власності на земельну ділянку;
4)відомості про відсутність заборон на відчуження земельної ділянки;
5)відомості про відсутність або наявність обмежень по використанню земельної ділянки по 6)цільовому призначенню (застава, оренда, сервітути і т.п.);
7)про договірну ціну;
8)про зобов'язання сторін.

Важно!

Угоди про перехід права власності на земельні ділянки вважаються укладеними з дня їх нотаріального посвідчення.

У випадку, коли продажем земельної ділянки займається не власник, а його представник, необхідно уважно поставитись до переговорів, а тим більше до передачі через довірену особу яких-небудь документів чи грошей. Перш ніж вести переговори, перевірте наявність у представника доручення, засвідчене нотаріусом.

10.4. Права и обязанности собственников земельных участков.

10.4.1. Права собственников земельных участков.

Стаття 90. Права власників земельних ділянок

1. Власники земельних ділянок мають право:

а) продавати або іншим шляхом відчужувати земельну ділянку, передавати її в оренду, заставу, спадщину;

б) самостійно господарювати на землі;

в) власності на посіви і насадження сільськогосподарських та інших культур, на вироблену сільськогосподарську продукцію;

г) використовувати у встановленому порядку для власних потреб наявні на земельній ділянці загальнопоширені корисні копалини, торф, лісові насадження, водні об’єкти, а також інші корисні властивості землі;

ґ) на відшкодування збитків у випадках, передбачених законом;

д) споруджувати жилі будинки, виробничі та інші будівлі і споруди.

2. Порушені права власників земельних ділянок підлягають відновленню в порядку, встановленому законом.

10.4.2. Обязанности собственников земельных участков.

Стаття 91. Обов’язки власників земельних ділянок

1. Власники земельних ділянок зобов’язані:

а) забезпечувати використання їх за цільовим призначенням;

б) додержуватися вимог законодавства про охорону довкілля;

в) своєчасно сплачувати земельний податок;

г) не порушувати прав власників суміжних земельних ділянок та землекористувачів;

ґ) підвищувати родючість ґрунтів та зберігати інші корисні властивості землі;

д) своєчасно надавати відповідним органам виконавчої влади та органам місцевого самоврядування дані про стан і використання земель та інших природних ресурсів у порядку, встановленому законом;

е) дотримуватися правил добросусідства та обмежень, пов'язаних з встановленням земельних сервітутів та охоронних зон;

є) зберігати геодезичні знаки, протиерозійні споруди, мережі зрошувальних і осушувальних систем.

2. Законом можуть бути встановлені інші обов'язки власників земельних ділянок.

10.5. Аренда и субаренда земли.

Згідно з частиною 1 статті 93 ЗКУ «Право оренди земельної ділянки - це засноване на договорі строкове платне володіння і користування земельною ділянкою, необхідною орендареві для провадження підприємницької та іншої діяльності».

Аналогічне визначення міститься в статті 1 Закону України «Про оренду землі» *(надалі - Закон про оренду).* Незважаючи на зовнішню простоту цього визначення потрібно акцентувати увагу на наступному:

1)Оренда - це договірні відносини. Немає договору - немає оренди. Інколи це не розуміють чиновники, які вимагають орендну плату за період до укладення договору, а інколи - селяни, які вважають, що їм повинні платити за користування земельними ділянками незалежно від наявності договору.
2)Оренда завжди строкова. Вона може бути короткостроковой (не більше 5 років) та довгостроковою (не більше 50 років). Використання слів «не більше», а не слова «до» дозволяє укладати договори оренди рівно на 50 років. Хоча на практиці сторони договору перестраховуються, укладаючи його на 49 років.
3)Оренда завжди платна. Для безоплатного користування земельною ділянкою можна укласти договір позички (глава 60 ЦКУ).

Оренда передбачає обов'язкове користування земельною ділянкою орендарем. Невикористання земельної ділянки (тримання її про запас) законом прирівнюється до використання не за цільовим призначенням (ст.1 Закону України «Про державний контроль за використанням та охороною земель») з усіма наслідками, які з цього випливають.

10.5.1. Типовой договор аренды.

Частина 1 статті 638 ЦКУ визначає: «Договір є укладеним, якщо сторони в належній формі досягли згоди з усіх істотних умов договору. Істотними умовами договору є умови про предмет договору, умови, що визначені законом як істотні або є необхідними для договорів даного виду, а також усі ті умови, щодо яких за заявою хоча б однієї із сторін має бути досягнуто згоди».

Для договору оренди землі істотні умови зазначені в статті 15 Закону про оренду:

1)об'єкт оренди (місце розташування та розмір земельної ділянки);
2)строк дії договору оренди;
3)орендна плата із зазначенням її розміру, індексації, форм платежу, строків,
4)умови використання та цільове призначення земельної ділянки, яка передається в оренду;
5)умови збереження стану об'єкта оренди;
6)умови і строки передачі земельної ділянки орендарю;
7)умови повернення земельної ділянки орендодавцеві;
8)існуючі обмеження (обтяження) щодо використання земельної ділянки;
9)визначення сторони, яка несе ризик випадкового пошкодження або знищення 10)об'єкта оренди чи його частини;
11)відповідальність сторін.

З точки зору ЦКУ відсутність згоди хоча б за однією з істотних умов (формально - відсутність відповідної умови в договорі) веде до визнання такого договору неукладеним. Але Закон про оренду визначає інші наслідки: «Відсутність у договорі оренди землі однієї з істотних умов, передбачених цією статтею, а також порушення вимог статей 4-6, 11, 17, 19 цього Закону є підставою для відмови в державній реєстрації договору оренди, а також для визнання договору недійсним відповідно до закону».

Важно!

Невід'ємною частиною договору оренди землі є:

1) план або схема земельної ділянки, яка передається в оренду;
2) кадастровий план земельної ділянки з відображенням обмежень (обтяжень) у її використанні та встановлених земельних сервітутів;
3) акт визначення меж земельної ділянки в натурі (на місцевості);
4) акт приймання-передачі об'єкта оренди;
5) проект відведення земельної ділянки у випадках, передбачених цим Законом.

10.5.2. Условия договора субаренды земли.

Відповідно до статті 8 Закону про оренду орендована земельна ділянка або її частина може передаватися орендарем у суборенду без зміни цільового призначення, якщо це передбачено договором оренди або за письмовою згодою орендодавця. Інколи для отримання можливості передати ділянку в суборенду можна скористатися нерозторопністю орендодавця, адже «Якщо протягом одного місяця орендодавець не надішле письмового повідомлення щодо своєї згоди чи заперечення, орендована земельна ділянка або її частина може бути передана в суборенду».

Умови договору суборенди земельної ділянки повинні обмежуватися умовами договору оренди земельної ділянки і не суперечити йому. Це зокрема стосується й строку суборенди, який не може перевищувати строку, визначеного договором оренди землі.

У разі припинення договору оренди (навіть дострокового) чинність договору суборенди земельної ділянки припиняється. Тому для цього випадку в договорі суборенди бажано

передбачити відповідні наслідки (зокрема визначити відповідальність за збитки, завдані достроковим розірванням договору).

Договір суборенди земельної ділянки підлягає державній реєстрації в тому ж порядку, що й договір оренди. Закон про оренду не вимагає обов'язкового нотаріального посвідчення договору суборенди. Але й тут ми маємо застосовувати норму статті 290 ГКУ.

Важно!

Суборенда землі забороняється щодо земельних ділянок, на яких розташовані цілісні майнові комплекси підприємств, установ і організацій державної або комунальної власності, а також заснованих на майні, що належить Автономній Республіці Крим, та їх структурних підрозділів.

10.6. Понятие земельного сервитута и его виды: соотношение Гражданского и Земельного кодексов.

Стаття 98. Зміст права земельного сервітуту

1. Право земельного сервітуту — це право власника або землекористувача земельної ділянки на обмежене платне або безоплатне користування чужою земельною ділянкою (ділянками).

2. Земельні сервітути можуть бути постійними і строковими.

3. Встановлення земельного сервітуту не веде до позбавлення власника земельної ділянки, щодо якої встановлений земельний сервітут, прав володіння, користування та розпорядження нею.

4. Земельний сервітут здійснюється способом, найменш обтяжливим для власника земельної ділянки, щодо якої він встановлений.

Сутність сервітуту полягає в тому що суб’єкт цього права має змогу користуватися землею, яка належить іншому суб’єкту на праві власності.

Підстави виникнення та порядок встановлення земельного сервітуту.

Право земельного сервітуту виникає на підставі договору або рішення суду.
Одною із сторін договору про встановлення сервітуту є власник земельної ділянки, яка обтяжується сервітутом (обслуговуюча ділянка). Іншою стороною (сервітуарієм) є власник ділянки, для забезпечення користування якою встановлено сервітут.
Д
оговір про встановлення земельного сервітут укладається в письмовій формі та підлягає обов'язковій державній реєстрації.
Якщо при вирішенні питання про встановлення сервітуту не досягнуто згоди - сервітут може бути встановлено на підставі рішення суду.

Важно!

Момент виникнення права земельного сервітуту - державна реєстрація договору про встановлення земельного сервітуту або винесення судом рішення про встановлення такого сервітуту.

Дія та припинення земельного сервітуту.
Сервітут може бути строковим або встановлений на невизначений строк.

Власник обслуговуючої земельної ділянки може вимагати плату за встановлення земельного сервітуту, а також відшкодування збитків, завданих таким встановленням.

Земельний сервітут не може бути предметом купівлі-продажу або відчужений на будь-якій іншій підставі особою, в інтересах якої від встановлений.

Перелік підстав припинення дії земельного сервітуту визначений статтею 102 Земельного кодексу України. Сторони можуть визначити й інші умови припинення дії земельного сервітуту у договорі про його встановлення.

10.6.1. Земельный сервитут: как воспользоваться своим законным правом?

Відповідно до частини 1 статті 98 ЗКУ «Право земельного сервітуту - це право власника або землекористувача земельної ділянки на обмежене платне або безоплатне користування чужою земельною ділянкою (ділянками)». Земельний сервітут слід відрізняти від особистого. Перший може належати власникові (володільцеві) сусідньої земельної ділянки, другий - конкретно визначеній особі.

Земельні сервітути можуть бути постійними і строковими. Земельний сервітут здійснюється способом, найменш обтяжливим для власника земельної ділянки, щодо якої він встановлений.

Власники або землекористувачі земельних ділянок можуть вимагати встановлення таких земельних сервітутів:

а)право проходу та проїзду на велосипеді;

б)право проїзду на транспортному засобі по наявному шляху;

в)право прокладання та експлуатації ліній електропередачі, зв'язку, трубопроводів, інших лінійних комунікацій;

г)право прокладати на свою земельну ділянку водопровід із чужої природної водойми або через чужу земельну ділянку;

ґ)право відводу води зі своєї земельної ділянки на сусідню або через сусідню земельну ділянку;

д)право забору води з природної водойми, розташованої на сусідній земельній ділянці, та право проходу до природної водойми;

є) право поїти свою худобу із природної водойми, розташованої на сусідній земельній ділянці, та право прогону худоби до природної водойми;

є) право прогону худоби по наявному шляху;

ж)право встановлення будівельних риштувань та складування будівельних матеріалів з метою ремонту будівель та споруд.

10.7. С какого момента необходимо оплачивать земельный налог?

Платити податок потрібно з моменту виникнення права власності на ділянку. Це випливає зі статті 2 Закону про плату за землю. Це ж підтверджує і стаття 15 Закону про плату за землю: „Власники землі та землекористувачі сплачують земельний податок, а також орендну плату за земельні ділянки державної та комунальної власності з дня виникнення права власності або права користування земельною ділянкою". Коли ж виникає це право?

Стаття 334 ЦКУ визначає, що право власності у набувача майна за договором виникає з моменту передання майна, **якщо інше не встановлено** договором або **законом.** Якщо договір підлягає нотаріальному посвідченню, право власності виникає з моменту такого посвідчення. А якщо крім цього договір підлягає державній реєстрації, право власності у набувача виникає з моменту такої реєстрації.

Важно!

Але для землі діють додаткові правила. Окрім нотаріального посвідчення та державної реєстрації договору для підтвердження права власності на ділянку потрібно ще отримати державний акт. Стаття 125 ЗКУ говорить: „Право власності та право постійного користування на земельну ділянку виникає після одержання її власником або користувачем документа, що посвідчує право власності чи право постійного користування земельною ділянкою, та його державної реєстрації".

Отже, право власності на землю, а відповідно й момент початку сплати земельного податку, виникають в момент одержання державного акту.

Визначається цей момент згідно з записом в графі 17 Книги записів реєстрації державних актів на право власності на землю та на право постійного користування землею, договорів оренди землі (див. Тимчасовий порядок ведення державного реєстру земель, затверджений наказом Держкомзему України від 02.07.03 р. №174).
На практиці ж ситуація виглядає дещо інакше. Одержання державного акту зазвичай вимагає додаткових витрат часу (найчастіше йдеться про тижні або навіть місяці). А новоявлений власник починає користуватися землею. Й при цьому грубо порушує частину 3 згаданої вище статті 125 ЗКУ: „Приступати до використання земельної ділянки до встановлення її меж у натурі (на місцевості), одержання документа, що посвідчує право на неї, та державної реєстрації забороняється". Чесно кажучи, контролю саме за цим порушенням в Україні фактично немає. Але саме це порушення може бути вагомим аргументом в оподаткуванні. Органи державної податкової служби наполягають на добровільній сплаті власниками землі земельного податку з моменту початку користування землею ,а не з дати отримання держакту. І більшість платників податків на це погоджується. Зокрема й тому, щоб не отримати проблеми з частиною 3 статті 125 ЗКУ. А ці проблеми можуть мати вигляд обмеження доступу на ділянку, адміністративної відповідальності за самозахоплення земельної ділянки і навіть (суто теоретично) позбавлення права на землю.

Важно!

Слід підкреслити небезпеку ”добровільної” сплати земельного податку. Задовольняючи фіскальні потреби держави, платник податків ризикує бути за це покараним. Адже формально він не є платником земельного податку. І згодом податківці можуть це зрозуміти і побачити неправомірне віднесення суми такого “добровільного” податку на прибуток, фінансові санкції для підприємства та адміністративну відповідальність його посадовців. Зрозуміло, що фізичні особи таких проблем позбавлені.

10.8. Суперфиций.

Собственник земельного участка имеет право предоставить ее в пользование другому лицу для строительства промышленных, бытовых, социально-культурных, жилых и других сооружений и зданий (суперфиций). Такое право возникает на основании договора или завещания.

Право пользования земельным участком, предоставленным для застройки, может быть отчуждено землепользователем или передаваться в порядке наследования.

Право пользования чужим земельным участком для застройки может быть установлено на определенный или на неопределенный срок.

Собственник земельного участка, предоставленного для застройки, имеет право на получение платы за его использование.

Если на земельном участке построены промышленные объекты, договором может быть предусмотрено право собственника земельного участка на получение доли от дохода землепользователя.

Собственник земельного участка имеет право владеть, пользоваться им в объеме, установленном договором с землепользователем.

Переход права собственности на земельный участок к другому лицу не влияет на объем права владельца здания (сооружения) относительно пользования земельным участком.

Землепользователь имеет право пользоваться земельным участком в объеме, установленном договором.

Землепользователь имеет право собственности на здания (сооружения), построенные на земельном участке, переданном ему для застройки.

Лицо, к которому перешло право собственности на здание (сооружение), приобретает право пользования земельным участком на тех же условиях и в том же объеме, что и предыдущий владелец здания (сооружения).

Землепользователь обязан вносить плату за пользование земельным участком, предоставленным ему для застройки, а также другие платежи, установленные законом.

Землепользователь обязан использовать земельный участок в соответствии с его целевым назначением.

Право пользования земельным участком для застройки прекращается в случае:
1)совпадения в одном лице собственника земельного участка и землепользователя;
истечения срока права пользования;
2)отказа землепользователя от права пользования;
3)не использования земельного участка для застройки на протяжении трех лет подряд;
3)Право пользования земельным участком для застройки может быть прекращено по решению суда в других случаях, установленных законом;

В случае прекращения права пользования земельным участком, на котором было построено здание (сооружение), собственник земельного участка и собственник этого здания (сооружения) определяют правовые последствия такого прекращения.

В случае не достижения договоренности между ними собственник земельного участка имеет право требовать от собственника здания (сооружения) его сноса и приведения земельного участка в состояние, в котором он был до предоставления в пользование.

Важно!

Если снос здания (сооружения), размещенного на земельном участке, запрещены законом (жилые дома, достопримечательности истории и культуры и т.п.) или является нецелесообразным в связи с явным превышением стоимости здания (сооружения) по сравнению со стоимостью земельного участка, суд может с учетом оснований прекращения права пользования земельным участком вынести решение о выкупе собственником здания (сооружения) земельного участка, на котором оно размещено, либо о выкупе собственником земельного участка здания (сооружения), либо определить условия пользования земельным участком собственником здания сооружения) на новый срок.

Нормативные документы

Законы Украины:
"Конституція України"
" Земельний кодекс України "
"Про планування і забудову територій"
"Цивільний кодекс України"
"Про форми власності на землю"
"Господарський кодекс України"
"Сімейний кодекс України"
"Про плату за землю";
"Про оренду землі";
"Про угоди щодо відчуження земельної частки (паю)";
"Про порядок виділення в натурі (на місцевості) земельних ділянок власникам земельних часток (паїв)";
"Про землеустрій "

Вопросы для самопроверки

1.Когда возникает право аренды на земельный участок?
А) После заключения договора аренды и его государственной регистрации
Б) После выделения земельного участка
В) В результате договоренности об аренде между собственником и арендатором

2. Право собственности на землю - это
А) Право владеть, пользоваться и распоряжаться земельным участком
Б) Право иметь в границах сельской местности земельный участок
В) Право владеть земельным участком

3. Формы собственности на землю в Украине:
А) частная, коммунальная, государственная
Б) частная, коммунальная, коллективная
В) коммунальная, государственная, совместная

4. Право совместной частичной собственности на земельный участок возникает:
А) при получении наследства на земельный участок двумя или больше особами
Б) по договоренности собственников

5. Кому может принадлежать земельный участок на праве общей совместной собственности?
А) гражданам Украины
Б) кому-либо
В) юридическим лицами несовершеннолетним

6. Как проводится безоплатная передача земельных участков в собственность гражданам?
А) путем приватизации земельных участков, которые находятся в использовании граждан
Б) по договоренности сторон
В) вследствие аренды земли

7. Какое количество раз гражданин может получить на безоплатной основе земельный участок в собственность?
А) 1 раз
Б) 10 раз
В) 5 раз

8. Могут ли физические лица принимать участие в земельных торгах?
А) да
Б) нет
В) не всегда

9. Какие формы земельных торгов существуют?
А) земельный аукцион, земельный конкурс
Б) публичные торги, земельный конкурс
В) закрытые торги, публичные торги, земельный конкурс

10. Может ли земельный участок быть передан в субаренду?

А) да
Б) нет

11. Подлежит ли договор субаренды государственной регистрации?
А) да
Б) нет

12. Право на ограниченное платное или безоплатное пользование чужим земельным участком это:
А) право земельного сервитута
Б) право собственности на земельный участок

13. Когда возникает право земельного сервитута?
А) по решению суда, на основании договора
Б) никогда
В) всегда, когда земельные участки соседствуют между собой

14. Может ли земельный сервитут быть предметом купли-продажи
А) да
Б) нет
В) не всегда

Модуль 11. Юридическое сопровождение операций с недвижимостью.

Этот модуль дает возможность ознакомиться с законодательной базой, которая регламентирует операции с недвижимым имуществом в контексте общей системы правового регулирования недвижимости, согласно действующему законодательству Украины, всесторонне изучить документы, которые подтверждают право собственности на недвижимое имущество, ознакомиться с процедурой регистрации и экспертизы права собственности на недвижимое имущество.

Содержание

Цели и задачи модуля
11.1. Основы гражданского законодательства Украины: источники, субъекты, правоотношения.
11.1.1. Система гражданского законодательства Украины.
11.1.2. Субъекты гражданских правоотношений.
11.2. Понятия права собственности, права общей совместной собственности, права общей частичной собственности, право собственности на земельный участок.
11.2.1. Право собственности в Украине.
11.2.2. Право собственности на землю в Украине.
11.2.3. Права и обязанности субъектов права собственности на землю.
11.3. Основы жилищного и семейного законодательства, жилой фонд, приватизация жилого фонда, защита имущественных и жилищных прав несовершеннолетних детей при осуществлении операций с недвижимостью.
11.3.1. Жилищное право в Украине.
11.3.2. Структура жилого фонда.
11.3.3. Реализация права на жилье.
11.3.4. Приватизация жилого фонда.
11.3.5. Виды жилья в Украине.
11.3.6. Собственники жилого фонда.
11.3.7. Семейное право Украины. Неимущественные и имущественные права супругов.
11.3.8. Защита имущественных и жилищных прав несовершеннолетних детей при осуществлении операций с недвижимостью.
11.4. Классификация документов, которые подтверждают право собственности на недвижимое имущество.
11.4.1. Классификация документов на недвижимое имущество.
11.5. Правовые основы нотариата в Украине, задачи нотариата. Удостоверение договоров, платная и безоплатная формы договоров отчуждения недвижимого имущества; договор о предоставлении услуг, договор поручения, предварительный договор.
11.5.1. Правовые основы деятельности нотариата в Украине.
11.5.2. Компетенция нотариусов.
11.5.3. Рабочие договора риэлтора.
11.6. Регистрация и экспертиза права собственности на недвижимое имущество.
11.7. Реформы законодательства в сфере недвижимости.
Нормативные документы
Вопросы для самопроверки

После изучения данного модуля Вы должны:

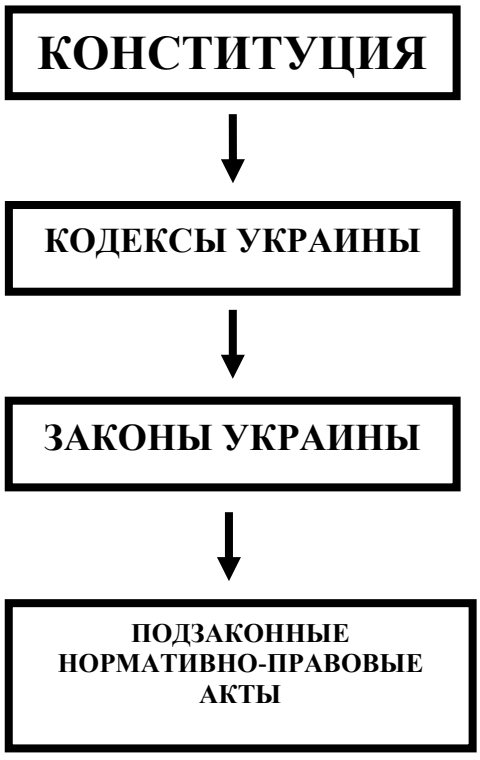
1. Знать основные нормативные положения законодательства Украины, которые регламентируют операции с недвижимостью, уметь их применять на практике.
2. Знать перечень документов, на основании которых подтверждается право собственности на недвижимое имущество.
3. Уметь классифицировать по содержанию виды документов, которые подтверждают право собственности на недвижимое имущество.
4. Различать платную и безоплатную формы договоров отчуждения недвижимого имущества.
5. Знать форму и содержание договора о предоставлении услуг, договора поручительства, предварительного договора.

11.1. Основы гражданского законодательства Украины: источники, субъекты, правоотношения.

11.1.1. Система гражданского законодательства Украины.

Гражданское законодательство это система нормативных актов, в которых нашли свое воплощение гражданско-правовые нормы. Гражданское законодательство это форма выражения гражданского права, образованная совокупностью гражданско-правовых актов.

Гражданское законодательство имеет свою структуру, элементами которой являются законы и подзаконные нормативно-правовые акты.



Основой гражданского законодательства является Конституция Украины, которая имеет наивысшую юридическую силу. Законы и иные нормативно-правовые акты принимаются на основе Конституции Украины и должны ей соответствовать. Конституция Украины предусматривает гражданско-правовые основы регулирования отношений собственности, в частности статьи 13, 14, 41.

После Конституции, высшую юридическую силу имеют законы – нормативно-правовые акты, принятые Верховной Радой Украины. Основным актом гражданского законодательства является Гражданский кодекс, который вступил в силу с 1 января 2004 года. Он является кодифицированным актом гражданского законодательства и состоит из 6 книг (Общие положения, Личные неимущественные права физического лица, Право собственности и прочие вещевые права, Право интеллектуальной собственности, Обязательственное право и Наследственное право), 90 глав, 1308 статей.

Кроме того, актами гражданского законодательства являются Семейный кодекс Украины от 10.01.2002 года, Земельный кодекс Украины от 25.10.2001 года, Закон Украины «О собственности» от 07.02.1991 года.

Важно!

Согласно ст. 10 Гражданского Кодекса Украины, международный договор, который регулирует гражданские отношения, обязательность которого утверждена Верховной Радой Украины, является частью национального гражданского законодательства.
Следующим звеном в иерархии гражданского законодательства являются подзаконные нормативно-правовые акты – постановления, указы, декреты, положения, решения, инструкции, правила, приказы, распоряжения (например, постановления Кабинета Министров Украины, указы Президента Украины, распоряжения Киевской городской государственной администрации).

Акты гражданского законодательства регулируют отношения, которые возникли со дня вступления его в силу, ведь действует общее правило, что законы и нормативно-правовые акты действуют на будущее и не имеют обратного действия во времени, за исключением случаев, предусмотренных ст. 58 Конституции, а именно – в случаях, если они смягчают или отменяют ответственность лица.

Более того, следует отметить, что в соответствии со ст. 57 Конституции, законы и прочие нормативно-правовые акты, которые определяют права и обязанности граждан, не доведенные до ведома населения в порядке, установленном законом, являются недействующими.

11.1.2. Субъекты гражданских правоотношений.

Элементами гражданских правоотношений есть субъекты и объекты, а также субъективное гражданское право и субъективная гражданская обязанность. В гражданских правоотношениях всегда принимают участие 2 или более лиц – участники отношений, которые называются субъектами. Субъект гражданского правоотношения – лицо, которое принимает участие в урегулированном правовыми нормами отношении, поведение которого трактуется правом как юридически возможное и необходимое.

Субъектами гражданских правоотношений являются физические и юридические лица, государство, АР Крым и территориальные общины.

Физические лица являются участниками гражданских правоотношений в случае, если они имеют объем полной право и дееспособности.

Гражданская правоспособность это способность иметь гражданские права и обязанности, а гражданская дееспособность – это способность своими действиями приобретать для себя гражданские права и самостоятельно их осуществлять, а также

способность своими действиями создавать для себя гражданские обязанности, самостоятельно их выполнять и отвечать в случае их невыполнения. Полная гражданская дееспособность наступает по общему правилу с 18 лет.

Правосубъектность состоит из право - и дееспособности и означает способность субъекта права быть участником гражданских правоотношений, включая **деликтоспособность** – способность самостоятельно нести юридическую ответственность за последствия своих действий.

Важно!

Как и другие участники гражданских правоотношений, юридические лица имеют правоспособность и дееспособность, но в отличие от физических лиц, право и дееспособность юридических лиц возникают одновременно, а именно, в момент государственной регистрации и прекращаются также одновременно – в момент ликвидации юридического лица и исключения его из государственного реестра.

Правоспособностью юридического лица может быть универсальной - оно может принимать участие в любых предусмотренных законом правоотношениях и специальной – участие юридического лица лишь в определенных правоотношениях, круг которых определен уставом.

Безусловно, важным есть определение понятия объектов гражданских правоотношений – материальных и нематериальных благ или предметов их создания, которые составляют предмет деятельности субъектов гражданского права. Общим для всех объектов гражданских прав есть их назначение для единой цели – способности удовлетворять законные интересы субъектов частных прав.

11.2. Понятия права собственности, права общей совместной собственности, права общей частичной собственности, права собственности на земельный участок.

После таких неотъемлемых прав человека как право на жизнь и на свободу важнейшим неотъемлемым правом человека есть право собственности. Право собственности относится к естественным правам человека, оно является абсолютным правом и означает то, что никто не может его нарушать, праву собственности противостоит неопределенное количество людей и на все их возложена обязанность не нарушать право собственника.

11.2.1. Право собственности в Украине.

Согласно ст. 2 Закона Украины «О собственности» **право собственности** - это урегулированные законом общественные отношения относительно владения, пользования и распоряжения имуществом. Согласно ст. 4 Закона Украины «О собственности» - собственник на свое усмотрение владеет, пользуется и распоряжается принадлежащим ему имуществом.

Право частной собственности – в соответствии со ст. 41 Конституции Украины, каждый имеет право владеть, пользоваться и распоряжаться как своей собственностью результатами своей интеллектуальной, творческой деятельности. Никто не может быть противоправно лишен права собственности. Право частной собственности является незыблемым. Субъектами права частной собственности являются юридические и физические лица (граждане Украины, иностранцы, лица без гражданства). Состав, количество и стоимость имущества, которое может быть в собственности физических и

юридических лиц, являются неограниченными. Законом может быть установлено ограничение размера земельного участка, который может быть в собственности физического или юридического лица.

Понятие права собственности на недвижимость развивалось исторически и соответствовало социальному развитию общества. Сначала право собственности ассоциировалось с племенем, общиной, которым принадлежала земля. Следующим этапом было появление семейной собственности, - когда собственность одной семьи противостоит собственности других семей.

Согласно действующему законодательству, в частности ст. 317 ГК Украины, содержание права собственности составляют три правомочности: владение, пользование и распоряжение. Любая из правомочностей имеет свое назначение. Так, владение означает юридически обеспеченную возможность собственника иметь имущество в своем ведении, в сфере своего фактического хозяйственного влияния. Пользование — это закрепленная юридически возможность хозяйственного использования имущества и извлечение из него полезных свойств собственником или уполномоченными им лицами. Распоряжение — эта юридически закрепленная возможность собственника самостоятельно решать судьбу имущества путем его отчуждения другим лицам, изменения его статуса назначения. Некоторые из приведенных правомочностей могут принадлежать и другим лицам, которые не являются собственниками данного имущества (например, лицам, которые получили имущество по договору аренды).

В гражданском законодательстве в большинстве случаев не определяется конкретный объем правомочностей граждан относительно их частной собственности. Лишь в отдельных случаях законодатель устанавливает непосредственные границы осуществления гражданами правомочностей права частной собственности относительно того или другого конкретного имущества (например, относительно земельных участков, частного предприятия, оружия, валютных ценностей). Поэтому, определяя объем правомочностей гражданина относительно принадлежащего ему имущества, необходимо учитывать общие принципы осуществления гражданских прав, социально-экономическую природу собственности граждан и особенности отдельных ее объектов.

Правильное определение объема правомочностей и условий их осуществления имеет большое значение для утверждения правового статуса гражданина-собственника и защиты его прав. Больше того, нарушение лицом соответствующих правовых норм может лишить его такой защиты или даже привести к прекращению права собственности.

Важно!

Собственность в Украине выступает в таких формах: частная, коллективная, государственная. Все формы собственности являются равноправными.

В соответствии со ст. 41 Конституции Украины, каждый имеет право владеть, пользоваться и распоряжаться как своей собственностью результатами своей интеллектуальной, творческой деятельности.
Никто не может быть противоправно лишен права собственности. Право частной собственности есть незыблемым. Субъектами права частной собственности являются юридические и физические лица (граждане Украины, иностранцы, лица без гражданства). Состав, количество и стоимость имущества, которое может быть в собственности у физических и юридических лиц, не являются ограниченными. Законом может быть

установлено ограничение размера земельного участка, который может быть в собственности физического и юридического лица.

Право общей собственности - имущество, которое находится в собственности двух или больше лиц (совладельцев), принадлежит им на праве общей собственности. Общая совместная собственность – собственность двух или более лиц без определения части каждого из них. Общая частичная собственность – собственность двух или больше лиц с определением части каждого из них в праве собственности.
Субъектами права общей частичной собственности могут быть физические лица, юридические лица, государство, территориальные общины.
Части в праве общей частичной собственности считаются равными, если иное не установлено по договоренности совладельцев или законом.
Совладелец имеет право самостоятельно распорядиться своей частью в праве общей частичной собственности.
Согласно ст. 362 Гражданского кодекса Украины - «в случае продажи части в праве общей частичной собственности совладелец имеет преобладающее право перед другими лицами на ее покупку по цене, объявленной для продажи, и других равных условиях, кроме случая продажи с публичных торгов».
Продавец части в праве общей частичной собственности обязан письменно сообщить других совладельцев о намерении продать свою часть, указав цену и другие условия, на которых он продает.
Если другие совладельцы отказались от осуществления преобладающего права купли или не осуществят этого права относительно недвижимого имущества на протяжении одного месяца со дня получения сообщения, продавец имеет право продать свою часть другому лицу.

В случае продажи части в праве общей частичной собственности с нарушением преобладающего права купли совладелец может предъявить иск в суд о переведении на него прав и обязанностей покупателя.

Право собственности в Украине охраняется законом, то есть государство в лице уполномоченных органов обеспечивает стабильность правоотношений собственности. Украина законодательно обеспечивает гражданам, организациям и другим собственникам равные условия защиты права собственности. Собственник может требовать устранения любых нарушений его права, даже если эти нарушения и не были связаны с лишением владения, и возмещения причиненных этим убытков. Защита права собственности осуществляется судом или третейским судом.

Важным аспектом, на котором следует остановить внимание, является вопрос права собственности на землю, особенности которого состоят в том, что согласно со ст. 14 Конституции Украины земля является основным национальным богатством и находится под особой охраной государства, а право собственности на нее гарантируется Конституцией.

11.2.2. Право собственности на землю в Украине.

Нормативный документ!

Основными законодательными актами, которые регулируют земельные отношения, являются Земельный кодекс Украины и Гражданский кодекс Украины, нормы статей главы 27 которого посвящены установлению основ гражданско-правового режима земли, которая находится в собственности субъектов гражданского права.

Объем и объекты права собственности на землю установленные ст. 373 ГК Украины, которая, в частности, предусматривает, что право собственности на земельный участок распространяется на поверхностный (грунтовой) пласт в границах этого участка, на водные объекты, леса, многолетние насаждения, которые на нем находятся, а также на пространство, которое находится над и под поверхностью участка, высотой и глубиной, которые необходимы для возведения жилых, производственных и других зданий и сооружений.

В соответствии с этим положением собственник земельного участка имеет право использовать его на свое усмотрение соответственно его целевому назначению, а также может использовать по своему усмотрение все, что находится над и под поверхностью этого участка, если другое не установлено законом и не нарушает прав других лиц.

Впрочем, собственник не является абсолютно и навсегда ограниченным в своих действиях целевым назначением земельного участка: по его инициативе органы исполнительной власти и местного самоуправления могут изменить целевое назначение соответствующего земельного участка.

Важно!

Субъектами права собственности на землю (земельный участок) являются физические, юридические лица, государство, территориальные общины.

Иностранные граждане и лица без гражданства могут приобретать право собственности лишь на земельные участки несельскохозяйственного назначения в границах населенных пунктов, а также на земельные участки сельскохозяйственного назначения за пределами населенных пунктов, на которых расположены объекты недвижимого имущества, которые принадлежат им на праве частной собственности. Земли сельскохозяйственного назначения, полученные по наследству иностранными гражданами, а также лицами без гражданства, на протяжении года подлежат отчуждению. Иностранные юридические лица, иностранные государства и международные организации могут быть субъектами права собственности на землю лишь в случаях, установленных законом. Так, иностранные государства могут приобретать в собственность земельные участки лишь для размещения зданий и сооружений дипломатических представительств и других приравненных к ним организаций соответственно международным договорам. Иностранные юридические лица могут приобретать право собственности на земельные участки несельскохозяйственного назначения: в границах населенных пунктов — в случае приобретения объектов недвижимого имущества и для сооружения объектов, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности в Украине; за пределами населенных пунктов — в случае приобретения объектов недвижимого имущества. Земли сельскохозяйственного назначения, полученные по наследству иностранными юридическими лицами, также подлежат отчуждению на протяжении одного года.

Итак, **в полной мере реализовать право быть собственником земли могут лишь граждане Украины или юридические лица Украины.**

Не могут передаваться в собственность отдельным физическим и юридическим лицам земли коммунальной собственности: земли общего пользования населенных пунктов (площади, улицы, пляжи, парки, скверы, кладбища, места обезвреживания и утилизации отходов и т.п.); земли под железными дорогами, автомобильными дорогами, объектами воздушного и трубопроводного транспорта; земли под объектами природозащитного

фонда, историко-культурного и оздоровительного назначения, которые имеют особую экологическую, оздоровительную, научную, эстетичную и историко-культурную ценность, если другое не предусмотрено законом, земли лесного и водного фонда, кроме случаев, определенных Земельным кодексом; земельные участки, которые используются для обеспечения деятельности органов местного самоуправления.

Этим лицам также не передаются в собственность (равно как и в коммунальную собственность): земли атомной энергетики и космической системы; земли обороны; земельные участки, которые используются для обеспечения деятельности Верховной Рады Украины, Президента Украины, Кабинета Министров Украины, других органов государственной власти, Национальной академии наук Украины, государственных отраслевых академий наук; земельные участки зон отчуждения и безусловного (обязательного) отселения, которые испытали радиоактивное загрязнение вследствие Чернобыльской катастрофы.

Основания для обретения гражданами Украины и юридическими лицами Украины права собственности на землю установлены Земельным кодексом.

Граждане Украины приобретают право собственности на землю на основании:

а) приобретения по гражданско-правовым договорам;

б) безвозмездной передачи из земель государственной и коммунальной собственности;

в) приватизации земельных участков, которые ранее были предоставлены им в пользование;

г) принятия наследства;

д) выделения в натуре (на местности) надлежащей им земельной части (пая).

Юридические лица (основанные гражданами Украины или юридическими лицами Украины) могут приобретать в собственность земельные участки для осуществления предпринимательской деятельности:

а) на основании приобретения по гражданско-правовым договорам;

б) в результате внесения земельных участков основателями юридического лица в уставной фонд;

в) путем принятия наследства;

г) на других основаниях, установленных законом.

Территориальные общины приобретают землю в коммунальную собственность путем:

а) передачи им земель государственной собственности;

б) принудительного отчуждения земельных участков у собственников исходя из общественной необходимости и для общественных потребностей;

в) принятия наследства;

г) приобретения по гражданско-правовым договорам;

д) другими способами, предусмотренными законом.

Государство приобретает право собственности на землю путем:

а) отчуждения земельных участков у собственников исходя из общественной необходимости и для общественных потребностей;

б) приобретения по гражданско-правовым договорам;

в) принятия наследства;

г) передачи в собственность государству земельных участков коммунальной собственности территориальными общинами;

д) конфискации земельного участка.

11.2.3. Права и обязанности субъектов права собственности на землю.

Важно!

Права и обязанности субъектов права собственности на землю (земельный участок) устанавливаются Земельным кодексом.

Нормы ст.ст.90, 91 Земельного кодекса устанавливают, что собственники земельных участков имеют право: продавать или другим путем отчуждать земельный участок, передавать его в аренду, залог, наследство, использовать в установленном порядке для собственных потребностей имеющиеся на земельном участке полезные ископаемые, торф, лесные насаждения, водные объекты, а также другие полезные свойства земли; сооружать жилые дома, производственные и прочие здания и сооружения.

Вместе с тем землевладельцы обязаны: обеспечивать использование участков по целевому назначению; не нарушать права собственников сопредельных земельных участков и землепользователей; придерживаться правил добрососедства и ограничений, связанных с установлением земельных сервитутов и охранительных зон. Кроме того, на землевладельцев возлагается ряд обязанностей, обусловленных особенностями земли как объекта права: обязанность придерживаться требований законодательства об охране окружающей среды; платить земельный налог и т.п.

Хотя права и обязанности землевладельцев определяются земельным законодательством, тем не менее, некоторые правомочности собственника земли, связанные с правом собственности, например, на жилой дом, специально регламентированы нормами, закрепленными в Гражданском кодексе Украины.

Следует обратить внимание на ст. 375 ГК Украины, которая, в частности, устанавливает, что собственник земельного участка имеет право на ее застройку, то есть может возводить на ней здания и сооружения, создавать закрытые водоемы, осуществлять перестройку, а также разрешать строительство на своем участке другим лицам. Если такое право осуществляется с соблюдением архитектурных, строительных, санитарных, экологических и других норм и правил, а также при условии использования земельного участка по его целевому назначению, собственник участка приобретает право собственности на возведенные им здания, сооружения и прочее недвижимое имущество.

Тем не менее, если жилой дом, здание, сооружение, другое недвижимое имущество построены или строятся на земельном участке, который не был отведен для этой цели, или без надлежащего разрешения или соответствующе утвержденного проекта, или с существенными нарушениями строительных норм и правил, то такое строительство считается неправомочным.

Правовые последствия неправомочной застройки, осуществленной собственником на его земельном участке, устанавливаются ст. 376 ГК Украины: лицо, которое осуществило или осуществляет неправомочное строительство, не приобретает права собственности на него. Тем не менее, это лишь общее правило, которое не может применяться без учета конкретных обстоятельств дела. Конкретные последствия зависят от ряда обстоятельств: каким является целевое назначение участка; является ли застройщик собственником участка; если нет, то есть ли согласие собственника на застройку, нарушаются ли застройкой права других лиц и т.п..

Важно!

Учитывая эти обстоятельства, следует различать такие случаи незаконного строительства: 1) строительство с нарушением целевого назначения участка; 2) строительство, осуществленное лицом, не являющимся собственником участка; 3) строительство, осуществленное собственником земли с нарушением установленных законодательством требований.

В случае незаконного строительства с нарушением целевого назначения участка право собственности на самовольно построенное недвижимое имущество может быть по решению суда признанно за лицом, которое осуществило такое строительство, при условии предоставления ему земельного участка в установленном порядке под уже построенное недвижимое имущество (ч.3 ст.376 ГК).

Последствия осуществления самовольного строительства лицом, которое не является собственником участка, зависят от субъективных (воли собственника) и объективных обстоятельств (нарушения прав Других лиц).

Во-первых, если собственник (пользователь) земли возражает против признания права собственности за самовольным застройщиком, застройка подлежит сносу лицом, которое осуществило (осуществляет) самовольное строительство. Если застройщик не желает выполнять это требование, снос ведется за его счет.

Во-вторых, такие же последствия наступают, если самовольное строительство, осуществленное несобственником, нарушает права других лиц. При этом в соответствии с ч. 4 ст. 376 ГК волеизъявление собственника участка значения не имеет. Если он даже согласен на такое самовольное строительство, но это нарушает права других лиц (например, членов его семьи, которые проживают вместе с ним), вопрос о признании права собственности на самовольное строительство судом положительно решаться не может.

В конце концов, по требованию собственника (пользователя) земельного участка суд может признать за ним право собственности на самовольно построенное недвижимое имущество, размещенное на его участке, если это не нарушает права других лиц (ч. 5 ст. 376 ГК Украины).

При этом лицо, которое осуществило самовольное строительство, имеет право на возмещение затрат, понесенных им на такое строительство.

В случае если строительство, осуществлено собственником (пользователем) земли, но с нарушением установленных законодательством требований (существенным отклонением от проекта, противоречащим общественным интересам, или нарушает права других лиц, существенным нарушением строительных норм и правил), суд по иску соответствующего органа государственной власти или органа местного самоуправления может принять решение, которым вменить в обязанность лицу, которое осуществило (осуществляет) строительство, провести соответствующую перестройку. Если проведение такой перестройки является невозможным или лицо, которое осуществило (осуществляет) строительство, отказывается от ее проведения, такое недвижимое имущество по решению суда подлежит сносу за счет лица, которое осуществило (осуществляет) строительство. Лицо, которое осуществило (осуществляет) самовольное строительство, обязано

возместить затраты, связанные с приведением земельного участка в первоначальное состояние (ч.7 ст.376 ГК Украины).

Важно!

Еще одной важной гражданско-правовой правомочностью в сфере отношений собственности на земельный участок является переход права на земельный участок при приобретении жилого дома, здания или сооружения, которые размещены на ней, лицу, которое приобрело указанные вещи.

При этом право собственности на земельный участок переходит без изменения его целевого назначения. Размер участка, который переходит вместе с приобретенной недвижимостью, устанавливается договором. Если договором об отчуждении жилого дома, здания или сооружения размер земельного участка не определен, к приобретателю переходит право собственности на ту часть земельного участка, которая занята соответствующей недвижимостью, и на часть участка, которая необходима для ее обслуживания. Если жилой дом, здание или сооружение размещенные на земельном участке, предоставленном в пользование, то в случае их отчуждения к приобретателю переходит право пользования той частью участка, на которой они размещены, и частью земельного участка, необходимой для их обслуживания (ст. 377 ЦК Украины).

В отличие от ст. 377 ГК, ст. 120 Земельного Кодекса Украины закрепляет, в сущности, самостоятельные правовые режимы земельной собственности и собственности на расположенные на земельном участке объекты недвижимости: переход права собственности на недвижимость не влечет автоматического перехода права собственности на земельный участок, на котором расположено здание (сооружение), а требует заключения отдельного договора (купли-продажи, дарения, мены и т.п.). В наследственных отношениях земельный участок также есть самостоятельным объектом, и требует самостоятельного оформления перехода права собственности на него вместе с переходом права собственности на здания (сооружения).

Договором, который регламентирует переход права пользования участком к приобретателю здания (сооружения), ч. 1 ст.120 ЗК признает лишь **договор аренды земельного участка.**

Право собственности лица на земельный участок может быть прекращено: добровольно (по волеизъявлению собственника), принудительно (по решению суда) и по объективной причине (смерть собственника, закрытие юридического лица) в случаях, установленных законом (ст. 378 ЦК, глава 22 ЗК).

Прекращение права собственности на землю по волеизъявлению землевладельца возможно в случаях:
а) добровольного отказа собственника от земельного участка (который может быть осуществлен лишь в пользу государства или территориальной общины);
б) добровольного отчуждения земельного участка собственником, в том числе предоставления согласия на изъятие участка для его последующего предоставления другому лицу с правом получения соответствующей компенсации.

Принудительное прекращение права собственности на землю охватывает:
а) выкуп (изъятие) земельного участка по мотивам общественной необходимости и для общественных потребностей;

б) изъятие не отчужденного в установленном порядке земельного участка иностранными лицами, лицами без гражданства и иностранными юридическими лицами;
в) изъятие земельного участка, который используется не по целевому назначению или с нарушением законодательства;
г) конфискацию земельного участка как санкцию за совершение уголовного преступления или административного нарушения;
д) обращение взыскания на земельный участок по обязательствам его собственника (например, в случае невыполнения собственником земельного участка ипотечных обязательств).

11.3. Основы жилищного и семейного законодательства, жилой фонд, приватизация жилого фонда, защита имущественных и жилищных прав несовершеннолетних детей при осуществлении операций с недвижимостью.

Жилье — одно из основных материальных условий жизни человека. Потребность человека в жилье возникает с момента его рождения, сохраняется на протяжении всей жизни и прекращается после смерти. Итак, удовлетворение потребности человека в жилье — очень важная социальная задача. Обеспеченность граждан определенной страны жильем является одним из конкретных показателей благосостояния всего народа.

Субъективное право на жилье — это возможность человека и гражданина иметь жилье в собственности ли получить его по договору найма из государственного или общественного фонда, пользоваться жильем и требовать от обязанных субъектов обеспечения реализации этого права в полном объеме.

Право на жилье тесно связанно с обязанностями других физических и юридических лиц и государственных органов относительно создания соответствующих условий, охраны, защиты и реализации жилищных прав человека и гражданина. Конституция Украины возлагает на государство обязанность создавать условия, при которых каждый гражданин будет иметь возможность построить жилье, приобрести его в собственность или взять в аренду.

Никто не может быть лишен жилья иначе как на основании действующего закона и по решению компетентного суда.
Важно!

Реализация человеком и гражданином права на жилье осуществляется в таких формах:
1) активная деятельность субъекта, который требует улучшения жилищных условий в процессе предоставления жилых помещений; пользования жилым помещением; участия в управлении жилым фондом; осуществлении эксплуатации и охраны разных видов жилого фонда;
2) удержание от действий, которые нарушают жилищные права других субъектов;
3) владение, пользование и распоряжение жильем в соответствии с действующими нормативно-правовыми актами;
4) требования от компетентных государственных органов, общественных организаций и должностных лиц применять соответствующие нормы жилищного права, выносить справедливое личностно-правовое решение и добиваться их выполнения.

11.3.1. Жилищное право в Украине.

Жилищное право Украины — это совокупность правовых норм, которые регулируют жилищные правоотношения между гражданами и граждан с государственными и общественными организациями в процессе реализации конституционного права человека и гражданина на жилье.

Правовое регулирование общественных отношений, которые возникают в процессе решения жилищных вопросов, обеспечивается комплексной областью права, которое охватывает нормы гражданских, административных, земельных, хозяйственных, семейных и других специальных областей права, объединение и кодификация которых образовали новую область — жилищное право.

Предметом правового регулирования жилищного права Украины являются правоотношения, которые возникают:

- в процессе реализации права на жилье,
- при предоставлении гражданам жилых помещений в пользование,
- при пользовании субъектом жилым помещением,
- при управлении жилым фондом, эксплуатации и охране жилого фонда,
- при капитальном и текущем строительстве жилья,
- при исключении из жилого фонда жилых домов и помещений, которые не пригодны для проживания; рассмотрении жилищных споров и др.

Жилищные правоотношения возникают, изменяются и прекращаются относительно уже готового жилого дома или другого помещения, пригодного для проживания человека. Все вышеназванные жилищные правоотношения регулируются системой норм жилищных нормативно-правовых актов, которые составляют жилищное законодательство Украины.

Систему нормативно-правовых актов, которые регулируют жилищные отношения в Украине, составляют: Конституция Украины; Жилищный кодекс Украины; Закон Украины "О приватизации государственного жилищного фонда" и прочие законы; указы Президента Украины; постановления Кабинета Министров Украины и прочие нормативно-правовые акты.

Право граждан Украины на жилье закреплено ст. 47 Конституции Украины. Оно обеспечивается развитием и охраной всех видов государственного жилого фонда, созданием рыночной системы жилищного обеспечения граждан через приватизацию жилья, справедливым распределением жилой площади под контролем общественности.

Конституционное право на жилье считается обеспеченным лишь тогда, когда гражданин Украины имеет жилье, которое отвечает установленным нормам и пригодно для проживание. Из-за отсутствия такой жилой площади и потребности в социальной защите гражданин признается таким, что требует улучшения жилищных условий и в соответствии с действующим законодательством может претендовать на получение соответствующего жилья, которое предоставляется по праву найма государством или органами местного самоуправления безвозмездно, или на обеспечение себя и своей семьи жильем за собственные средства, но за доступную плату.

Основными задачами жилищного законодательства является регулирование жилищных отношений с целью:

- обеспечения конституционного права гражданина Украины на жилье;
- надлежащего использования и сохранения всех видов жилого фонда;

- укрепление законности в области жилищных отношений в условиях рыночной экономики.

11.3.2. Структура жилого фонда.

Жилой фонд — сложный инженерный комплекс, который включает:

- жилые дома и помещения в других зданиях;
- разнообразное теплоэнергетическое оснащение;
- автоматические средства управления и эксплуатации;
- разветвленную сеть коммуникаций;
- противопожарное, лифтовое, санитарно-техническое и прочее оборудование.

Жилой фонд на территории Украины составляют жилые дома и прочие жилые помещения. Согласно ст. 4 Жилищного кодекса Украины различают такие виды жилого фонда: государственный; общественный; кооперативный (ЖСК); индивидуальный.

Государственный жилой фонд — совокупность жилых домов и других жилых помещений, которые находятся в собственности местных советов, государственных предприятий, учреждений, организаций и назначаются для проживания человека и гражданина.

В последнее время в связи с коммерциализацией жилищных отношений сокращается строительство государственного жилого фонда, создается рынок жилья, обеспечивается приоритетное развитие других видов жилого фонда.

Общественный жилой фонд — совокупность жилых домов и других жилых помещений, которые принадлежат колхозам, другим кооперативным организациям, их объединениям, профсоюзам и другим общественным организациям.

Фонд жилищно-строительных кооперативов — совокупность жилых домов, которые принадлежат жилищно-строительным кооперативам и предназначаются для проживания членов ЖСК.

Индивидуальный жилой фонд — совокупность жилых домов (помещений), которые находятся в личной и частной собственности.

Важно!

К жилому фонду не относятся нежилые помещения в жилых домах, которые имеют торговое, бытовое и прочие назначения непромышленного характера.

В ст. 47 Конституции Украины указано: "Гражданам, которые требуют социальной защиты, жилье предоставляется государством и органами местного самоуправления безвозмездно или за доступную для них плату в соответствии с законом".

11.3.3. Реализация права на жилье.

Порядок предоставления жилья гражданам Украины в пользование из государственного и общественного жилых фондов предусмотрен в главе 1 ЖК Украины. В ней закреплено право граждан на жилье и на его получение; возраст, с которого лицо имеет такое

субъективное право; порядок признания лиц такими, что требуют социальной защиты в вопросах обеспечения жильем.

Согласно со ст. 31 Жилищного кодекса Украины каждый гражданин Украины, который требует улучшения жилищных условий, имеет право получить в пользование жилое помещение в домах жилого фонда (государственного и общественного) в порядке, предусмотренном законодательными актами Украины. Жилые помещения таким гражданам предоставляются преимущественно в виде отдельной квартиры на семью.

Дееспособность относительно реализации такого права наступает у лица после исполнения ему 18 лет, а если лицо зарегистрировало брак или постоянно работает в предусмотренных законом случаях, то и раньше.

Статья 34 Жилищного кодекса Украины к лицам, которые требуют улучшения жилищных условий, относит лиц, которые:

- обеспеченны жильем ниже установленного в данной местности уровня;
- живут в помещениях, которые не отвечают установленным санитарным и техническим нормам;
- болеют тяжелыми формами некоторых хронических заболеваний, из-за чего не могут проживать в коммунальных квартирах ли в одной комнате с членами своей семьи;
- проживают по договору поднайма жилого помещения в домах государственного или общественного жилого фонда или по договору найма в жилых помещениях жилищно-строительных кооперативов;
- на протяжении длительного времени живут по договору найма (аренды) в домах (квартирах), которые принадлежат гражданам по праву частной собственности;
- проживают в общежитиях.

Граждане, которые требуют улучшения жилищных условий, берутся на учет для получения жилья в домах государственного и общественного жилого фонда.
Жильем обеспечиваются в соответствии с общей очередью, вне очереди и в первую очередь. Право на заселение квартиры дает только ордер.

Ордер на жилое помещение — это письменное распоряжение на его заселение, которое выдается на основании решения исполнительного комитета органа местного самоуправления или местной государственной администрации. Он есть единым основанием для заселения в предоставленное жилое помещение, выдается лишь на свободное жилое помещение, имеет четко установленную форму.

Ордер сдается в жилищно-эксплуатационную организацию и есть основанием не только для заселения в жилье, но и для заключения с ответственным квартиросъемщиком договора жилого найма.

Право пользоваться жильем реализуется на основании **договора жилого найма.** Предметом договора найма жилого помещения может быть отдельная квартира или другое изолированное жилое помещение, которое состоит из одной или нескольких комнат, или одноквартирный жилой дом. Не может быть самостоятельным предметом договора жилого найма помещение, которое хотя и представляет собой отдельную комнату, но ее размер меньше установленного для одной лица, или является частью комнаты или комнатой, которая связанная с другой комнатой общим входом, а также подсобное помещение (кухня, коридор, каморка и др.).

Законодательство предусматривает такие права и обязанности нанимателя и членов его семьи: пользоваться жилым и подсобными помещениями, санитарно-техническим и другим оснащением; оставлять за собой жилье на определенный законодательством срок в случае временного выезда; сдавать часть жилья в поднаймом другим лицам; обменивать жилое помещение на другое; требовать распределения или объединения жилья, предоставление дополнительного неизолированного жилья (или изолированного в границах предусмотренной законом нормы); вселение других лиц или выселение их на законных основаниях и т.п.

Наряду с широкими правами от нанимателя требуется и выполнение определенных обязанностей: бережное отношение к нанимаемому жилью; соблюдение правил пользования жильем; экономное использование воды, электроэнергии, газа, тепловой энергии; недопущение нарушений жилищных прав других субъектов и других необходимых правил поведения, которые предусмотрены Типичным договором найма жилого помещения.

В характеристике оплаты помещения следует учитывать на оплату: жилого помещения (площади); избыточной жилой площади; льготы для определенных лиц; временно отсутствующих нанимателей; вычисление оплаты; сроки внесения платы и порядок взыскания задолженности и др.

Плата за жилье в домах государственного и общественного фонда вычисляется исходя из общей площади квартиры. Норма общей площади на одного жителя устанавливается в размере 21 кв. м.

Договор аренды жилого помещения может быть изменен только по согласию арендатора, членов его семьи и арендодателя. К случаям изменения договора аренды относят: по требованию члена семьи арендатора; по требованию арендаторов, которые объединились в одну семью; в случае признания арендатором другого члена семьи; по требованию арендатора; по требованию арендодателя. При несогласии других членов семьи вопрос может быть решен в судебном порядке.

Если граждане, которые живут в одной квартире, объединятся в одну семью, то они имеют право требовать от арендодателя заключить договор жилищной аренды с одним из членов семьи. В случае отказа арендодателя дело может быть решено в судебном порядке.

Если члены семьи требуют заключить договор жилищной аренды с другим арендатором, при условии, что предыдущий арендатор умер ли утратил право на жилье, а арендодатель не соглашается, вопрос может быть решен в суде.

Арендатор жилого помещения при согласии всех взрослых членов семьи может когда-либо потребовать прекращения действия договора аренды: в случае убытия арендатора и членов его семьи в другое место на постоянное проживание; если выбывают не все члены семьи, то право на площадь теряют только те, кто выбывает.

Договор жилищной аренды в домах государственного и общественного жилого фонда по требованию арендодателя может быть разорван лишь в случаях, установленных законом, и только в судебном порядке, кроме случаев выселения из домов, которые могут обвалиться.

Выселение допускается лишь в случаях, предусмотренных законодательством, и проводится в судебном порядке. В административном порядке по санкции прокурора могут быть выдворены лишь граждане, которые самовольно заняли жилые помещения, или те, которые проживают в домах, которые могут обвалиться.

11.3.4. Приватизация жилого фонда.

Приватизация государственного жилого фонда— это отчуждения, то есть безвозмездная передача или продажа из государственного жилого фонда в собственность гражданам Украины жилых квартир или помещений, которые они занимают, а также хозяйственных сооружений, которые им принадлежат.

Целью приватизации есть формирование рыночной системы жилищного обеспечения граждан Украины, создание условий для реализации права граждан на свободный выбор местожительства и способа удовлетворения своей потребности в жилье.

Законодательство о приватизации жилья определяет право граждан Украины приватизировать занимаемое ими жилье один раз. Предполагается также, что каждый гражданин Украины в случае, если часть жилья, которое приватизируется, меньше установленной нормы, получит компенсацию в виде жилищных чеков. Указанные чеки гражданин Украины может использовать для приватизации как жилья, так и части имущества государственных предприятий или земельного фонда.

Закон Украины "О приватизации государственного жилого фонда" был принят Верховной Радой Украины 19 июня 1992 г.
К объектам приватизации относятся:

- квартиры в многоквартирных домах, которые используются гражданами на условиях аренды;
- незаселенные квартиры, части домов, одноквартирные дома после окончания их строительства, реконструкции, ремонта и текущего освобождения.

Не подлежат приватизации: квартиры-музеи; квартиры в домах закрытых воинских поселений; комнаты в общежитиях; квартиры, отнесенные в установленном порядке к непригодных для проживания; служебные квартиры или комнаты; квартиры, в которых живут два ли больше нанимателя, из-за отсутствия согласия всех на приватизацию занимаемой квартиры.

Приватизация квартир в домах, включенных в план реконструкции, осуществляется после ее проведения собственником или хозяином дома. Арендаторы, которые проживали в квартирах к началу реконструкции, после проведения реконструкции имеют приоритетное право на приватизацию этих квартир.

Одноквартирные дома, а также квартиры в домах, включенных в планы ремонта, могут быть приватизированы к его проведению по согласию арендаторов с предоставлением им соответствующей компенсации в порядке, установленном Кабинетом Министров Украины.

Следует обратить внимание на способы приватизации, которые осуществляются путем безвозмездной передачи гражданам квартир (домов) из расчета санитарной нормы 21 кв. м

общей площади на нанимателя и каждого члена его семьи и дополнительно 10 кв. м на семью.

За гражданами, которые не желают приватизировать жилье, сохраняется действующий порядок получения и использования жилья на условиях аренды.

Итак, **жилищное законодательство** представляет собой комплексную, самостоятельную область законодательства, которое закрепляет, охраняет и регулирует правовые отношения между физическими и юридическими лицами и другими субъектами в вопросах возникновения, развития и прекращения жилищных правоотношений во время реализации конституционного права человека и гражданина на жилье.

Жильем физического лица является жилой дом, квартира, другие помещения, предназначенные и пригодные для постоянного проживания в них (ст. 379 Гражданского кодекса Украины). Не считаются жильем отдельные производственные помещения, вагончики, подвалы, сараи, гаражи, передвижные контейнеры и т.п., а также помещения, предназначенные для временного пребывания людей (отель, больница, тюрьма).

11.3.5. Виды жилья в Украине.

По своей правовой природе жилье является недвижимостью, которая может использоваться по целевому назначению. К важнейшим разновидностям жилья относятся: 1) жилой дом, 2) усадьба, 3) квартира.

Жилой дом — это здание капитального типа, сооруженное с соблюдением требований, установленных законом, другими нормативно-правовыми актами, и предназначенное для постоянного в нем проживания (ст.380 Гражданского кодекса).

Дом может находиться в собственности разных субъектов гражданских отношений. Гражданский кодекс отдельно вспоминает как собственника дома жилищно-строительный (жилищный) кооператив, указывая, что дом, сооруженный или приобретенный таким кооперативом, является его собственностью. При этом член жилищно-строительного (жилищного) кооператива имеет право владения и пользования, а по согласию кооператива — и распоряжения квартирой, какую последний занимает в доме кооператива, если он не выкупил ее (ст.384 Гражданского кодекса).

Усадьба — это земельный участок вместе с расположенными на ней жилым домом, хозяйственно-бытовыми зданиями, наземными и подземными коммуникациями, многолетними насаждениями (ст.381 Гражданского кодекса). Как следует из этого определения, усадьба является сложным имущественным комплексом, который включает земельный участок, жилой дом, вспомогательные помещения, многолетние насаждения и т.п.. Жилой дом усадебного типа состоит из жилых и вспомогательных (нежилых) помещений. Характерными вспомогательными помещениями дома являются: прихожая, кухня, коридор, веранда, уборная, амбар, помещение для автономной системы отопления, прачечная и т.п.. На приусадебных земельных участках, кроме жилых домов, размещаются хозяйственные здания (сараи, хлева, летние кухни, гаражи, мастерские, уборные и т.п.) и сооружения (колодцы, выгребные ямы, навесы, изгороди, ворота, калитки и т.п.). К пристройкам относятся: пристроенные жилые комнаты и вспомогательные помещения (тамбуры, веранды, кухни, амбары, ванные комнаты, уборные и т.п.). Многолетними считаются насаждения, которые имеют вегетативный цикл более двух лет. Размер приусадебного участка, который предоставляется безвозмездно,

составляет: в селах — не больше 0,25 гектара, в поселках — не больше 0,15 гектара, в городах — не больше 0,1 гектара (ч. 1 ст. 121 Земельного кодекса Украины).

Поскольку усадьба является сложным имущественным комплексом, то в случае отчуждения жилого дома считается, что отчуждается вся усадьба, если другое не установлено договором или законом.

Квартирой является изолированное помещение в жилом доме, предназначенное и пригодное для постоянного в нем проживания (ст.382 ГК). Право собственности на квартиру может возникать на основании гражданско-правового договора (купли-продажи, мены и т.п.), приватизации квартиры государственного фонда, выкупа квартиры членом жилищно-строительного (жилищного) кооператива (ч.3 ст.384 ГК).

Квартиры, которые принадлежат гражданам на правах частной собственности, составляют **частный жилой фонд.**

11.3.6. Собственники жилого фонда.

Собственникам квартиры в двух - или многоквартирном жилом доме принадлежат на правах общей совместной собственности помещения общего пользования, опорные конструкции дома, механическое, электрическое, сантехническое и прочее оснащение за пределами или внутри квартиры, которое обслуживает большее одной квартиры, а также сооружения, здания, которые предназначены для обеспечения потребностей всех собственников квартир, а также собственников нежилых помещений, которые расположены в жилом доме.

Распоряжение имуществом, которое находится в общей совместной собственности, осуществляется по согласию всех совладельцев. Совладельцы также имеют право уполномочить одного из них на осуществление договоров относительно распоряжения общим имуществом.

Собственник жилого дома, квартиры имеет право использовать помещение для собственного проживания, проживания членов своей семьи, других лиц и не имеет права использовать его для промышленного производства.

Несколько ограничены права собственников квартиры относительно осуществления ремонта и изменений в ней. Собственник может на свое усмотрение совершать указанные действия, но лишь при таких условиях:
а) квартира, предоставлена для использования как единое целое (то есть не является коммунальной);
б) эти изменения не приведут к нарушениям прав собственников других квартир в многоквартирном жилом доме;
в) эти изменения не приведут к нарушениям санитарно-технических требований и правил эксплуатации дома.

Особым субъектом отношений собственности, связанных с жильем, есть **объединение собственников жилых квартир** - юридическое лицо, какое собственники могут создавать для обеспечения эксплуатации многоквартирного жилого дома, пользование

квартирами и общим имуществом жилого дома. Такое объединение может быть создано также собственниками жилых домов (ст.385 Гражданского кодекса). Порядок создания и компетенция объединения и его членов определяются Законом Украины "Об объединении совладельцев многоквартирного дома".

11.3.7. Семейное право Украины. Неимущественные и имущественные права супругов.

Семейное право — совокупность правовых норм, которые регулируют личные и связанные с ними имущественные отношения граждан, которые возникают в браке и принадлежности к семье. То есть, это право регулирует отношения между супругами относительно порядка и условий брака, личных и имущественных отношений между ними, порядка и условий прекращения брака; отношения между родителями и детьми, другими родственниками и т.п. Кроме того, семейное право Украины регулирует отношения усыновления (удочерения), опеки и опекунства и т.д.

Семейный кодекс был принят 10 января 2002 года и введен в действие с 01 января 2004 года. В нем 6 разделов, 22 главы и 292 статьи.

Семейный кодекс базируется на таких общепризнанных принципах: равноправия женщины и мужчины в семейных отношениях; построения семейных отношений на добровольном брачном союзе женщины и мужчины; всесторонней охраны интересов матери и детей и обеспечения счастливого детства каждому ребенку; воспитания чувства ответственности перед семьей и т.п. В кодексе предусмотрено, что граждане являются равными в семейных отношениях независимо от их национальности, расы и отношения к религии. Любое прямое или опосредствованное ограничение прав граждан запрещено.

Брак - добровольное заключение супругами (женского и мужского пола) договора о бракосочетании, вследствие чего у них возникают взаимные права и обязанности.
Семья - первичное звено гражданского общества, в котором реализуется детородная, воспитательная и прочие функции общественной жизни.

Брачный контракт.

Супруги могут заключать между собой все разрешенные законом имущественные соглашения, одним из которых является **брачный контракт.** Эти брачно-семейные правоотношения предусмотрены Порядком заключения брачного контракта, который утвержден постановлением Кабинета Министров Украины "О порядке заключения брачного контракта" от 16 июня 1993 г. В соответствии с этим нормативно-правовым актом брачный контракт заключается между лицами, которые вступают в брак, по их желанию до регистрации брака, и вступает в силу с момента его регистрации. Он может заключаться в присутствии свидетелей, если на это есть желание сторон. В нем предусматриваются имущественные и неимущественные права и обязанности супругов.

В большинстве случаев брак прекращается вследствие смерти или объявления в судебном порядке умершим одного из супругов. Тем не менее, при жизни супругов брак может быть расторгнут из-за развода по заявлению одного из супругов или по общему их заявлению. Расторжение брака ведется в судебном порядке. В ряде случаев, предусмотренных действующим семейным законодательством, допускается расторжение брака в органах ЗАГСа. Это возможно по взаимному согласию на расторжение брака супругами, которые не имеют несовершеннолетних детей. Кроме того, в органах ЗАГСа производится также расторжение брака между лицами, признанными в установленном законом порядке без

вести пропавшими, недееспособными вследствие душевной болезни или слабоумия, а также осужденными за совершение преступления к лишению свободы на три года и более. Если между супругами, которые разводятся, в органах ЗАГСа возникает спор об имуществе, о детях или о взыскании алиментов в пользу того из супругов, который является недееспособным, расторжение брака ведется через суд.

Если же расторжение брака осуществляется в судебном порядке, то суд обязан установить истинные мотивы развода, выяснить фактические (реальные) взаимоотношения в семье и принять все возможные меры к примирению супругов. Во всяком случае, брак расторгается, если судом будет установлено, что дальнейшая общая жизнь супругов и сохранение семьи стали невозможными. При этом, вынося решение о расторжении брака, суд принимает предусмотренные законодательством меры по защите интересов несовершеннолетних детей и того из супругов, который является нетрудоспособным.

Брак считается прекращенным с момента регистрации развода в органах записи актов гражданского состояния; это значит, что даже после рассмотрения дела в суде и вынесения им решения о расторжении брака законодательством предусмотрена возможность для примирения супругов с сохранением юридической силы для брака, который заключался ранее.

Супруги, которые находятся в зарегистрированном браке, приобретают личные и имущественные права и обязанности.

К **личным правам и обязанностям**, то есть к таким, что не имеют имущественного содержания, следует отнести, например, право любого из супругов по собственному желанию, свободно избирать как их общую, так и сохранять свою добрачную фамилию, или присоединить к своей фамилии фамилию второго из супруга. Кроме того, к этой группе прав следует отнести также право любого из супругов свободно избирать занятие, профессию и местожительство, совместно решать вопросы воспитания детей, пользоваться в семье равными правами и нести равные обязанности.

Кроме личных, супруги имеют имущественные права и обязанности. В соответствии с семейным законодательством различаются общая и совместная собственность и раздельное имущество супругов.

Имущество, нажитое супругами за время брака, является их общей **совместной собственностью**, то есть каждый из супругов в одинаковой мере имеет право владеть, пользоваться и распоряжаться этим имуществом; при этом не берется во внимание количество выполненной работы и её формы относительно любого из супругов. Имуществом, которое нажитое за время брака, супруги могут распоряжаться по общему согласию. Это значит, что при заключении соглашений одним из супругов считается, что он действует по согласию второго супруга.

В отличие от общего имущества, **раздельное имущество супругов** — это имущество, которое принадлежало одному из супругов до бракосочетания, а также полученное им во время брака в дар или в порядке наследования. К этой категории имущества принадлежат и вещи индивидуального пользования (одежда, обувь и т.п.), даже если их приобрели во время брака на общие средства супругов, за исключением драгоценностей и предметов роскоши. Владеет, распоряжается и пользуется этим имуществом каждый из супругов самостоятельно.

Важно!

В случае разделения имущества, которое является общей совместной собственностью супругов, их части признаются равными. При этом судебное разделение имущества супругов может быть проведено как во время пребывания в браке, так и после его расторжения.

Согласно брачно-семейному законодательству, супруги должны материально поддерживать друг друга. В случае отказа от такой поддержки тот из супругов, который требует материальной помощи (нетрудоспособный, беременная жена), имеет право обратиться в суд с иском о присуждении в его пользу алиментов.

11.3.8. Защита имущественных и жилищных прав несовершеннолетних детей при осуществлении операций с недвижимостью.

Взаимные права и обязанности родителей и детей базируются на происхождении детей, удостоверенном в установленном законом порядке. Происхождение ребенка, родители которого находятся между собой в браке, удостоверяется записью о браке родителей, а ребенка от родителей, которые не находятся между собой в браке, устанавливается представлением общего заявления в органы ЗАГСа. Отцовство ребенка, родители которого не находятся в браке, и в случае отсутствия общего заявления родителей, может быть установлено в судебном порядке. Происхождение ребенка удостоверяется соответствующей записью.

Родители и дети обязаны оказывать друг другу моральную и материальную помощь. При этом дети, происхождение которых установлено по заявлению родителей или решением суда, имеют те же права и обязанности относительно родителей, что и дети, которые родилось от родителей, которые находятся в браке.

К личным правам и обязанностям родителей относительно детей следует отнести: право и обязанность дать ребенку фамилию, имя и отчество; право и обязанность воспитывать и содержать детей; право определить место их проживания; право обеспечивать их интересы при рассмотрении споров о них.

К имущественным правам и обязанностям родителей и детей относятся: право и обязанность родителей по управлению имуществом детей, обязанность и тех, и других уважать общую и раздельную собственность и т.д. И вдобавок и родители, и дети имеют взаимные алиментные обязанности. Родители обязаны содержать своих несовершеннолетних и нетрудоспособных несовершеннолетних детей, которые требуют материальной помощи, а совершеннолетние дети обязаны содержать и проявлять заботу о нетрудоспособных родителях. Так, алименты на несовершеннолетних детей с их родителей взимаются в размере: на одного ребенка — четверть, на двух детей — треть, на трех и более детей — половина заработка (дохода) родителей, но не менее, чем 25% минимальной заработной платны на каждого ребенка.

В случае взыскания алиментов с родителей на нетрудоспособных совершеннолетних детей, которые требуют материальной помощи, размер алиментов определяется фиксированной денежной суммой с учетом материального положения лица, которое платит алименты, и лица, которое должно их получать.

Определяя алименты в пользу родителей, которые взимаются с совершеннолетних детей в фиксированной денежной сумме, исходят из материального и семейного положения

любого из детей и родителей и учитывают возможность родителей получать алименты друг от друга.

Государство законодательно обеспечивает защиту имущественных и жилищных прав детей в возрасте до 18 лет. Необходимость получения разрешения от органа опеки и опекунства при отчуждении недвижимого имущества возникает в тех случаях, когда одним из совладельцев или личным собственником недвижимого имущества является ребенок в возрасте до 18 лет. Также необходимость получения разрешения органа опеки и опекунства при отчуждении недвижимого имущества возникает в случае, если несовершеннолетний ребенок не является собственником недвижимого имущества, но имеет право пользования имуществом, то есть зарегистрирован в жилом помещении.

Согласно ч. 2 ст. 177 Семейного кодекса Украины – «родители малолетнего ребенка не имеют права без разрешения органа опеки и опекунства совершать такие договора относительно его имущественных прав:
1) заключать договора, которые подлежат нотариальному удостоверению и (или) государственной регистрации, в том числе договора относительно деления или обмена жилого дома, квартиры;
2) давать письменные обязательства от лица ребенка;
3) отказываться от имущественных прав ребенка».

Согласно ч. 3 ст. 177 Семейного кодекса Украины – «родители имеют право дать согласие на заключение несовершеннолетним ребенком договоров, предусмотренных частью второй этой статьи, лишь с разрешения органа опеки и опекунства».

Согласно ч. 4 ст. 177 Семейного кодекса Украины - «разрешение органа опеки и опекунства на заключение договоров относительно недвижимого имущества ребенка предоставляется в случае гарантирования сохранение его права на жилье».

То есть родители должны обратиться в орган опеки и опекунства государственной администрации того района, где находится недвижимое имущество для получения разрешения относительно отчуждения недвижимого имущества несовершеннолетним или снятия с регистрационного учета несовершеннолетнего.

Законодательно определен исчерпывающий **перечень документов, которые предоставляются органу опеки и опекунства:**

- правоустанавливающие документы на жилье – на ту квартиру или дом, который продается и на ту квартиру или дом, который покупается;
- технические паспорта;
- справки Ф-3/формы 13 (ответ на запрос нотариуса);
- свидетельство о браке;
- свидетельство о рождении ребенка;
- справка из школы, детского сада;
- паспорта;
- заявление от каждого члена семьи.

11.4. Классификация документов, которые подтверждают право собственности на недвижимое имущество.

11.4.1. Классификация документов на недвижимое имущество.

Специалист по недвижимости для осуществления своей профессиональной деятельности должен уметь классифицировать по внешнему виду и содержанию виды документов, которые подтверждают право собственности на недвижимое имущество.

1.Свидетельство о праве собственности на жилье.

Вышеуказанное свидетельство граждане Украины получают в случае приватизации домов (квартир) в порядке, предусмотренном Законом Украины «О приватизации государственного жилого фонда» 1992 г.

Приватизация государственного жилого фонда - это отчуждения квартир (домов), комнат в квартирах и одноквартирных домах, где живут два и более нанимателей, и прилегающих к ним хозяйственных сооружений и помещений государственного жилого фонда в пользу граждан Украины.

Приватизация осуществляется путем безвозмездной передачи гражданам квартир (домов) из расчета санитарной нормы 21 квадратный метр общей площади на арендующего и каждого члена его семьи и дополнительно 10 квадратных метров на семью.

Каждый гражданин Украины имеет право приватизировать занимаемое им помещение безвозмездно один раз.

2.Государственный акт на право частной собственности на землю

Вышеуказанный акт получают граждане Украины в случае приватизации земельных участков в порядке, предусмотренном Земельным кодексом Украины (2001 г.).

3.Регистрационное удостоверение о праве собственности на кооперативную квартиру

Вышеуказанное удостоверение выдается собственнику кооперативной квартиры на основании справки жилищно-строительного кооператива о полной уплате паевого взноса за квартиру.

4.Договор купли-продажи

Сторонами договора могут быть физические (независимо от гражданства) или юридические лица. По договору купли-продажи одна сторона (продавец) передает или обязуется передать имущество в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель принимает или обязуется принять имущество и уплатить за него определенную денежную сумму.

5.Договор дарения

По договору дарения одна сторона (даритель) передает или обязуется передать в будущем второй стороне (одариваемому) безвозмездно имущество (дар) в собственность. Договор дарения недвижимой вещи составляется в письменной форме и подлежит нотариальному удостоверению. К требованиям о расторжении договора дарения применяется исковая давность в один год.

6.Договор пожизненного содержания

По договору пожизненного содержания (ухода) одна сторона (лицо, которое отчуждает) передает второй стороне (приобретателю) в собственность жилой дом, квартиру или их часть, другое недвижимое или движимое имущество, которое имеет значительную ценность, взамен чего приобретатель обязуется обеспечивать лицо которое отчуждает содержанием и (или) уходом пожизненно.

Договор пожизненного содержания составляется в письменной форме, подлежит нотариальному удостоверению и государственной регистрации. Приобретатель не имеет права до смерти лица, которое отчуждает продавать, дарить, менять имущество, переданное по договору пожизненного содержания, заключать относительно него договор залога, передавать его в собственность другому лицу на основании другого договора.

7.Свидетельство о праве на наследство по закону или завещанию

Свидетельство о праве на наследство выдается наследникам после окончания шести месяцев со времени открытия наследства. Право собственности на недвижимое имущество наследник получает с момента государственной регистрации свидетельства о праве на наследство.

Образцы документов содержатся в Приложении №1 к данному модулю.

11.5. Правовые основы нотариата в Украине, задачи нотариата. Удостоверение договоров. Оплатная и безвозмездная форма договоров отчуждения недвижимого имущества. Договор о предоставлении услуг, договор поручения, предшествующий договор.

11.5.1. Правовые основы деятельности нотариата в Украине.

Нотариат в Украине - это система органов и должностных лиц, на которых возложена обязанность заверять права, а также факты, которые имеют юридическое значение, а также совершать другие предусмотренные законодательством нотариальные действия с целью придания им юридической достоверности. Нотариат является правовым институтом, который обеспечивает защиту и охрану прав и законных интересов физических и юридических лиц, путем осуществления нотариальных действий от лица государства. Нотариальная деятельность направлена на придание официальной силы, достоверности юридическим правам, фактам и документам.

Нотариус заверяет лишь бесспорные права и бесспорные факты, в наличии которых он может убедиться непосредственно или на основании соответствующих документов.
Основные задачи нотариата в Украине:
1)обеспечивать защиту и охрану собственности, права и законных интересов физических и юридических лиц;
2)оказывать содействие в укреплении законности и правопорядка;
3)предупреждать правонарушения.

Защиту прав и законных интересов граждан при совершении нотариальных действий гарантирует Закон Украины «О нотариате» от 02.09.93г №3425-XII. Нарушение установленного законодательством порядка совершения нотариального действия приводит к недействительности нотариального акта.

Исходя из задач, которые осуществляют органы нотариата в Украине, приходим к выводу, что сущность нотариальной деятельности состоит в удостоверении и подтверждении определенных прав и фактов, в юридическом закреплении гражданских прав с целью предотвращения возможным правонарушениям.

Правовой основой деятельности нотариата в Украине является Конституция Украины, Гражданский Кодекс Украины, Закон Украины «О нотариате», Закон Украины «О собственности».

Совершение нотариальных действий в Украине возлагается на нотариусов, которые работают в государственных нотариальных конторах, государственных нотариальных архивах (государственные нотариусы) или занимаются частной нотариальной деятельностью (частные нотариусы).

Документы, оформленные государственными и частными нотариусами, имеют одинаковую юридическую силу.

В населенных пунктах, где нет нотариусов, нотариальные действия совершаются уполномоченными на это должностными лицами исполнительных комитетов сельских, поселковых, городских Советов народных депутатов. Совершение нотариальных действий за границей возлагается на консульские учреждения Украины, а в случаях, предусмотренных действующим законодательством, - на дипломатические представительства Украины.

Нотариусы и прочие должностные лица, которые совершают нотариальные действия, в своей деятельности руководствуются законами Украины, постановлениями Верховной Рады Украины, Указами и распоряжениями Президента Украины, постановлениями и распоряжениями Кабинета Министров Украины, а на территории Республики Крым, кроме того, - законодательством Республики Крым, приказами Министра юстиции Украины, нормативными актами областных, Киевской и Севастопольской городских государственных администраций.

11.5.2. Компетенция нотариусов.

Нотариусы в установленном порядке в границах своей компетенции решают вопросы, которые вытекают из норм международного права, а также заключенных Украиной межгосударственных соглашений.

Нотариусы и прочие должностные лица, которые совершают нотариальные действия, обязаны соблюдать тайну этих действий. Справки о совершенных нотариальных действиях и документы выдаются только гражданам и юридическим лицам, по доверенности от которых или относительно которых совершались нотариальные действия. При удостоверении соглашений и совершении некоторых других нотариальных действий в случаях, предусмотренных законодательством Украины, проверяется достоверность подписей участников соглашений и других лиц, которые обратились за совершением нотариального действия.

Нотариально заверяемые соглашения, а также заявления и прочие документы подписываются в присутствии нотариуса или другого должностного лица, которое совершает нотариальное действие. Если соглашение, заявление или другой документ подписаны при отсутствии этих должностных лиц, гражданин должен лично подтвердить, что документ подписан им. Если гражданин вследствие физического недостатка, болезни или по другим уважительным причинам не может собственноручно подписать соглашение, заявление или другой документ, по его поручению и в его присутствии и в присутствии нотариуса или другого должностного лица, которое совершает нотариальные действия, соглашение, заявление или другой документ может подписать другой гражданин. Причины, по которым гражданин, заинтересованный в совершении нотариального действия, не мог подписать документ, отмечаются в заверяющей надписи. Соглашение не может подписывать лицо, в пользу или с участием которого оно удостоверено.

Нотариус или другое должностное лицо, которое совершает нотариальные действия, может не требовать каждый раз присутствия известных ему должностных лиц предприятий, учреждений и организаций, если он имеет образцы подписей этих должностных лиц, полученные при личном обращении, а достоверность их подписей не вызывает сомнения.

При заверении соглашений, засвидетельствовании достоверности копий документов и выписок из них, подлинности подписи на документах, соответствии перевода

документов с одной языка на другой, а также при удостоверении времени предъявления документа на соответствующих документах совершаются заверительные надписи. Для подтверждения права на наследство, права собственности, удостоверения факта, что гражданин является живым, подтверждения пребывания его в определенном месте, тождественности гражданина с лицом, изображенном на фотографии, о принятии на сохранение документов выдаются соответствующие свидетельства.

Нотариусы и должностные лица исполнительных комитетов сельских, поселковых, городских Советов народных депутатов, которые совершают нотариальные действия, заверяют соглашения, относительно которых законодательством установлена обязательная нотариальная форма, а также по желанию сторон и другие соглашения.

Нотариусы и прочие должностные лица, которые совершают нотариальные действия, проверяют, соответствует ли содержание заверяемого ими соглашения требованиям закона и действительным намерениям сторон.

Соглашения об отчуждении и залоге имущества, которые подлежат регистрации, заверяются при условии представления документов, которые подтверждают право собственности на имущество, которое отчуждается или закладывается. В случае залога будущего имущества или создания обеспечительного отягощения в будущем имуществе нотариусу предоставляются документы, которые подтверждают наличие прав на приобретение такого имущества в собственность в будущем.

При удостоверении соглашений об отчуждении или залоге жилого дома, квартиры, дачи, садового дома, гаража, земельного участка, другого недвижимого имущества проверяется отсутствие запрета на отчуждение или арест имущества.

В случае наличия запрета, соглашение об отчуждении имущества, отягощенного долгом, заверяется лишь в случае согласия кредитора и приобретателя на переведение долга на приобретателя.

Удостоверение соглашений об отчуждении или залоге жилого дома, квартиры, дачи, садового дома, гаража, земельного участка, другого недвижимого имущества ведется по месту расположения указанного имущества или по местонахождению одной из сторон договора.

Соглашения об отчуждении жилого дома, одной из сторон в которых является физическое лицо, и строительство которого не завершено и осуществляется с использованием средств местных бюджетов, заверяются при наличии решения исполнительного комитета местного совета или соответствующей местной государственной администрации о согласии на такое отчуждение.

Ипотечные договора, предметом ипотеки согласно которых есть недвижимость, которая принадлежит третьим лицам и станет собственностью ипотекодателя после заключения такого договора, заверяются к моменту оформления установленного законодательством к документу о праве собственности ипотекодателя на недвижимость.

После оформления установленного законодательством документа о праве собственности ипотекодателя на недвижимость, которая есть предметом ипотеки, ипотекодержатель регистрирует в установленном законом порядке отягощения прав собственника на недвижимость. Если ипотечным договором предусмотрено наложение запрета

отчуждения недвижимого имущества, которое есть предметом ипотеки, нотариус накладывает такой запрет по сообщению ипотекодержателя.

Ипотечные договоры, ипотекой согласно которым есть имущественные права на недвижимость, строительство которого не завершено, заверяются при условии предоставления документов, которые подтверждают имущественные права на недвижимость.

После завершения строительства достроенная недвижимость продолжает быть предметом ипотеки согласно условиям ипотечного договора. В этом случае ипотекодержатель на основании документа о праве собственности регистрирует в установленном законом порядке отягощения прав собственника на построенную недвижимость. Если ипотечным договором предусмотрено, нотариус накладывает запрет на отчуждение недвижимости, которая есть предметом ипотеки, по сообщению ипотекодержателя. В случае изменения характеристик недвижимости, которые есть предметом ипотеки (изменение площади недвижимости, изменения в планировании помещений и т.п.), нотариус на основании документа, который подтверждает право собственности на недвижимость, обязан сделать отметку на экземпляре ипотечного договора, который принадлежит ипотекодержателю. При этом нотариус не имеет права требовать дополнительных документов и согласия ипотекодателя.

Договоры отчуждение недвижимого имущества могут иметь оплатную и безоплатную формы.

К **оплатной форме договоров** относятся:

- договор купли-продажи любого недвижимого имущества;
- договор пожизненного содержания;

К **безоплатной форме договоров** относятся :

- договор дарения;
- договор мены, в случае, если обменивают равноценное имущество.

11.5.3. Рабочие договора риэлтора.

Агентства недвижимости в работе со своими клиентами, а именно при предоставлении риэлторских услуг используют следующие виды договоров:

1) договор поручения – по договору поручения одна сторона (поверенный) обязуется совершить от лица и за счет второй стороны (доверителя) определенные юридические действия.

В договоре поручения должны быть четко определенные действия, которые надлежит совершить поверенному. Действия, которые надлежит совершить поверенному, должны быть правомерными, конкретными и осуществимыми.

Договором поручения может быть определен срок, на протяжении которого поверенный имеет право действовать от лица доверителя.

Поверенный имеет право на плату за выполнение своей обязанности по договору поручения.

2) предварительный договор

Предварительным есть договор, стороны которого обязуются на протяжении определенного срока (в определенный срок) заключить договор в будущем (основной договор) на условиях, установленных предшествующим договором.

Предварительный договор заключается в форме, установленной для основного договора.

Ниже предоставляем для ознакомления и изучения образцы договора поручение и Предварительного договора:

ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ ДОГОВОР

г. Киев «____» _____ 2007 г.

Ф.И.О. _____, именованный (а) в дальнейшем **«Продавец»** с одной стороны, и **Ф.И.О.** _____, именованный в дальнейшем **«Покупатель»**, с другой стороны, заключили данный Договор о следующем:

1. Предметом Договора является договоренность сторон, в соответствии с которой Продавец намеревается продать, а Покупатель купить недвижимое имущество, которое есть собственностью Продавца, а именно: квартира (дом), которая находится по адресу:_____

Общая площадь _____, жилая площадь _____, площадь кухни _____,

2. Стоимость вышеуказанной квартиры (дома) составляет _____ (_____) гривен, которая на момент подписания Договора составляет сумму, эквивалентную _____(_____) долларов США по курсу НБУ.

3. Госпошлину в размере 1% от стоимости объекта платит _____ _____.

Сбор на обязательное пенсионное страхование в размере 1% от стоимости объекту платит _____.

4. Справка-характеристика БТИ, а также справка из нотариальной конторы об отсутствии запрета на отчуждение недвижимости оплачивается Продавцом.

5. Продавец (цы) утверждает что указанное высшее недвижимое имущество есть добросовестно приобретенным, не заложенное, не проданное, не подаренное, в споре или под запретом не находится, не сданное в аренду, претензий со стороны третьих лиц не имеет.

6. Продавец(цы) утверждает(ют), что никто из собственников квартиры (дома), а также зарегистрированные в помещении лица, не находятся на учете в психоневрологическом диспансере и в других подобных учреждениях на момент подписания и срока действия данного Договора. В случае несоответствия действительности этого утверждения, Покупатель освобождается от любой ответственности, предусмотренной данным Договором и действующим законодательством.

7. Продавец(цы) заявляет(ют) (от своего имени, а также от лица, зарегистрированных и проживающих в вышеуказанной квартире (дома), что лицами временно снятыми с регистрации и которые сохраняют право на проживание в объекте продажи (находятся на службе в рядах армии, в местах лишения свободы, в долгосрочных командировках и др.) есть:

_____
_____
____

8. Фактическая передача квартиры (дома) Покупателю будет осуществлена не позднее «___»_____ 200__г.

9. Снятие с регистрационного учета всех зарегистрированных в квартире (дома) будет осуществлен не позднее «___»_____ 200__г.

10. С момента заключения данного Договора, Продавец (цы) обязуются не изменять условий продажи квартиры (дома), в т.ч. цену продажи, срок фактической передачи недвижимого имущества и прочее без согласования с Покупателем, а также не проводить ремонт, перепланирование вышеуказанного объектом недвижимости, не демонтировать и не заменять сантехническое оснащение, покрытие пола, застекление балконов и лоджий, не демонтировать кабельные и телефонные линии, и не проводить другие действия, которые могут повлияют на стоимость квартиры.

11. Продавец(цы) обязуется(ются) к заключению основного договора купли-продажи предоставить справку с ЖЕКа о составе лиц, зарегистрированных в отчуждаемой квартире, а также уплатить задолженность по квартплате, коммунальным платежам, электроэнергии, услугам связи и телевидения, и предоставить соответствующие документы о выполнении данных обязательств.

12. Стороны пришли к согласию о следующем: о подтверждении намерения заключить договор купли-продажи объекта недвижимости к «___»_____ 200__г. с целью обеспечения заключения договора купли-продажи при подписании данного Договора, Покупатель передал, а Продавец принял гарантийную сумму в размере _____) гривен.

Указанная сумма с согласия Покупателя переводится Продавцом в другой вид материальных активов _____,

(вид иностранной валюты, ценных бумаг и др.) .

13. В случае не заключения договора купли-продажи в срок не позднее «___»_____200_ г. по причине, которая зависит от Покупателя, гарантийная сумма остается у Продавца в качестве неустойки (штрафа).

14. В случае не заключения договора купли-продажи в срок не позднее «___»_____200_ г. по причине, которая зависит от Продавца, Продавец обязуется возвратить гарантийную сумму Покупателю, а также уплатить Покупателю неустойку (штраф) в размере гарантийной суммы.

15. В случае заключения договора купли-продажи согласно условиям данного Договора, гарантийная сумма остается у Продавца и зачисляется в счет оплаты за объект недвижимости.

16. Стороны освобождаются от любой ответственности, если невыполнение ими принятых на себя обязанностей будет связано с обстоятельствами, которые не зависят от их воли и желаний и находятся вне контроля обязанной стороны (постановления правительства, запреты и моратории местных органов власти, отрицательные решения судебных органов), но при этом стороны должны принять все меры к взаимному предубеждению причинения имущественных и финансовых убытков.

17. Данный Договор вступает в силу после его подписания Сторонами и действует до установленного **п. 12** срока заключения договора купли - продажи квартиры (дома) между Продавцом(ями) и Покупателем.

г. Киев

18. Дополнительные условия:

_____
_____

_____
_____
_____

ПОДПИСИ СТОРОН:

ПРОДАВЕЦ(цы)

Ф.И.О._____
паспорт_____
кем выдан_____
_____
идент.код._____
живет:_____
_____
тел._____

ПОДПИСЬ_____

ПОКУПАТЕЛЬ (ли)

Ф.И.О._____
паспорт_____
кем выдан_____
_____
идент. код_____
живет:_____
_____
_____

ПОДПИСЬ_____

Представитель _____

Перечень документов
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Продавец _____/_____/

Представитель
_____/_____/

11.6. Регистрация права собственности на недвижимое имущество

Все правоустанавливающие документы на недвижимое имущество подлежат обязательной государственной регистрации.

Важно!

Согласно ст. 334 Гражданского кодекса Украины право собственности у приобретателя возникает с момента такой регистрации.

Существующий механизм регистрации правоустанавливающих документов, который реально действует в Украине и есть определенным аналогом системы "регистрации документов", не отвечает потребностям рыночной экономики и в ближайшем будущем не будет обеспечивать возрастающих потребностей рынка недвижимости. Необязательность регистрации правоустанавливающих документов на недвижимость привела к тому, что не все объекты недвижимости зарегистрированные, следствием этого есть укрытие доходов, неуплата налогов и разные противоправные действия. При регистрации правоустанавливающих документов не регистрируются ограничения (сервитуты) и отягощения, ипотека и прочие права третьих лиц относительно объектов недвижимости.

Отсутствующая законодательная гарантия относительно компенсации физическим и юридическим лицам за вред, который причинен в результате действий или бездеятельности органов, которые осуществляют регистрацию документов. Сложной являются процедуры обретения права собственности на недвижимость и регистрации правоустанавливающих документов. Регистрация не гарантирует безопасности трансакций. Недостаточная защищенность прав собственников и третьих лиц приводит к снижению активности на рынке недвижимости и поступлений средств в бюджет.

Сложной есть также процедура защиты нарушенных прав или законных интересов физических и юридических лиц в судебном порядке.

11.7. Реформы законодательства в сфере недвижимости.

Значительная часть приватизированной недвижимости уже попала на вторичный рынок. Стихийный рынок недвижимости постепенно приобретает цивилизованные черты. Его функционирование в Украине обеспечивается рядом законодательных актов, начиная с Конституции Украины и заканчивая нормативными актами органов местного самоуправления. Тем не менее, остается большой массив нерешенных проблем, связанных с осуществлением операций с недвижимым имуществом и защитой прав граждан на рынке недвижимости.

Реформа управления жилищным фондом как объектом недвижимости является смыслом реформы жилищно-коммунального хозяйства, во время которой жилищно-коммунальные услуги из почти безвозмездного блага должны стать рыночными услугами; должна быть ликвидирована монополия организаций, которые обслуживают дома и взята под контроль деятельность организаций - локальных монополистов. Указанные мероприятия будут действенными только в случае, если таким организациям будет противодействовать собственник недвижимости, который способен управлять ею - частный собственник или общество собственников жилья. До настоящего времени при приватизации квартир в многоквартирных домах сохраняется аморфная структура собственности на жилой дом, которая делает невозможным эффективное управление таким объектом как единым имущественным комплексом. Решение проблемы - в создании обществ собственников жилья, которым безвозмездно должны передаваться соответствующие земельные участки. Необходимо усовершенствовать законодательство в этой сфере, распространяя его нормы на иные, кроме жилья, виды недвижимости, которые входят в единый имущественный комплекс.

Важно!

Учитывая право граждан свободно избирать место проживания, а также право свободно заключать гражданско-правовые соглашения на территории Украины и за ее пределами, установить наличие ограничений дееспособности гражданина при заключении им соглашения или при удостоверении его нотариусом, практически невозможно. Отсутствие механизма проверки дееспособности делает невозможным выполнение нотариусами Украины требований Закона Украины «О нотариате", которые вменяют в обязанность им удостовериться в дееспособности граждан, которые принимают участие в заключении соглашений.

Вопросы для самопроверки

1.К структуре гражданского законодательства Украины относятся:
А) Гражданский кодекс Украины
Б) Международный Договор о партнерстве и торговле между Украиной и Республикой Греция (не ратифицированный ВРУ)
В) Закон Украины «О собственности»
Г) Договор купли-продажи объекта незавершенного строительства.
Д) Земельный кодекс Украины

2.Имеют ли акты гражданского законодательства обратное действие во времени?
А) да
Б) нет
В) да, но исключительных случаях

3.Деликтоспособности субъекта гражданских правоотношений это:
А) способность через третьих лиц нести ответственность
Б) способность самостоятельно нести юридическую ответственность
В) неспособность нести ответственность

4.Элементами гражданских правоотношений являются:
А) Субъективные гражданские права
Б) Субъективные гражданские обязанности
В) Содержание гражданских правоотношений
Г) Предмет правоотношений
Д) Объект правоотношений
Е) Все вышеприведенные варианты верны
Ж) Нет верных вариантов

5.Какой акт гражданского законодательства имеет большую юридическую силу:
А) Ратифицированный международный договор
Б) Постановление КМ Украины
В) Указ Президента Украины

6.Право собственности это:
А) Общественные отношения
Б) Усмотрение собственника по поводу своего имущества
В) Имущество, которое находится в собственности

Г) Это урегулированные законом отношения относительно владения, пользования и распоряжения

7.Распоряжение в контексте составных частей права собственности это
А) элемент права собственности
Б) нормативный акт
В) собственность в субъективном понимании

8.Субъектами права общей частичной собственности могут быть:
А) физические и юридические лица
Б) юридические лица и государство
В) территориальные общины.
Г) международные организации
Д) все перечисленные ответы верные

9.Иностранные граждане и лица без гражданства могут приобретать право собственности на землю в таких формах:
А) земельные участки несельскохозяйственного назначения в границах населенных пунктов
Б) земельные участки сельскохозяйственного назначения за пределами населенных пунктов, на которых расположены объекты недвижимого имущества, которые принадлежат им на праве частной собственности
В) оба вышеперечисленных случая
Г) иностранные граждане вообще не имеют права собственности на землю на территории Украины

10.Основания для обретения гражданами Украины и юридическими лицами Украины права собственности на землю установлены:
А) Гражданским кодексом Украины
Б) Уголовно-процессуальным Кодексом Украины
В) Земельным Кодексом
Г) Конституцией Украины
Д) Всеми вышеперечисленными.

11.Субъективное право на жилье:
А) это возможность человека и гражданина иметь жилье в собственности
Б) возможность получить его по договору найма из государственного или общественного фонда
В) это возможность воспользоваться жильем и требовать от обязанных субъектов обеспечения реализации этого права в полном объеме
Г) все вышеперечисленные варианты

12.Предметом правового регулирования жилищного права Украины являются правоотношения, которые возникают в процессе
А) реализации права на жилье
Б) участия в жилищно-строительном кооперативе
В) предоставления гражданам жилых помещений в пользование
Г) пользования лицом жилым помещением

13.Предметом правового регулирования жилищного права Украины являются правоотношения, которые возникают:

А) в процессе реализации права на жилье и при предоставлении гражданам жилых помещений в пользование
Б) при пользовании субъектом жилым помещением и при управлении жилым фондом, эксплуатации и охране жилого фонда
В) при капитальном и текущем строительстве жилья и при исключении из жилого фонда жилых домов и помещений, которые не пригодны для проживания; рассмотрении жилищных споров и др.
Г) все варианты правильные.

14.Размер приусадебного участка в городах, который предоставляется безвозмездно составляет — не более:
А) 0,1 гектара
Б) 0,01 гектара
В) не ограничен
Г) 0,25 гектара

15. Согласно Жилищного кодекса Украины различают такие виды жилого фонда:
А) государственный;
Б) общественный;
В) кооперативный (ЖСК);
Г) индивидуальный
Д) все варианты не правильные
Е) все варианты правильные

16.Выберите из нижеперечисленных виды жилого фонда
А) государственный ж/ф
Б) общественный ж/ф
В) Фонд жилищно-строительных кооперативов
Г) Индивидуальный ж/ф
Д) помещения в жилых домах, которые имеют торговое, бытовое и прочие назначения непромышленного характера

17.Сколько раз каждый гражданин Украины имеет право на безвозмездную приватизацию помещения.
А) не ограничено законодательством
Б) 1 раз в год
В) 1 раз
Г) свой вариант ответа

18.Право на удостоверение прав, а также фактов, которые имеют юридическое значение, имеют:
А) государственные нотариусы
Б) частные нотариусы
В) адвокаты
Г) должностные лица исполнительных комитетов
Д) свой вариант

19.Основные задачи нотариата в Украине:
А) обеспечивать защиту и охрану собственности, права и законных интересов физических и юридических лиц
Б) оказывать содействие в укреплении законности и правопорядка
В) предупреждать правонарушения

Г) обеспечивать правопорядок

20. Документы, оформленные государственными и частными нотариусами, имеют одинаковую юридическую силу?
А) да
Б) нет
В) только в определённых законом случаях

21.К оплатной форме договоров относятся:
А) договор купли-продажи любого недвижимого имущества;
Б) договор пожизненного содержания;
В) договор дарения;
Г) верные ответы «а» и «б»
Д) все вышеперечисленные ответы верные

Сделки с жильем

СОДЕРЖАНИЕ

Общие положения о сделках и их нотариальное удостоверение

- Понятие и общая характеристика сделки.
- Виды сделки.
- Сроки в договорах.
- Содержание договора.
- Определение предмета договора по отчуждению жилья.
- Цена и оценка жилья в договоре на его отчуждение.
- Обычные и случайные условия.

Общие положения о письменной нотариальной форме договора.

- Форма договора по отчуждению жилья.
- Документы, необходимые для нотариального удостоверения сделок с жильем.
- Разъяснения о необходимости регистрации договора и права собственности.
- Государственная регистрация.
- Переход права собственности на жилье по договору, направленным на его отчуждение.
- Расторжение и изменение договора.
- Недействительные сделки.
- Понятие и виды недействительных сделок.
- Последствия признания сделок недействительными.

Правовое регулирование перехода права собственности и права пользования жильем

Договор купли-продажи жилья.

- Понятие и общая характеристика договора купли-продажи жилья.
- Существенные условия договора купли-продажи жилья.
- Форма договора купли-продажи жилья.

Договор мены жилья.

- Понятие и общая характеристика договора мены жилья.

Договор дарения жилья.

- Понятие и юридическая характеристика договора дарения жилья.

Договор пожизненного содержания (ухода)

- Понятие и общая характеристика договора пожизненного содержания (ухода).

- Прекращение договора пожизненного содержания.

Понятие и общая характеристика сделок

На сегодня сделки и, прежде всего, договоры, имеют достаточно широкое использование в нотариальной практике. Приватизация государственного жилищного фонда определила распространение сделок по отчуждению жилья, которые сегодня занимают значительное место. Участниками этих договоров являются граждане и юридические лица. Отношения между ними строятся на основах свободы договора, справедливости, добросовестности и разумности, что определено ст. 3 ГК Украины.

Нотариус удостоверяет не только сделки, для которых установлена обязательная нотариальная форма. По требованию лица любая сделка с Его участием может быть нотариально удостоверена, если она соответствует требованиям ст. 203 ГК Украины. Данный тезис вытекает из ст. ст. 209, 639 ГК Украины.

І Сделкой признается действие лица, направленное на установление, изменения или прекращения гражданских прав и обязанностей. Сделка является волевым актом-действием, что отличает ее от юридических событий.

Сделка является правомерным актом-действием, и этим она отличается от действий, которые относятся к гражданским правонарушениям, которые влекут за собой юридическую ответственность.

Сделка происходит с намерением достижение определенного правового результата. Этим она отличается от других правомерных действий, именуемых юридическими действиями , в которых гражданско-правовые последствия появляются независимо, а иногда и вопреки намерениям человека.

Сделка - это правовые акты, которые выражают добровольное волеизъявление их участников. Этим они отличаются от административных актов, где гражданские правоотношения могут возникнуть на основе того или иного распоряжения компетентного государственного органа.

Гражданским законодательством предусматриваются различные способы выявления воли участников сделки. Так, сделка может заключаться:

- с помощью прямого волеизъявления путем устных или письменных заявлений (ст. ст. 206, 207 ГК Украины);
- путем конклюдетних действий, если для сделки в соответствии с законом не требуется письменное ([юрма и в случае, пути поведение сторон свидетельствует об их воле до начала соответствующих правовых последствий (ч. 2 ст. 205 ГК Украины);
- в случаях, установленных договором или законом, воля стороны к заключению сделки может проявляться молчанием (ч.3 ст. 205 ГК Украины).

Гражданским кодексом Украины (ст. 204) установлена презумпция правомерности сделки. Это означает, что сделка является правомерной, если ее недействительность прямо не предусмотрена законом или, если она не признана судом недействительной.

Виды сделок

а). Ст. 202 ГК Украины выделяет сделки одно, двух, или многосторонние. Эта градация зависит от того, согласованность действий скольких сторон выражена в сделке. Действие- и многосторонние сделки получили название договоров.

Так, односторонней сделкой является действие одной стороны. Односторонняя сделка может создавать обязательства только для лица, совершившего ее. Односторонняя сделка может создавать обязательства для других лиц лишь в случаях, установленных законом, или по договоренности с этими лицами. К правоотношениям, которые возникли из односторонних сделок, применяются общие положения об обязательствах и о договорах, если это не противоречит актам гражданского законодательства или сути односторонней сделки.

К односторонним сделкам относятся, например, завещание, принятие наследства и отказ от него.

Двусторонней сделкой (договором) является согласованное действие как минимум двух сторон. К ним относятся договор дарения, купли-продажи, займа и др.

Многосторонней сделкой (договором) является согласованное действие более двух сторон. Примером такой сделки является договор о совместной деятельности.

Однако характеристика одно и двусторонней сделки не совпадает с аналогичной характеристикой договора. В первом случае речь идет о количестве волеизъявлений сторон, присутствующих в сделке. Во втором - об количество обязанных и правомочних лиц. И например, завещание - это односторонняя сделка поскольку в ней выражена воля одного человека - завещателя; заем - двусторонняя сделка, потому что для его заключения необходимо волеизъявление двух человек (заемщика и заимодавец). Однако заем как двусторонняя сделка порождает односторонние договорные правоотношения, потому что заемщик только приобретает обязанности, а заимодавец - право требовать надлежащего возврата долга. Поэтому договор всегда, как минимум, является двусторонней сделкой и вместе с тем может быть одно, двух или многосторонним обязательством.

б). В зависимости от наличия встречного предоставления сделки бывают возмездные и безвозмездные. Безвозмездным является договор, согласно которому имущественное предоставление получает лишь одна сторона. Другая сторона никакого имущественного предоставления по такому договору не получает. И примером безвозмездного сделки является договор дарения.

По возмездным сделкам стороны осуществляют в пользу друг друга встречное имущественное предоставление. Возмездными сделкам могут быть только договоры.

Согласно ч. 5 ст. 626 ГК Украины договор является возмездным, если иное не установлено им, законом или не вытекает из существа договора.

И примером возмездной сделки есть купля-продажа, мена, пожизненное содержание, имущественный наем, рента и некоторые другие договоры.

в). В зависимости от того, на сколько действительность сделки зависит от его цели, сделки делятся на каузальные и абстрактные. *Каузальние* сделки это сделки действительность которых зависит от их цели. В случае, когда цель каузальной сделки невыполнима (потушить Солнце) или противозаконная, такая сделка не вызывает юридических последствий. Когда цель отпадает, каузальная сделка также прекращает свое действие.

Целью договора перевозки является предоставление услуг по перемещению пассажира или груза тем или иным транспортным средством в определенное место; целью договора найма жилья является предоставление квартиры во временное пользование; договора займа средств - передача указанной суммы денег в собственность.

Абстрактными называются такие сделки, где их действительность не ставится в зависимость от цели их заключения. Например: вексель. Это ценная бумага, удостоверяющая безусловное денежное обязательство векселедателя уплатить после наступления срока определенную сумму денег владельцу векселя (векселедержателю). Поэтому вексель удостоверяет абстрактное обязательство об уплате определенной денежной суммы, против которой не могут быть предъявлены возражения, вытекающие из прав вне вексельным обязательством. Например А., будучи кредитором Б. покупает товары в В. в кредит и рассчитывается тем векселем, согласно которому В. выступает как плательщик. Оплачивая Этот вексель, Б. не может выдвигать возражения, что основывается на кредитных отношениях Б и А.

г). В зависимости от того, с какого момента договор считается заключенным, их распределяю на консесуальные и реальные.

Консесуальной является сделка, которая считается совершенной с момента достижения согласия по существенным условиями. К ним относятся купля-продажа, имущественный наем, подряд.

Реальной является сделка, в которой кроме достижения согласия по существенным условиям, необходима фактическая передача вещи.

д) По форме сделки делятся на:

- те которые могут быть совершены устно;

Ст. 206 ГК Украины устанавливает, что могут совершаться устно сделки, которые полностью выполняются сторонами в момент их совершения, за исключением тех, которые подлежат нотариальному удостоверению и (или) государственной регистрации, а также для которых несоблюдение письменной формы влечет их недействительность. Например - приобретение товаров на рынке.

- те которые могут быть совершены в письменной форме;

Ст. 207 ГК Украины устанавливает, что сделка считается совершенной в письменной форме, если ее содержание зафиксировано в одном или нескольких документах, в письмах, телеграммах, которыми обменялись стороны. Сделка считается совершенной в письменной форме, если воля сторон выражена с помощью телетайпного электронного или иного технического средства связи. Сделка считается совершенной в письменной форме, если она подписана стороной (сторонами). Например - договор поставки.

Ст. 209 ГК Украины устанавливает, что сделка, совершенная в письменной форме, подлежит нотариальному удостоверению лишь в случаях, установленных законом или по договоренности сторон. Нотариальное удостоверение сделки осуществляется нотариусом или другим должностным лицом, которое в соответствии с законом имеет право на совершение такого нотариального действия, путем удостоверительной надписи на документе, в котором изложен текст сделки. И нотариальное удостоверение может быть совершено на тексте только той сделки, которая отвечает тотальным требованиям, установленным ст. 203 ГК Украины. Любая сделка, по требованию физического или юридического лица с ее участием, может быть нотариально удостоверена.

По этому поводу ст. 210 ГК Украины отмечает, что сделка подлежит государственной регистрации в случаях, установленных законом. Такая сделка считается совершенной с момента его государственной регистрации. Например, ст. 657 ГК Украины прямо устанавливает, что договор купли-продажи земельного участка, жилого дома (квартиры) или другого недвижимого имущества совершается в письменной форме и подлежит нотариальному удостоверению и государственной регистрации.

Перечень органов, осуществляющих государственную регистрацию, порядок регистрации, а также порядок ведения соответствующих реестров устанавливаются законом.

е). Сделки делятся на алеаторные (рисковые) и эквивалентные.

К эквивалентным сделкам относят такие, в которых имущество, что передается, по стоимости одинаково или приблизительно одинаково встречному эквиваленту, который предоставляется другой стороной. Эквивалентными сделками есть, например, договор купли-продажи, договор мены.

К алеаторным (рисковым) сделкам относятся такие, на момент совершения которых неизвестно, будет ли стоимость предоставления одной стороны больше или меньше того имущества, которое передается другой стороной. Так например - в договоре пожизненного содержания на момент его заключения еще не известно, сколько времени после заключения договора проживет отчуждатель, потому что на момент совершения договора не известно, что будет больше - сумма предоставления или встречное имущество, которое предоставляется другой стороной.

Срок в договорах

Срок в договорах - это период времени, наступления или окончания которого предопределяет возникновение, изменения и прекращения гражданских прав и обязанностей, которые определены по согласованию сторон.

По общим правилам договорные сроки устанавливаются по согласованию сторон.

В ряде случаев на права и обязанности, которые возникают из договоров, распространяются законные сроки. Если они устанавливаются императивными нормами или по закону, их нельзя изменить. Также сроки могут устанавливаться диспозитивными нормами закона. В последнем случае действует правило: если стороны не изменят диспозитивную норму закона, сроками, указанными в договоре, действуют сроки, указанные в законе. Если стороны после согласования изменят диспозитивную норму закона, сроками, указанными в договоре, действуют сроки, указанные в договоре. Например, ст. 763 ГК Украины устанавливает, что если срок договора найма не установлен, он считается заключенным на неопределенный срок. Это является диспозитивной нормой, поскольку сам закон указывает на возможность изменений изложенного в нем распоряжения согласованию сторон.

Содержание договора

Содержание договора как сделки составляют договорные условия (пункты), определенные по усмотрению сторон и согласованные ими, а также условия, которые являются обязательными в соответствии с актами гражданского законодательства (ч. 1,ст. 628 ГК Украины).

Содержание договора путем установления договорных условий является способом фиксации взаимных прав и обязанностей его участников. И при этом договорные условия принято разделять на типовые, обычные и случайные. Совокупность этих условий составляет содержание договора.

Ст. 638 ГК Украины гласит, что договор является заключенным, если стороны в надлежащей форме достигли согласия по всем типовым условиям договора. Типовыми условиями являются условия о предмете договора, условия, которые определены законом как существенные и являются необходимыми для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению хотя бы одной из сторон должно быть достигнуто согласие.

Достижение согласия по типовым условиям договора является обязательным условием его действительности. Типовые условия договора закреплены императивно в законе, и стороны не могут игнорировать эти условия в договорных отношениях между собой. Так, для договоров согласно ст. 638 ГК Украины предмет договора является существенным условием.

Определение предмета договора по отчуждению жилья

В ст. 379 ГК Украины дается понятие жилья. Жильем физического лица является жилой дом, квартира, иное помещение, предназначенные и пригодны для постоянного проживания в них.

Для жилья характерны такие признаки, которые выделяют его из ряда других объектов недвижимого имущества.

Первым признаком жилья является то, что это определенное помещение. Любому жилью в объективном смысле свойственно то, что это некая строительное сооружение или ее часть. Она имеет стены, перекрытия, полы, потолок, крышу. Более того, жилье - это сооружение капитального типа.

Жилье всегда имеет целевое назначение. Оно предназначено именно для проживания людей.

Цена и оценка жилья в договоре на его отчуждение

Для возмездных договоров существенным условием является цена.. Ст. 632 ГК Украины устанавливает, что цена в договоре устанавливается по договоренности сторон. В случаях установленных законом, применяется цена (тарифы, ставки и т.п.), которые вводятся или регулируются уполномоченными государственными органами местного самоуправления. Изменение цены после заключения договора допускается только в случаях и на условиях, установленных договором или законом. Изменение цены договоров относительно жилья удостоверенных нотариально, должна осуществляться на основе дополнительных договоров, которые должны быть заверены нотариально. Это вытекает из ст. 654 ГК Украины, где указано, что изменение или расторжение договора осуществляется в той же форме, что и договор, который изменяется или расторгается, если иное не установлено законом или договором, или не вытекает из обычаев делового оборота. Изменение цены в договоре после его исполнения не допускается, если цена в договоре не установлена и не может быть определена исходя из его условий, она определяется, исходя из обычных цен, которые сложились на аналогичные товары, работы или услуги на момент заключения договора.

Обычные и случайные условия

Обычные и случайные условия не влияют па факт заключения договора, но первые совпадают с диспозицией закона. Вторые, находясь в рамках действия диспозитивных норм и содержат отличный от диспозиции вариант. Ст. 630 ГК Украины выделяет типовые условия договора. Отсутствие договоренности по ним не влияет на действительность договора, они изложены в законе и обязательны для сторон, если это будет установлено в договоре.

Обычные условия, предусмотрены в соответствующих нормативных актах и автоматически вступают в действие при заключении договора.

Стороны по собственному усмотрению могут отменить или изменить те или другие обычные условия договора, которые определены диспозитивной нормой закона, если специально сделают соответствующую оговорку в договоре.

Отсутствие случайных условий договора не влияет на действительность договора. Эти условия приобретают юридическую силу, только если стороны включат их в текст договора.

Общие положения о письменном нотариальной форме договора.
Форма договоров по отчуждению жилья

Нотариальная форма вносит ясность и определенность в отношении существования факта заключения сделки и его содержания. Значительно облегчается защита прав, вытекающих из договоров, заверенных нотариусом. Ведь при нотариальном удостоверении подтверждается достоверность сделки. Поскольку документы, в которых изложена сделка, хранятся значительный срок в Государственном нотариальном архиве, в случае потери, заинтересованное лицо может получить их дубликат.

В соответствии с действующим законодательством обязательному нотариальному удостоверению подлежат следующие сделки:

- договоры по отчуждению (купля-продажа, мена, дарение, пожизненное содержание) жилого дома, другого недвижимого имущества;
- договоры о залоге недвижимого имущества, транспортных средств;
- договоры по отчуждению земельных участков, находящихся в частной собственности;
- договоры купли-продажи имущества государственных предприятий;
- брачные контракты;
- завещания;
- доверенности на заключение сделок, требующих нотариальной формы;

- доверенности, выдаваемые в порядке передоверия;
- другие сделки, для которых действующим законодательством предусмотрена обязательная нотариальная форма.

По желанию сторон заверяют и другие сделки, для которых законодательством установлена обязательная нотариальная форма. Например, договоры займа, поручения, хранения, найма жилого помещения и т.п. Таким образом, по желанию участников любой сделке может быть предоставлена нотариальная форма (факультативно, то есть необязательно). Это делается для того, чтобы обеспечить сделкам, которые заключаются, законность, достоверность, а также доказать его содержание и свободу волеизъявления участников в случае спора.

Волеизъявления участников сделки удостоверяется нотариусом. Поскольку нотариус фиксирует дату совершения сделки в реестре, то его совершения "задним числом" является практически невозможным. И нотариальная форма вносит ясность и определенность относительно факта совершения сделки и его содержания. И преимущество нотариальной формы заключается также в том, что нотариус проверяет законность сделок, поданных для удостоверения и разъясняет участникам все правовые последствия, связанные с их совершением. Также проверяются документы, на основании которых совершались нотариальные действия.

В связи с юридической сложностью сделок с жильем деятельность нотариуса играет важную роль. С помощью нотариуса участники сделки могут точно и ясно установить и зафиксировать в юридическом документе свои отношения. Строгому соответствию нотариальных действий требованиям нормативных актов способствует то, что в соответствии с Законом Украины "О нотариате" деятельность нотариуса контролируется Министерством юстиции Украины.

Ст. 220 ГК Украины устанавливает правовые последствия несоблюдения требования закона о нотариальном удостоверении договора. В случае несоблюдения сторонами требования закона о нотариальном удостоверении, договор является недействительным.

Несмотря на обязательное соблюдение нотариальной формы в договоре отчуждения жилья, при наличии определенных условий закон допускает возможность признания действительным договор, который заключен с нарушением нотариальной формы. Так, согласно ч. 2 ст. 220 ГК Украины, если в случае, когда стороны договорились относительно всех существенных условий договора, что подтверждается письменными доказательствами, и произошло полное или частичное исполнение договора, но одна из сторон уклонилась от его нотариального удостоверения, суд может признать такой договор действительным. В этом случае следующее нотариальное удостоверение договора не требуется. Логично, что признание такой сделки действительной происходит по требованию стороны, которая исполнила сделку.

Вместе с тем, необходимо учитывать то, что указанная норма (ч. 2 ст. 220 ГК Украины) может применяться только при наличии следующих условий:

- стороны должны договориться по всем существенным условиям договора и это должно подтверждаться письменными доказательствами;
- должно произойти полное или частичное исполнение сделки;
- одна из сторон должна уклоняться от нотариального оформления сделки;
- вторая сторона должна обратиться в суд с соответствующим требованием.

Отсутствие хотя бы одного вышеуказанного условия делает невозможным признание договора купли-продажи жилья с несоблюдением нотариальной формы действительным.

Документы, необходимые для нотариального удостоверения сделок с жильем

При нотариальном удостоверении договоров по отчуждению жилого дома, а также другого недвижимого имущества, подлежащего регистрации, нотариус требует представления документов, которые подтверждают право собственности на указанное имущество у лиц, которые его отчуждать. При этом следует учитывать, что на основании ст. 46 Закона Украины "О нотариате" не принимаются для совершения нотариальных действий документы, имеющие подчистки, дописки, зачеркнутые слова или другие незаверенные исправления, документы, текст которых невозможно прочитать через повреждения, а также написанные карандашом. Дописки, зачеркнутые слова и иные исправления должны быть заверены подписью должностного (уполномоченного на то) лица и печатью учреждения, предприятия или организации или лица, выдавшего документ. При этом исправления должны быть сделаны таким образом, чтобы можно было прочитать как исправленное, так и ошибочно написанное, а затем исправленное или вычеркнутое.

Если подлинность представленного документа вызывает сомнение, нотариус вправе задержать этот документ и направить его на экспертизу.

Право собственности на жилой дом, квартиру, дачу, садовый дом, гараж, другие здания и сооружения, которые отчуждаются, может быть подтверждено, в частности, одним из следующих документов:

- нотариально удостоверенным договором купли-продажи, пожизненного содержания, дарения, мены;
- свидетельством о приобретении жилого дома (части дома) на публичных торгах;
- свидетельством о праве частной собственности на дом (часть дома);
- свидетельством о праве собственности, которое выдается соответствующим органом (при приватизации жилья, объектов незавершенного строительства, автозаправочных станций, реализующих горюче-смазочные материалы исключительно населению и т.п.);
- свидетельством о праве на наследство;
- свидетельством о праве собственности на долю в общего имущества супругов;
- договором о разделе имущества;
- решением суда, хозяйственного суда и т.п.

Документы относительно имущества, подлежащего регистрации, принимаются нотариусом при наличии выписки о регистрации прав на недвижимое имущество, что является неотъемлемой частью правоустанавливающего документа.

Право собственности на земельный участок подтверждается государственным актом на право собственности на земельный участок.

Кроме правоустанавливающего документа на жилой дом и другое недвижимое имущество (за исключением земельного участка), нотариус требует выписку из реестра прав собственности на недвижимое имущество.

При удостоверении договора об отчуждении жилого дома, квартиры, дачи, садового дома, гаража, земельного участка, иного недвижимого имущества проверяется отсутствие запрета на отчуждение или ареста по данным Единого реестра запретов отчуждения объектов недвижимого имущества.

Если в праве собственности, или в праве пользования жильем являются малолетние, или несовершеннолетние дети, то для отчуждения такого имущества нотариусы требуют разрешение органа опеки и попечительства, в соответствии с Законом Украины "Об основах социальной защиты бездомных граждан и беспризорных детей" ст. 12 п.4. Для подтверждения того, что в праве пользования нет малолетних, или несовершеннолетних детей, нотариус требует справку "Форма-3" из Жэка.

Согласно ч. 2 ст. 822 ГК Украины наниматель, надлежащим образом исполняет свои обязанности по договору найма, в случае продажи имущества, переданного в аренду, имеет преимущественное право перед другими лицами на его приобретение. Это право не

распространяется на нанимателей, которые заключили договор найма менее чем на один год, что следует из ч. 2 ст. 821 ГК Украины.

Ст. 362 ГК Украины определено требование нотариусом, при удостоверении договора купли-продажи жилья, согласия участника общей долевой собственности об отказе от покупки продаваемой доли. Ведь в случае продажи такой доли совладелец имеет преимущественное право перед другими лицами на ее покупку по цене, объявленной для продажи, и на прочих равных условиях, кроме случая продажи с публичных торгов. Продавец доли в праве общей долевой собственности обязан письменно уведомить других совладельцев о намерении продать свою долю, указав цену и другие условия, на которых он ее продает.

Итак, документы, которые должен потребовать нотариус при удостоверении сделки по отчуждению жилья, такие:

- правоустанавливающий документ о праве собственности на жилье;
- выписка из Реестра прав собственности на недвижимое имущество;
- справка об отсутствии запрета на отчуждение жилья его собственником;
- нотариально заверенное согласие другого супруга на отчуждение жилья;
- нотариально заверенное заявление участника общей долевой собственности об отказе от покупки продаваемой доли;
- нотариально заверенное согласие нанимателя об отказе от покупки жилья, если договор аренды заключен не менее чем на один год;
- решение органа опеки и попечительства по недопущению нарушений в результате сделки прав несовершеннолетних, недееспособных детей или ограниченных в дееспособности лиц;
- справка о том, что в жилье не зарегистрированы и не проживают малолетние и несовершеннолетние дети (форма№3 из Жэка);
- справка о правовом статусе земельного участка под домом (приватизирована ли; данные о площади и кадастровый номер земельного участка, если дом цел, согласно статье 120 ЗК Украины; выписка из Реестра обременений и ограничений земельного участка, если участок в собственности);
- паспорта сторон (свидетельства о рождении детей); идентификационные коды всех сторон сделки; свидетельства о браке Продавца и Покупателя имущества.

Этот перечень является ориентировочным. Ведь в ряде случаев может быть, что жилье не находится в общей совместной собственности, и тогда не нужно согласие участника такой собственности на отчуждение.

Разъяснения о необходимости регистрации договора и права собственности

Договор купли-продажи жилья, кроме удостоверения нотариусом, должен быть зарегистрирован. О необходимости указанной регистрации разъясняется сторонам договора и указывается в удостоверительной надписи нотариуса. Невыполнение требований о регистрации договора по отчуждению жилья свидетельствует о том, что договор не заключен (ст. 210 ГК Украины). Право собственности на жилье также подлежит государственной регистрации.

Переход права собственности на жилье по договору, направленного на его отчуждение

Важным моментом завершения договорного процесса в отношении сделок по отчуждению жилья является переход права собственности. Ведь правовой целью такого договора как раз и является получение приобретателем права собственности на жилье.

Важность определения момента возникновения права собственности у приобретателя следует из того, что, во-первых, именно с момента возникновения права собственности он может осуществлять действия собственника по владению, пользованию и распоряжению, приобретенным имуществом. Во-вторых, только с тех пор

приобретатель имеет право на защиту именно имущественного права собственности посредством предусмотренных законом имущественно-правовых исков. В-третьих, именно собственник несет риск случайной гибели и повреждения имущества.

Ст. 334. Момент приобретения права собственности по договору

1. Право собственности у приобретателя имущества по договору возникает с момента передачи имущества, если иное не установлено договором или законом.
2. Передачей имущества считается вручение его приобретателю перевозчику или предприятию связи для отправки, пересылки без обязательства доставки. К передаче имущества приравнивается вручение коносамента или иного товарно-распорядительного документа на имущество.
3. Право собственности на имущество по договору, который подлежит нотариальному удостоверению, возникает у приобретателя с момента такого удостоверения или с момента вступления в законную силу решения суда о признании договора, не заверенного нотариально, действительным.
4. Если договор об отчуждении имущества подлежит государственной регистрации, право собственности у приобретателя возникает с момента такой регистрации.

Следовательно, ч. 4 ст. 334 ГК Украины содержит норму, согласно которой, если договор отчуждения имущества подлежал государственной регистрации, право собственности у приобретателя возникает с момента такой регистрации.

Договоры с жильем, такие как:

- покупка-продажа жилья (ст. 657 ГК Украины);
- мена жилья (ст.ст. 716,657 ГК Украины);
- рента (ч. 2 ст. 732 ГК Украины);
- пожизненное содержание (уход) (ч. 2 ст. 745 ГК Украины), подлежат государственной регистрации.

Следовательно, право собственности на жилье у приобретателя, согласно этим договорам, возникает с момента ***государственной регистрации договора.***

Согласно ч. 2 ст. 331 ГК Украины право собственности на новое жилье возникает с момента государственной регистрации.

Расторжение и изменение договора

Расторжение и изменение договора возможно только по взаимному согласованию сторон. По общему правилу одностороннее изменение или расторжение, а также отказ от договора не допускаются. Ст. 525 ГК Украины отмечает, что односторонний отказ от обязательства или одностороннее изменение его условий не допускается, если иное не установлено договором или законом.

Ст. 214 ГК Украины по этому поводу отмечает, что лица, совершившие двух- или многостороннюю сделку, имеют право, по взаимному согласию сторон, а также в случаях, предусмотренных законом, отказаться от нее, даже в том случае, если его условия полностью ими выполнены. Отказ от сделки совершается в такой же форме, в которой был заключен договор. Правовые последствия отказа от сделки устанавливаются законом или по договоренности сторон.

Основания для расторжения или изменения договора перечислены в ст. 651 ГК Украины. Изменение или расторжение договора допускается только по соглашению сторон, если иное не установлено договором или законом.

Если стороны не достигли соглашения о приведении договора в соответствие с обстоятельствами, которые существенно изменились, или о его расторжении, договор может быть расторгнут по решению суда по требованию заинтересованной стороны при наличии одновременно следующих условий:

1. в момент заключения договора стороны исходили из того, что такое изменение обстоятельств не наступит;

2. изменение обстоятельств вызвано причинами, которые заинтересованная сторона не могла устранить после их возникновения при всей заботливости и осмотрительности, которые от него требовались;

3. выполнение договора нарушило бы соотношение имущественных интересов сторон и лишило бы заинтересованную сторону того, на что она рассчитывала при заключении договора;

4. из сути договора или обычаев делового оборота не вытекает, что риск изменения обстоятельств несет заинтересованная сторона.

В случае расторжения договора вследствие существенного изменения обстоятельств суд, по требованию любой из сторон, определяет последствия расторжения договора, исходя из необходимости справедливого распределения между сторонами расходов, понесенных ими в связи с исполнением этого договора.

Изменение договора в связи с существенным изменением обстоятельств допускается по решению суда в исключительных случаях, когда расторжение договора противоречит общественным интересам либо повлечет для сторон ущерб, значительно превышающий затраты, необходимые для исполнения договора на условиях измененных судом.

Недействительные сделки

Нотариус отказывает в удостоверении сделки, если она не соответствует требованиям закона, заключается с целью, противоречащей интересам государства и общества.

Условия действительности сделок - это предусмотренные законом требования, отвечать которым должны совершаемые сделки.

Существует и ряд общих требований, которым должна отвечать любая сделка. К ним относятся следующие требования.

Во-первых, содержание сделки не может противоречить гражданскому законодательству и моральным принципам общества.

Во-вторых, необходимо, чтобы лица, осуществляющие сделки, владели объемом гражданской дееспособности, необходимой для заключения этих сделок. То есть воля этих лиц должна иметь достаточную психологическую обусловленность. В частности, ст. 225 ГК Украины устанавливает, что сделка, которую дееспособное физическое лицо совершило в момент, когда оно не осознавало значение своих действий и (или) не могло руководить ими, может быть признана судом недействительной по иску этого лица, а в случае ее смерти - по иску других лиц, чьи гражданские права или законные интересы нарушены.

В-третьих, сделка должна заключаться при условии свободного, полного и согласованного волеизъявления его участников. Поэтому в случае, когда в сделке воля выражена не свободно (имело место насилие, угроза, обман и т. д.), она не может считаться действительной.

В-четвертых, при осуществлении сделки обязательным является соблюдение предусмотренной законом формы.

В-пятых, сделка должна быть реально направлена на возникновение обусловленных ею правовых последствий. Итак, волеизъявление, сделанное только лишь для вида, то есть которое не несет в себе действительную волю на установление каких-либо правоотношений или такое, что прикрывает собой другое волеизъявления, не может иметь значение действительной сделки.

В--шестых, сделки, заключаемые родителями (усыновителями), не могут противоречить правам и интересам их малолетних, несовершеннолетних или нетрудоспособных детей.

Понятие и виды недействительных сделок

Ст. 215 ГК Украины устанавливает, что основанием недействительности сделки является несоблюдение в момент совершения сделки стороной (сторонами):

- требований гражданского законодательства и моральных принципов общества;
- требований относительно необходимого объема гражданской дееспособности;
- требований относительно свободного волеизъявления участника сделки и соответствия его внутренней свободы;
- требований относительно направленности сделки на реальное наступление правовых последствий, обусловленных ее.

Недействительной является сделка, если ее недействительность установлена законом (ничтожная сделка). В этом случае признания такой сделки недействительной судом не требуется.

В случаях, установленных ГК Украины, ничтожная сделка может быть признана судом недействительной. Если недействительность сделки прямо не установлена законом, но одна из сторон или другое заинтересованное лицо отрицает его действительность на основаниях, установленных законом, такой договор может быть признан недействительным судом (оспариваемая сделка).

В зависимости от того, каким требованиям, указанным в законе сделка не соответствует, недействительные сделки подразделяются на три вида.

Первый вид (ч. 1 ст. 203 ГК) составляют такие, содержание которых противоречит гражданскому законодательству и моральным принципам общества.

Второй вид составляют сделки, заключенные лицами, не обладающими достаточным объемом дееспособности, а именно малолетними лицами (ст. 221 ГК Украины), несовершеннолетними (ст. 222 ГК Украины), ограниченно дееспособными (ст. 223 ГК Украины), недееспособными (ст. 224 ГК Украины), которые выходят за пределы дееспособности, установленной для перечисленных лиц законом.

Третий вид недействительных сделок - это сделки с пороками воли, содержащиеся в них, а именно, заключенные в результате ошибки - ст. 229 ГК Украины; обмана - ст. 230 насилия; - ст. 231; в результате сговора, по договоренности представителя одной стороны с другой - ст. 232 ЦК; под влиянием тяжелого обстоятельства - ст. 233. Эти документы считаются недействительными, потому что они не отражают истинной воли сторон или одной из них.

Сделки, совершенные под влиянием обмана (ст. 230 ГК Украины), если одна из сторон сделки ввела сторону в заблуждение относительно обстоятельств, которые имеют существенное значение, такая сделка признается судом недействительной. Обман имеет место, если сторона отрицает наличие обстоятельств, которые могут помешать осуществлению сделки, или если она замалчивает их существования. Сторона, которая применила обман, обязана возместить другой стороне убытки в двойном размере и за моральные страдания, причиненные в связи с осуществлением настоящего соглашения.

В сделках, совершенных под влиянием насилия (ст. 231 ГК Украины), сторона, заключающая невыгодную для себя сделку, выражает волю под влиянием причиненных ей физических или моральных страданий. Сделка, совершенная лицом против ее воли вследствие применения к нему физического или психического давления со стороны другой стороны или другого лица, признается судом недействительной.

Сделка может быть заключена также вследствие стечения тяжелых обстоятельств (ст. 233 ГК Украины). Для характеристики таких сделок важны два признака: а) экономическая невыгодность для одной из сторон, то есть сделка заключается не на равных основаниях; б) стечение тяжелых обстоятельств для одной из сторон в сделке или для ее родственников и других близких лиц (крайняя нищета, болезненное состояние и т.п.).

Четвертый вид недействительных сделок составляют сделки, в которых отсутствует единство воли и волеизъявления участников этих сделок на установление, изменение или прекращение гражданских правоотношений, то есть когда стороны и не желают заключать сделку и не преследуют возникновения определенных юридических последствий, хотя внешне выражают такую волю. К числу этих сделок относятся фиктивные и мнимые сделки.

Фиктивный сделка - это сделка, заключенная лишь для вида, без намерения создать юридические последствия (ст. 234 ГК Украины). В этой сделке есть воля, но она направлена не на то, чтобы создать между ее участниками какую-либо юридическую связь, а на то, чтобы создать лишь видимость этой связи (без раздела имущества, продажи квартиры или дарения, с целью избегания конфискации по приговору суда и т.д.).

Мнимый договор (ст. 235 ГК Украины) - это сделка, заключенная сторонами для сокрытия другой сделки, которую они заключили. Если будет установлено, что договор был заключен сторонами для сокрытия другой сделки, которую они на самом деле совершили, отношения сторон регулируются правилами сделки, которая произошла на самом деле.

Например, купля-продажа жилого дома, находящегося в долевой собственности прикрывается договором дарения, чтобы не предоставлять участнику долевой собственности права преимущественной покупки. В этом случае имеют место как бы две сделки: одна - заключена с целью создать определенные юридические последствия; другая - заключена с целью прикрыть первую сделку, представить согласие официально не такой, какой она есть на самом деле.

Ничтожные сделки - это такие, недействительность которых не зависит от усмотрения и желания сторон, которые их заключили. Они объективно считаются недействительными исходя из самого факта их заключения. К таким относятся сделки, противоречащие по своему содержанию гражданскому законодательству и моральным принципам общества; заключенные юридическим лицом, если она не имела права эту сделку заключать; недействительные через несоблюдение предложенной законом формы; заключенные с малолетними лицами в возрасте до 14 лет; сделки с недееспособными; фиктивные и мнимые сделки; заключены без разрешения органов опеки и попечительства.

Оспариваемые сделки - это те сделки, которые признаются недействительными только в том случае, когда они по заявлению заинтересованных лиц признаны судом.

Однако и ничтожные сделки и сделки оспариваемые считаются недействительными с момента их совершения.

Последствия признания сделок недействительными

Последствия признания сделок недействительными проявляются в том, что осуществленные сделки не имеют юридического значения. Поэтому они не дают сторонам тех прав и обязанностей, на предоставление которых были направлены. Такие последствия наступают в случае недействительной сделки.

При совершении сторонами недействительной сделки, то итоговым последствием признания ее недействительной будет возврат сторон в первоначальное положение двусторонней реституции, т.е. обязанность для сторон вернуть друг другу все, что получено согласно недействительной сделке. Возврат полученного, согласно сделке осуществляется в натуре, а при невозможности каждая сторона возмещает стоимость полученного. Это последствие применяется как общее правило, если в законе не сказано иное.

Правовое регулирование перехода права собственности и права пользования жильем.

Договор купли-продажи жилья

Купля-продажа жилья является договорным обязательством и в наиболее общем виде представлена в ГК Украины. Правила о нотариальном удостоверении договора купли-продажи жилья изложены в Законе Украины "О нотариате", "Инструкции о порядке совершения нотариальных действий нотариусами Украины" и других нормативных актах.

Понятие и общая характеристика договора купли-продажи жилья

В ст. 655 ГК Украины определено понятие договора купли-продажи: по договору купли-продажи одна сторона (продавец) передает или обязуется передать имущество (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять имущество (товар) и уплатить за него определенную денежную сумму.

Договор купли-продажи жилья является консесуальним, то есть права и обязанности сторон возникают с момента достижения ими согласия по всем существенным условиям в должной (письменной нотариальной) форме.

Договор купли-продажи жилья считается заключенным с момента наступления юридических фактов, которые создают необходимый юридический состав:

а) достижение сторонами договора купли-продажи согласия по всем существенным условиям. Такие условия указаны в законе (предмет, цена) и дополнительные условия, если на этих условиях настаивает хотя бы одна из сторон (например, условие об освобождении жилья продавцом в течение месяца после заключения договора). 11.2 ч. 1 ст. 638 ГК Украины указывает, что существенными условиями договора являются условия о предмете договора, условия, которые определены законом как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению хотя бы одной из сторон должно быть достигнуто соглашение;

б) нотариальном удостоверении договора (согласно ст. 657 ГК Украины);

в) государственной регистрации договора (согласно ст. 657 ГК Украины).

Договор купли-продажи жилья является заключенным при условии и с момента его государственной регистрации. Это следует из ч. 3 ст. 640 ГК Украины, где сказано, что в случае необходимости и нотариального удостоверения и государственной регистрации договора, он считается заключенным с момента государственной регистрации.

Существенные условия договора купли-продажи жилья

Существенным условием договора купли-продажи жилья, которое является необходимым для всех договоров данного вида, есть предмет договора. Бесспорным есть то, что предметом купли-продажи жилья является индивидуально определенная вещь (адрес объекта недвижимости). Вообще же под предметом договора купли-продажи жилья понимается конкретный объект жилой недвижимости, завершенного и принятого в эксплуатацию строительства, по поводу которого стороны договариваются о возникновения гражданско-правовых отношений.

Также техническая характеристика: в БТИ ведется инвентаризационное дело с:

- планом жилья и указанием сведений о земельном участке, на котором расположен объект;
- с наименованием зданий, сооружений и их литеровка;
- с указанием материала стен каждого здания и сооружения;
- с размером жилой и нежилой площади;
- с указанием стоимости зданий и сооружений по данным инвентаризации с учетом действующей индексации;
- с процентом износа.

Следующим существенным условием договора купли-продажи жилья является условие о цене. *Цена жилья* - это определенная денежная сумма, соответствующая договорной стоимости жилья и должна быть оплачена покупателем продавцу. Ст. 691 ГК

Украины говорит о том, что продажа имущества происходит по ценам, которые установлены по соглашению сторон, если иное не предусмотрено законодательными актами.

К существенных условий могут быть отнесены также другие условия, если на этом настаивает хотя бы одна из сторон. Такими являются, например, срок освобождения жилого помещения или условие о порядке уплаты денег покупателем (с рассрочкой или отсрочкой платежа) и т.д.

Форма договора купли-продажи жилья

Форма договора купли-продажи жилья является необходимым условием действительности этой сделки. Ст. 657 ГК Украины устанавливает, что договор купли-продажи земельного участка, единого имущественного комплекса, жилого дома (квартиры) или другого недвижимого имущества заключается в письменной форме и подлежит нотариальному удостоверению и государственной регистрации.

Следует отметить, что иногда применяется продажа жилья через аукцион. Вместе с тем эта процедура также требует последующего нотариального удостоверения, за исключением случаев, когда аукцион организован по решению суда. В частности, недвижимость может реализоваться с аукциона специализированным государственным предприятием "Укрспецюст". Согласно постановлению КМУ от 14.07.99 г. № 1270 основными задачами специализированного государственного предприятия "Укрспецюст" является обеспечение надлежащего хранения изъятого государственными исполнителями имущества, организация и проведение его реализации через продажу на публичных торгах, аукционах и т.д.

Ст. 220 ГК Украины устанавливает правовые последствия несоблюдения требования закона о нотариальном удостоверении договора. Так, в случае несоблюдения сторонами требования закона о нотариальном удостоверении договора является ничтожным. Если стороны договорились относительно всех существенных условий договора, что подтверждается письменными доказательствами, и произошло полное или частичное исполнение договора, но одна из сторон уклонилась от его нотариального удостоверения, суд может признать такой договор действительным. В этом случае следующее нотариальное удостоверение договора не требуется.

Договор купли-продажи недвижимого имущества заключается в письменной форме и подлежит нотариальному удостоверению и государственной регистрации. Согласно ст. 210 ГК Украины договор купли-продажи жилья является совершенным с момента его государственной регистрации.

Договор мены жилья

Понятие и общая характеристика договора мены жилья

Согласно ч. 1 ст. 715 ГК Украины по договору мены (бартера) каждая из сторон обязуется передать другой стороне в собственность один товар в обмен на другой.

Что касается юридической характеристики договора мены жилья, то он является двусторонним, возмездным, консесуальним. Следовательно, настоящий договор считается заключенным, если стороны достигнут согласия по всем существенным условиям в надлежащей форме. Именно с этого момента каждая из сторон должна надлежащим образом выполнять свои обязанности по договору.

Как мена, так и купля-продажа жилья предусматривают встречное предоставление или возмездный эквивалент, который предоставляется покупателем продавцу в обмен на имущество, которым является жилое помещение. Но основным отличием является то, что в первом случае отчуждателю предоставляется в собственность другое имущество, в том числе и жилье, а во втором - соответствующая денежная сумма.

Договор дарения жилья

Понятие и юридическая характеристика договора дарения жилья

Договор дарения, наряду с куплей-продажей, меной, пожизненным содержанием, рассматривается как одно из оснований получения жилья в собственность.

Ст. 717 ГК Украины дает такое понятие дарения. По договору дарения одна сторона (даритель) передает или обязуется передать в будущем другой стороне (одаряемому) безвозмездно имущество (дар) в собственность.

Дарение является двусторонней сделкой, (договором). Договорная природа дарения объясняется тем, что дарение хоть и не ведет за собой со стороны одаряемого правовой обязанности, он должен выразить согласие на дарение.

Договор дарения является бесплатным, поскольку не предусматривает встречного предоставления со стороны одаренного. Следует также отметить, что мотив бесплатности договора юридического значения не имеет. Подразумевается, что неважно из каких соображений отец подарил квартиру сыну, например, чтобы сын больше внимания уделял общению с отцом и жил рядом и т.д. Удовлетворение этих соображений дарителя одаренным не имеет значения для действительности договора дарения поскольку этот договор является безвозмездным.

Договор пожизненного содержания (ухода)

Понятие и юридическая характеристика договора пожизненного содержания (ухода)

ГК Украины дает следующее определение договора пожизненного содержания (ухода). По договору пожизненного содержания (ухода) одна сторона (отчуждатель) передает другой стороне (приобретателю) в собственность жилой дом, квартиру или их часть, другое недвижимое или движимое имущество, которое имеет значительную ценность, взамен чего приобретатель имущества обязуется обеспечивать отчуждателя содержанием и (или) уходом пожизненно.

Договор пожизненного содержания является платным. Платность для приобретателя заключается в необходимости осуществлять имущественное содержание вместо полученного жилья. Для отчуждателя - в том, что после передачи в собственность вещи он может требовать от приобретателя совершения определенных действий - предоставления материального обеспечения. Таким образом, платой есть встречное имущественное предоставление со стороны приобретателя в пользу отчуждателя имущества или указанного им третьего лица (последнее предусмотрено в ч. 4 ст. 746 ГК Украины). Необходимо отметить, что ГК Украины предусматривает возможность встречного предоставления не только в натуре, а также и в виде денег.

Прекращение договора пожизненного содержания

Договор пожизненного содержания прекращается со смертью отчуждателя, что является наиболее распространенным и естественным основанием прекращения этого договора и свидетельствует о надлежащем его выполнении. На это влияет, прежде всего, характер обязательства, поскольку выполнение носит, во-первых, пожизненный, во-вторых, личный характер и обусловлено выполнением в пользу отчуждателя. Такое

исполнение исчерпывает основную цель обязательства, и достигается правовой результат договора: отчуждатель получает обусловленное предоставление, а приобретатель имущества получает право свободного распоряжения имуществом, поскольку до этого момента право распоряжения было ограниченным. В случае возникновения спора в суде, при жизни отчуждателя, о ненадлежащем исполнении обязанностей приобретателем действие договора не прекращается со смертью отчуждаемая до момента разрешения спора по существу.

Модуль 12. Нарушения при осуществлении операций с недвижимостью, возможные пути их предотвращения.

На сегодняшний день проведение операций с недвижимостью требуют привлечения грамотных специалистов. Идеально сопровождение сделок с недвижимостью поручить юристам риэлторской компании, которые специализируются на проведении подобных сделок. Но, как правило, это происходит довольно редко. В основном, функции юриста берет на себя риэлтор.
Основная задача риэлтора – продавать или покупать, и при этом необходимы базовые знания по правовым вопросам. Знание основных «подводных камней» при оформлении сделок с объектами недвижимости помогут избежать многих неприятных моментов. Именно этим вопросам и посвящен данный учебный модуль, на изучение которого потребуется 2 часа.

Содержание

Цели и задачи модуля
12.1.Распространенные нарушения при проведении операций с объектами недвижимости.
12.1.1 Общие положения.
12.1.2 Риски и нарушения.
12.2. Нарушения при операциях с земельными участками.

12.3. Общие способы предотвращения рисков и нарушений.

Нормативно-правовые акты

Глоссарий

Вопросы для самопроверки

После изучения данного модуля Вы должны:

1.Знать наиболее распространенные нарушения при проведении операций с объектами недвижимости.
2. Осознавать, что основная задача риэлтора – это продажа (покупка) объекта недвижимости, а не юридическое сопровождение сделки.
3. Уметь предотвращать нарушения при операциях с объектами недвижимости.

12.1.Распространенные нарушения при проведении операций с объектами недвижимости.

12.1.1 Общие положения

Обеспечение безопасности сделок требует высокой квалификации, добросовестности и значительных затрат. Участник сделки на рынке недвижимости может столкнуться с недобросовестностью любого другого участника сделки: продавца, покупателя или посредника.

Безопасности сделки, как правило, угрожают:

- непрофессионализм участников;
- незнание законов и правил, регулирующих деятельность в сфере недвижимости;
- отсутствие полной информации;
- недобросовестность или мошенничество кого-то из участников сделки или третьих лиц.

Именно эти 4 фактора являются основными причинами нарушений при проведении операций с недвижимостью.

Необходимо определить следующие основные направления работы агентства недвижимости по обеспечению безопасности при оформлении сделки:

- Изучение опасностей на региональном рынке недвижимости.
- Учёт всей информации и обстоятельств конкретной сделки.
- Детальная проработка условий договора.
- Организация удостоверения сделки.

Заключая сделку купли-продажи недвижимости, необходимо помнить, что можно столкнуться с недобросовестностью и мошенничеством со стороны покупателя.

При занижении цены продажи, указываемой в договоре купли-продажи, покупатель, используя различные мошеннические приемы, может выплатить продавцу не всю согласованную сумму. Кроме того, при наличных взаиморасчетах, большую опасность может представлять и некачественная проверка подлинности купюр.

Если вы хотите избежать опасностей, связанных с недобросовестностью покупателей, рекомендуется указывать в договорах реальные суммы и вносить в договор купли-продажи информацию о том, что деньги передаются до подписания договора. Лучше заплатить пошлину с полной суммы сделки, чем, сэкономив сотню, потерять тысячи.

Однако покупатель подвергается гораздо большему риску, чем продавец, поэтому чаще можно столкнуться с недобросовестностью или мошенничеством со стороны продавца.

Наиболее распространенным и, на первый взгляд, безобидным случаем является сокрытие информации о недостатках продаваемой квартиры или дома. Например, если квартира продаётся в летнее время года, информация о ее зимнем состоянии может умалчиваться. Сырость стен, протекание крыши, другие пороки, могут ухудшить условия проживания или вызывают необходимость дополнительных затрат на ремонт и эксплуатацию жилья.

Большую опасность представляют неустранимые строительные дефекты, например, конструктивные просчеты при строительстве зданий, высокий уровень подпочвенных вод, моральное старение и физический износ строительных конструкций и другие.

Виды рисков, возникающих при проведении сделок с недвижимостью, определяются рядом факторов. К их числу можно отнести: уровень социально-экономического развития, устойчивость банковской системы, сбалансированность и полноту законодательства и многие другие.

Но наибольший интерес, с точки зрения риэлторской деятельности, представляют собой юридические риски, так как они, во-первых, могут приводить к оспариванию права

собственности на приобретенный объект недвижимости и, во-вторых, поддаются контролю во время проведения сделки.
Их можно условно разделить на две группы:

1. Оспоримость права собственности
2. Правовая безграмотность и непрофессионализм

1.

2. **Оспоримость права собственности**

К первой относятся риски, связанные с оспоримостью третьими лицами права собственности на объект, который является предметом сделки. Например, если приобретаемая квартира неоднократно участвовала в сделках после приватизации и суд по тем или иным причинам признал какую-либо из сделок недействительной, то и последняя сделка автоматически может быть признана недействительной. Если продавец получил ее принудительно, за долги, прежний собственник может обжаловать законность соглашения. На унаследованное жилье могут претендовать другие родственники. Таким образом, знание предыстории приобретаемой квартиры является необходимым для того, чтобы принять решение о ее приобретении. При этом нужно учитывать, что гражданское законодательство практически не устанавливает срока исковой давности, учитывая начало отсчета этого срока.

3. **Правовая безграмотность и непрофессионализм**

Ко второй группе относятся риски, связанные с правовой грамотностью представителей АН (менеджеров и агентов), которые занимаются проведением сделки, и юридической корректностью составления внутренних документов АН, которые подписывают клиенты. К сожалению это неприменимо к частным маклерам, так как этот класс специалистов по недвижимости больше любит брать у клиентов расписки, чем составлять договоры проведения конкретной сделки с недвижимостью. Тут необходимо руководствоваться правилом о том, что не бывает универсальных договоров. Каждая сделка уникальна, и ее уникальность должна быть отражена во всех договорах, заключаемых как в агентстве недвижимости, так и у нотариуса. Все, о чем договорились клиенты с АН и между собой, включая даже мелочи, должно найти свое отражение в договорной документации.

12.1.2 Риски и нарушения.
Оформление договора купли – продажи объекта недвижимости **с указанием заниженной стоимости**. Довольно часто наши коллеги (прошу заметить – не клиенты, а наши коллеги) настаивают на указании в договоре купли – продажи объекта недвижимости заниженной стоимости. Мотивы самые «благородные» - зачем платить налоги и пошлины больше, если этого можно избежать, напишем друг другу расписки, чем защитим себя от неприятностей.

Важно!
Как избежать? Настоятельно рекомендовать клиентам указывать реальную стоимость объекта недвижимости. В случае категорического отказа, потребовать расписку о том, что клиент поставлен в известность о правовых последствиях оформления договора по заниженной стоимости и к риэлтору претензий не имеет.

Одним из наиболее распространенных нарушений является **замена одного правового действия другим**. Самый яркий пример – это замена сделки купли – продажи дарением. Довольно часто применяется, когда необходимо продать часть объекта недвижимости (комнату в коммуналке, часть дома и т.д.). Для того, что бы обойти моменты общения со всеми совладельцами, исключить процедуру написания писем отказа от прав

преимущественной покупки, для экономии времени многие риэлтора советуют провести договор дарения. Это не совсем законно и такая сделка может быть успешно оспорена в суде.

Как избежать? Необходимо привести все процедуры до конца, получить отказы совладельцев и провести договор купли – продажи.

Доверенности. Продажа по доверенности. Известны случаи, когда мошенники продавали квартиры по доверенностям, которые были отменены, однако с украинскими доверенностями сейчас это невозможно, в связи с проверкой доверенностей в едином реестре. А вот совершение сделки по доверенностям от умерших лиц пока остается серьезным риском. В таких ситуациях выданные доверенности считаются недействительными, наследники оспаривают сделку, а мошенники, получившие деньги от покупателя, естественно, к этому моменту успевают испариться.

Важно!
Как избежать? Избежать рисков поможет личная встреча с владельцем объекта недвижимости.

Пример из практики. Проводилась сделка купли – продажи квартиры в центральном районе города Киева. Со стороны продавца действовал знакомый на основании доверенности, выданной частным нотариусом города Москва. Продавец – женщина 1925 года рождения. Было предложение отправить риэлтора в Москву с целью личной встречи с продавцом. Вышли из положения другим способом. Продавец пошла к московскому нотариусу, составила письмо личного присутствия, нотариус подтвердил все данные, после чего это письмо передали в Киев.

Продажа кооперативных квартир. Были случаи, когда продавец продавал кооперативную квартиру, при этом Свидетельство о праве собственности на кооперативную квартиру оформлено на одного человека, в паспорте отсутствует штамп о заключении брака. Когда риэлтор начал проверку квартиры, то оказалось что на момент вступления в кооператив продавец находился в браке, выплата 100% паевых взносов произошла до развода. После развода продавец получил новый паспорт(во время обмена паспортов советского образца на украинские паспорта), в котором отсутствовал штамп о семейном состоянии. После встречи с председателем кооператива риэлтор выяснил, что бывшая супруга продавца узнала о намерениях продать квартиру и готовит исковое заявление о признании права собственности недействительным. Сделка не состоялась. Кстати, суд бывшая супруга выиграла.

Важно!
Как избежать? Проверка должна быть комплексной. Необходимо узнать на кого выписывался ордер при заселении в кооперативную квартиру? Кто в ней был прописан во время выплаты паевых взносов? Был ли член кооператива в браке в период выплаты паевых взносов? Встретиться с председателем кооператива, паспортисткой и, самое главное, поговорить с соседями (соседи – лучший друг риэлтора, они знают все про всех).

Объект недвижимости получен в наследство, а при этом не были учтены интересы лиц, имеющих право на часть имущества.

Унаследованное жилье - самый рискованный объект купли-продажи. При оформлении наследства учесть интересы всех потенциальных наследников, включая внебрачных детей и родственников, живущих за границей, зачастую просто нереально. А впоследствии эти лица узнают, какого лакомого кусочка лишились, и предъявляют претензии. Срок для заявления

прав на наследство отсчитывается в такой ситуации с даты, когда обделенный наследник узнал о смерти бывшего собственника имущества.

Перепланирование (переоборудование) помещений - ремонтно-строительные работы, которые ведутся владельцами квартир, нанимателями и арендаторами по соответствующим проектам относительно жилых и подсобных помещений, балконов и лоджий с изменением физических параметров этих помещений, строительством или перенесением внутренних легких некапитальных перегородок, строительством новых элементов и деталей (входов, прорезов) без вмешательства во внешние стены, межэтажные перекрытия и другие несущие конструкции жилого дома с целью улучшения благоустройства квартиры, ее эксплуатационных теплотехнических и других показателей без ограничение интересов других граждан, которые проживают в этом доме;

12.2. Нарушения при операциях с земельными участками.

Отдельно рассмотрим операции с участками без улучшений, отдельно с улучшениями.
Право собственности на землю – право владеть, пользоваться, распоряжаться земельным участком (Земельный кодекс Украины, ст.78). Право собственности на земельный участок действует в его границах на поверхностный (грунтовый) слой, а так же на водные объекты, леса и многолетние насаждения, которые на этом участке находятся. Право собственности на земельный участок распространяется на пространство, которое находится над и под поверхностью участка на высоту и на глубину, необходимые для возведения жилых, производственных и других зданий и сооружений.

Ограничения, установленные законами
Ограничения прав собственника (пользователя) земельного участка относительно его использования и застройки – установление относительно законодательства запрета совершать определенные действия касательно земельного участка, передавать или отчуждать права на него или определение дополнительных условий при совершении сделок.
Права на земельный участок могут быть ограничены законом или договором:
1)запретом на продажу или другое отчуждение определенным лицам или разрешений на отчуждение на определенный период времени;
2)правом преимущественной покупки в случае его продажи;
3)условием начала и завершения застройки или освоения земельного участка в сроки установленные проектом;
4)запретом на изменение целевого назначения земельного участка, внешнего вида недвижимости, реконструкции или сноса домов, зданий, сооружений без согласования в установленном порядке;
5)условием произвести строительство, ремонт или содержание дороги, части дороги;
6)запретом на проведении определенного вида деятельности;
7)условием соблюдения природоохранных требований.

Определение границ ограничений земельных участков устанавливаются проектами землеустройства. Ограничения прав собственника земельного участка по его использованию и застройке устанавливаются законодательными и другими нормативными актами.

Границы таких ограничений устанавливаются генеральным планом (генеральными схемами) и специальными проектами, утверждаются соответствующими Советами (поселковыми, городскими, районными, областными, Верховный совет АР Крым, Верховный совет Украины).

Генеральный план населенного пункта – градостроительная документация, которая определяет принципиальные решения развития, планирования, застройки и другого использования территории населенного пункта.

В связи с несовершенством и разночтениями земельного законодательства к операциям с земельными участками необходимо подходить крайне осторожно. Рассмотрим несколько моментов, на которые необходимо обращать особое внимание при продаже (покупке) земельных участков. Когда участок продается в середине свежевыделенного массива необходимо четко установить его границы. Довольно часто, на вопрос о границах участка, наши коллеги показывают Государственный акт на право собственности, в котором показан абрис участка. Нотариус удостоверяет сделку купли – продажи. Покупатель начинает оформлять документы на застройку и обнаруживает, что ему продали не тот участок, какой показывали. Или вместо 25 соток под застройку, указанных в Госакте, он под строительную площадку может использовать только 5 или 7, остальные после сверки с Генеральным планом уходят под проезды, дороги, клумбы.

Важно!
Как избежать? Если невозможно привязать расположение земельного участка к местности, необходимо провести процедуру выноса границ участка в натуру и, при необходимости, установку геодезических знаков (колышков). Такую процедуру можно заказать в любой фирме, которая имеет соответствующую лицензию. После этого сверить расположение участка с Генеральным планом населенного пункта.

Проведение операций с земельными участками, на которых находятся строения.

Необходимо учитывать, что все строения на участке должны быть узаконены (сданы в эксплуатацию, получено право собственности). Необходимо учитывать целевое назначение земельного участка – на участках под садоводчество, построить и сдать в эксплуатацию жилой дом, без изменения целевого назначения земельного участка, нельзя. Пример. Продается участок в садоводческом кооперативе в городе Киеве. На участке построен двухэтажный дом общей площадью 180 квадратных метров. Строение не узаконено, проект не утвержден, разрешения на строительство не было. Продавец предложил провести сделку по купле – продаже прав на земельный участок, а на дом закрыть глаза. Мотивировал свои предложения тем, что процедура узаконивания постройки займет много времени, а за это время цены вырастут вдвое. Согласен был снизить цену на пять тысяч долларов США, якобы на расходы по вводу дома в эксплуатацию. Покупатель согласился на это предложения и купил земельный участок с неузаконенной постройкой. После попытки ввести дом в эксплуатацию, он узнал о том, что Уставом кооператива предусмотрена норма строительства садового дома - не более полутора этажей и не более семидесяти квадратных метров общей площади.

Важно!
Как избежать? Необходимо узаконить все постройки на земельном участке до проведения операций с этой недвижимостью. Следует учитывать, что процедура узаконивания довольно дорогостоящая (порядка 10 -15% от стоимости объекта) и довольно длительная по времени (до года). При проведении операций с частными домами, которые были построены уже давно, нужно проверять всю историю перехода прав собственности на строения, выделение участка на постройку, историю приватизации участка. При таких операциях разумней всего привлечь опытного юриста или консультанта с опытом проведения подобных сделок.

Мы все должны помнить, что **риэлтор – это профессиональный продавец-консультант. Не юрист, не правовед (хотя довольно часто приходится выступать в этих ролях), а**

продавец. И если в работе с объектами недвижимости придется столкнуться с проблемой – обращайтесь к юристам компании, консультантам со стажем.

12.3. Общие способы предотвращения рисков и нарушений

Недопущение рисков и нарушений при операциях с недвижимостью и является основной задачей риэлтора при обеспечении безопасности сделок. А это возможно в полной мере, только при симбиозе трех качеств риэлтора:

- **Личная порядочность** (достигается с детства воспитанием родителей).
- **Высокий профессионализм** (достигается постоянным самообразованием).
- **Опыт работы** (достигается длительностью стажа).

Юридическая экспертиза.
Юридическая экспертиза оспоримости прав собственности на объекты недвижимости является превентивной мерой, позволяющей определить «качество» права собственности на объект его нынешним владельцем и еще до совершения сделки принять решение о возможности приобретении или отказе от приобретения объекта недвижимости. В ходе юридической экспертизы выявляются:

- дефекты права собственности,
- круг третьих лиц, которые могут быть потенциальными истцами по оспариванию права собственности на объект,
- а также даются практические рекомендации, как устранить выявленные дефекты (в том случае, если это возможно).

Опыт проведения юридических экспертиз показывает, что достаточно большого числа проблем можно избежать, если своевременно узнать, набор проблем выбранной квартиры. Нередко по результатам юридической экспертизы агентству приходится отказываться от работы по данному объекту недвижимости.

Обеспечение сбора информации согласно контрольному листу.
Принципы сбора информации:

- Определение круга лиц допущенных к информации.
- Обеспечение предотвращения утечки информации.
- Инструктаж клиентов.

Примерный контрольный лист:

1. Проверка наличия правоустанавливающего документа.
2. Проверка арестов, запретов, налоговых залогов.
3. Проверка наличия не узаконенных перепланировок, пристроек и пр.
4. Проверка наличия сервитутов или возможных претензий третьих лиц.
5. Проверка задолженностей.
6. Выяснение наличия прав первоочередной покупки.
7. Выяснение местонахождения собственников, зарегистрированных, совладельцев.
8. Проверка документов собственников и зарегистрированных и их действительности.
9. Проверка идентификационных кодов независимо от возраста и гражданства.
10. Переговоры по снятию с регистрации.
11. Проверка дееспособности собственников и зарегистрированных.

12. Выяснение ситуации с получением согласия вторых супругов на отчуждение и на покупку.
13. Обеспечение получения решения райадминистрации о согласии на продажу доли, принадлежащей несовершеннолетним, или на снятие их с регистрации.
14. Обеспечение получения справки-характеристики.
15. Обеспечение гарантий продавцов на погашение задолженностей, освобождения объекта и снятие с регистрации.
16. Инструктаж клиентов о мерах безопасности при выставлении квартиры на продажу, подписании договора и передачи денег.

Выявление скрытых недостатков.

1. Расположение и соседние объекты.

2. Толщина и материал стен.

В 70-80-е годы порой строились дома с такими тонкими внешними стенами, что после установки рам уже не было места для укладки подоконника. В подобных квартирах или холодно, или сыро.

3. Качество крыши. (Для последних этажей)

4. Грибок на стенках.
   Грибок образуется в долго пустующих, не отапливаемых домах Его легко могут скрыть обои, так что имеет смысл прощупать их при осмотре. Избавиться от грибка потом будет очень сложно.

5. Другие дефекты стен и потолка.
   Часто скрываются толстыми обоями и подвесными потолками. Если вы планируете делать ремонт, многие мелкие дефекты не будут иметь для вас большого значения, но они могут помочь вам при торге с владельцами, так что лучше в любом случае «обследовать» приобретаемую квартиру как можно тщательней.

6. На какую сторону выходят окна.
   Самый лучший вариант: юго-запад или юго-восток. Зимой у вас будет достаточно светло, зато летом не придется страдать от жары. Также хороши западные и восточные окна: через них к вам будет попадать больше света, чем через южные и уж тем более северные окна. Так что имеет смысл захватить на осмотр компас.

7. Специфика коммуникаций.

Отопление, электроэнергия, вода холодная и горячая и пр…

8. Будущие соседи.
   Это довольно важный фактор. Бывает, что квартиру меняют только из-за проблем с соседями, поэтому постарайтесь выяснить:
   - Почему хозяин продает квартиру?
   - Кто живет под и над этой квартирой, а так же за стенкой?
   - Преобладают ли среди жильцов собственники или большинство квартир не приватизировано? Обычно люди, заплатившие деньги, бережней относятся к своему имуществу.
   - В каком состоянии подъезд, исписаны ли стены, на месте ли лампочки.
   - Если дом новый, узнайте, не предназначен ли он для расселения очередников. На это обычно указывает дешевая сантехника и отделка квартир. На коммерческую продажу обычно выставляют квартиры без отделки.

Лучше всего поговорить с самими соседями, так как продавец едва ли расскажет вам правду.

Изучение истории объекта и его бывших собственников.

При изучении перехода прав собственности на объект, необходимо ответить на следующие важнейшие вопросы:

1. Как и на кого была осуществлена приватизация?
2. Существует ли вероятность оспаривания приватизации?
3. Сколько раз производились сделки по отчуждению (когда, кто, кому и почему), особенно: дарением, долей и по доверенности?

Нормативно-правовые акты
Гражданский кодекс Украины
Семейный кодекс Украины
Земельный кодекс Украины
Жилищный кодекс Украинской Советской Социалистической Республики
Закон "Про державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обмежень" от 01.07.2004 N 1952-IV
Министерство Юстиции Украины, Приказ "Про затвердження Порядку ведення Реєстру прав власності на нерухоме майно" от 28.01.2003 N 7/5

Глоссарий

Будівлі
земельні поліпшення, що складаються з несучих та огороджувальних або сполучених (несуче-огороджувальних) конструкцій, які утворюють наземні або підземні приміщення, призначені для проживання або перебування людей, розміщення майна, тварин, рослин, збереження інших матеріальних цінностей, провадження економічної діяльності. (ПОДАТКОВИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ)
Земельна ділянка
частина земної поверхні з установленими межами, певним місцем розташування, цільовим (господарським) призначенням та з визначеними щодо неї правами. (ПОДАТКОВИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ)
Об'єкт нерухомого майна (нерухоме майно, нерухомість)
земельні ділянки, а також об'єкти, розташовані на земельній ділянці (будівля, споруда тощо), переміщення яких є неможливим без їх знецінення та зміни їх призначення.
(ВР України, Закон "Про державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обмежень" від 01.07.2004 N 1952-IV)
Квартира
сукупність житлових та допоміжних приміщень, які мають окремий вихід на сходову клітку, коридор або в двір.
(Фонд державного майна, Державний комітет з питань житлово-комунального господарства, Наказ "Про затвердження Порядку визначення вартості відтворення чи заміщення земельних поліпшень - будинків, будівель та споруд малоповерхового житлового будівництва. Збірник укрупнених показників вартості відтворення функціональних об'єктів-аналогів для оцінки малоповерхових будинків, будівель та споруд (загальна частина, розділ 1 (табл. 1-1.1 - 1-42.4)" від 23.12.2004 N 2929/227)
Квартира

ізольована частина будинку, яка відділена від інших суміжних приміщень стінами без отвору або глухими перегородками та має самостійний вихід на сходову клітку, коридор загального користування, у двір чи на вулицю. Квартирою в житлових будинках коридорного типу з окремими кімнатами, які виходять у загальний коридор, вважається комплекс кімнат із загальною кухнею для них на кожному поверсі з кожного боку сходової клітки, в яких проживають сім'ї або одинаки.
(Держкомстат, Наказ "Про затвердження форм погосподарського обліку та Інструкції з ведення погосподарського обліку в сільських, селищних та міських радах" від 18.04.2005 N 95)

Житло фізичної особи
житловий будинок, квартира, інше приміщення, призначені та придатні для постійного проживання в них.
(Цивільний кодекс України ст. 379)
Житлова кімната
частина квартири, відокремлена від інших приміщень (кімнат) перегородками (внутрішніми стінами), призначена для проживання, відпочинку тощо.
(Фонд державного майна, Державний комітет з питань житлово-комунального господарства, Наказ "Про затвердження Порядку визначення вартості відтворення чи заміщення земельних поліпшень - будинків, будівель та споруд малоповерхового житлового будівництва. Збірник укрупнених показників вартості відтворення функціональних об'єктів-аналогів для оцінки малоповерхових будинків, будівель та споруд (загальна частина, розділ 1 (табл. 1-1.1 - 1-42.4)" від 23.12.2004 N 2929/227)
Житловий будинок
будівля капітального типу, споруджена з дотриманням вимог, встановлених законом, іншими нормативно-правовими актами, і призначена для постійного у ній проживання.
(Цивільний кодекс України ст. 380)
Житловий будинок
будівля, що призначена для постійного проживання людей і може мати одну чи декілька квартир.
(Фонд державного майна, Державний комітет з питань житлово-комунального господарства, Наказ "Про затвердження Порядку визначення вартості відтворення чи заміщення земельних поліпшень - будинків, будівель та споруд малоповерхового житлового будівництва. Збірник укрупнених показників вартості відтворення функціональних об'єктів-аналогів для оцінки малоповерхових будинків, будівель та споруд (загальна частина, розділ 1 (табл. 1-1.1 - 1-42.4)" від 23.12.2004 N 2929/227)
Житловий будинок
незалежна споруда, що має дах, зовнішні або розподіляючі стіни, які сягають від фундаменту до даху, має поштовий номер та основна частина якої (більше половини загальної площі) використовується під житлові приміщення.
(Держкомстат, Наказ "Про затвердження форм погосподарського обліку та Інструкції з ведення погосподарського обліку в сільських, селищних та міських радах" від 18.04.2005 N 95)
Житлова територія
територія житлового кварталу (мікрорайону), яка розподіляється на прибудинкові території для надання у спільне користування або спільну сумісну власність земельних ділянок та спорудження житлових будинків в кварталі (мікрорайоні).
(Держбуд України, Наказ "Правила та порядок розподілу території житлового кварталу (мікрорайону)" від 16.09.1999 N 228
Житловий фонд

Жилі будинки, а також жилі приміщення в інших будівлях, що знаходяться на території Україні, утворюють житловий фонд.
Житловий фонд включає:
жилі будинки і жилі приміщення в інших будівлях, що належать державі (державний житловий фонд);
жилі будинки і жилі приміщення в інших будівлях, що належать колгоспам та іншим кооперативним організаціям, їх об'єднанням, профспілковим та іншим громадським організаціям (громадський житловий фонд);
жилі будинки, що належать житлово-будівельним кооперативам (фонд житлово-будівельних кооперативів);
жилі будинки (частини будинків), квартири, що належать громадянам на праві приватної власності (приватний житловий фонд);
квартири в багатоквартирних жилих будинках, садибні (одноквартирні) жилі будинки, а також жилі приміщення в інших будівлях усіх форм власності, що надаються громадянам, які відповідно до закону потребують соціального захисту (житловий фонд соціального призначення).
До житлового фонду включаються також жилі будинки, що належать державно-колгоспним та іншим державно-кооперативним об'єднанням, підприємствам і організаціям. Відповідно до Основ житлового законодавства Союзу РСР і союзних республік до цих будинків застосовуються правила, встановлені для громадського житлового фонду.
До житлового фонду не входять нежилі приміщення в жилих будинках, призначені для торговельних, побутових та інших потреб непромислового характеру.
(Житловий кодекс Української РСР від 30.06.1983 N 5464-X)

Об’єкти житлової нерухомості

будівлі, віднесені відповідно до законодавства до житлового фонду, дачні та садові будинки. Об’єкти житлової нерухомості поділяються на такі типи:

а) житловий будинок – будівля капітального типу, споруджена з дотриманням вимог, встановлених законом, іншими нормативно-правовими актами, і призначена для постійного у ній проживання. Житлові будинки поділяються на житлові будинки садибного типу та житлові будинки квартирного типу різної поверховості;

б) житловий будинок садибного типу – житловий будинок, розташований на окремій земельній ділянці, який складається із житлових та допоміжних (нежитлових) приміщень;

в) прибудова до житлового будинку – частина будинку, розташована поза контуром його капітальних зовнішніх стін, і яка має з основною частиною будинку одну (або більше) спільну капітальну стіну;

г) квартира – ізольоване помешкання в житловому будинку, призначене та придатне для постійного у ньому проживання;

ґ) котедж – одно-, півтораповерховий будинок невеликої житлової площі для постійного чи тимчасового проживання з присадибною ділянкою;

д) кімнати у багатосімейних (комунальних) квартирах – ізольовані помешкання в квартирі, в якій мешкають двоє чи більше квартиронаймачів;

е) садовий будинок – будинок для літнього (сезонного) використання, який в питаннях нормування площі забудови, зовнішніх конструкцій та інженерного обладнання не відповідає нормативам, установленим для житлових будинків;

є) дачний будинок – житловий будинок для використання протягом року з метою позаміського відпочинку; (ПОДАТКОВИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ)

Ріелторська діяльність

це підприємницька діяльність, пов'язана із здійсненням операцій з нерухомим майном.
До операцій з нерухомим майном належать:
торгівля нерухомим майном, у тому числі продаж нерухомого майна з прилюдних торгів;
посередницька діяльність, пов'язана з нерухомим майном;
інформаційно-консультаційна діяльність, пов'язана з нерухомим майном.

(Президент України, Указ Президента "Про ріелторську діяльність" від 27.06.1999 N 733/99)

Реєстр прав власності на нерухоме майно

єдина комп'ютерна база даних, яка забезпечує зберігання інформації про права власності на нерухоме майно, її видання та захист від несанкціонованого доступу.

(Мінюст, Наказ "Про затвердження Порядку ведення Реєстру прав власності на нерухоме майно" від 28.01.2003 N 7/5)

Реєстр фізичних осіб платників податків суб'єктів підприємців

це банк даних платників податків, який створюється для забезпечення єдиного податкового обліку платників податків - фізичних осіб в органах державної податкової служби і який є складовою частиною Державного реєстру фізичних осіб ДРФО.

(Державна податкова адміністрація, Наказ "Про затвердження Інструкції про порядок обліку платників податків" від 19.02.1998 N 80)

Ринкова вартість майна

вірогідна ціна, за яку майно може бути продане на відкритому конкурентному ринку на дату оцінки за відсутності додаткових інвестиційних умов його продажу.

(КМ України, Постанова КМ "Про затвердження Методики оцінки вартості майна під час приватизації" від 22.07.1998 N 1114)

Ринкова вартість майна

вартість, за яку можливе відчуження об'єкта оцінки на ринку подібного майна на дату оцінки за угодою, укладеною між покупцем та продавцем, після проведення відповідного маркетингу за умови, що кожна із сторін діяла із знанням справи, розсудливо і без примусу.

(КМ України, Постанова КМ "Про затвердження Національного стандарту N 1 "Загальні засади оцінки майна і майнових прав" від 10.09.2003 N 1440)

Ринкова ціна

ціна, сформована під впливом попиту та пропозиції на товар в умовах конкурентного ринку.

(Держкомстат, Наказ "Про затвердження Методологічних положень щодо організації статистичного спостереження за змінами цін (тарифів) на споживчі товари (послуги) і розрахунку індексу споживчих цін" від 14.11.2006 N 519)

Ринкова ціна

ціна, за якою товари (роботи, послуги) передаються іншому власнику за умови, що продавець бажає передати такі товари (роботи, послуги), а покупець бажає їх отримати на добровільній основі, обидві сторони є взаємно незалежними юридично та фактично, володіють достатньою інформацією про такі товари (роботи, послуги), а також ціни, які склалися на ринку ідентичних (а за їх відсутності – однорідних) товарів (робіт, послуг) у порівняних економічних (комерційних) умовах. (ПОДАТКОВИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ)

Об'єкт незавершеного будівництва

обсяг фактично освоєних капітальних вкладень на незакінчених і не введених в експлуатацію будовах та об'єктах будівництва за станом на певну дату.

(Мінвуглепром, Наказ "Про списання, відчуження, передачу в оренду, з балансу на баланс або у комунальну власність майна, цілісних майнових комплексів та об'єктів незавершеного будівництва, що є державною власністю" від 26.04.2006 N 254)

Сад

частина земельної ділянки, зайнята плодовими насадженнями. Інші зелені насадження, у т. ч. газони, квітники, декоративні кущі та дерева, садом не вважаються.

Садовий будинок

будинок для сезонного використання при веденні городнього, садового чи іншого індивідуального господарства.

(Фонд державного майна, Державний комітет з питань житлово-комунального господарства, Наказ "Про затвердження Порядку визначення вартості відтворення чи заміщення земельних поліпшень - будинків, будівель та споруд малоповерхового житлового будівництва

Селянське (фермерське) господарство

форма підприємництва громадян України, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, займатись її переробленням та реалізацією. Членами селянського (фермерського) господарства можуть бути подружжя, їхні батьки, діти, які досягли 16-річного віку, та інші родичі, котрі об'єдналися для роботи в цьому господарстві. Селянське (фермерське) господарство може бути створено однією особою.
(Держстандарт, Наказ "Класифікація організаційно-правових форм господарювання" від 22.11.1994 N 288)

Індивідуальні сільські забудовники

громадяни України, яким на землях сільських населених пунктів (крім територій селищ міського типу та міст) відведені ділянки і оформлені документи, передбачені цим порядком, для будівництва житлових будинків для постійного їх проживання і надвірних господарських будівель для потреб сім'ї.
(Мінфін, Мінекономіки, Мінсільгосппрод, Ощадний банк, Наказ "ПРО ЗАТВЕРДЖЕННЯ ПОРЯДКУ НАДАННЯ І ПОГАШЕННЯ ПІЛЬГОВИХ ДОВГОСТРОКОВИХ ДЕРЖАВНИХ КРЕДИТІВ ІНДИВІДУАЛЬНИМИ СІЛЬСЬКИМИ ЗАБУДОВНИКАМИ ТА ВИЗНАЧЕННЯ МАКСИМАЛЬНОГО РОЗМІРУ ЦЬОГО КРЕДИТУ" від 25.10.1994 N 101/150/305/22)

Дачний будинок

будинок, що розташований, як правило, за межами населеного пункту і призначений для використання протягом року з метою відпочинку

Оренда житлових приміщень

операція, що передбачає надання житлового будинку, квартири або їх частини її власником у користування орендарю на визначений строк для цільового використання за орендну плату. (ПОДАТКОВИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ)

Орендна плата

фіксований платіж, який орендар сплачує орендодавцю незалежно від наслідків своєї господарської діяльності. Розмір орендної плати може бути змінений за погодженням сторін, а також в інших випадках, передбачених законодавством.
(Господарський кодекс України від 16.01.2003 N 436-IV)

Договір дарування

За договором дарування одна сторона (дарувальник) передає або зобов'язується передати в майбутньому другій стороні (обдаровуваному) безоплатно майно (дарунок) у власність.
(Цивільний кодекс України ст. 717)

Договір купівлі-продажу

За договором купівлі-продажу одна сторона (продавець) передає або зобов'язується передати майно (товар) у власність другій стороні (покупцеві), а покупець приймає або зобов'язується прийняти майно (товар) і сплатити за нього певну грошову суму.
(Цивільний кодекс України ст. 655)

Договір найму (оренди) житла

За договором найму (оренди) житла одна сторона - власник житла (наймодавець) передає або зобов'язується передати другій стороні (наймачеві) житло для проживання у ньому на певний строк за плату. (УДАЛИТЬ)
За договором найму (оренди) наймодавець передає або зобов'язується передати наймачеві майно у користування за плату на певний строк. (Цивільний кодекс України ст. 759)

Вопросы для самопроверки

1.Может ли привести к признанию сделки ничтожной замена одного правового действия другим?
1)Нет, не может.
2)Может, по заявлению третьих лиц.
3) Может, по решению суда.

2. Является ли объединение кухни и лоджии перепланировкой?
1)Нет, не является.
2)Да, только в случае выноса на лоджию отопительных приборов.
3) Да, в любом случае.

3. В каких случаях возможен переход прав собственности на объект недвижимости с не узаконенной перепланировкой?
1)Не возможен.
2)Возможен, при дарении объекта недвижимости.
3)Возможен, только при вступлении в наследство.

4. Возможно ли строительство и ввод в эксплуатацию жилого дома на земельном участке, целевое назначение которого – огородничество?
1)Да, если земельный участок в частной собственности.
2)Нет, не возможно ни при каких условиях.
3)Да, при условии изменения целевого назначения участка *под строительство и обслуживание жилого дома.

5. Продается кооперативная квартира. Пай 100% выплачен в 1990 году. Получено Свидетельство о праве собственности на кооперативную квартиру в 2002 году на одного супруга. Получался кооператив на мужа и жену в 1985 году. В 1994 они развелись. Требуется ли согласие супруги на продажу этой квартиры?
1)Нет, так как Свидетельство о праве собственности получено на супруга.
2)Да, в любом случае.
3)Только в случае судебного разбирательства.

6. Размеры и этажность садового домика в садоводческом кооперативе определяют:
1)Сам владелец, так как земельный участок в частной собственности.
2)Районный архитектор.
3)Устав кооператива, Строительные нормы и правила.

Модуль 13. Земля - как коммерческий объект. Структура и сегментация рынка коммерческой недвижимости, классификация объектов.

13.1. Земля - как коммерческий объект.
13.2. Общие параметры земельных участков.
13.3. Сегментация рынка нежилой недвижимости.
13.4. Система объектов коммерческой недвижимости.
13.4.1. Офисная недвижимость. Классификация офисных помещений.
13.4.2. Торговая недвижимость. Классификация торговой недвижимости.
13.4.3. Складская недвижимость. Классификация складской недвижимости
13.4.4. Гостиничная недвижимость. Международная классификация гостиниц.
13.4.5. Промышленная недвижимость. Индустриально-промышленные парки (ИПП).
Перечень источников информации
Вопросы для самопроверки
После изучения данного модуля Вы должны:

1. Охарактеризовать состав и структуру рынка нежилой и рынка коммерческой недвижимости.

2. Знать классификацию офисной недвижимости.
3. Знать классификацию торговой недвижимости.
4. Знать классификацию складской недвижимости.
5. Знать классификацию промышленной недвижимости.
6. Знать классификацию гостиничной недвижимости.
7. Знать назначение земельных участков в рамках коммерческого использования.

Настоящий модуль посвящен рынку нежилой недвижимости, его сегментации и обзору применяемых систем классификаций объектов. Материал изложен последовательно по сегментам рынка, внутри каждого сегмента дается описание наиболее распространенных категорий объектов и применяемых систем классификаций объектов. На изучении данного учебного модуля понадобится 8 часов.

13.1. Земля - как коммерческий объект.

Согласно статьи 79 Земельного кодекса Украины:

1. Земельна ділянка - це частина земної поверхні з установленими межами, певним місцем розташування, з визначеними щодо неї правами.

2. Право власності на земельну ділянку поширюється в її межах на поверхневий (ґрунтовий) шар, а також на водні об'єкти, ліси і багаторічні насадження, які на ній знаходяться, якщо інше не встановлено законом та не порушує прав інших осіб.

3. Право власності на земельну ділянку розповсюджується на простір, що знаходиться над та під поверхнею ділянки на висоту і на глибину, необхідні для зведення житлових, виробничих та інших будівель і споруд.

Согластно **ЗУ «Про оцінку земель»:**

земельна ділянка - частина земної поверхні з установленими межами, певним місцем розташування, з визначеними щодо неї правами;

земельні поліпшення - зміна якісних характеристик земельної ділянки внаслідок розташування в її межах будинків, будівель, споруд, об'єктів інженерної інфраструктури, меліоративних систем, багаторічних насаджень, лісової та іншої рослинності, а також внаслідок господарської діяльності або проведення певного виду робіт (зміна рельєфу, поліпшення ґрунтів тощо);

Согласно статьи 19 Земельного кодекса Украины существую следующие категории земель:

1. Землі України за основним цільовим призначенням поділяються на такі категорії:

а) землі сільськогосподарського призначення;

б) землі житлової та громадської забудови;

в) землі природно-заповідного та іншого природоохоронного призначення;

г) землі оздоровчого призначення;

ґ) землі рекреаційного призначення;

д) землі історико-культурного призначення;

е) землі лісогосподарського призначення;

є) землі водного фонду;

ж) землі промисловості, транспорту, зв'язку, енергетики, оборони та іншого призначення.

2. Земельні ділянки кожної категорії земель, які не надані у власність або користування громадян чи юридичних осіб, можуть перебувати у запасі.

В рамках категорий земель осуществляется их деление по функциональному назначению, отражающее сегментацию рынка коммерческой недвижимости.

Таблица

Функциональное назначение земель в зависимости от их категории (целевого назначения)

№	Категории земель (целевое назначение)	Функциональное назначение
1	Земли жилой и общественной застройки	Административные здания
		Гостиницы
		Жилая многоэтажная застройка
		Частные домовладения
		Организованная коттеджная застройка
		Культурно-развлекательные комплексы
		Многофункциональные комплексы
		Заведения общественного питания
		Развлечения
		Спортивные сооружения
		Торговая застройка
		Офисные центры
2	Земли рекреационного назначения	Рекреация (пансионат, база отдыха и пр.)
3	Земли сельскохозяйственного назначения	Фермерское хозяйство, с/х производство
		Организованная коттеджная застройка[1]
4	Земли транспорта	Транспорт (АЗС, СТО, автомойки и т.д.)
5	Земли промышленности, связи, энергетики, обороны и др. назначения	Промышленность
		Склады
		Логистические комплексы

13.2. Общие параметры земельных участков.

К **общим параметрам** земельных участков относятся:
1. Площадь участка.
2. Вид права на участок.
3. Назначение (целевое и функциональное).
4. Наличие строение (застроен, свободен).
5. Площадь застройки.
6. Коэффициент застройки - %.
7. Рельеф площадки.
8. Конфигурация участка (прямоугольной, сложной формы).
9. Состояние площадки (грунт, бетонные плиты, асфальт).
10. Возможность строительства. Наличие проектной документации (рабочий проект, технические условия, согласование, разрешение на строительство).
11. Окружение.

Одной из важнейших характеристик земельного участка является его местоположение.
1. Удаленность от столицы, крупных городов и населенных пунктов.
2. Географическое направление.
3. Удаленность от автотранспортных магистралей.
4. Удаленность от железнодорожных узлов.
5. Удаленность от основных морских путей.

[1]

6. Удаленность от аэропортов.
7. Удаленность от остановок общественного транспорта.
8. Загруженность направления.
9. Качество подъездных путей.
10. Близость рекреационных зон.

Инфраструктура земельного участка

Под инфраструктурой земельного участка будем понимать следующие параметры:
1. Электроподстанция (мощность).
2. Газ.
3. Вода.
4. Отопление.
5. Канализация (тип, система стока).
6. Фактическое состояние коммуникаций.
для земель промышленности, связи, энергетики, обороны дополнительно:
7. Наличие качественных поездных путей.
8.Железнодорожная ветка.
9. Погрузо-разгрузочная площадка (площадь, грузоподъемность крана).

Параметры строений на земельных участках (при наличии проектной документации – характеристика будущего объекта)
К параметрам строений на земельных участках относятся:
1. Площадь (общая, полезная).
2. Год постройки.
3. Физическое состояние сооружения.
4. Этажность.
5. Высота потолков.
6. Характеристика входной группы.
7. Материал поверхности пола.
8. Наличие вспомогательных площадей**.**
9. Наличие системы вентиляции.
10.Наличие системы пожарной сигнализации и автоматической системы пожаротушения.
11. Наличие системы охранной сигнализации и системы видеонаблюдения.
12. Наличие оптико-волоконных телекоммуникаций.
13. Освещение.
Для помещений производственно-складского назначения:
14. Сетка колонн.
15. Количество пролетов.
16. Максимально возможная нагрузка на кв. м.
17. Краны (тип, количество, грузоподъемность).
18. Пандусы.

13.3.Сегментация рынка нежилой недвижимости.

Основными сегментами на рынке нежилой недвижимости являются:
1)сегмент объектов административного назначения;
2)сегмент объектов социальной инфраструктуры;
3)сегмент инженерных сооружений;
4)сегмент коммерческой недвижимости.

Сегмент объектов административного назначения включает в себя объекты, которые предназначены для обеспечения деятельности государственных и муниципальных органов, учреждений и организаций. Особенностью данного сегмента является то, что такие объекты не попадают на рынок недвижимости и не имеют рыночного оборота.

Примеры таких объектов: здания правительственных и административных учреждений, лаборатории, исследовательские институты, тюрьмы и т.д.

Сегмент объектов социальной инфраструктуры включает в себя объекты, имеющие социальное значение для общества. Например: здания и помещения сферы образования и культурно-просветительские объекты (профтехучилища, клубы, дома культуры, объекты детских дошкольных заведений, библиотеки, больницы, поликлиники, театры, школы и т.д.). Особенностью данного сегмента является то, что такие объекты, как правило, принадлежат государству или являются муниципальной собственностью. Приватизация таких объектов возможна, но по специальному регулирующему законодательству и с сохранением профиля минимум на 5 лет. Однако на вторичном рынке недвижимости иногда встречаются объекты, относящиеся к социальной недвижимости и находящиеся в частной собственности. Это связано с тем, что при проведении приватизации некоторых предприятий через создание акционерных обществ, объекты социальной инфраструктуры были внесены в список активов и стали собственностью созданных акционерных обществ. Впоследствии судьбу таких объектов решало общее собрание акционеров, и, при принятии решения о продаже, они выставлялись на рынок.

Сегмент инженерных сооружений состоит из объектов, предназначенных для выполнения технических функций. Например: котельная, гараж, водонапорные башни, водокачки, скважины, насосные, электрораспределительные пункты, башни и т.д. Могут иметь отдельные помещения, которые не изменяют их целевого назначения. Особенностью данного сегмента является то, что такие объекты требуют специального режима обслуживания, наличия персонала соответствующей квалификации и специального разрешения на эксплуатацию от соответствующего органа контроля.

Сегмент коммерческой недвижимости состоит из объектов, предназначенных для коммерческого использования по двум направлениям:
1)для обеспечения деятельности собственного бизнеса;
2)для сдачи в аренду.

Важно!

К основным видам коммерческой недвижимости относятся
- производственная недвижимость
- торговая недвижимость
- складская недвижимость
- офисная недвижимость
- предприятия общественного питания (рестораны, кафе, фаст-фуды и т.д.)
- гостиничная недвижимость
- недвижимость социально-культурного назначения

13.4. Система объектов коммерческой недвижимости

13.4.1. Офисная недвижимость. Классификация офисных помещений.

Одним из наиболее активных на рынке коммерческой недвижимости является офисный сегмент.

Данный сегмент подразделяется на три категории:
1)Профессиональные офисные помещения;
2)Полупрофессиональные офисные помещения;
3)«Квартирные офисы».

К **профессиональным офисным помещениям** относятся бизнес-центры или офисные центры.
К **полупрофессиональным офисным помещениям** относятся помещения в зданиях нежилого фонда
Квартирные офисы – квартиры на нижних этажах жилых домов.

Классификация офисных помещений.

Данная классификация разработана в марте 2004г. Форумом операторов рынка недвижимости г. Киева и Комитетом по вопросам недвижимости Американской Торговой Палаты в Украине (см. Таблицу 1 к данному модулю).

Таблица 1.

	Обязательные требования	**Дополнительные требования**
1.	Месторасположение в центральном деловом районе города или в рамках других сложившихся районов города по близости к транспортным развязкам.	Передний фасад (видное фронтальное расположение на улице)
2.	Профессиональный менеджмент здания с прозрачной системой для учета затрат, их распределения и возмещения	Рациональное расстояние между колоннами, где не менее 95% используемых площадей находятся в 10 метрах от источника природного освещения (т.е. окна или атриума)
3.	Выделенный и опознаваемый вход в офисные помещения и вестибюль	Минимальная площадь этажа 500кв.м.
4.	Высота потолков не менее 2,7 м на площади не менее 90% чистых используемых площадей	Среднее расстояние между внешней стеной и внутренней границей используемых площадей не должно превышать 10м
5.	Охраняемая парковка внутри здания или на отведенной территории из расчета не менее 1 места на 100 кв.м. арендуемых площадей. Стихийная парковка на улице исключается.	Обеспечение подключения коммуникационных систем в любом месте благодаря фальшполам, коммуникационным каналам под полом или коробам по периметру помещений
6.	Энергоснабжение, по меньшей мере, 50 Вт на 1кв.м. арендуемых помещений при полном освещении и подключенном оборудовании, обеспеченное либо электроснабжением по 1 категории, либо при помощи дизель электрогенератора.	Среднее время ожидания лифта в часы пик не более 30 сек (с момента вызова).
7.	Система теплоснабжения, вентиляции и кондиционирования: по меньшей мере, 2-трубная (1 контур), с отдельным для каждого арендатора контролем	Приемлемо близкое расстояние до станции метро, остановки троллейбуса или автобуса.

	температуры и обеспечивающая четырехкратный воздухообмен в офисах в час.	
8.	Открытая планировка площадей с колонной сеткой, обеспечивающей гибкую перепланировку	Кафетерий (столовая) для сотрудников внутри здания или в непосредственной близости от доступного кафе либо ресторана
9.	Оптоволоконные цифровые телефонные линии, ISDN и Интернет-услуги в здании.	Допустимая нагрузка на пол – 450кг на 1кв.м.
10.	Возмещаемый коэффициент потерь не выше 12%.	Освещение офисов 400+ люкс на высоте рабочей поверхности.
Офисные здания класса «А»		Должны соответствовать 10 обязательным требованиям и соответствовать или превышать 6 необязательных критериев.
Офисные здания класса «В»		Должны соответствовать 7 обязательным требованиям и соответствовать или превышать 6 необязательных критериев.
Офисные здания класса «С»		Должны соответствовать 5 обязательным требованиям и соответствовать или превышать 2 необязательных критериев.

Полупрофессиональные офисные помещения

Характеризуются относительно небольшими арендными ставками, расположены, как правило, в административных зданиях и помещениях бывших НИИ. Достаточно широко представлены на рынке и востребованы представителями малого и начинающего бизнеса. В большинстве своем имеют ремонт, сервис и инфраструктуру советских времен (охрана на уровне вахтера на проходной, отсутствие или ограниченная парковка).

Квартирные офисы
Чаще всего такие офисы расположены на первых этажах жилых домов, в квартирах с «офисным ремонтом», и, как правило, не переведены из жилого в нежилой фонд. Пользуются популярностью у представителей малого и среднего бизнеса из числа кампаний, работающих в сфере услуг, либо для размещения офисов «закрытого» типа.

Бизнес парки
Широко известны на международных рынках недвижимости, но на Украине находятся только в стадии планирования.

Бизнес парк - это большая территория земли, которая представляет собой девелопмент высококачественных строений с низкой плотностью застройки, и размещена в окружении с элементами «парковой зоны».
Бизнес парк, который содержит в качестве основной функции офисную составляющую, классифицируется как «офисный парк».

Важно!

Основное отличие между бизнес центром (БЦ) и бизнес парком (БП) в том, что БЦ тяготеют к центру города и максимальной высотности, а БП, как правило, располагаются

на окружной дороге в зеленой зоне. Транспортная доступность обеспечивается метро и специализированным транспортом.
Преимущество офисных парков в более низкой арендной плате, комфорте, возможности кампаниям в центральной части города размещать только представительскую часть офиса, а рабочий офис организовывать в БП.

13.4.2. Торговая недвижимость. Классификация торговой недвижимости.

Несмотря на то, что рынок торговой недвижимости Украины развивается очень активно, на сегодняшний день в Украине отсутствует классификация торговых центров и поэтому специалисты вынуждены пользоваться западными аналогами.

В мировой практике существует несколько классификаций торговых центров, где все форматы соответствуют определенным критериям: размер, целевой рынок, конфигурация помещений, состав арендаторов и др. Одним из критериев классификации является зона влияния торгового центра (микрорайонные, районные, окружные, региональные). Другая классификация основана на определении якорных арендаторов (специализированный торговый центр, фестивальный торговый центр, пауэр-центр, торговый центр моды, торгово-развлекательный центр, торгово-общественный центр и пр.).

В настоящее время торговые центры в Украине весьма разнообразны и отнести их к четким общепризнанным форматам очень сложно, что объясняется молодостью рынка.

По параметрам насыщенности торговыми площадями столица Украины, не говоря уже о регионах, отстает от крупных городов Центральной Европы. По всей нашей стране не хватает профессиональных торговых центров. Незанятых ниш еще довольно много.

В последние годы тенденция к форматированию, как к обязательному элементу построения концепции ТЦ, усиливается. В ближайшее время будут развиваться крупноформатные объекты торговли, продолжит свое развитие и продуктовая розница в формате супермаркетов и гипермаркетов, будут заполняться ниши по географии сетей, по зонам обслуживания, что приведет в результате к долгожданной конкуренции среди представителей этого формата. На крупные форматы самообслуживания сегодня сделали ставку операторы непродуктовых розничных рынков: электроники и бытовой техники, игрушек, спортивных товаров, книг, мебели и многих других.

Классификация торговой недвижимости (см. Таблицу 2 к данному модулю).

Таблица 2.

Признак	**Характеристика**
По типу здания и особенностей его объемно-планировочного решения	✓ Встроено-пристроенные помещения; ✓ Отдельно стоящие здания; ✓ Торговые комплексы (объекты, включающие несколько зданий).
По видам и особенностям устройства	✓ Магазин-склад (имеет благоустроенные площадки, навесы, складские помещения); ✓ Магазин (стационарное здание или его часть, располагающие земельным участком); ✓ Павильон (оборудованное строение, имеющее торговый зал и помещение для хранения товаров); ✓ Киоск (оснащенное торговым

	оборудованием помещение); ✓Палатка (нестационарное, разборное сооружение).
С учетом товарной специализации	✓ Смешанные (ведущие торговлю как продовольственными, так и непродовольственными товарами); ✓ Универсальные (реализующие универсальный ассортимент продовольственных или непродовольственных товаров – универсам, универмаг и т.д.); ✓ Комбинированные (реализующие несколько групп товаров, объединенных общностью спроса); ✓ Специализированные (реализующие товары одной товарной группы); ✓ Узкоспециализированные (реализующие товары части товарной группы – например, одной фирменной марки).
По размерам и направленности	✓ Торговые/ торгово-развлекательные центры ✓ Гипермаркеты / супермаркеты ✓ Магазины-салоны (стрит-ритейл) ✓ Дискаунтеры ✓ Магазины повседневного спроса, магазины у дома ✓ Киоски ✓ Павильоны ✓ Торговые точки при АЗС ✓ Рынки ✓ Специализированные (парфюмерные, бытовые, фармацевтические и т.д.) ✓ Заведения общепита (бар, кафе, ресторан и пр.)

Торговые центры

Торговый центр – это совокупность предприятий торговли, услуг, общественного питания и развлечений, подобранных в соответствии с концепцией и осуществляющих свою деятельность в специально спланированном здании (или в комплексе зданий), находящемся в профессиональном управлении и поддерживаемом в виде одной функциональной единицы.

При подборе помещения под торговый центр, в первую очередь, должны учитываться три его характеристики:
1)заметность;
2)доступность;
3)наличие целевого покупателя.

Во всех случаях тип ТЦ и его специализация определятся составом арендаторов и масштабом влияния (размером торговой зоны). Разработка архитектурно-планировочных решений, а также брокеридж (сдача площадей торгового центра в аренду) проводятся на основании Концепции торгового центра.

Важно!

Концепция торгового центра должна отражать следующее:
1)Целевые группы покупателей (Портрет покупателя)
2)Тип торгового центра
3)Состав арендаторов (якоря, мини-якоря, сопутствующие)

В случае удачного сочетания этих характеристик, успех того или иного центра гарантирован, и наоборот. Доходность торгового центра определяется множеством обстоятельств. Но один упущенный из виду фактор может стать причиной провала. Одним из главных достоинств объекта остается расположение его в «проходном месте». Торговый центр, находящийся в неудобном для покупателей месте, не будет пользоваться должным спросом, и, соответственно, не будут окупаться вложенные средства арендаторов и арендодателей. Поэтому, прежде чем покупать или арендовать торговую площадь, необходимо проанализировать конъюнктуру рынка и выяснить, какие именно товары будут востребованы в данное время в данном месте. Для продуктового супермаркета не обязательно находиться рядом со станцией метро. Гораздо перспективнее сосредоточие заселенных жилых домов. Кроме того, аналитики рынка продолжают делать ставку на перспективность помещений, расположенных при выезде из города. В этом случае торговый объект обязательно должен иметь хорошие подъездные пути и удобные транспортные развязки. Естественно, одно из обязательных условий ликвидности торгового объекта – это наличие удобной парковки рядом с магазином

Классификация торговых центров.

Все типы торговых центров служат различным покупательским нуждам и классифицируются в зависимости от размера центра, местоположения и арендаторов/торговых операторов, присутствующих в них. Часто при определении типа торгового центра учитываются и группы потребителей или целевые покупатели.

Представленная далее классификация торговых центров была разработана Urban Land Institute (ULI).
Виды торговых центров:

- микрорайонный торговый центр (Convenience center);
- районный торговый центр (Neighborhood center);
- окружной торговый центр (Community center);
- суперокружной торговый центр (Super community center);
- региональный торговый центр (Regional center);
- суперрегионалъный центр (Super regional center);
- специализированные торговые центры (Specialty centers);
- фестивал-центр (Festival Center);
- торгово-общественный центр;
- торговый центр Моды (Fashion Center);
- аутлет-центр (Outlet Center).

Международная и европейская классификации.

Микрорайонный торговый центр (Convenievce centre) по международной классификации.

Микрорайонные ТЦ осуществляют продажу товаров повседневного спроса (продукты питания, лекарства и т.п.) и бытовых услуги (те, в которых возникает ежедневная потребность у покупателей прилежащей торговой зоны).

Состоят как минимум из трех магазинов, общая арендная площадь (GLA) которых составляет обычно 2800 кв. м. и может варьироваться от 1500 до 3000 кв.м. Основным оператором (якорем), в большинстве случаев, является минимаркет. Торговой зоной является территория 5-10 минут пешеходной доступности, количество покупателей - до 10 000 человек. Примером такого рода центров могут служить бывшие советские универсамы, крупные продовольственные и промтоварные магазины, которые сократили площадь основной торговли и сдали часть площадей арендаторам (аптечный пункт, прачечная, видеопрокат, хозтовары, фотоуслуги и прочее).

Микрорайонный торговый центр (Neighborhood Shopping Center) по европейской классификации.

В микрорайонном торговом центре якорем является супермаркет. Другие значимые арендаторы в микрорайонном торговом центре - аптека, универсальный магазин. Часто центры, не включающие в себя супермаркет, но схожие по общей арендной площади с микрорайонными центрами, носят название микрорайонных торговых центров. Но, если арендаторы, занимающиеся продажей питания, не могут быть собраны вместе, представляя собой своеобразную замену супермаркета, то подобный центр правильнее классифицировать как небольшой окружной торговый центр (чтобы преуспеть, ему, скорее всего, придется уйти с более широкой рыночной зоны и сконцентрироваться на обслуживании ближайшего окружения). Типичная для микрорайонного торгового центра площадь, на которой представлены все присущие ему функции, составляет около 5 000 кв. м, но, в принципе, она может составлять от 3 000 до 10 000 кв. м. Микрорайонный торговый центр, как правило, обслуживает людей, проживающих в пяти - десяти минутах езды от него.

Районный торговый центр (Neighbourhood centre)

Районный ТЦ предлагает товары повседневного спроса (продукты, лекарства, хозтовары и т.д.) и услуги (прачечная, химчистка, парикмахерская, ремонт обуви, металлоремонт) для удовлетворения ежедневных потребностей жителей района. Якорным арендатором, как правило, является супермаркет, мини-якорями могут быть аптека, хозяйственный магазин. Сопутствующими арендаторами являются магазины одежды, обуви и аксессуаров, парфюмерии, спорттоваров и пр. Общая арендная площадь данных ТЦ в основном составляет 5600 кв.м., на практике площадь может варьироваться от 3000 до 10000 кв.м. Первичная торговая зона районного торгового центра включает в себя от 3 000 до 40 000 человек, проживающих в 5-10 минутах езды на личном или общественном транспорте.

Окружной торговый центр (Community centre)

Окружной ТЦ предлагает широкий спектр товаров и услуг, с большим выбором "мягких" товаров (мужская, женская, детская и спортивная одежда) и "жестких" товаров (металлические изделия, электроинструменты, бытовая техника). Для данной категории ТЦ характерен более глубокий ассортимент и более широкий диапазон цен, нежели в районном ТЦ. Многие центры строятся вокруг детских универмагов (junior department store), дискаунт-универмагов, крупных аптек (drug-store), универсальных магазинов, торгующих разнообразными товарами, часто по сниженным ценам (variety store), как основных арендаторов в добавлении к супермаркетам. Хотя окружной ТЦ не имеет универмага полной линии, у него могут быть сильные специализированные магазин(-ы). Типичный размер арендной площади - 14000 кв.м., может занимать от 9500 до 47000 кв. м. Первичная торговая зона для окружного торгового центра находится в пределах 10-20 минут транспортной доступности, и покупатели центра насчитывают от 40 000 до 150 000 человек.

Окружной торговый центр (Community Shopping Center) по европейской классификации

Первоначально, окружные центры формировались вокруг продуктового или универсального магазина, служившего якорем, в дополнение к супермаркетам. Крупные магазины-склады и магазины товаров по каталогу по сниженным ценам и магазины с доставкой являются другими возможными якорями.

Окружной торговый центр легче определить по тому, что в него входит и что - нет. Универсальный магазин с полной линией товаров не входит в состав окружного торгового центра, в противном случае такой центр следует называть региональным торговым центром. Торговая зона окружного торгового центра больше, чем у микрорайонного, таким образом,

он привлекает покупателей более удаленных от него. Окружной торговый центр предлагает больший ассортимент товаров длительного пользования и специализированных товаров, чем микрорайонный. Он также, зачастую, поставляет товары, которые не продаются в ни в микрорайонных, ни в региональных торговых центрах, например, мебель, инструменты, товары для строительства и для сада.

Окружной торговый центр - это промежуточная категория: некоторые микрорайонные центры могут развиться до уровня окружных, в то время как некоторые окружные могут стать региональными.

Типичная торговая площадь окружного торгового центра - примерно 15 000 кв. м., но в целом она может составлять от 10 000 до 30 000 кв. м. Он, как правило, обслуживает население в 10 - 20 минутах езды от него.

Один из минусов данного вида состоит в том, что расположенный в черте города, окружной торговый центр уязвим с точки зрения конкуренции. Он слишком велик для того, чтобы процветать за счет своего ближайшего окружения, и слишком мал, чтобы притягивать посетителей с дальней дистанции, если он не расположен в небольшом городе с населением от 50 000 до 100 000 человек. Появление и развитие сильного регионального центра с притягательной силой одного или нескольких универмагов может резко сократить торговую зону окружного центра. Но в развитой рыночной среде преуспеть могут оба, даже если они расположены близко друг к другу, поскольку они предлагают товары разных типов и поскольку окружной торговый центр расположен ближе к своим покупателям.

Суперокружной торговый центр (Super community centre)

Центры, которые соответствуют общему профилю окружного центра, но имеют площадь более 23000 кв. м, классифицируются как суперокружные. В исключительных случаях площадь достигает 90000 кв.м. В результате, окружной ТЦ - самая сложная категория торговых центров для оценки их размеров и зоны обслуживания.

Существует разновидность суперокружного торгового центра - Пауэр центр (power center). Он содержит, по крайней мере, 4 якоря, специфичных для данной категории площадью более 1900 кв. м. Такими якорями являются "жесткие" товары: бытовая техника и электроника, спорттовары, офисные принадлежности, товары для дома, лекарства, средства для здоровья и красоты, игрушки, персональные компьютеры и их элементы. Power center сочетает в себе узко направленных "убийц категорий" (полный ассортимент товаров по какой-либо категории по низким ценам), оптовый клуб и дискаунт-универмаг. Якоря в таких power center занимают 85 % общей арендуемой площади.

Региональный торговый центр (Regional centre)
Региональные центры обеспечивают покупателей широким выбором товаров, одежды, мебели, товарами для дома (глубокий и широкий ассортимент), различными видами услуг, а также местами отдыха и развлечения. Они строятся вокруг 1-2 универмагов полной линии, площадь обычно не менее 5000 кв. м. Типичная для данной категории общая арендная площадь 45000 кв. м, на практике она варьируется 23000 кв.м - 85000 кв.м. Региональные центры предлагают услуги, характерные для деловых районов, но не такие разнообразные, как в суперрегиональном торговом центре. Торговая зона для регионального торгового центра находится в пределах 30-40 минут транспортной доступности, количество посетителей центра - 150 000 человек и более.

Региональный (Regional Center) по европейской классификации

Площадь регионального центра составляет 40 000 кв. м, при этом она может варьироваться от 30 000 до 100 000 кв. м.
Обычно включает молл, крытую торговую галерею типа "пассаж" с искусственным климатом, модные товары. Число якорей - от 2-х на 50-70% площадей. Зона охвата такого ТЦ находится в диапазоне 9-27 км.

Суперрегиональный центр (Super regional centre)
Предлагает широкий выбор товаров, одежды, мебели, товаров для дома, также услуги отдыха и развлечения. Строятся вокруг 3 и более универмагов площадью не менее 7000 кв. м каждый. Такой центр часто имеет общую арендную площадь 93000 кв.м. На практике площадь варьируется от 50000 и может превышать 150000 кв. м. Торговая зона для суперрегионального торгового центра может достигать 1,5 часов транспортной доступности, количество посетителей центра - 300 000 и более человек.

Суперрегиональный (Super Regional Center) по европейской классификации
Типичная площадь суперегионального торгового центра составляет 80 000 кв. м, при этом она может варьироваться от 50 000 до более чем 200 000 кв. м.

Размер - аналогичен региональному, но разнообразнее по ассортименту товаров. Основными арендаторами выступают три и более универмагов полного ассортимента. Они могут занимать 50-70% всех арендопригодных площадей. Зона охвата - от 9-45 км.

Региональные и суперегиональные торговые центры привлекают покупателей тем, что они предлагают большой ассортимент товаров и услуг. Региональные и суперегиональные центры не отличаются по своим функциям, их различие состоит только в силе привлечения покупателей.

Специализированный торговые центры (Specialty centres)

Существует множество вариантов названных основных категорий, которые можно объединить словом специализированные, то есть это подтипы других, более или менее традиционных видов ТЦ. Специализированные торговые центры в широком смысле - это такие торговые центры, которые сильно отличаются или не отвечают требованиям, указанных в предыдущих категориях. Например, районный ТЦ, который имеет группу специализированных продуктовых магазинов - гастроном, мясной магазин, овощи/фрукты, винный отдел - как заменитель супермаркета, может быть назван специализированным районным центром. Центр окружного масштаба, в котором якорем является крупный фитнес-центр с такими магазинами как спорттовары, товары для здорового образа жизни, туризма и отдыха, должен иметь статус специализированного.

Важно!

Специализированные торговые центры часто разделяют по темам:

- Развлечение (Entertainment)
- Торговля и Развлечения (Retail-Entertainment)
- Скидки (Off-price)
- Товары для дома (Home improvement)
- Стрип-центр (Strip Center)
- Исторический (Historic)
- Мегамолл (Megamall)
- Стиль жизни (Lifestyle)

Также выделяют несколько типов:

Специализированный торговый центр (Spiciality Shopping Center)

В данном торговом центре якорем является крупный магазин аудио-, видео- и бытовой техники, товаров для дома, мебели, и т.п. Магазины аксессуаров основной специализации торгового центра и прочие, дополняющие ассортимент основного оператора, являются сопутствующими.

Фестивал-центр (Festival Centre) - якорем является совокупность предприятий развлечений и общественного питания, предприятия торговли (магазины сувениров и парфюмерии, одежды, обуви, аксессуаров, подарков и ювелирные) выступают в качестве сопутствующих. Расположены, как правило, в культурно-исторических местах города, на центральной площади.

Торгово-общественный центр - якорем в таком центре могут выступать детские и фитнес-клубы, спортивные и развлекательные комплексы, гостиница и универмаг. В своем составе они могут иметь объекты социальной направленности. Сопутствующими арендаторами являются магазины сувениров и парфюмерии, одежды, обуви и аксессуаров.

Торговый центр Моды (Fashion Centre) - Торговые центры моды, как правило, находятся в центре города, и часто занимают первые (с 1-го по 3-й) этажи в торгово-офисных центрах. Могут быть самостоятельными ТЦ. Основными арендаторами в них - магазины женской готовой одежды, мужской одежды, обуви, магазины для всей семьи и специализированные магазины, представляющие определенные торговые марки. В мегаполисах эта категория торговых центров стала наиболее уязвимой с точки зрения конкуренции, так как они слишком большие для обслуживания только близко расположенных кварталов и слишком маленькие для обслуживания всего района. Размещение, близкое к "Центру регионального значения", могло пагубно повлиять на деятельность "Центра моды", привлекая к себе критическую массу покупателей, если товары представленные в последнем, совпадали с ассортиментом, предлагаемым в Community Center. Однако при правильном подборе арендаторов их близость друг к другу только способствовала продажам, т. к., создавая некий "оазис" торговли, привлекала гораздо больше покупателей, чем каждый из них поодиночке. В данном торговом центре якорем являются магазины одежды и обуви. Аксессуары, косметика и парфюмерия выступают в качестве сопутствующих.

Аутлет-центр (Outlet Centre) - в данных центрах торговлю осуществляют предприятия-производители одежды и обуви, бытовой техники и электроники, строительных и отделочных материалов, садового инвентаря и техники, инструментов и т.д. В качестве сопутствующих арендаторов могут выступать автосервис, АЗС и другие услуги. Могут располагаться в спальных и удаленных районах города.

Пауэр-центр (Power Centre) - - определяющим словом является "притягательная сила" центра. Это магазины, возникшие из Super Community Centers и обладающие следующими характеристиками: площадь от 25 тыс. кв. м, как минимум один крупный якорный арендатор (такой как универсальный магазин или товары для дома, общей площадью от 10 тыс. кв. м, в качестве сопутствующих арендаторов могут выступать автосервис, АЗС и другие услуги.); четыре или более небольших якорных арендаторов, площадью от 2 тыс. кв. м каждый; некоторое количество небольших магазинов, в сумме занимающих до 1 тыс. кв. м, или 10-15% от общей торговой площади. Обычно такие торговые центры представляют разрозненные строения, объединенные в единый комплекс, по конфигурации напоминающий букву "L" или "U". Так же в его составе могут присутствовать дискаунт-универмаг, центр торговли по каталогам и др. Располагаются Пауэр-центры, в большинстве случаев, в спальных районах и на окраинах города рядом с автомагистралями.

Дискаунт- центр (Off-price Center)

В данном торговом центре якорем являются магазины-дискаунтеры продуктов питания, одежды и обуви, хозтоваров, бытовой техники и т.д. Сопутствующих арендаторов нет. Подобных центров в нашей стране нет. Ассортимент магазина-дискаунтера не превышает 600 - 1000 наименований товаров. Одно из основных условий существования дискаунтера - сетевая торговля, с количеством магазинов в сети не менее 40 (в международной практике). Как правило, дискаунтеры расположены в спальных и отдаленных районах города.

Торгово-развлекательный центр (Retail-entertainment Center)

В данном торговом центре якорем являются магазины одежды и обуви, развлекательный центр и рестораны. Магазины сувениров, аксессуаров, предприятия услуг выступают в качестве сопутствующих.

Стрип-центры (Strip Center)

Strip Commercial выражается в виде Strip Center и Convenience Center (Центр товаров первой необходимости), которые могут служить дополнением к микрорайонному или быть самостоятельными.

Стрип-центр предусматривает линейную конфигурацию и, как правило, представляет собой здание L-, П-образной формы, либо линейку магазинов, имеющих отдельный вход и являющихся независимыми. Другими словами, стрип-центр не имеет якорей и единого управления, что приводит к смешанному набору арендаторов и приводит к ситуации, когда подобный объект не попадает под определение торгового центра. Арендаторами подобных торговых центров являются магазины продуктов питания, галантереи и хозяйственные магазины, предприятия услуг и т.п.
Стрип-центры расположены, в основном, около выходов из метро, в местах интенсивных пешеходных потоков.

13.4.3. Складская недвижимость. Классификация складской недвижимости

Классификация складских помещений, разработанная международной консалтинговой компанией Knight Frank.
(пункты, помеченные «*», желательны, но не обязательны)

Складские помещения класса А+

1. Современное одноэтажное складское здание из легких металлоконструкций и сэндвич-панелей, предпочтительно прямоугольной формы без колонн или с шагом колонн не менее 12 метров и с расстоянием между пролетами не менее 24 метров.
2. Площадь застройки 40-45%.
3. Ровный бетонный пол с антипылевым покрытием, с нагрузкой не менее 5 тонн/кв.м., на уровне 1,20 м от земли.
4. Высокие потолки не менее 13 метров, позволяющие установку многоуровневого стеллажного оборудования (6-7 ярусов).
5. Регулируемый температурный режим.
6. Наличие системы пожарной сигнализации и автоматической системы пожаротушения.
7. Наличие системы вентиляции.
8. Система охранной сигнализации и система видеонаблюдения.

9. Автономная электроподстанция и тепловой узел.
10. Наличие достаточного количества автоматических ворот докового типа (dock shelters) с погрузочно-разгрузочными площадками регулируемой высоты (dock levelers) (*не менее 1 на 500 кв.м.).
11. Наличие площадок для отстоя большегрузных автомобилей и парковки легковых автомобилей.
12. Наличие площадок для маневрирования большегрузных автомобилей.
13. Наличие офисных помещений при складе.
14. Наличие вспомогательных помещений при складе (туалеты, душевые, подсобные помещения, раздевалки для персонала).
15. Наличие системы учета и контроля доступа сотрудников.
16. Оптико-волоконные телекоммуникации.
17. Огороженная и круглосуточно охраняемая, освещенная благоустроенная территория.
18. Расположение вблизи центральных магистралей.
19. Профессиональная система управления.
20. Опытный девелопер.
21.* Ж/Д ветка.

Складские помещения класса А

1. Современное одноэтажное складское здание из легких металлоконструкций и сэндвич-панелей, предпочтительно прямоугольной формы без колонн или с шагом колонн не менее 9 метров и с расстоянием между пролетами не менее 24 метров.
2. Площадь застройки 45-55%.
3. Ровный бетонный пол с антипылевым покрытием, с нагрузкой не менее 5 тонн/кв.м., на уровне 1,20 м от земли.
4. Высокие потолки не менее 10 метров, позволяющие установку многоуровневого стеллажного оборудования.
5. Регулируемый температурный режим.
6. Система вентиляции.
7. Наличие системы пожарной сигнализации и автоматической системы пожаротушения.
8. Система охранной сигнализации и система видеонаблюдения.
9. Наличие достаточного количества автоматических ворот докового типа (dock shelters) с погрузочно-разгрузочными площадками регулируемой высоты (dock levelers), (*не менее 1 на 700 кв.м.).
10. Наличие площадок для отстоя большегрузных автомобилей и парковки легковых автомобилей.
11. Наличие площадок для маневрирования большегрузных автомобилей.
12. Наличие офисных помещений при складе.
13. Наличие вспомогательных помещений при складе (туалеты, душевые, подсобные помещения, раздевалки для персонала).
14. Оптико-волоконные телекоммуникации.
15. Огороженная и круглосуточно охраняемая, освещенная благоустроенная территория.
16. Расположение вблизи центральных магистралей.
17. Профессиональная система управления.
18.* Опытный девелопер.
19.* Наличие системы учета и контроля доступа сотрудников.
20.* Автономная электроподстанция и тепловой узел.
21.* Ж/Д ветка.

Складские помещения класса В+

1. Одноэтажное складское здание, предпочтительно прямоугольной формы вновь построенное или реконструированное.
2. Площадь застройки 45-55%.
3. Ровный бетонный пол с антипылевым покрытием, с нагрузкой не менее 5 тонн/кв.м., на уровне 1,20 м от земли.
4. Высота потолков от 8 метров.
5. Регулируемый температурный режим.
6. Наличие системы пожарной сигнализации и автоматической системы пожаротушения.
7. Наличие достаточного количества автоматических ворот докового типа (dock shelters) с погрузочно-разгрузочными площадками регулируемой высоты (dock levelers), (не менее 1 на 1000 кв.м.).
8. Система охранной сигнализации и система видеонаблюдения.
9. Система вентиляции.
10. Пандус для разгрузки автотранспорта.
11. Наличие площадок для отстоя и маневрирования большегрузных автомобилей.
12. Наличие офисных помещений при складе.
13. Наличие вспомогательных помещений при складе (туалеты, душевые, подсобные помещения, раздевалки для персонала).
14. Оптико-волоконные телекоммуникации.
15. Огороженная и круглосуточно охраняемая, освещенная благоустроенная территория.
16. Расположение вблизи центральных магистралей.
17.* Профессиональная система управления.
18.* Опытный девелопер.
19.* Наличие системы учета и контроля доступа сотрудников.
20.* Автономная электроподстанция и тепловой узел.
21.* Ж/Д ветка.

Складские помещения класса В

1. Одно-, двухэтажное складское здание, предпочтительно прямоугольной формы вновь построенное или реконструированное.
2. В случае двухэтажного строения – наличие достаточное количества грузовых лифтов/подъемников, грузоподъемностью не менее 3 тонн (не менее 1 на 2000 кв.м.).
3. Высота потолков от 6 метров.
4. Пол - асфальт или бетон без покрытия.
5. Система отопления.
6. Пожарная сигнализации и система пожаротушения.
7. Пандус для разгрузки автотранспорта.
8. Наличие площадок для отстоя и маневрирования большегрузных автомобилей.
9. Охрана по периметру территории.
10. Телекоммуникации.
11. Система охранной сигнализации и система видеонаблюдения.
12. Наличие вспомогательных помещений при складе.
13.* Система вентиляции.
14.* Офисные помещения при складе.
15.* Наличие системы учета и контроля доступа сотрудников.
16.* Автономная электроподстанция и тепловой узел.
17.* Ж/Д ветка.

Складские помещения класса С

1. Капитальное производственное помещение или утепленный ангар.

2. Высота потолков от 4 метров.
3. Пол - асфальт или бетонная плитка, бетон без покрытия.
4.* В случае многоэтажного строения – наличие грузовых лифтов/подъемников.
5.* Ворота на нулевой отметке.
6.* Наличие площадок для отстоя и маневрирования большегрузных автомобилей.
7.* Система вентиляции.
8.* Система отопления.
9.* Пожарная сигнализации и система пожаротушения.
10.* Офисные помещения при складе.
11.* Ж/Д ветка.
12. Пожарная сигнализации и система пожаротушения.
13.* Пандус для разгрузки автотранспорта.
14.* Охрана по периметру территории.
15.* Телекоммуникации.
16.* Наличие вспомогательных помещений при складе.

Складские помещения класса D

1. Подвальные помещения или объекты ГО, не отапливаемые производственные помещения или ангары.
2.* Наличие площадок для отстоя и маневрирования большегрузных автомобилей.
3.* Пожарная сигнализации и система пожаротушения.
4.* Система отопления.
5.* Система вентиляции.
6.* Офисные помещения при складе.
7.* Ж/Д ветка.
8.* Телекоммуникации.
9.* Охрана по периметру территории

Безусловным условием для цивилизованного развития рынка в том или ином сегменте является наличие единой, принятой большинством ведущих компаний, классификации. Динамика развития рынка складской недвижимости поставила профессиональных участников перед необходимостью классифицировать существующие и строящиеся объекты в соответствии с требованиями рынка.

13.4.4. Гостиничная недвижимость. Международная классификация гостиниц.

Классификация гостиничной недвижимости

Гостиничная недвижимость подразделяется на коллективные и индивидуальные средства размещения.

1. К **коллективным средствам размещения** относятся:

Гостиницы и аналогичные средства размещения:

- Гостиницы (в том числе квартирного типа);
- Мотели;
- Клубы с проживанием;
- Пансионаты; меблированные комнаты ;
- Общежития

Специализированные средства размещения:

- Санатории; профилактории;

- Лагеря труда и отдыха;
- Дома отдыха;
- Туристские приюты, стоянки и другие;
- Туристские, спортивные базы, базы отдыха;
- Дома охотника (рыбака);
- Конгресс центры;
- Общественные средства транспорта (поезда, круизные суда, яхты);
- Наземный и водный транспорт, переоборудованные под средства размещения для ночлега;
- Кемпинги (площадки для кемпинга, автофургонов).

2. **Индивидуальные средства** размещения:
- Квартиры, комнаты в квартирах, дома, коттеджи, сдаваемые в наем.

Гостиница – это предприятие, предоставляющее людям, находящимся вне дома, комплекс услуг, важнейшими среди которых в равной степени являются услуга размещения и питания.

Сущность предоставления услуги размещения состоит в том, что, с одной стороны, в пользование предоставляются специальные помещения (гостиничные номера), с другой стороны, предоставляются услуги, выполняемые непосредственно персоналом гостиницы: услуги портье по приему и оформлению гостей, услуги горничных по уборке гостиничных номеров и т.д.

Гостиничные номера являются основным элементом услуги размещения. Это многофункциональные помещения, предназначенные для отдыха, сна, работы проживающих гостей. Важнейшей их функцией является обеспечение возможности сна. Значимость других функций гостиничных номеров, прежде всего, зависит от назначения гостиницы и потребностей гостей. Например, в гостиницах делового назначения.

В разных гостиницах имеются различные категории номеров, отличающиеся один от другого площадью, меблировкой, оборудованием, оснащением и т.д. Однако независимо от категории гостиничный номер должен иметь следующую мебель и оборудование: кровать, стул и кресло, ночной столик, шкаф для одежды, общее освещение, мусорную корзину. Помимо этого в каждом номере должна содержаться информация о гостинице и план эвакуации в случае пожара.

Прочие услуги дополняют предложение услуг размещения и питания. К ним относятся предложение бассейна, конференц-залов, залов для переговоров, спортивного оснащения, прокат автомобилей, услуги химчистки, прачечной, парикмахерской, массажного кабинета и ряд других. В зависимости от того, как они оформлены и скомбинированы в единый комплекс, складывается определенный тип предприятия, такие, как отель-люкс, гостиница среднего класса, гостиница-апартамент, гостиница экономического класса, отель-курорт, мотель, частная гостиница типа «ночлег и завтрак», отель-гарни, пансион, гостиный двор, ротель, ботель, флотель, флайтель.

Важно!

Однако существует несколько общих классификационных признаков.
Мы выделяем лишь наиболее употребляемые среди них:

1. **Уровень комфорта** – это комплексный критерий, слагаемыми которого являются:
1)состояние номерного фонда: площадь номеров, доля одноместных, многокомнатных

номеров, номеров-апартаментов, наличие коммунальных удобств в номерах;
2)состояние мебели, инвентаря, предметов санитарно-гигиенического назначения;
3)наличие и состояние предприятий питания;
4)состояние здания, подъездных путей, обустройство прилегающей к гостинице территории;
5)информационное обеспечение и техническое оснащение;
6)обеспечение предоставления дополнительных услуг.

В каждом отдельном государстве к пониманию уровня комфорта как критерия классификации подходят по-разному, именно поэтому в мире нет единой классификации гостиниц. Всемирной туристической организацией (ВТурО) предложена только стандартная классификация средств размещения.

2. **Вместимость номерного фонда** – число мест, которое может быть предложено клиентам одновременно. Общепринято разделять гостиницы на:
1)малые - вместимость до 150 мест (в ряде стран не более 100 номеров);
2)средние - 150-400 мест (до 300 номеров);
3)большие - свыше 400 мест (свыше 300 номеров).
3. Функциональное назначение - этот критерий является решающим при определении типологической структуры гостиницы. Всего выделяют две большие группы предприятий: транзитные и целевые:

Транзитные – гостиницы, обслуживающие туристов в условиях кратковременной остановки. Они располагаются на магистралях с большим движением, в них ограниченный уровень комфорта.

Целевые гостиницы в зависимости от цели путешествия подразделяются на:
1)гостиницы делового назначения, обслуживающие лиц пребывающих в командировках;
2)гостиницы для отдыха (курортные – предоставление размещения, питания и ряда дополнительных услуг людям, стремящимся к отдыху и восстановлению здоровья и туристские – главная цель отдых).

4. **Месторасположение.**
Здесь существуют различные вариации. Гостиницы могут быть расположены в черте города, в горах; на побережье и т.п.

Кроме месторасположения гостиницы выделяют классификацию номеров и вида из номеров.

5.**Продолжительность деятельности.** По этому критерию гостиницы классифицируются на гостиницы, работающие круглогодично, работающие 2 сезона или же гостиницы, функционирующие лишь 1 сезон.

6. **Обеспеченность питанием**:
1)гостиницы, работающие по системе «Все включено» (размещение + 4-хразовое питание с включением алкогольных напитков как местного, так и иностранного производителя, в зависимости от специфики гостиницы и ее стоимостной ценности);
2)гостиницы, обеспечивающие полный пансион (размещение + трехразовое питание);
3)гостиницы, обеспечивающие полупансион (размещение + 2-хразовое питание с вариацией завтрак-обед или завтрак-ужин)
4)гостинцы, предлагающие размещение и только завтрак

7. **Продолжительность пребывания гостей:**
1)гостиницы для длительного пребывания гостей;
2)гостиницы для кратковременного пребывания.

8. По уровню цен номера гостиницы классифицируются на:
1)бюджетные;
2)экономичные;
3)средние;
4)первоклассные;
5)апартаментные;
6)фешенебельные.

Итак, существует множество принципов и критериев мировой классификации гостиниц, все зависит от национальных, географических особенностей страны, а также местных традиций. При классификации гостиниц в разных странах также используют различные системы.

Классификация гостиниц по Межгосударственному стандарту ГОСТ 28681.4-95 «Туристско-экскурсионное обслуживание: Классификация гостиниц» от 01.01.1997г. (см. Таблицу 3 к данному модулю):

Таблица 3.

Количество звезд	**Характеристика**
1	В гостинице должен быть отдельный от служебного вход для гостей; автостоянка, количество мест на которой не менее 10% от количества номеров; лифт (в здании высотой более трех этажей); санузлы (унитаз, умывальник, душ или ванна) не менее чем в 25% номеров и на каждом этаже; служба приема с зоной для отдыха и ожидания, а также комната бытового обслуживания. Не менее 60% номерного фонда в такой гостинице должны составлять одно – двухместные номера. Площадь 1-комнатного одноместного номера без санузла, лоджий и балкона должна быть не менее 8 кв.м., а 1-комнатного двухместного – не менее 12кв.м. Телевизор и холодильник на этаже.
2	Кроме всего вышеперечисленного для гостиниц 1*, должен быть еще ресторан или кафе (для гостиниц, имеющих более 50 номеров) и многокомнатные номера (апартаменты) или номера, которые могут быть соединены. Санузлы должны быть уже в 50% номеров. А количество одно- двухместных номеров – составлять не менее 80% фонда.
3	Соотношение номерного фонда соответствует 2*. В каждом номере обязательно должен присутствовать туалет и ванная комната, телевизор, холодильник и кондиционер. На территории гостиницы должна располагаться охраняемая автостоянка, парикмахерская, бизнес-центр, обмен валют и касса бронирования билетов на различные виды транспорта. Персонал гостиницы должен иметь форменную одежду, дифференцированную по службам.
4	Набор дополнительных услуг соответствующий гостиницам с 3*, кроме этого телефон, фен, шампунь, гель для ванной в каждом номере. Дверь повышенной секретности. Меню завтрака подается в номер. На территории гостиницы находятся: салон красоты, спортивно- оздоровительный центр, аренда автомобилей. У входа обязательно светящаяся вывеска гостиницы. Обязательно швейцар.
5	То же, что и в гостиницах 4*, но на более качественном уровне обслуживания. В номерах обязательно 2 санузла, телефонный аппарат в ванной комнате. Площадь одноместных 1-комнатных номеров должна быть не менее 18 кв.м, а двухместных – 25 кв.м. и более.

1 июля 2004 года в Украине вступили в силу ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги» и ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів».

Важно!

Задача стандартов - гармонизировать украинское законодательство с европейским и, разумеется, навести порядок в гостиничной сфере Украины. Эти стандарты должны помочь определиться тем гостиницам, которые только собираются работать на рынке Украины, с материально-техническим оснащением, перечнем и уровнем услуг - ведь не секрет, что планировать и число комнат, и площадь, и мебель, и коммуникации надо еще на стадии проектирования, а не постфактум.

Международная классификация гостиниц.

Самыми распространенными классификациями являются: система звезд, применяемая во Франции, в Австрии, Венгрии, Египте, Китае и ряде других стран; система букв, используемая в Греции; система «корон», характерная для Великобритании; система разрядов и другие.

В настоящее время в мире наиболее распространенной системой классификации является **Французская национальная система**. Она устанавливает для туристских отелей шесть категорий, среди которых пять с присвоением определенного количества звезд (1*, 2*, 3*, 4*L, 5*). Минимальные требования на присвоение одной из категории:

- количество комнат;
- общие помещения;
- оборудование отеля;
- комфортность жилья;
- обслуживания;
- доступность инвалидам и лицам с ограниченной подвижностью.

По типу французской классификации в Европейских странах выделяется **немецкая классификация,** согласно которой, гостиничные предприятия делятся на 5 классов. Туристский класс – 1*; стандартный класс- 2**; комфортный класс - 3***; первый класс – 4****; люкс – 5*****.

Кроме традиционных звезд существуют системы «букв» и «корон». В **Греции** пользуется популярностью буквенная система классификации, хотя на фасадах гостиниц можно увидеть и привычные звезды. Все греческие гостиницы делятся на четыре категории: A, B, C, D. Гостиницы категории А соответствуют четырехзвездочному уровню, В – трехзвездному, С – двухзвездному. Гостиницам высшей категории в Греции нередко присуждается категория «de Luxe».

Классификация английских гостиниц достаточно сложна. Как правило, на фасаде гостиниц изображены не звезды, а короны. Чтобы перевести категорию гостиницы с «языка корон» на «звездный», необходимо от общего числа корон отнять одну.

Но наиболее правильной считается **классификация,** предложенная **Ассоциацией британских турагентств:**
1)бюджетные гостиницы (1 звезда) расположены в центральной части города и имеют минимум удобств;
2)гостиницы туристского класса (2 звезды) располагают баром и рестораном;
3)гостиницы среднего класса (3 звезды) имеют достаточно высокий уровень обслуживания;

4)гостиницы первого класса (4 звезды) предлагают очень высокое качество проживания и отличный уровень обслуживания;
5)гостиницы высшей категории (5 звезд) имеют уровень обслуживания и проживания экстра-класса.

Классификация итальянских гостиниц достаточно запутанная, официальной «звездной» шкалы в стране нет. Согласно принятым в Италии нормам, гостиницы классифицируются на три категории: первую категорию условно можно отнести к четырехзвездной; вторую категорию – к трехзвездной, третью категорию – к двухзвездной.

В Испании также существует градация средств размещения по категориям:
1)гостиницы – пяти категорий от 1 до 5 звезд;
2)дома гостиничного типа, бунгало, апартаменты и др. – от 1 до 4 звезд;
3)постоялые дворы – от 1 до 3 звезд;
4)пансионы – трех категорий.

Кроме того, в Испании существуют государственные предприятия приема туристов, находящиеся в подчинении у Государственного министерства по туризму. К ним относятся старые крепости, замки, дворцы, которые оборудованы как отели «люкс».

Таким образом, для каждой страны характерна своя классификация гостиниц и гостиницы, относящиеся к одной категории, но расположенные в разных странах, имеют существенные различия.

13.4.5. Промышленная недвижимость. Индустриально-промышленные парки (ИПП).

На сформировавшемся западном рынке промышленные объекты делятся на категории «А, «В, «С». Процесс присвоения объекту того или иного класса требует тщательного анализа всех его параметров и характеристик.

✓ Категория А. Объекты недвижимости, используемые владельцем для ведения бизнеса:

– объекты недвижимости, используемые для ведения определенного бизнеса. Обычно продаются вместе с бизнесом (специализированная недвижимость);

– неспециализированная недвижимость - обыкновенные здания -магазины, офисы, фабрики, склады, которые обычно продаются или сдаются в аренду.

✓ Категория В. Объекты недвижимости для инвестиций. Данными видами недвижимой собственности владеют с целью получения дохода от аренды и/или извлечения прибыли на вложенный капитал.

✓ Категория С. Избыточная недвижимость - земля со зданиями или свободные участки, которые больше не нужны для ведения бизнеса сегодня или в будущем и поэтому объявляются избыточной недвижимостью.

Однако следует принять во внимание, что границы между классами в большинстве случаев достаточно размыты.

Промышленные предприятия состоят из **промышленных зданий,** которые предназначены для осуществления производственно-технологических процессов, прямо или косвенно связанных с выпуском определенного вида продукции.

К объектам промышленной недвижимости относятся:
1. Заводы.
2. Имущественные комплексы.

3. Бывшие ВПК.

4. Земельные участки промышленного назначения.

Промышленные объекты, составляющие предложение на анализируемом рынке, делятся на следующие **группы:**

✓ современные предприятия, построенные с «нуля» или на месте бывших производств;

✓ предприятия советской и дореволюционной эпохи, не менявшие свой профиль и функционирующие на сегодняшний день;

✓ предприятия советской и дореволюционной эпохи, обанкротившиеся или находящиеся на грани банкротства, производство на них остановлено или объемы его малы, помещения сдаются под торговые, офисные или складские нужды.

Классификация промышленных зданий:

1. Независимо от отрасли **промышленности здания** подразделяют на четыре **основные группы:**

✓ Производственные. К производственным относят здания, в которых осуществляется выпуск готовой продукции или полуфабрикатов. Их подразделяют на многие виды соответственно отраслям производства. Среди них механосборочные, термические, кузнечно-штамповочные, ткацкие, инструментальные, ремонтные и др.

✓ Энергетические. К энергетическим относят здания ТЭЦ (теплоэлектроцентралей), котельных, электрические и трансформаторные подстанции и др.

✓ Здания транспортно-складского хозяйства. К зданиям транспортно-складского хозяйства относят гаражи, склады готовой продукции, пожарные депо и др.

✓ Вспомогательные здания или помещения. К вспомогательным зданиям относят административно-конторские, бытовые, пункты питания, медицинские пункты и др.

2. **По специализации:**

✓ пищевое производство;
✓ производство продукции легкой промышленности;
✓ технический сервис;
✓ металлообрабатывающее производство;
✓ деревообрабатывающее производство;
✓ производство строительных материалов;
✓ многопрофильное производство.

Также классификация по специализации может осуществляться по более укрупненным группам.

3. **По числу пролетов:**

✓ однопролетные[2];
✓ многопролетные.

4. **По этажности:**

✓ одноэтажные;
✓ многоэтажные;
✓ смешанной этажности.

Производства, в которых технологический процесс протекает по горизонтали и характеризующиеся тяжелым и громоздким оборудованием, крупногабаритными изделиями и значительными динамическими нагрузками, целесообразно размещать в одноэтажных зданиях. В настоящее время в одноэтажных промышленных зданиях размещается около 75 % промышленных производств.

В многоэтажных зданиях размешают производства с вертикально направленными технологическими процессами для предприятий легкой, пищевой, радиотехнической и др. промышленности. Их, как правило, сооружают многопролетными. На первых этажах

---

2 Пролетом называется объем **промышленного здания**, ограниченный по периметру рядами колонн и перекрытий по однопролетной схеме. Расстояние между продольными рядами колонн называют шириной пролета.

располагают производства, имеющие более тяжелое оборудование, выделяющие агрессивные сточные воды, в верхних — производства, выделяющие газовые вредности, пожароопасные, и др.

5. **По наличию подъемно-транспортного оборудования**:

- ✓ здания бывают крановые (с мостовым или подвесным транспортом);
- ✓ бескрановые.

6. **По материалу основных несущих конструкций** здания можно разделить:

- ✓ с железобетонным каркасом (сборным, сборно-монолитным и монолитным);
- ✓ со стальным каркасом;
- ✓ с кирпичными стенами и покрытием по железобетонным,
- ✓ металлические или деревянные конструкции.

Кроме перечисленных факторов **промышленные здания** классифицируют и по другим признакам: по системе отопления, вентиляции, освещения, по профилю покрытия, и т.д.

В западной терминологии есть два понятия, связанных с освоением территорий под промышленную застройку: green field (зеленое поле) - когда производство разворачивается с нуля на ровном месте, и brown field - (коричневое поле), когда производство развивается не на пустом месте.

Индустриально-промышленные парки (ИПП).

Является разновидностью бизнес парка, с доминированием производственной функции.

В Западной Европе они уже завоевали популярность. В Украине пока первые проекты в стадии планирования. Основой для развития данного сектора стала идея выноса производственных мощностей за черту города.

Индустриально-промышленный парк – это инженерно подготовленные земельные участки и расположенные на них производственные, складские и административные помещения, которые предназначены для осуществления производственной деятельности компаний-арендаторов.

Промышленный парк может быть создан государством (муниципалитетом) или частной компанией. В мировой практике различаются парки **производственные** – ориентированные на производство, и **технологические** – ориентированные на научно-технические исследования и развитие технологий. Некоторые парки ориентированы на предоставление специальных услуг.

Главное и основное отличие между промышленными и технологическими парками заключается в том, что первые создают условия, в виде обеспечения предприятий инфраструктурой, для осуществления их основной производственной деятельности, а технопарки способствуют разработке и внедрению новых технологий в производстве. То есть для технопарков обязательно присутствие научно-исследовательской составляющей (НИИ, университеты, научные центры и т.д.).

Отличие же промышленного парка от обычной промышленной зоны заключается в наличии единой управляющей компании-девелопера, владеющей землей, на которой размещается парк. При этом девелопер берет на себя все затраты, связанные с подготовкой площадки для последующего размещения на ней промышленных зданий, таких как заводы и склады: готовит площадку, получает все необходимые согласования на архитектурный проект. Компания по управлению промышленным парком берет на себя обязательства по организации работы парка, обеспечению арендаторов или собственников инженерными коммуникациями, электроэнергией, водой, теплоснабжением, возможно предоставление транспортных и охранных услуг. Кроме того, она обеспечивает должное состояние основных сооружений (котельных, трансформаторов, насосных станций, коллекторов и др.), а также

дорог и подъездных путей.

Суть промышленного парка характеризуется следующими положениями:

✓ земельный участок, на котором находится парк, юридически определен;

✓ на территории парка обеспечивается единое экономическое управление, которое предлагает для предпринимателей и предприятий в парке определенный набор услуг (бухгалтерию, маркетинг, помощь при получении кредита, юридические услуги, консультации по различным вопросам и т.п.);

✓ участки в рамках промышленного парка, вместе с инженерными сетями, предлагаются для покупки, лизинга, аренды с целью организации производственного процесса и ведения предпринимательской деятельности;

✓ в пределах территории индустриального парка находятся производственные, складские и офисные помещения;

✓ профессионально и эффективно организована система подъездных путей, мест стоянки грузового и легкового автотранспорта, зон погрузки-выгрузки, контрольно-пропускных зон и др.;

✓ на территории парка поддерживаются инновации и развитие отечественной научно-технической деятельности, ее использование в производстве;

✓ парки ориентированы на рост экспорта.

Для эффективного функционирования индустриально-промышленного парка требуется:

✓ близость основных транспортных коридоров (морские порты и аэропорты, автомагистрали, железная дорога, речные каналы, трубопроводы);

✓ наличие, приемлемые профессиональный уровень и стоимость рабочей силы;

✓ возможность подведения необходимых коммуникаций;

✓ близость сырья и материальных ресурсов.

Важно!

Характерными чертами индустриального парка являются:

1)Предоставление коммуникаций всех типов, необходимых для организации производственного процесса;

2)Наличие производственных, складских и офисных помещений в пределах территории индустриального парка;

3)Профессиональная и эффективная система организации подъездных путей, мест стоянки грузового и легкового автотранспорта, зон погрузки-выгрузки, контрольно-пропускных зон и др.;

4)Система организации работы парка, в т.ч. предоставление различных видов услуг компаниям-участникам индустриального парка;

5)Государственная поддержка развития;

6)Близость основных транспортных коридоров (морские порты и аэропорты, автомагистрали, железная дорога, речные каналы, трубопроводы);

7)Наличие и приемлемый уровень профессионализма рабочей силы, ее стоимость;

8)Близость к сырью и материальным ресурсам.

Важно!

Главное преимущество ИПП – в возможности арендовать там площади в более короткие сроки, чем приобретение земли с последующим самостоятельным осуществлением строительства.

Учитывая проблемы, с которыми сталкиваются компании в процессе отвода и оформления земельного участка, получения разрешения на строительство, а также при

сооружении коммуникаций необходимых мощностей, данный вариант является рациональной альтернативой.

Индустриально-промышленные парки создают условия для повышения эффективности малых и средних производств. В первую очередь за счет решения проблемы доступа к земле и производственным помещениям. Во-вторых, за счет уменьшения времени решения бюрократических вопросов. В-третьих - за счет снижения потребности в финансировании. Всеми этими проблемами занимается менеджмент промышленного парка, в то время как предприятие занимается производством.

Перечень источников информации

1.Економіка нерухомості, А.М. Асаул, І.А. Брижань, В.Я. Чевганова, Видавництво „Лібра”, 2004, 304с.
2.Рынок недвижимости Украины, Власова И.А., Кудрявцева С.Ю., Осадчий А.П., Шалаев В.Н., Киев: «ТРИ-ЕО», 2006. – 112 с.
3.Харьков инвестиционный, Справочное пособие/ Под общей редакцией А.В.Моченкова – Харьков: «Тарбут-Лаам», 2005. – 180 с.
4.Инвестиции в коммерческую недвижимость. Жизненный цикл объекта. Вечер Н.Ф.,
5.Ольховский А.А., СПб: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2005.- 176с.
6.Газета «Property Times», 2006г.
7.Журнал «Commercial Property», 2006г.
8.Журнал «Янус Нерухомість», 16/08/2006г.
9.Журнал «Коммерческая недвижимость», 2006г.
10.Перспективы развития бизнес-парков в Киеве как нового формата офисной недвижимости на рынке. Доклад. Александр Носаченко. Colliers International (Украина). IV Международная конференция по коммерческой недвижимости. г.Киев.28.03.2007г.
11.Петрушина В., Бойцова М., Кобзан С. Операции с недвижимостью. 3-изд., Издательскийдом Фактор, 2010г. – 656 с.
12.Ю. Ляшенко, Кобзан С., Левков В. Операции с землей. Издательский дом Фактор, 2007 г. – 824 с.
13.С.М.Кобзан, А.В.Попов, В.В.Рыльцева. Рынок недвижимости: от риэлтора до инвестора. Харьков.2017. -128 с.
14.Правовые аспекты определения понятия недвижимости в законодательных актах Украины. С.М. Кобзан/ Статья. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції присвяченої п’ятдесятиріччю кафедри земельного адміністрування та геоінформаційних систем, Харків, 3 листопада 2016 р. – 167 с.
15.Земельний кодекс України // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, № 3-4
16.Закон України «Про оцінку земель» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2004, № 15

15.ИНТЕРНЕТ – ресурсы:
http://msk.becar.ru/class2.php?mes=3325
http://www.inline-ltd.ru/services/exploration/marketing/
http://www.cft-realestate.ru/refbook/classification/
http://www.colliers.spb.ru
http://www.besh.ru/realty/mif.pdf
http://www.rcsc.ru/terminology_classification/
http://msk.becar.ru/class2.php?mes=2450
http://www.g2p.ru/

http://www.russiatourism.ru/rus/section.asp?id=83
http://www.arendator.ru/articles/15/art/5336/pg/1/
http://apartments-arcadia.com.ua/rus/

Вопросы для самопроверки

1. Дайте определение земельному участку

A) Земельна ділянка - це частина земної поверхні з установленими межами, певним місцем розташування, з визначеними щодо неї правами.

B) Земельный участок – это недвижимость и все что с ней связано.

C) Земельна ділянка - це розвинена частина земної поверхні з нерухомим майном або без нього.

2. Какие целевые назначения земельных участков существуют?
A) под жилую застройку; под общественную застройку.
B) пустой земельный участок; застроенный земельный участок.
C) промышленного назначения; сельскохозяйственного назначения.

3. Назовите наиболее важные параметры и характеристики земельного участка.
A) Площадь участка. Вид права на участок. Назначение. Площадь застройки. Коэффициент застройки - %.
B) Рельеф. Конфигурация участка. Состояние площадки (грунт, бетонные плиты, асфальт). Возможность строительства. Наличие проектной документации.
C) Удаленность от столицы, крупных городов и населенных пунктов. Географическое направление. Удаленность от автотранспортных магистралей. Удаленность от железнодорожных узлов. Удаленность от основных морских путей. Удаленность от аэропортов. Удаленность от остановок общественного транспорта. Загруженность направления. Качество подъездных путей. Близость рекреационных зон.

4. Перечислите какие есть категории земель в Украине согластно ЗКУ

A)
а) землі сільськогосподарського призначення;
б) землі житлової та громадської забудови;
в) землі природно-заповідного та іншого природоохоронного призначення;
г) землі оздоровчого призначення;
ґ) землі рекреаційного призначення;
д) землі історико-культурного призначення;
е) землі лісогосподарського призначення;
є) землі водного фонду;
ж) землі промисловості, транспорту, зв'язку, енергетики, оборони та іншого призначення.
B)
Земельні ділянки основної категорії земель та землі запасу.
C)
а) землі населенних пунктів
б) землі сільськогосподарського призначення

5. На какие сегменты делится рынок нежилой недвижимости?

А) сегмент административной недвижимости; сегмент офисной недвижимости; сегмент торговой недвижимости; сегмент складской недвижимости

Б) сегмент офисной недвижимости; сегмент торговой недвижимости; сегмент складской недвижимости; сегмент промышленной недвижимости; сегмент гостиничной недвижимости; сегмент земельных участков.

С) сегмент объектов административного назначения; сегмент объектов социальной инфраструктуры; сегмент инженерных сооружений; сегмент коммерческой недвижимости.

6.Из каких категорий состоит сегмент офисной недвижимости?

А) офисный центр; бизнес центр; административный центр.

Б) профессиональные офисные помещения; полупрофессиональные офисные помещения; «квартирные офисы».

С) помещение; офисный центр; бизнес парк.

7. Каким критериям должен соответствовать офисный центр класса «А»?

А) Должны соответствовать 5 обязательным требованиям и соответствовать или превышать 2 необязательных критериев.

Б) Должны соответствовать 10 обязательным требованиям и соответствовать или превышать 6 необязательных критериев.

С) Должны соответствовать 7 обязательным требованиям и соответствовать или превышать 6 необязательных критериев.

8. Дайте определение торгового центра.

А) Торговый центр – это совокупность предприятий торговли, услуг, общественного питания и развлечений, подобранных в соответствии с концепцией и осуществляющих свою деятельность в специально спланированном здании (или в комплексе зданий), находящемся в профессиональном управлении и поддерживаемом в виде одной функциональной единицы.

Б) Торговый центр - это отдельно стоящее здание, предназначенное для осуществления торговли, имеющее парковку и расположенное внутри жилого массива.

С) Торговый центр – это совокупность предприятий торговли, питания и развлечений, осуществляющих свою деятельность в отдельно стоящем здании, имеющих глубокий ассортимент и широкий диапазон цен, предназначенных для конкретной целевой группы потребителей, проживающих в пяти - десяти минутах езды от него.

9. Какие виды торговых центров существуют?

А)смешанные (ведущие торговлю как продовольственными, так и непродовольственными товарами); универсальные (реализующие универсальный ассортимент продовольственных или непродовольственных товаров – универсам, универмаг и т.д.); комбинированные (реализующие несколько групп товаров, объединенных общностью спроса); специализированные (реализующие товары одной товарной группы); узкоспециализированные (реализующие товары части товарной группы – например, одной

фирменной марки).

В) микрорайонный торговый центр; районный торговый центр; окружной торговый центр; суперокружной торговый центр; региональный торговый центр; суперрегионалъный центр;

С) микрорайонный торговый центр; районный торговый центр; окружной торговый центр; суперокружной торговый центр; региональный торговый центр; суперрегионалъный центр; специализированные торговые центры;

фестивал-центр; торгово-общественный центр; торговый центр Моды;

аутлет-центр.

10. Дайте классификацию складской недвижимости.

A)
Класс A+
Класс A
Класс B
Класс B+
Класс C
Класс D
B) в Украине нет классификации складской недвижимости
C)
Класс A
Класс B
Класс C

11. Дайте определение индустриально-промышленному парку.
A) Индустриально-промышленный парк – это инженерно подготовленные земельные участки и расположенные на них производственные, складские и административные помещения, которые предназначены для осуществления производственной деятельности компаний-арендаторов.
B) Индустриально-промышленный парк – это большая территория земли, которая представляет собой девелопмент высококачественных строений с низкой плотностью застройки, и размещена в окружении с элементами «парковой зоны».
C) Индустриально-промышленный парк – это территория земли, которая предназначена для осуществления производственной деятельности компаний-арендаторов и размещена за пределами городской черты.

Модуль 14. Недвижимость как объект налогообложения.

Данный учебный модуль посвящен вопросам налогообложения операций с недвижимостью и самих объектов недвижимости. Учебный материал раскрывает особенности отечественной системы налогообложения различных сделок с недвижимостью, а так же принципы налогообложения объектов недвижимости и земли. На изучении данного учебного модуля понадобится 4 часа.

Содержание:
Цели и задачи модуля
14.1.Особенности приобретения недвижимости физическими и юридическими лицами.
14.1.1. Способы приобретения недвижимости в собственность.
14.1.2. Перечень документов для приобретения недвижимости.
14.2. Операции с основными средствами и их налогообложение.
14.2.1. Налог на прибыль. Основные средства (ОС). Амортизация ОС.
14.2.2 Инвестиционная недвижимость.
14.2.3 Необоротные активы, удерживаемые для продажи.
14.3. Налогообложение операций с недвижимостью.
14.3.1. Налогообложение доходов физических лиц
14.3.2. Налогообложение дохода от предоставления недвижимости в аренду (субаренду), жилищный наем (поднаем).
14.3.3. Порядок налогообложения операций по продаже (обмену) объектов недвижимо.го имущества.

14.3.4. Налогообложение дохода, полученного в результате принятия наследства или принятия дара.

14.4. Налогообложение недвижимости.

14.4.1. Налог на недвижимость.

14.4.2. Плата за землю.

Литература

Вопросы для самопроверки

После изучения данного модуля Вы должны:

1. Знать способы приобретения недвижимости в собственность.
2. Знать порядок налогообложения операций с основными средствами.
3. Знать способы налогообложения операций с недвижимостью.
4. Знать принципы налогообложения недвижимости.

14.1.Особенности приобретения недвижимости физическими и юридическими лицами.

14.1.1. Способы приобретения недвижимости в собственность.

Гражданско-правовая наука и практика разработали несколько способов приобретения недвижимости в собственность:

1)по договору (купля-продажа (мена), дарение (пожертвование), финансовый лизинг, рента);

2)по закону;

3)из актов органов государственной власти, органов местного самоуправления.

Поскольку нас интересует приобретение недвижимости через агентство недвижимости, то считаем, что нет необходимости раскрывать способы получения недвижимости в собственность по договору финансового лизинга, дарения (пожертвования), по закону, из актов органов государственной власти и органов местного самоуправления.

Согласно ч. 1 ст. 328 Гражданского кодекса Украины право собственности приобретается на основаниях, не запрещенных законом, в частности, на основании сделок. С учетом рассматриваемой ситуации отметим, что приобретение недвижимости в собственность оформляется соответствующим договором, который должен быть заключен в письменной форме, нотариально удостоверен и пройти соответствующую государственную регистрацию (ч. 1 ст. 657, ч. 2 ст. 719, ч. 2 ст. 732 ГК). Договор комиссии или поручения с агентством недвижимости также необходимо заключить в письменной форме, но можно не удостоверять нотариально – такие договора не подлежат государственной регистрации.

Порядок заключения и существенные условия договора купли-продажи, мены, ренты определены Гражданским кодексом Украины (главы 54, 56).

14.1.2. Перечень документов для приобретения недвижимости.

Порядок нотариального удостоверения договоров об отчуждении жилого дома и земельного участка определен Порядком совершения нотариальных действий нотариусами Украины, утвержденной приказом Минюста Украины от 22.02.2012 г. №296/5, зарегистрированной в Минюсте Украины 22.02.2012г. под №282/20595 с последующими изменениями и дополнениями. Этим же Порядком установлен **подробный перечень документов, необходимых для нотариального удостоверения договора.** Удостоверяется такая сделка по месту нахождения объекта недвижимости. Кроме того, такая сделка

подлежит государственной регистрации в соответствии с Законом Украины «О государственной регистрации вещных прав на недвижимое имущество и его отягощение» от 01 июля 2004 года №1952 - IV, с последующими изменениями и дополнениями. Ст. 19 этого Закона утвержден **перечень необходимых для государственной регистрации документов.**

Для осуществления любой операции с недвижимостью необходима в первую очередь добрая воля собственников недвижимости и полный пакет документов для нотариального удостоверения сделки. В обязательный пакет документов на отчуждение жилого помещения входят:

■ **Правоустанавливающий документ**
■ **Выписка из БТИ**
■ **Справка о составе семьи из РЭПа**
■ **Выписка об отсутствии ареста и запрета** (берет нотариус из реестра)
■ **Выписка об отсутствии налогового залога** (берет нотариус из реестра)
■ **Паспорта всех участников сделки**
■ **Идентификационные коды всех участников сделки**
■ Разрешение органов опеки и попечительства (продажа доли или снятие с регистрации)
■ Согласие на сделку супруга (с обеих сторон)
■ Отказ совладельцев от первоочередного права приобретения

Пакет документов для отчуждения земельного участка

■ **Правоустанавливающий документ – государственный акт на право собственности на земельный участок (с кадастровым номером)**
■ **Справка о нормативной (кадастровой) оценке**
■ **Экспертная оценка**
■ **Справка об отсутствии строений из БТИ**
■ **Справка об отсутствии сервитута**
■ **Выписка об отсутствии ареста и запрета** (берет нотариус из реестра)
■ **Выписка об отсутствии налогового залога** (берет нотариус из реестра)
■ **Паспорта и коды собственников и покупателей**

Если собственником помещения является юридическое лицо, основной пакет имеет следующее содержание:

■ **Правоустанавливающий документ**
■ **Вытяг из БТИ**
■ **Выписка об отсутствии ареста и запрета** (берет нотариус из реестра)
■ **Выписка об отсутствии налогового залога** (берет нотариус из реестра)
■ **Решение собственников предприятия**
■ **Доверенность на продажу, выданная предприятием**
■ **Удостоверенная копия свидетельства о госрегистрации**
■ **Удостоверенная копия Устава**
■ **Выписка из балансовой ведомости**

Все физические лица – участники сделки должны иметь паспорт и справку о присвоении идентификационного кода, независимо от возраста и гражданства.

14.2. Операции с основными средствами и их налогообложение.

14.2.1. Налог на прибыль. Основные средства (ОС). Амортизация ОС.

В Налоговом кодексе Украины налогу на прибыль посвящен раздел 3, который называется «Налог на прибыль предприятий» (статьи 133-142).

Согласно статье 136 базовая (основная) ставка налога составляет 18%.

Как правило, анализ любого налога или сбора начинается с рассмотрения состава его плательщиков — в части налога на прибыль ему посвящена ст. 133 Налогового кодекса Украины (НКУ). Плательщиков налога на прибыль можно условно разделить на 3 группы: резидентов, нерезидентов и специальных плательщиков (По сути они также являются резидентами).

К числу **резидентов** НКУ относит (п.п. 14.1.213 НКУ):

1) юридических лиц и их обособленных лиц, которые образованы и осуществляют свою деятельность в соответствии с законодательством Украины с местонахождением как на ее территории, так и за ее пределами;

2) дипломатические представительства, консульские учреждения и другие официальные представительства Украины за границей, которые имеют дипломатические привилегии и иммунитет;
3) физических лиц — резидентов, имеющих место жительства в Украине.
При этом, плательщиками налога на прибыль являются не все резиденты, а лишь те, которые приведены в ст. 133 НКУ — их перечень представлен ниже:

- субъекты хозяйствования - юридические лица, которые осуществляют хозяйственную деятельность как на территории Украины, так и за ее пределами.

- Управляющий фонда операций с недвижимостью, который осуществляет деятельность согласно Закона Украины "О финансово-кредитных механизмах и управлении имуществом при строительстве жилья и операциях с недвижимостью" относительно операций и результатов деятельности по доверительному управлению, осуществляется таким управляющим через фонд.

К числу **нерезидентов** НКУ относит (п.п. 14.1.122 НКУ):

1) иностранные компании, организации, образованные в соответствии с законодательством других государств, их зарегистрированные (аккредитованные или легализованные) в соответствии с законодательством Украины филиалы, представительства и другие обособленные подразделения с местонахождением на территории Украины;

2) дипломатические представительства, консульские учреждения и другие официальные представительства других государств и международных организаций в Украине;
3) физических лиц, которые не являются резидентами Украины.

Нерезиденты, имеющие оффшорный статус, - нерезиденты, расположенные на территории оффшорных зон, кроме нерезидентов, которые предоставили плательщику налога выписку из правоустанавливающих документов, легализованную в установленном законодательством порядке, что свидетельствует об обычном (неофшорном) статусе такого нерезидента.

Не все нерезиденты являются плательщиками налога на прибыль, а только те их них, которые приведены в п. 133.2 НКУ, — их перечень представлен ниже:

- Юридические лица, которые созданы в любой организационно-правовой форме и получают доходы с источником их происхождения в Украине, кроме учреждений и организаций, имеющих дипломатические привилегии или

иммунитет в соответствии с международными договорами Украины (п.п. 133.2.1 НКУ).

- Постоянные представительства нерезидентов, которые получают доходы с источником их происхождения в Украине или выполняют агентские (представительские) и другие функции относительно таких нерезидентов или их учредителей (п.п. 133.2.2 НКУ).

Постоянное представительство до начала своей хозяйственной деятельности становится на учет в контролирующем органе по своему местонахождению в порядке, установленном центральным органом исполнительной власти, который обеспечивает формирование и реализует государственную финансовую политику. Постоянное представительство, начавшее свою хозяйственную деятельность до регистрации в контролирующем органе, считается уклоняющимся от налогообложения, а полученные им прибыли считаются скрытыми от налогообложения.

Для определения постоянного представительства следует руководствоваться дополнительными условиями, приведенными в п.п. 14.1.193 НКУ.

Резидент или постоянное представительство нерезидента, осуществляющие в пользу нерезидента или уполномоченного им лица (кроме постоянного представительства нерезидента на территории Украины) любую выплату из дохода с источником его происхождения из Украины, полученного таким нерезидентом от осуществления хозяйственной деятельности (в том числе на счета нерезидента, которые ведутся в национальной валюте), удерживают налог с таких доходов, указанных в подпункте 141.4.1 НКУ, по ставке в размере 15 процентов (кроме доходов, указанных в подпунктах 141.4.3-141.4.6 и 141.4.11 НКУ) их суммы и за их счет, который уплачивается в бюджет во время такой выплаты, если другое не предусмотрено положениями международных договоров Украины со странами резиденции лиц, в пользу которых осуществляются выплаты, вступивших в силу.

Суммы прибылей нерезидентов, осуществляющих свою деятельность на территории Украины через постоянное представительство, облагаются налогом в общем порядке. При этом такое постоянное представительство приравнивается с целью налогообложения к плательщику налога, который осуществляет свою деятельность независимо от такого нерезидента. (пп.141.4.7 НКУ).

Во время заключения договоров с нерезидентами не разрешается включение в них налоговых оговорок, согласно которым предприятия, выплачивающие доходы, берут на себя обязательства относительно уплаты налогов на доходы нерезидентов.

Суммы налога на прибыль, полученную из иностранных источников, уплаченные субъектами хозяйствования за рубежом, засчитываются при уплате ими налога в Украине. При этом зачислению подлежит сумма налога, рассчитанная по правилам, установленным разделом 3 НКУ. (пп.141.4.9 НКУ).

Объект налогообложения определен в ст. 134 НКУ, в том числе:

прибыль с источником происхождения из Украины и за ее пределами, которая определяется путем корректировки (увеличения или уменьшения) финансового результата до налогообложения (прибыли или убытка), определенного в финансовой отчетности предприятия согласно национальных положений (стандартов) бухгалтерского учета или международных стандартов финансовой отчетности, на разницы, возникающие согласно положениям этого Кодекса.

Если предусмотрено осуществление корректировки путем увеличения финансового результата до налогообложения, то в этом случае происходит:

Уменьшение отрицательного значения финансового результата до налогообложения (убытка);

увеличение положительного значения финансового результата к налогообложению (прибыли).

Если предусмотрено осуществление корректировки путем уменьшения финансового результата до налогообложения, то в этом случае происходит:

увеличение отрицательного значения финансового результата до налогообложения (убытка);

уменьшение положительного значения финансового результата к налогообложению (прибыли).

Для плательщиков налога, у которых годовой доход от любой деятельности (за вычетом косвенных налогов), определенный по правилам бухгалтерского учета за последний годовой отчетный (налоговый) период не превышает двадцати миллионов гривен, объект налогообложения может определяться без корректировки финансового результата до налогообложения на все разницы (кроме отрицательного значения объекта налогообложения прошлых налоговых (отчетных) лет. Плательщик налога, у которого годовой доход (за вычетом непрямых налогов), определенный по правилам бухгалтерского учета за последний годовой отчетный (налоговый) период не превышает двадцати миллионов гривен, имеет право принять решение о неприменении корректировок финансового результата до налогообложения на все разницы (кроме отрицательного значения объекта налогообложения прошлых налоговых (отчетных) лет), не более одного раза в течение непрерывной совокупности лет в каждом из которых выполняется этот критерий относительно размера дохода. О принятом решении налогоплательщик указывает в налоговой отчетности по этому налогу, которая подается за первый год в такой непрерывной совокупности лет. В последующие годы такой совокупности корректировки финансового результата также не применяется (кроме отрицательного значения объекта налогообложения прошлых налоговых (отчетных) лет).

Если у плательщика, который принял решение о неприменении корректировок финансового результата до налогообложения на все разницы (кроме отрицательного значения объекта налогообложения прошлых налоговых (отчетных) лет), в любом следующем году годовой доход (за вычетом непрямых налогов), определенный по правилам бухгалтерского учета за последний годовой отчетный (налоговый) период превышает двадцать миллионов гривен, такой плательщик определяет объект налогообложения начиная с такого года путем корректировки финансового результата до налогообложения на все разницы, определенные согласно НКУ.

К годовому доходу от любой деятельности, определенного по правилам бухгалтерского учета, включается доход (выручка) от реализации продукции (товаров, работ, услуг), другие операционные доходы, финансовые доходы и другие доходы.

- доход по договорам страхования, определенный согласно подпункту 141.1.2 пункта 141.1 статьи 141 НКУ;
- доход (прибыль) нерезидента, подлежит налогообложению согласно с пунктом 141.4 статьи 141 НКУ, с источником происхождения из Украины;
- доход субъектов, осуществляющих выпуск и проведение лотерей, подлежит налогообложению в соответствии с пунктом 141.8 статье 141 НКУ;
- доход операторов, полученный от букмекерской деятельности, азартных игр (в том числе казино), кроме дохода, полученного от азартных игр с использованием игральных автоматов, уменьшенного на сумму выплаченных выплат игроку, который подлежит налогообложению согласно пункту 141.5 статье 141 НКУ.

Порядок формирования первоначальной стоимости объекта ОС.

Методологические основы формирования в бухгалтерском учете информации об основных средствах, другие необоротные материальные активы и незавершенные капитальные инвестиции в необоротные материальные определяет Положение (стандарт) бухгалтерского учета 7 "Основные средства".

Приобретенные (созданные) основные средства зачисляются на баланс предприятия/учреждения по первоначальной стоимости. Единицей учета основных средств является объект основных средств.

Согласно п.8 этого Положения Первоначальная стоимость объекта основных средств состоит из таких расходов:

- суммы, которые уплачивают поставщикам активов и подрядчикам за выполнение строительно-монтажных работ (без косвенных налогов);
- регистрационные сборы, государственная пошлина и аналогичные платежи, осуществляемые в связи с приобретением (получением) прав на объект основных средств;
- суммы ввозной пошлины;
- суммы косвенных налогов в связи с приобретением (созданием) основных средств (если они не возмещаются предприятию/учреждению;
- расходы по страхованию рисков доставки основных средств;
- расходы на транспортировку, установку, монтаж, наладку основных средств;
- другие расходы, непосредственно связанные с доведением основных средств до состояния, в котором они пригодны для использования с запланированной целью.

Финансовые расходы не включаются в первоначальную стоимость основных средств, приобретенных (созданных) полностью или частично за счет заимствований (за исключением финансовых расходов, которые включаются в себестоимость квалификационных активов согласно Положению (стандарту) бухгалтерского учета 31 "Финансовые расходы".

Первоначальная стоимость безвозмездно полученных основных средств равняется их справедливой стоимости на дату получения с учетом расходов, предусмотренных пунктом 8 Положения.

Первоначальной стоимостью основных средств, внесенных в уставный капитал предприятия, признается согласованная учредителями (участниками) предприятия их справедливая стоимость с учетом расходов, предусмотренных пунктом 8 Положения.

Первоначальная стоимость объекта основных средств, полученного в обмен на подобный объект, равна остаточной стоимости переданного объекта основных средств. Если остаточная стоимость переданного объекта превышает его справедливую стоимость, то первоначальной стоимостью объекта основных средств, полученного в обмен на подобный объект, является справедливая стоимость переданного объекта с включением разницы в расходы отчетного периода.

Первоначальная стоимость объекта основных средств, приобретенного в обмен (или частичный обмен) на неподобный актив, равна справедливой стоимости переданного немонетарного актива, увеличенной (уменьшенной) на сумму денежных средств или их эквивалентов, которая была передана (получена) во время обмена.

Начисление амортизации ОС

Статьей 138 НКУ предусмотрены Разницы, возникающие при начислении амортизации необоротных активов

Финансовый результат до налогообложения увеличивается:

на сумму начисленной амортизации основных средств или нематериальных активов согласно национальным положениям (стандартов) бухгалтерского учета или международных стандартов финансовой отчетности;

на сумму уценки и потерь от уменьшения полезности основных средств или нематериальных активов, включенных в расходы отчетного периода согласно национальным положениям (стандартов) бухгалтерского учета или международных стандартов финансовой отчетности;

на сумму остаточной стоимости отдельного объекта основных средств или нематериальных активов, определенной в соответствии с национальными положениями (стандартами) бухгалтерского учета или международных стандартов финансовой отчетности, в случае ликвидации или продажи такого объекта.

на сумму остаточной стоимости отдельного объекта непроизводственных основных средств или непроизводственных нематериальных активов, определенной в соответствии с национальными положениями (стандартами) бухгалтерского учета или международных стандартов финансовой отчетности, в случае ликвидации или продажи такого объекта;

на сумму расходов на ремонт, реконструкцию, модернизацию или другие улучшения непроизводственных основных средств или непроизводственных нематериальных активов, отнесенных к расходам согласно национальных положений (стандартов) бухгалтерского учета или международных стандартов финансовой отчетности";

Финансовый результат до налогообложения уменьшается:

на сумму рассчитанной амортизации основных средств или нематериальных активов в соответствии с пунктом 138.3 НКУ;

на сумму остаточной стоимости отдельного объекта основных средств или нематериальных активов, определенной с учетом положений НКУ, в случае ликвидации или продажи такого объекта;

на сумму дооценки основных средств или нематериальных активов в пределах предварительно отнесенных к расходам уценки согласно национальных положений (стандартов) бухгалтерского учета или международных стандартов финансовой отчетности;

на сумму выгод от восстановления полезности основных средств или нематериальных активов в пределах предварительно отнесенных к расходам потерь от уменьшения полезности основных средств или нематериальных активов согласно национальным положениям (стандартов) бухгалтерского учета или международных стандартов финансовой отчетности;

на сумму первоначальной стоимости приобретения или изготовления отдельного объекта непроизводственных основных средств или непроизводственных нематериальных активов и расходов на их ремонт, реконструкцию, модернизацию или другие улучшения, в том числе отнесенных к расходам согласно национальных положений (стандартов) бухгалтерского учета или международных стандартов финансовой отчетности, в случае продажи такого объекта непроизводственных основных средств или нематериальных активов, но не более суммы дохода (выручки), полученной от такой продажи.

Порядок расчета амортизации основных средств или нематериальных активов для определения объекта налогообложения.

Расчет амортизации основных средств или нематериальных активов осуществляется в соответствии с национальными положениями (стандартами) бухгалтерского учета или международных стандартов финансовой отчетности с учетом ограничений, установленных подпунктом 14.1.138 пункта 14.1 статьи 14 раздела I НКУ, подпунктами 138.3.2-138.3.4 НКУ. При таком расчете применяются методы начисления амортизации, предусмотренные национальными положениями (стандартами) бухгалтерского учета, кроме "производственного" метода.

Для расчета амортизации определяется стоимость основных средств без учета их переоценки (уценки, дооценки), проведенной в соответствии с положениями бухгалтерского учета.

Не подлежат амортизации и проводятся за счет соответствующих источников:

- расходы на приобретение/самостоятельное изготовление непроизводственных основных средств;
- на ремонт, реконструкцию, модернизацию или другие улучшения непроизводственных основных средств.

Термин "непроизводственные основные средства" основные средства, не предназначенные для использования в хозяйственной деятельности плательщика налога.

Минимально допустимые сроки амортизации основных средств и других необоротных активов (пп.138.3.3. НКУ):

Группы	Минимально допустимые сроки полезного использования, лет
группа 1 - земельные участки	-
группа 2 - капитальные расходы на улучшения земель, не связанные со строительством	15
группа 3 - здания	20
сооружения	15
передаточные устройства	10
группа 4 - машины и оборудование	5
Из них:	
электронно-вычислительные машины, другие машины для автоматического обрабатывания информации, связанные с ними средства считывания или печати информации, связанные с ними компьютерные программы (кроме программ, расходы на приобретение которых признаются роялти, и/или программ, которые признаются нематериальным активом), другие информационные системы, коммутаторы, маршрутизаторы, модули, модемы, источники бесперебойного питания и средства их подключения к телекоммуникационным сетям, телефоны (в том числе сотовые), микрофоны и рации, стоимость которых превышает 2500 гривен	2
группа 5 - транспортные средства	5
группа 6 - инструменты, приборы, инвентарь, мебель	4
группа 7 - животные	6
группа 8 - многолетние насаждения	10
группа 9 - другие основные средства	12
группа 10 - библиотечные фонды, сохранение Национального архивного фонда Украины	-
группа 11 - малоценные необоротные материальные активы	-
группа 12 - временные (нетитульные) сооружения	5
группа 13 - природные ресурсы	-
группа 14 - инвентарная тара	6
группа 15 - предметы проката	5
группа 16 - долгосрочные биологические активы	7

Объектом амортизации является стоимость, которая амортизируется (кроме стоимости земельных участков, природных ресурсов и капитальных инвестиций).

Начисление амортизации осуществляется в течение срока полезного использования (эксплуатации) объекта, который устанавливается предприятием/учреждением (в распорядительном акте) при признании этого объекта активом (при зачислении на баланс), и приостанавливается на период его реконструкции, модернизации, достройки, дооборудования и консервации.

Начисление амортизации может осуществляться с учетом минимально допустимых сроков полезного использования основных средств, установленных налоговым законодательством.

Метод амортизации избирается предприятием самостоятельно с учетом ожидаемого способа получения экономических выгод от его использования.

Метод амортизации объекта основных средств пересматривается в случае изменения ожидаемого способа получения экономических выгод от его использования. Начисление амортизации по новому методу начинается с месяца, следующего за месяцем принятия решения об изменении метода амортизации.

Амортизация начисляется в течение срока полезного использования (эксплуатации) объекта, установленного налогоплательщиком ежемесячно начиная **с месяца, следующего за месяцем ввода** объекта ОС в эксплуатацию (и при этом может приостанавливаться на период вывода объекта из эксплуатации для реконструкции, модернизации, достройки, дооборудования, консервации и других причин), и осуществляется **до достижения** остаточной стоимостью объекта ОС его **ликвидационной стоимости.**

Сумму начисленной амортизации все предприятия/учреждения отражают увеличением суммы расходов предприятия и износа основных средств.

Выбытие ОС при продаже

В налоговом учете отражается результат от продажи объекта ОС. При этом сумма превышения доходов от продажи над балансовой стоимостью объекта ОС включается **в доходы**, а сумма превышения балансовой стоимости объекта ОС над доходами от его продажи **в расходы.**

Доход от продажи объекта ОС определяется согласно договору купли-продажи, однако с учетом обычных цен (т. е. не ниже обычной цены реализуемого объекта).

Переоценка ОС

Предприятие/учреждение может переоценивать объект основных средств, если остаточная стоимость этого объекта существенно отличается от его справедливой стоимости на дату баланса. В случае переоценки объекта основных средств на ту же дату осуществляется переоценка всех объектов группы основных средств, к которой относится этот объект.

Переоценка основных средств той группы, объекты которой уже подверглись переоценке, в дальнейшем должна проводиться с такой регулярностью, чтобы их остаточная стоимость на дату баланса существенно не отличалась от справедливой стоимости.

Статья 147 НКУ «Операции с землей и их капитальным улучшением» исключена из Налогового кодекса с 01.01.2015г на основании Закона № 71-VIII від 28.12.2014г.

Механизм отражения приобретенного земучастка на счетах учета зависит от целей его покупки. Землю, которую предприятие приобретает для использования в собственной деятельности (например, выращивание с/х культур, строительство зданий или сооружений), надлежит отражать в учете как объект основных средств. Когда же юрлицо приобретает земучасток, но еще не определило, будет ли земля использоваться в качестве недвижимости, занятой собственником, или для краткосрочной продажи в ходе обычной деятельности, то тогда земельный участок нужно показывать в учете как объект инвестиционной недвижимости.

В целях налогового учета земельные участки относятся к другим необоротным активам, которые не имеют минимального срока полезного использования. НКУ не содержит налоговых разниц, связанных с приобретением земельных участков. Стоимость земучастков не считают объектом амортизации.

14.2.2 Инвестиционная недвижимость

Для объектов основных средств, отнесенных Правилами бухгалтерского учета (П(С)БУ 32) к так называемой инвестиционной недвижимости, предусмотрен особый порядок бухгалтерского учета.

Напомним, что инвестиционная недвижимость — это собственные или арендованные на условиях финансовой аренды земельные участки, здания, сооружения, которые располагаются на земле, содержатся с целью получения арендных платежей и/или увеличения собственного капитала, а не для производства и поставки товаров, предоставления услуг, административной цели или продажи в процессе обычной деятельности (п. 4 П(С)БУ 32).

Стоит подчеркнуть, что на те объекты инвестиционной недвижимости, которые оценены по справедливой стоимости, амортизация в бухгалтерском и налоговом учете не начисляется, поэтому к ней не применяют корректировок финрезультата, предусмотренных ст. 138 НКУ для налоговых основных средств.

14.2.3 Необоротные активы, удерживаемые для продажи

Необоротный актив и группа выбытия признаются удерживаемыми для продажи в случае, если:

- экономические выгоды ожидается получить от их продажи, а не от их использования по назначению;
- они готовы к продаже в их теперешнем состоянии;
- их продажа, как ожидается, будет завершена в течение года с даты признания их удерживаемыми для продажи;
- условия их продажи отвечают обычным условиям продажи для подобных активов;
- осуществление их продажи имеет высокую вероятность, в частности если руководством предприятия подготовлен соответствующий план или заключен твердый контракт о продаже, осуществляется их активное предложение на рынке по цене, соответствующей справедливой стоимости.

Период завершения продажи может быть продлен на срок более одного года в случае, если это обусловлено обстоятельствами, которые находятся вне контроля предприятия, продолжающего выполнять план продажи.

Как следует из п. 6 разд. II П(С)БУ 27, необоротные активы (группа выбытия), признанные предприятием удерживаемыми для продажи, не могут признаваться в составе необоротных. Учет наличия и движения таких активов в соответствии с этим П(С)БУ осуществляется на одноименном субсчете 286.

Важно также отметить, что после классификации необоротных активов (в том числе необоротных активов, входящих в группу выбытия) в составе активов, удерживаемых для продажи, амортизация на такие активы не начисляется.

14.3. Налогообложение операций с недвижимостью.

НКУ определяет понятие имущества в значении, приведенном в Гражданском кодексе Украины. В главе 13 ГК Украины «Вещи. Имущество» в ст. 181 дает определение недвижимому имуществу: «1. К недвижимым вещам (недвижимое имущество, недвижимость) относятся земельные участки, а также объекты, расположенные на земельном участке, перемещение которых является невозможным без их обесценивания и изменения их назначения.

Режим недвижимой вещи может быть распространен законом на воздушные и морские суда, суда внутреннего плавания, космические объекты, а также другие вещи, права на которые подлежат государственной регистрации».

Плательщиками налога НКУ определяет физических лиц (резидентов и нерезидентов Украины) и юридических лиц (резидентов и нерезидентов Украины).

14.3.1. Налогообложение доходов физических лиц

Вопросу налога на доходы физлиц посвящен раздел 4 НКУ. Согласно ст.167 НКУ ставка налога на разные виды дохода физлиц может составлять 18, 9, 5, и 0 процентов базы налогообложения.

Сразу отметим, что поскольку объектом налогообложения военным сбором является общий месячный (годовой) налогооблагаемый доход физического лица-резидента, в который включается также часть дохода от операций с имуществом, то сумма такого дохода облагается сбором по ставке 1,5 %.

Вместе с тем, не является объектом налогообложения военным сбором сумма дохода, полученная физлицом-резидентом от операций по продаже недвижимого имущества в соответствии с п. 172.1 ст. 172 НКУ. Эта норма устанавливает, что не облагается доход, полученный плательщиком налога от продажи (обмена) не чаще одного раза в течение отчетного налогового года жилого дома, квартиры или их части, комнаты, садового (дачного) дома (включая земельный участок, на котором расположены такие объекты, а также хозяйственно-бытовые сооружения и здания), а также земельного участка, не превышающего нормы бесплатной передачи, определенной ст. 121 Земельного кодекса в

зависимости от ее назначения, и при условии пребывания такого имущества в собственности налогоплательщика более 3 лет.

Далее рассмотрим случаи относительно налогообложения доходов с недвижимостью.

14.3.2 Налогообложение дохода от предоставления недвижимости в аренду (субаренду), жилищный наем (поднаем).

Налоговым агентом плательщика налога - арендодателя во время начисления дохода от предоставления в аренду объектов недвижимости является арендатор.

При этом объект налогообложения определяется исходя из размера арендной платы, указанной в договоре аренды, но не меньше чем минимальная сумма арендного платежа за полный или неполный месяц аренды. Минимальная сумма арендного платежа определяется по методике, что утверждается Кабинетом Министров Украины, исходя из минимальной стоимости месячной аренды одного квадратного метра общей площади недвижимости с учетом места ее расположения, других функциональных и качественных показателей, устанавливаемых органом местного самоуправления села, поселка, города, объединенной территориальной общины, которая создана согласно закону и перспективному плану формирования территорий общин, на территории которых она расположена, и обнародуется способом, наиболее доступным для жителей такой территориальной общины. Если минимальная стоимость не установлена или не обнародована до начала отчетного (налогового) года, объект налогообложения определяется исходя из размера арендной платы, указанного в договоре аренды.

Недвижимость, принадлежащая физическому лицу - нерезиденту, предоставляется в аренду исключительно через физическое лицо - предпринимателя или юридическое лицо - резидента (уполномоченных лиц), выполняющих представительские функции такого нерезидента на основании письменного договора и выступают его налоговым агентом относительно таких доходов. Нерезидент, который нарушает нормы этого пункта, считается таким, что уклоняется от уплаты налога.

Такие доходы облагаются налогом налоговым агентом во время их начисления (выплаты) по ставке 18%.

Если арендатор является физическим лицом, не являющимся субъектом хозяйствования, лицом, ответственным за начисление и уплату (перечисление) налога в бюджет, является плательщик налога - арендодатель.

При этом:

а) такой арендодатель самостоятельно начисляет и уплачивает налог в бюджет в сроки, установленные НКУ для квартального отчетного (налогового) периода, а именно: в течение 40 календарных дней, после последнего дня такого отчетного (налогового) квартала, сумма полученного дохода, сумма уплаченного в течение отчетного налогового года налога и налогового обязательства по результатам такого года отражаются в годовой налоговой декларации;

б) в случае совершения нотариального действия относительно удостоверения договора аренды объектов недвижимости нотариус обязан прислать информацию о таком договоре контролирующему органу по налоговому адресу плательщика налога - арендодателя по форме и способом, установленным Кабинетом Министров Украины. За нарушение порядка и/или сроков представления указанной информации нотариус несет ответственность, предусмотренную законом за нарушение порядка и/или сроков представления налоговой отчетности;

Субъекты хозяйствования, которые осуществляют посредническую деятельность, связанную с предоставлением услуг по аренде недвижимости (риэлторов), обязаны направить информацию о заключенных при их посредничестве гражданско-правовых договорах (соглашениях) об аренде недвижимости в контролирующий орган по месту своей регистрации в сроки, предусмотренные для представления налогового расчета, по форме,

установленной центральным органом исполнительной власти, который обеспечивает формирование и реализует государственную финансовую политику.

За нарушение порядка и/или сроков представления указанной информации риелтор несет ответственность, предусмотренную законом за нарушение порядка и/или сроков представления налоговой отчетности.

14.3.3 Порядок налогообложения операций по продаже (обмену) объектов недвижимого имущества (ст.172 НКУ).

Доход, полученный плательщиком налога от продажи (обмена) не чаще одного раза на протяжении отчетного налогового года жилого дома, квартиры или их части, комнаты, садового (дачного) дома (включая земельный участок, на котором расположены такие объекты, а также хозяйственно-бытовые сооружения и здания, расположенные на таком земельном участке), а также земельного участка, не превышающего нормы бесплатной передачи, определенной статьей 121 Земельного кодекса Украины в зависимости от ее назначения и при условии пребывания такого имущества в собственности плательщика налога свыше трех лет, не облагается налогом.

Условие относительно пребывания такого имущества в собственности плательщика налога свыше трех лет не распространяется на имущество, полученное таким плательщиком в наследство.

Доход от отчуждения хозяйственно-бытовых сооружений расположенных на одном участке с жилым или садовым (дачным) домом и продаются вместе с ним, для целей налогообложения отдельно не определяется.

Доход, полученный плательщиком налога от продажи в течение отчетного налогового года более одного из объектов недвижимости или от продажи объекта недвижимости, не указанного в пункте 172.1 НКУ, подлежит налогообложению по ставке 5%.

В таком же порядке облагается налогом доход от продажи (обмена) объекта незавершенного строительства.

Доход от продажи объекта недвижимости определяется исходя из цены, указанной в договоре купли-продажи, но не ниже оценочной стоимости такого объекта, рассчитанной органом, уполномоченным осуществлять такую оценку согласно закону.

При обмене объекта недвижимости на другой (другие) доход плательщика налога в виде полученной им денежной компенсации от отчуждения недвижимого имущества, определенного:

а) в абзаце первом пункта 172.1 НКУ - не облагается налогом;

б) в пункте 172.2 НКУ - облагается налогом по ставке 5%.

Во время проведения операций по продаже (обмену) объектов недвижимости между физическими лицами нотариус удостоверяет соответствующий договор при наличии оценочной стоимости такого недвижимого имущества и документа об уплате налога в бюджет стороной (сторонами) договора и ежеквартально подает в контролирующий орган по месту расположения государственной нотариальной конторы или рабочего места частного нотариуса информацию о таком договоре, включая информацию о его стоимости и сумме уплаченного налога в порядке, установленном этим разделом для налогового расчета.

Сумма налога определяется и самостоятельно уплачивается через банковские учреждения:

а) лицом, которое продает или обменивает с другим физическим лицом недвижимость, - до нотариального удостоверения договора купли-продажи, мены;

б) лицом, в собственности которого находился объект недвижимости, отчужденный по решению суда об изменении владельца и переходе права собственности на такое имущество. Физическое лицо обязано отобразить доход от такого отчуждения в годовой налоговой декларации.

В случае несовершения нотариального действия относительно удостоверения договора купли-продажи, мены объекта недвижимости, по которому уплачен налог,

плательщик налога имеет право на возвращение излишне оплаченной суммы налога на основании налоговой декларации, поданной в установленном порядке, и подтверждающих документов о фактической уплате налога.

Если стороной договора купли-продажи, мены объекта недвижимого имущества является юридическое лицо или физическое лицо - предприниматель, такое лицо является налоговым агентом плательщика налога относительно начисления, содержания и уплаты (перечисление) в бюджет налога с доходов, полученных плательщиком налога от такой продажи (обмена).

Под продажей понимается любой переход права собственности на объекты недвижимости, кроме их наследования и дарения.

Доход от операций по продаже (обмену) объектов недвижимости, осуществляемых физическими лицами - нерезидентами, облагается налогом согласно ст.172 НКУ в порядке, установленном для резидентов, по ставке 18%.

14.3.4 Налогообложение дохода, полученного в результате принятия наследства или принятия дара (ст.174 НКУ).

Объекты наследства облагаются налогом:

- по нулевой ставке:

а) объекты наследства, наследуемого членами семьи наследодателя первой и второй степени родства; *(применяется к доходам, полученным начиная с 1 января 2017 года налогоплательщиком в виде наследства/подарка)*

б) стоимость собственности, указанной в подпунктах "а", "б", "г" пункта 174.1 НКУ, которая наследуется лицом, являющимся инвалидом I группы или имеет статус ребенка-сироты или ребенка, лишенного родительской опеки, и стоимость собственности, указанной в подпунктах "а", "б" пункта 174.1, что наследуются ребенком-инвалидом;

- по ставке 5% - стоимость любого объекта наследства, которое наследуется наследниками, которые не указаны выше (в подпункте 174.2.1 НКУ); *(применяется к доходам, полученным начиная с 1 января 2017 года налогоплательщиком в виде наследства/подарка)*

- по ставке 18% - для любого объекта наследства, которое наследуется наследником от наследодателя-нерезидента, и для любого объекта наследства, которое наследуется наследником-нерезидентом от наследодателя-резидента.

Лицами, ответственными за уплату (перечисление) налога в бюджет, являются наследники, которые получили наследство.

Объекты дарения, подаренные плательщику налога другим физическим лицом, облагаются налогом согласно правилам, установленным для налогообложения наследства.

Доходы в виде дара, начисленные (выплаченные, предоставленные) плательщику налога юридическим лицом или физическим лицом - предпринимателем, облагаются налогом на общих основаниях для налогообложения дополнительного блага. *(применяется к доходам, полученным начиная с 1 января 2017 года налогоплательщиком в виде наследства/подарка)*

В случае наследования любых объектов наследства, которые облагаются налогом по нулевой ставке, оценочная стоимость таких объектов для целей налогообложения не определяется.

Если объекты, подаренные плательщику налога, облагаются налогом по нулевой ставке, оценочная стоимость таких объектов для целей налогообложения не определяется.

В других случаях получения доходов в виде объектов наследства/подарков объектом налогообложения является оценочная стоимость таких объектов наследия/подарков, определенная в соответствии с законом.

14.4. Налогообложение недвижимости.

14.4.1. Налог на недвижимость.

Плательщиками налога являются физические и юридические лица, в том числе нерезиденты, которые являются владельцами объектов жилой и/или нежилой недвижимости.

Если объект жилой и/или нежилой недвижимости находится в общей долевой собственности нескольких лиц, плательщиком налога является каждая из этих лиц за надлежащую ей долю.

Если объект жилой и/или нежилой недвижимости находится в общей совместной собственности нескольких лиц, но не разделен в натуре, плательщиком налога является одно из таких лиц-владельцев, определена по их согласию, если другое не установлено судом;

Если объект жилой и/или нежилой недвижимости находится в общей совместной собственности нескольких лиц и поделен между ними в натуре, плательщиком налога является каждая из этих лиц за надлежащую ей долю.

Объектом налогообложения является объект жилой и нежилой недвижимости, в том числе его доля.

Пп. 266.2.2. НКУ выделены объекты, которые не являются объектом налогообложения, в частности общежития; объекты нежилой недвижимости, которые используются субъектами хозяйствования малого и среднего бизнеса, осуществляющих свою деятельность в малых архитектурных формах и на рынках; здания промышленности, в частности производственные корпуса, цеха, складские помещения промышленных предприятий; объекты жилой и нежилой недвижимости, находящихся в собственности общественных организаций инвалидов и их предприятий; и прочие.

Согласно пп.266.3.1. НКУ базой налогообложения является общая площадь объекта жилой и нежилой недвижимости, в том числе его долей.

База налогообложения объектов жилой и нежилой недвижимости, в том числе их долей, находящихся в собственности физических лиц, исчисляется контролирующим органом на основании данных Государственного реестра вещных прав на недвижимое имущество.

База налогообложения объектов жилой и нежилой недвижимости, в том числе их долей, находящихся в собственности юридических лиц, исчисляется такими лицами самостоятельно исходя из общей площади каждого отдельного объекта налогообложения на основании документов, подтверждающих право собственности на такой объект.

Льготы по уплате налога (пп.266.4. НКУ):

База налогообложения объекта/объектов жилой недвижимости, в том числе их долей, находящихся в собственности физического лица - плательщика налога, уменьшается:

а) для квартиры/квартир независимо от их количества - на 60 кв. метров;

б) для жилого дома/домов независимо от их количества - на 120 кв. метров;

в) для различных типов объектов жилой недвижимости, в том числе их долей (в случае одновременного пребывания в собственности плательщика налога квартиры/квартир и жилого дома/домов, в том числе их долей), - на 180 кв. метров.

Такое уменьшение предоставляется один раз за каждый базовый налоговый (отчетный) период (год).

Органы местного самоуправления до 25 декабря года, предшествующего отчетному, подают соответствующему контролирующему органу по местонахождению объекта жилой и/или нежилой недвижимости решение относительно ставок и предоставленных льгот юридическим и/или физическим лицам по уплате налога на недвижимое имущество, отличное от земельного участка, по форме, утвержденной Кабинетом Министров Украины.

Льготы по налогу, предусмотренные подпунктами 266.4.1 и 266.4.2 НКУ, для физических лиц не применяются к:

- объекта/объектов налогообложения, если площадь такого/таких объекта/объектов превышает пятикратный размер необлагаемой площади, установленной подпунктом 266.4.1 НКУ *(для квартиры/квартир независимо от их количества - на 60 кв. метров; для жилого дома/домов независимо от их количества - на 120 кв. метров; для*

различных типов объектов жилой недвижимости, в том числе их долей (в случае одновременного пребывания в собственности плательщика налога квартиры/квартир и жилого дома/домов, в том числе их долей), - на 180 кв. метров).

- объекта/объектов налогообложения, которые используются их владельцами с целью получения доходов (сдаются в аренду, лизинг, ссуду, используются в предпринимательской деятельности).

Согласно пп.266.5.1. НКУ ставки налога для объектов жилой и/или нежилой недвижимости, находящихся в собственности физических и юридических лиц, устанавливаются по решению местных советов в размере, не превышающем 1,5 процента размера минимальной заработной платы, установленной законом на 1 января отчетного (налогового) года, за 1 квадратный метр базы налогообложения.

Базовый налоговый (отчетный) период равен календарному году.

Исчисление суммы налога с объекта/объектов жилой недвижимости, находящихся в собственности физических лиц, осуществляется контролирующим органом по месту налоговой адреса (месту регистрации) владельца такой недвижимости.

Исчисление суммы налога с объекта/объектов нежилой недвижимости, находящихся в собственности физических лиц, осуществляется контролирующим органом по месту налоговой адреса (месту регистрации) владельца такой недвижимости исходя из общей площади каждого из объектов нежилой недвижимости и соответствующей ставки налога.

Плательщики налога - юридические лица самостоятельно вычисляют сумму налога состоянием на 1 января отчетного года и до 20 февраля этого же года подают контролирующему органу по местонахождению объекта/объектов налогообложения декларацию с разбивкой годовой суммы равными долями поквартально.

Порядок исчисления сумм налога в случае изменения владельца объекта налогообложения налогом предусмотрен пп.266.8. НКУ.

Налог уплачивается по месту расположения объекта/объектов налогообложения и зачисляется в соответствующий бюджет.

Налоговое обязательство за отчетный год по налогу уплачивается:

а) физическими лицами - в течение 60 дней с дня вручения налогового сообщения-решения;

б) юридическими лицами - авансовыми взносами ежеквартально до 30 числа месяца, что наступает за отчетным кварталом, которые отображаются в годовой налоговой декларации".

14.4.2. Плата за землю.

Земельный налог - обязательный платеж, что взымается с владельцев земельных участков и земельных долей (паев), а также постоянных землепользователей – п.п. 14.1.72 НКУ.

За единицу площади при налогообложении земельного участка, принимается 1 квадратный метр в населенных пунктах и 1 гектар за пределами населенного пункта. – п.п. 14.1.130 НКУ.

Плательщиками налога являются владельцы земельных участков, земельных долей (паев); землепользователи.

Объектами налогообложения являются земельные участки, находящиеся в собственности или пользовании; земельные доли (паи), находящиеся в собственности.

Базой налогообложения является нормативная денежная оценка земельных участков с учётом коэффициента индексации и площадь земельных участков, нормативная денежная оценка которых не проведена. – п. 271.1 НКУ.

Ставка налога за земельные участки, нормативную денежную оценку которых проведено, устанавливается в размере не более 3 процентов от их нормативной денежной

оценки, для земель общего пользования - не более 1 процента от их нормативной денежной оценки, а для сельскохозяйственных угодий - не менее 0,3 процента и не более 1 процента от их нормативной денежной оценки.

Ставка налога устанавливается в размере не более 12 процентов от их нормативной денежной оценки за земельные участки, находящиеся в постоянном пользовании субъектов хозяйствования (кроме государственной и коммунальной формы собственности).

Ставка налога за земельные участки, расположенные за пределами населенных пунктов, устанавливается в размере не более 5 процентов от нормативной денежной оценки единицы площади пашни по Автономной Республике Крым или по области, а для сельскохозяйственных угодий - не менее 0,3 процента и не более 5 процентов от нормативной денежной оценки единицы площади пашни по Автономной Республике Крым или по области.

Льготы для физических лиц (статья 281 НКУ)

От уплаты налога освобождаются:

- инвалиды первой и второй группы;
- физические лица, которые воспитывают трех и больше детей возрастом до 18 лет;
- пенсионеры (по возрасту);
- ветераны войны и лица, на которых распространяется действие Закона Украины "О статусе ветеранов войны, гарантии их социальной защиты";
- физические лица, признанные законом лицами, которые пострадали вследствие Чернобыльской катастрофы.

Освобождение от уплаты налога за земельные участки, предусмотренное для соответствующей категории физических лиц, распространяется на один земельный участок за каждым видом использования в пределах предельных норм:

- для ведения личного крестьянского хозяйства - в размере не более 2 гектара;
- для строительства и обслуживания жилого дома, хозяйственных построек и сооружений (приусадебный участок): в селах - не более 0,25 гектара, в поселках - не более 0,15 гектара, в городах - не более 0,10 гектара;
- для индивидуального дачного строительства - не более 0,10 гектара;
- для строительства индивидуальных гаражей - не более 0,01 гектара;
- для ведения садоводства - не более 0,12 гектара.

Если физическое лицо, определенное в пункте 281.1 НКУ, имеет в собственности несколько земельных участков одного вида использования, то такое лицо до 1 мая текущего года подает письменное заявление в произвольной форме в контролирующий орган по месту нахождения земельного участка о самостоятельном избрании/изменении земельного участка для применения льготы.

Льгота начинает применяться к выбранному земельному участку с базового налогового (отчетного) периода, в котором подано такое заявление.

Базовым налоговым (отчетным) периодом для платы за землю является календарный год.

Основанием для начисления земельного налога являются данные государственного земельного кадастра.

Начисление физическим лицам сумм налога проводится контролирующими органами (по месту нахождения земельного участка), которые направляют (вручают) плательщику по месту его регистрации до 1 июля текущего года налоговое уведомление-решение о внесении налога

Налог физическими лицами уплачивается в течение 60 дней с дня вручения налогового уведомления-решения.

Литература

Гражданский Кодекс Украины.

Налоговый Кодекс Украины.

Земельный Кодекс Украины.

Порядок совершения нотариальных действий нотариусами Украины.

Закон Украины «О государственной регистрации вещных прав на недвижимое имущество и его отягощение».

Положения (стандарты) бухгалтерского учета. (П (С)БУ)

Газета «Все о бухгалтерском учете» №20 (2497) от 27.02.2017г. статья «Продажа «справедливой» инвестнедвижимости: реалии современного налогового учета», стр.26-29; спецвыпуск №389 «Земельные отношения» газета №10 (2367) от 29.01.2016г.

Вопросы для самопроверки

1. Способами приобретения недвижимости являются приобретение:

а) По устному договору сторон.

б) По нотариально удостоверенным договорам, по закону или по распоряжению органа государственной власти.

в) По письменным договорам.

2. Обычная система налогообложения налога предусматривает ставку налога на прибыль:

а) 25%

б) 16%

в) 18%

3. Прибылью юридического лица при продаже ОС является:

а) Положительная разница между суммой покупки и суммой продажи ОС.

б) Сумма, полученная юридическим лицом по договору купли-продажи.

в) Сумма превышения доходов от продажи объектов ОС и нематериальных активов над их балансовой стоимостью.

4. Здания и сооружения относится к группам ОС:

а) 6 группа

б) 1 группа

в) 3 группа

5. Минимальный срок полезного использования (амортизации) земельного участка, как ОС:

а) 25 лет

б) 49 лет

в) срока нет

6. Ставки налога, применяемые при продаже объектов недвижимости для физических лиц резидентов:

а) 0% и 18%

б) 0% и 5%

в) 18%

7. Ставка военного сбора, применяемая при продаже объектов недвижимости для физических лиц резидентов:

а) 1%

б) 1,5%

в) не применяется ни при каких случаях.

8. Ставки налога, применяемые при продаже объектов недвижимости для физических лиц нерезидентов:

а) 0 и 18%
б) 0 и 5%
в) 18%

9. Ставки налога, применяемые при вступлении в наследство и принятии дара для физических лиц резидентов:

а) 0% и 18%
б) 0% и 5%
в) 18%

10. Ставки налога, применяемые при вступлении в наследство и принятии дара для физических лиц нерезидентов:

а) 0 и 18%
б) 0 и 5%
в) 18%

11. При налогообложении недвижимости база налогообложения уменьшается для квартир и домов, соответственно на:

а) 60 и 120 кв.м.
б) 120 и 180 кв.м.
в) 60 и 180 кв.м.

12. Ставка налога за земельные участки, нормативная денежная оценка которых проведена, устанавливается в размере не более:

а) 1 % от их нормативной денежной оценки;
б) 3% от их нормативной денежной оценки;
в) 5% от их нормативной денежной оценки.

Модуль 15. Основы психологии. Психологические аспекты операций с недвижимостью.

Риэлтор на рынке недвижимости предлагает свои услуги. Отличительной характеристикой услуги как товара является непосредственное взаимодействие продавца услуги и потребителя (клиента).

Клиент рассматривает риэлтора в качестве эксперта, чьи знания и профессиональные навыки он готов купить, если доверяет ему не только как специалисту, но и как личности. В связи с этим, в работе агента по недвижимости особое положение занимают его психологическая подготовка и этические основы его профессиональной деятельности.

Таким образом, актуальность модуля «Основы психологии. Психологические аспекты операций с недвижимостью», не вызывает сомнений.

Данный модуль позволяет увидеть данную профессию в системном видении, предусматривает более глубокое понимание во взаимоотношениях с клиентами, даёт возможность структурировать принципы профессионального поведения риэлтора во взаимоотношениях с клиентом и, понять, какие психологические аспекты необходимы для успешной работы, наметить векторы своего совершенствования.

Содержание:

15.1. «Современный риэлтор. Каким он должен быть?»

15.1.1. Глобальные изменения внешней среды, которые влияют на работу современного риэлтора.
15.1.2. Качества риэлтора, влияющие на его работу.
15.2. Характеристика профессии риэлтора.
15.2.1. Профессиограмма риэлтора: цель, задачи, предмет и содержание риэлторской деятельности.
15.3. Составные части знаний профессии «Риэлтор»
15.4. Психологические особенности работы на рынке коммерческой недвижимости.
15.5. Профессиональный имидж и бренд Вашей личности.
15.5.1. Вредные советы риэлтору: Как испортить свой имидж.
15.6. Общение как инструмент профессиональной деятельности риэлтора.
15.6.1. Коммуникативные умения риэлтора.
15.6.2. Правило восприятия «15 секунд» при первой встрече.
15.7. Полезные правила общения по телефону.
15.7.1.Правила делового этикета в разговоре по телефону.
15.7.2. Как сознательно владеть голосом.
15.8. Консультирование клиентов по вопросам недвижимости (рекомендации).
15.8.1. Организация процесса консультирования клиентов в офисе.
15.8.2. Последовательность этапов консультирования.
15.9. Типичные ошибки в работе с клиентом.

15.1. «Современный риэлтор. Каким он должен быть?»

15.1.1. Глобальные изменения внешней среды, которые влияют на работу современного риэлтора.

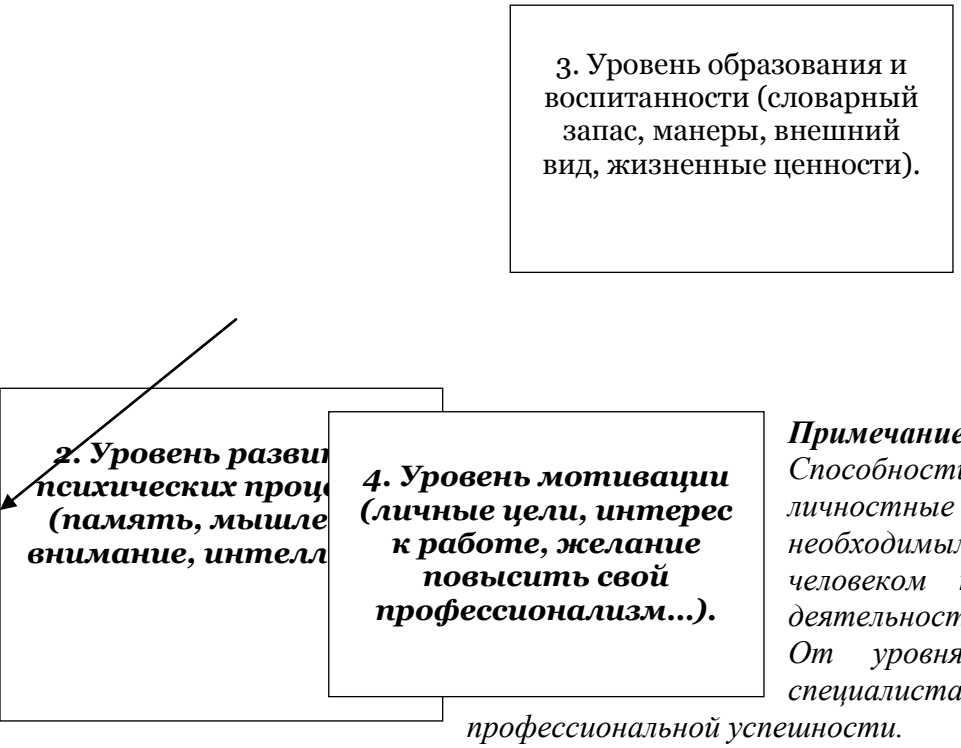
1. Вызовы и неопределенность как постоянство;
2. Ограниченные ресурсы;
3. IT-технологии;
4. Условность границ, миграция;
5. Рост требований клиентов.

Концептуальные требования к современному риэлтору.

1. Знание рынка и технологии недвижимости
2. Креативный маркетинг.
3. Умение быть в нужном месте в нужное время.
4. Находчивость в управлении кризисами и неожиданными событиями.
5. Умение сохранять спокойствие.
6. Умение развивать конструктивные отношения с партнерами и клиентами.

Современный риэлтор	=	**Специалист**	**Предприниматель**	**Менеджер**

15.1.2.Качества риэлтора, влияющие на его работу.



Примечание:
Способности – это индивидуально-личностные особенности, которые являются необходимым условием успешного выполнения человеком той или иной профессиональной деятельности.
От уровня развития данных качеств у специалиста недвижимости зависит уровень его профессиональной успешности.

Качества отличного риэлтора:

- **Риэлтор должен быть компетентен и уверенным в себе.**
- **Риэлтор длжен быть настроен позитивно.**
- **Риэлтор должен с энтузиазмом слушать, учиться и расти, чтобы стать лучше.**
- **Риэлтор должен быть порядочным. Это главное.Это даже не принцип, а ключевый элемент, который пронизывает остальные и без которого все вышеперечисленное не имеет смысла.**

15.2. Характеристика профессии риэлтора.

Риэлтор (от англ. «real estate» - недвижимость, настоящая ценность) – специалист, который совершает посреднические операции с недвижимостью.

Уникальность этой профессии заключается в том, что **специалист по недвижимости (риэлтор)** – это высоко интеллектуальная профессия, которая требует большого количества знаний, увязанных между собой в систему. Без глубокого понимания экономики, градостроения, архитектуры, банковского дела, бухгалтерского учета, правоведения, землеустройства, психологии и пр. невозможно грамотно исполнить посреднические операции с недвижимостью.

15.2.1 Профессиограмма риэлтора: цель, задачи, предмет и содержание риэлторской деятельности.

Цель труда: Осуществлять посредническую деятельность между организациями, отдельными юридическими лицами, физическими лицами в операции с недвижимостью, при определении предложения и спроса, установлении окончательной цены на объект с целью заключения соглашений между контрагентами.
Предмет труда: Представления человека (клиента) о локальном рынке недвижимости, об объекте недвижимости (цена, возможности эксплуатации, др. характеристики), об операции с конкретным объектом недвижимости (сроки, процедуры, контрагенты и т.д.).

N.B.
Риэлтор работает, в первую очередь, не с объектами, а с людьми, т.е. с их представлениями о рынке недвижимости.

Инструменты работы риэлтора: все, что оказывает влияние на представления клиента об объекте недвижимости и операциях с данным объектом:

- объект недвижимости;
- законодательные документы, экономические, статистические отчеты, информация о структуре рынка недвижимости, рекламная информация и пр.
- сама личность риэлтора, его профессиональные знания и психологические умения, внешний вид, настроение и т.д.

Основные производственные операции риэлтора:
1)Изучать рынок недвижимости в определенном географическом районе.
2)Работать с рекламными средствами и источниками об объектах недвижимости.
3)Предложить свои услуги потенциальному клиенту, заключить договор об оказании риэлторских услуг.
4)Способствовать полной и всесторонней информированности клиента о существующем спросе и предложении на рынке недвижимости.
5)Способствовать целеустремленной и своевременной реализации спроса и предложения объектов на рынке недвижимости, сохраняя при необходимости, коммерческую тайну.
6)Участвовать во всех этапах заключения соглашений между продавцом и покупателем объекта.
7)В процессе сделки консультировать её участников по вопросам, касающихся реализации операции с недвижимостью.
8)Оформлять, согласно установленным действующим законодательством Украины правилам соглашения, документы, договора.

Профессиональные знания, умения и навыки.

Должен знать: **технологии риэлторской услуги, постановления, распоряжения и прочие материалы, которые касаются продажи недвижимости; основы семейного, хозяйственного права и предпринимательства, налоговой системы, структуру и тенденции рынка недвижимости, основы маркетинга, технологии позиционирования своих услуг и объектов, правила делового этикета, психологические основы общения.**
Должен уметь: определять поиск потенциальных клиентов, вести переговоры о продаже риэлторских услуг и объектов, заключать договор об оказании услуг, находить информацию о необходимых объектах, консультировать клиента по вопросам реализации операции с недвижимостью, разрабатывать и проверять условия соглашений с точки зрения их экономической целесообразности; вести работу с собственником о подготовке объекта к показам и продаже, контролировать соответствие заключенных соглашений действующему законодательству, своевременность и правильность оплаты, отстаивать интересы своих клиентов в переговорах с контрагентом

15.3. Составные части знаний профессии «Риэлтор»:

1.Экономика
Эффективность использования и прибыльность недвижимости
Планирование производственных процессов
Порядок формирования и управления себестоимостью производства продукции (услуг)
2.Финансы и банковские операции
Инвестиционная деятельность
Ипотека
Кредитные операции и залог имущества

Финансовое планирование
Использование ценных бумаг на рынке недвижимости

3.Маркетинг

Соотношение спроса и предложения
Мотивации субъектов рынка недвижимости
Рекламная деятельность и продвижение объектов на рынке

4.Психология

Профессиональное мировоззрение риэлтора
Навыки делового общения
Умение услышать и понять желания клиента
Этика работы риэлтора на рынке
Методы достижения успеха

5.Правоведение

Гражданские и хозяйственные правоотношения, регистрация прав собственности на недвижимое имущество
Жилищные и семейные права граждан
Земельные отношения
Приватизация, аренда, банкротство предприятий, принудительное отчуждение
Лицензирование и сертификация на рынке недвижимости

6.Градостроение и архитектура

Генеральный план развития города
Объемно-планировочные решения объектов недвижимости
Технические требования к зданиям, сооружениям

7.Налоги и бухгалтерский учет

Налогообложение недвижимости и операций с ней
Учет активов
Амортизационная политика

8.Оценка недвижимости и анализ рынка

Стандарты оценки имущества
Подходы и методы оценки
Методика сбора информации и анализа рынка недвижимости
Наиболее эффективное использование недвижимости и другие принципы оценки

9.Землеустройство

Государственный земельный кадастр
Зонирование территорий
Целевое назначение земельного участка

10. Менеджмент

- Тайм-менеджм Современные методы управления человеческими ресурсами

Структура и организация деятельности агентства недвижимости

11.IT- технологии

Современные коммуникационные системы
Базы данных и их использование в риэлторской деятельности
Интернет и мультилистинговые системы в риэлторских технологиях

Специалист по недвижимости (риэлтор) – социально важная профессия. Риэлтор помогает решать стратегически важные в жизни каждого человека вопросы: купить дом, сменить место проживания, начать новый бизнес или реинвестировать прежний и т.д.

Риэлтор в качестве посредника помогает людям осуществлять такие операции и должен хорошо понимать желания клиентов, чтобы предлагать им то, что необходимо. Люди нуждаются в качественных операциях с недвижимостью: аренде, покупке, продаже, сдаче в аренду и т.д.

Риэлтор необходим клиенту в качестве посредника со своими профессиональными знаниями о технологиях на рынке недвижимости, умением провести грамотный анализ большого количества информации на этом рынке и дать квалифицированный совет, с навыками вести сложный переговорный процесс.

Для этого специалисту - риэлтору необходимо знать тенденции и ценовые предложения рынка недвижимости, правовые нормы, регулирующие операции с недвижимостью, уметь собирать и анализировать информацию об объектах недвижимости, находить подходящий вариант для решения задачи клиента в соответствующие сроки, организовать осмотр недвижимости, согласовывать действия двух сторон по покупке-продаже недвижимости, быть очень эффективным коммуникатором.

Целями оказания риэлторских услуг являются:
1.Предоставление клиентам профессиональной помощи в совершении законных и безопасных операций в сфере недвижимости;
2.Экономия сил и времени клиентов;
3.Обеспечение клиентам удовлетворения сотрудничеством с (риэлторской) компанией.

N.B.
Условием успеха риэлтора в структуре его профессиональной деятельности является ряд факторов: прежде всего любовь к своей работе, творческое отношение к профессии, наличие сформированного мировоззрения современного цивилизованного человека и соблюдение норм этического кодекса своей профессии.

15.4. Психологические особенности работы на рынке коммерческой недвижимости.

№	Особенности работы на рынке коммерческой недвижимости	Психологическая задача: действия для достижения позитивного результата	Психологические требования к агенту коммерческой недвижимости
1	Клиенты - предприниматели, которые обладают деловой хваткой, волевым характером и лидерскими задатками.	Выстроить деловые конструктивные отношения с клиентами («взрослый» - «взрослый»): предлагать свои решения, аргументировать их, не отвлекаться на эмоциональные отклонения	Наличие личностной целостности, стрессоустойчивость и мужество, отсутствие трусости перед статусными лицами, психологических комплексов по отношению к ним. Умение держать локус контроля
2	Ведение переговоров с группой клиентов, где существует своя внутригрупповая динамика, где каждый имеет свои взгляды, положение и бизнес-интересы.	Слышать всех и выстроить со всеми позитивные отношения («лицо принимающее решение», «лица, влияющие на решение»): применять технику активного слушания, обратной связи, групповой коммуникации.	Широкое разностороннее мировоззрение. Уровень культуры: грамотная речь, знание делового этикета. Коммуникативная компетентность
3	Предметная область переговоров охватывает компетентность в финансовом, налоговом, юридическом менеджменте	Вызвать доверие клиентов своей компетентностью в умении выстроить оптимальный механизм реализации сделки: применять конкретные знания.	Интеллектуальная работоспособность, обучаемость, хорошая память, образованность, живой ум, находчивость.
4	Маркетинг на рынке коммерческой недвижимости	Вызвать уважение клиентов своими знаниями их потребностей: быть	Системность мышления, способность собирать и структурировать информацию,

	предполагает знание особенностей бизнеса потенциальных и реальных клиентов.	подготовленным к продаже своей услуги (объекта, проекта)	умение решать задачи, хорошая память.
5	Длительный процесс переговоров и реализации сделки	Выстроить деловые конструктивные отношения с клиентами («взрослый» - «взрослый»): применять техники консультирования, техники презентации, правила делового этикета, деловой переписки.	Позитивная самооценка, отсутствие зависимости, решительность. Умение быстро восстанавливать свой психический ресурс. Эмоциональный интеллект.

15.5. Профессиональный имидж и бренд Вашей личности.

«Имидж – это искусство управлять впечатлением…»
Э.Гофман.
«Формула успеха личностного бренда достаточно лаконична: делать на «продажу» только то, к чему есть призвание, и делать наилучшим образом.
Первый клиент, которому Вы должны понравиться, это вы сами…»

Специфика Вашей работы заключается в том, что Вы в постоянном общении с коллегами, менеджерами и клиентами в первую очередь «продаете», т.е. продвигаете себя как профессионала в данной целевой аудитории. Не удивляйтесь, но принципы построения бренда товаров, услуг и личности одни и те же. Необходимо очень потрудиться, чтобы создать на себя спрос.

Некоторые полезные советы:
1) Определите свои сильные и слабые стороны, выявите потребности своей целевой аудитории, подумайте, как вы можете удовлетворить их.
2) Поддерживайте постоянный контакт с вашими «потребителями», стройте отношения. Работайте над своими недостатками (повышайте качество своего «товара»).
3) Личностный брендинг – это не только создание имиджа для окружающих, это, в первую очередь, принятие себя как уникальной комбинации рациональных и эмоциональных качеств, которые служат ключом в Вашем личностном и профессиональном росте.
4) У вас, как профессионала, есть свои уникальные функциональные свойства: знаете рынок недвижимости, умеете находить варианты, анализировать свойства объектов и т.д. Сложнее иногда определить в себе и развить эмоциональные свойства: быть позитивным и интересным собеседником, уметь вдохновлять окружающих тебя людей и т.д. Ваш личностный бренд будет цельным, если вы будете развивать все виды своего преимущества: профессиональные и эмоциональные.

15.5.1. Вредные советы риэлтору: Как испортить свой имидж.

Крыса спрашивает у хомячка:
«Мы с тобой оба из породы грызунов.
Почему, когда встречаются со мной –

люди кричат от ужаса и ругаются,
а при виде тебя - умиляются?».
Хомячок подумал и ответил:
«Наверное, у тебя PR плохой»

Действуя по этой инструкции, Вы гарантировано получите 100% результат в том:

- чтобы отпугнуть потенциального клиента,
- чтобы у клиента появилось сомнение в работе с Вами,
- чтобы Ваши отношения с клиентом испортились и т.д.

Совет 1
Напишите рекламное объявление с ошибками! Ничто не привлекает так читающего, как текст с ошибками. Особенно если Вы потратили на это деньги и время (стоимость блока в СМИ, распечатка и расклейка…).

Совет 2
В беседе по телефону комкайте речь и не представляйтесь! Вы просто гений общения, если еще и нагрубите на удивленную (раздраженную) реакцию клиента. Лучше, если Вы сообщите клиенту о том, к какому классу животных он относится («козел», «жаба», «баран», «змея»….)

Совет 3
Будьте экономными - пусть Клиент звонит и перезванивает сам! Это же ему надо – купить или продать жилье.

Совет 4
Долго ищите свою визитку при встрече с Клиентом! Для убедительности похлопайте себя по всем карманам, пошарьте в своей сумочке…. Можете усилить негативный эффект, если, наконец-то, вручите клиенту свою помятую визитку с трудночитаемым текстом.

Совет 5
Назначьте Клиенту время встречи – а сами опоздайте! Ведь у Вас всегда уважительная причина, а ему делать все равно нечего. Пусть Клиент ждет, волнуется, для него это полезно!

Совет 6
Начните переговоры с клиентом с вопроса стоимости риэлторских услуг! Зачем Клиенту знать о том, что Вы собираетесь делать для него? Надо сразу огорошить Клиента той суммой, которую он уже должен Вам, так и не поняв, за что.

Совет 7
Ваши угрюмое лицо и неопрятный внешний вид произведут на Клиента нужное впечатление! Вы можете усилить это впечатление, например такими приемами: не разуваться в его квартире, потребовать отдать ключи и оригиналы документов на жилье.

Совет 8
Побольше поучайте клиента! Ведь это Вы специалист по недвижимости: указывайте на недостатки его объекта, авторитетно заявляйте о невозможности сделки!

Совет 9
Предлагайте клиенту тот объект, который у Вас есть, а не то, что нужно ему! Пусть Клиент не капризничает и ценит то, что ему, вообще, что-то предложили.
Совет 10.

Как можно красочнее рассказывайте своему Клиенту о нерадивых коллегах! Пусть Клиент знает о том, какие на самом деле риэлторы, боится их и работает только с Вами!

Главное, не останавливаться и проявлять фантазию!
Дерзайте – Вас все получится!

15.6. Общение как инструмент профессиональной деятельности риэлтора.

15.6.1.Коммуникативные умения риэлтора.

«Если общение идет неправильно,
то большей частью это вина инициатора общения…»

Инициатором общения с клиентом чаще всего является агент по недвижимости.

1) Умение «видеть» и понимать цель общения: выходить на определенный результат в беседе.
2) Умение владеть «языками» общения: жестов, телодвижений, эмоций и т.д.
3) Умение грамотно задавать нужные вопросы.
4)Умение слушать и слышать собеседника.
5)Умение четко излагать свои мысли, суждения, мнения.
6)Умение давать обратную связь в коммуникациях с клиентами.
7)Умение говорить: соблюдать адекватные громкость, паузы, скорость и т.д. в разговоре.

Умение риэлтора читать «рисунок» общения с клиентом

Любое общение имеет элементы, из которых складывается своеобразный узор коммуникации, его рисунок.

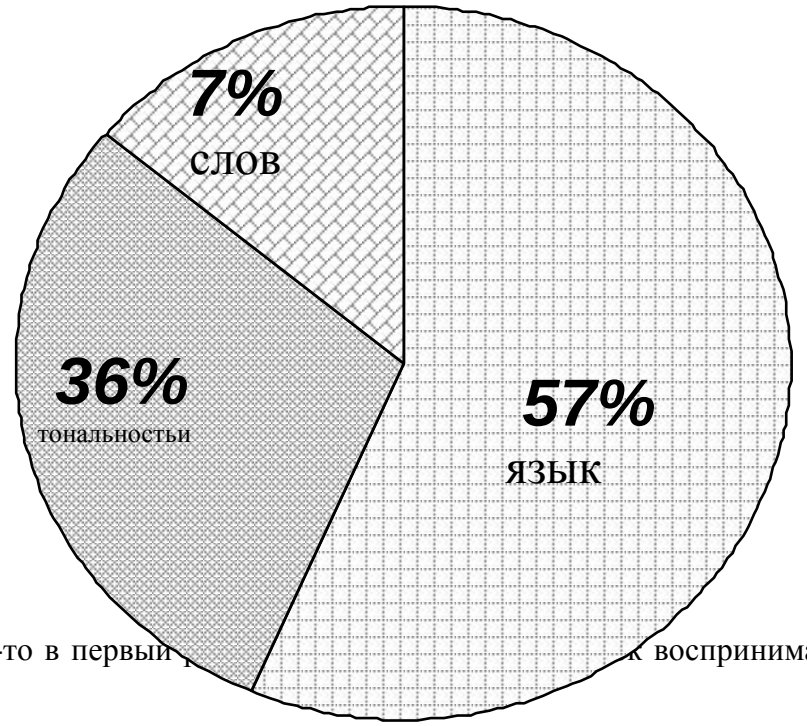
Элементы общения:

1) Содержание, текст коммуникации (Что сказано?) Например: текст «я хочу продать квартиру»).
2) Подтекст в коммуникации, выражающий отношение говорящего к содержанию (Как сказано?) Например: сказано о желании продать квартиру с интонациями огорчения, любопытства, радости и т.д.).
3) Контекст времени коммуникации (Когда?) Например: о желании продать квартиру сказано в начале разговора, в конце и т.д.).
4) Цель коммуникации (Зачем?) Например: о желании продать квартиру было сказано с целью просто получить информацию о стоимости объекта у риэлтора или поручить риэлтору эту задачу по продаже объекта.

15.6.2. Правило восприятия «15 секунд» при первой встрече.

«В повседневной жизни, общаясь с людьми, мы ориентируемся в их поведении, поскольку мы как бы «читаем» его, т.е. расшифровываем значение его внешних данных, раскрываем смысл получающегося текста в контексте…»
(С.Л.Рубинштейн)

При первой встрече в течение 15 секунд 100% воспринимаемой человеком информации распределяются таким образом:



Встречаясь с кем-то в первый р к воспринимает информацию таким образом:

57 % воспринимаемой информации – это сведения, которые на бессознательном уровне выдают позы нашего тела, жесты, взгляд, внешний вид и т.д.
36 % воспринимаемой информации – это звуки нашего голоса, тембр, громкость, эмоциональная окраска и т.д.
7 % воспринимаемой информации – содержание слов, которые мы произносим.

Пожелание: помните о правиле «15 секунд» и будьте всегда готовы к первой встрече с потенциальным клиентом таким образом, чтобы у него первое впечатление о Вас осталось благоприятным. Трудно прогнозировать согласие клиента работать с риэлтором, который даже не догадывается, что уже успел не понравиться.

15.7. Полезные правила общения по телефону.

Знаете, как в продажах проще всего выделится среди конкурентов? Просто вовремя перезванивать! Если клиент просит перезвонить через пять минут, а Вы звоните через полчаса, что тогда клиенту остается думать о компании и ее сотрудниках.

15.7.1. Правила делового этикета в разговоре по телефону.

Правила делового этикета в разговоре по телефону, когда принимаем входящие звонки:

- Поднимайте трубку до 3-го звонка.
- Подождите 2 секунды перед тем, как представиться.
- Принимающий звонок: назовите своё агентство.
- Представьтесь, назовите себя.
- Поздоровайтесь.
- Определите, кто звонит.
- Предложите услуги: «чем я могу помочь?».

Всегда вешайте трубку последним и…НИКОГДА

- ► Не забывайте улыбаться.
- ► Не говорите монотонным, усталым или раздраженным голосом.
- ► Не давайте бесполезную или негативную информацию о ваших коллегах, ответственных лицах или фирме.
- ► Не забывайте о Ваших обязанностях.
- ► Не давайте нечеткой или неточной информации.
- ► Не прерывайте.

Как принять телефонограмму, т.е. сообщение для кого-то:

- Будьте понимающим.
- Задавайте вопросы и делайте предложения.
- Откликайтесь на предложения.
- Примите сообщение полностью: имя звонящего, название фирмы, время, когда можно перезвонить, цель звонка.
- Передайте сообщение без промедления.
- Принимайте звонки за отсутствующих коллег после трех звонков; передайте сообщение без задержек.

Это важно помнить при общении по телефону

	Помним, что	**Наши действия:**
	Телефон искажает голос	Говорим отчетливо и более низким голосом.
	Собеседник, поднимая трубку, не знает с кем и о чём начнёт говорить.	Представляем себя и свою цель звонка
	Работает закон «компенсации», так как в переговорах отсутствует визуальный ряд, усиливается работа аудиального канала человека при восприятии.	Обращаем внимание на собственные интонации, следим, чтобы не мешали отвлекающие звуки: одышка, кашель, кряхтение, хлюпанье и т. д.
	Долго « висеть» на телефоне нельзя: оптимальное время общения по телефону до 7 минут.	Готовим план телефонного разговора.
	Собственное имя человека всегда наиболее приятно для слушателя.	Не забываем обращаться по имени отчеству.
	Собеседник может быть не готов к телефонному разговору (его что-то отвлекает).	Уточняем: может ли собеседник спокойно общаться с Вами.
	Может получиться эффект «глухого» телефона.	Чётко определяем правильность обоюдного понимания информации, прозвучавшей в телефонном разговоре.

15.7.2. Как сознательно владеть голосом.

Как сознательно владеть голосом, чтобы произвести хорошее впечатление и убедить собеседника?

- Говорить надо медленно, спокойно, достаточно громко и внятно. Чем меньше времени в Вашем распоряжение, тем меньше Вы можете себе позволить углубляться в разъяснения того, что Ваш собеседник не понял с первого раза.

- Выделяйте голосом особо значимые слова, меняйте интонацию.
- Сознательно меняйте силу голоса, не говорите монотонно.
- Употребляйте короткие предложения, в которых формулируйте только одну мысль.
- Периодически делайте паузу, давая возможность собеседнику «переварить» сказанное Вами.
- Говорите глубоким бархатным голосом зрелого («сорокалетнего») человека, но оставайтесь при этом естественным, а не притворяйтесь. Благодаря этому Вы произведете впечатление серьезного человека, вызывающего к себе доверие, а не «молодого неопытного новичка» или «старой нерасторопной калоши предпенсионного возраста».
- Говоря по телефону, сидите прямо, не напрягаясь. За счет этого Вы будете дышать глубоко, держаться спокойнее, станете более сосредоточенным, голос будут более сочным.
- Не пытайтесь имитировать иностранный акцент и говорить на каком-либо диалекте, это выглядит глупо.
- Когда Вы улыбаетесь во время разговора, голос делается более приятным.
- Медленное глубокое дыхание успокаивается. Голос и интонация выдают Ваш внутренний настрой.

15.8.Консультирование клиентов по вопросам недвижимости (рекомендации).

15.8.1. Организация процесса консультирования клиентов в офисе.

Для эффективного приема и консультирования клиентов по интересующим их вопросам рекомендуем обратить Ваше внимание на следующее:

а) расстановка мебели: важно, чтобы, войдя в офис к риэлтору, клиент мог чувствовать себя легко и непринужденно. Для этого немаловажно наличие комфортной обстановки.

N.B.
Важно, чтобы клиенту было удобно располагаться во время разговора, поскольку дискомфорт будет постоянно отвлекать его от беседы. Обратите внимание на температуру, освещение, запахи, порядок, чистоту, допустимый шум в помещении.

б) наличие всего необходимого для конструктивного разговора.
Например, можно предложить клиенту чай, кофе. На рабочем столе должны быть под рукой документы, информация, которые необходимы для решения вопросов, а также ручка, блокнот для записей, калькулятор и пр.

в) атмосфера внимания риэлтора к собеседнику, которая создается профессиональными навыками:
1)Умение устанавливать контакт глаз. Как известно: глаза - зеркало души. Установить контакт глазами – это, прежде всего, постараться встретиться с глазами собеседника таким образом, чтобы получить позитивный эмоциональный ответ в его глазах. Эмоциональный контакт во время разговора рекомендуется поддерживать взглядом, устремленным в район «глазного треугольника» (когда говорим) и район «носогубного треугольника» (когда слушаем).
2)Умение управлять коммуникацией во время переговоров, особенно если они проходят в напряженной обстановке. Например: техника кавитации (кавитация тех. -__ разрыв сплошности). О напряженном эмоциональном состоянии людей во время переговоров можно судить по таким внешним проявлениям как напряженное состояние тела, закрытые позы, негативные эмоции, «каменное выражение лица», агрессивный взгляд. Техника кавитации

заключается в умении изменить (переключить, перевести) потоки негативных эмоций во время сложного обсуждения: например, уронить ручку, переставить стул, вспомнить о чем-то интересном и т.д.
3)Умение не только задавать грамотные вопросы, но вовремя их задавать.
4)Умение давать обратную связь во время разговора собеседнику. Грамотная обратная связь обладает такими характеристиками: она лаконична, высказывается только лишь от собственного «Я», предполагает личное искреннее мнение по обсуждаемому вопросу.

15.8.2. Последовательность этапов консультирования.

1.Подготовительный этап – это:
1) информация о наличии объектов, спросе и предложениях на данный момент, знание местного рынка недвижимости, его структуры, тенденций, диапазона цен;
2) позитивный психологический настрой на встречи с клиентами;
3)организация рабочего пространства для общения и консультирования, порядок в помещении и на рабочем столе, наличие необходимых документов, информации, которые легко и быстро в случае необходимости можно будет представить;

2. Установление контакта с клиентом:
Умение расположить клиента к себе вызвать его доверие, создать для него наиболее комфортные условия, (предложить удобное место для беседы и т.д.), представиться самому, узнать его имя отчество, выяснить, как лучше обращаться к посетителю.

3.Выявление проблемы, вопросов, которые волнуют клиента:
В этом случае большую роль будут играть Ваши умения и навыки активного слушания: не только Ваши грамотные вопросы, но и Ваша правильно принятая поза, выражение Вашего лица, подтверждение от Вас обратной связи, что Вы слушаете и понимаете своего собеседника, Ваши поощряющие к разговору глаза, жесты и слова.

Ваше искусство задавать вовремя правильные вопросы:

- Открытые вопросы – это такие вопросы, которые стимулируют свободные ответы в виде рассказа, повествования. Например: «Какой должна быть Ваша будущая квартира?»;
- Альтернативные вопросы предполагают возможность для собеседника определиться с выбором. Например: «Для Вас предпочтительнее время просмотра вечером или утром? В котором часу именно?»
- Уточняющие вопросы – это такие вопросы, на которые получаем более ясные однозначные ответы собеседника. Например: «В каких районах города для Вас предпочтительнее варианты?»

4.Фиксирование пожеланий клиента во время консультирования подразумевает Ваши умения и возможности решать определенную ситуацию клиента, учитывая его просьбу. По сути, этот этап является часом «Х» в консультировании клиента, т.к., наступает время, когда должны говорить Вы. От Вас клиент хочет услышать, что Вы его правильно поняли и предложите ему наиболее оптимальный вариант решения его проблемы. Именно этот момент чаще всего является моментом истины в продажах Ваших услуг данному клиенту, т.к. для Вас появляется возможность показать свой профессионализм и умение решать проблемы клиента.

5.Подведение итогов консультирования:

В конце беседы с клиентом необходимо четко и проговорить, чего хочет собеседник и Ваш вариант решения его проблемы. Окончательное согласование деталей с клиентом о совместных действиях, времени и месте встречи будут логическим завершением беседы.

6. Позитивное расставание:
Важно поставить точку в беседе таким образом, чтобы клиент ушел от Вас с представлением, что ему действительно помогли советом или, во всяком случае, внимательно выслушали и старались ему помочь. Позитивное впечатление от процесса общения с профессиональным риэлтором остается в памяти клиента и случае возникновения потребности, связанной с недвижимостью, этот человек без сомнений захочет обратиться именно к Вам.

15.9. Типичные ошибки в работе с клиентом.

1. Повышенное усердие.

- Случается так, что, позвонив в фирму, клиент задает вопросы о конкретной квартире. Услышав исчерпывающие ответы агента (менеджера), клиент готов сделать заказ, но...
- Агент, не обращая внимания на то, что клиент "созрел", продолжает выливать на него поток информации об услугах фирмы. Клиент ощущает давление, которое он может трактовать, как попытку "развести" его на деньги и задумывается, стоит ли ему делать заказ в этой компании.
- Таким образом, слишком усердный агент своими руками оттолкнул клиента, отговорил от уже принятого решения.
- Очень важно выслушать клиента, выяснить до конца его потребности, поставить точный "диагноз" и только тогда предложить соответствующий спектр услуг. Если вы чувствуете, что клиент готов продолжить общение, хочет узнать о работе вашего предприятия как можно больше, "зацепите" его интерес, пригласите посетить ваш офис для обсуждения дальнейшего сотрудничества. И тогда примените все свое обаяние и профессионализм. На самом деле инициатива и творческий подход в работе с клиентами приветствуются, если это приносит пользу.

2. Не связывайтесь ни с чем, чего нельзя продать.

- Типичная ситуация, которая встречается в жизни каждого агентства, наглядно показывает "профессиональную" работу агентов.
- Применив все свое обаяние и красноречие, быстренько сформировав необходимый пакет документов, агент продает квартиру клиенту, который остается в восторге от предложенного варианта, найденного за считанные часы. Но спустя некоторое время клиент разочаровывается в квартире и выставляет ее на продажу. Вот тут и выясняется, что эта квартира больше никому не нужна. В адрес "профессионалов" звучат выражения, наполненные огромным смыслом: Горе-покупатель клянет "всех святых"... Ему ничего не остается, как отдать квартиру за бесценок, либо годами ждать, когда попадется такой же простофиля, который купит эту квартиру за приличные деньги.
- Как известно, от дурной славы с трудом избавишься. И еще долго ваш офис будут обходить стороной те, кто так или иначе столкнулся или наслышан о работе "профессионалов". Несомненно, это приведет к потере клиентов и будет на руку вашим конкурентам.
- Во избежание подобных ситуаций не следует вступать в сговор с собственной совестью и "впаривать" заведомо не выгодный вариант. Лучше открыть все карты

клиенту и заранее предупредить его о возможных последствиях этой сделки. Даже если клиент, прислушавшись к вам, откажется от предложенного варианта, несомненно, он вернется за помощью, помня об искренности и порядочности, которую вы проявили. И вполне возможно, к вам же обратятся его друзья, знакомые, все те, кому он расскажет о настоящих профессионалах своего дела. В результате честное отношение к клиенту окупится сторицей. Для настоящего профессионала заработок не цель, а следствие каждодневной работы, рассчитанной на долгие годы вперед. Иногда действительно стоит отказаться от сделки, чтобы не поступиться принципами и сохранить репутацию.

3. **Омрачить результат сделки может вид купленного имущества.**

Наверняка, вам знакомы случаи, когда отдельные продавцы квартир после окончания сделки в силу разных обстоятельств оставляют свою квартиру в непотребном состоянии, т.е. снимают паркет, сантехнику, вынимают рамы и т.п. Шок после увиденного новым хозяином, неприятные объяснения - вот результат недоработки агента.

Выход довольно прост: чтобы не оказаться в подобных ситуаций к договору задатка прилагается "Соглашение сторон о передаче имущества", что и позволяет избежать тех моментов, которые могут омрачить весь результат сделки.

4. Монолог или диалог.

Одной из типичных ошибок агента зачастую бывает излишняя "говорливость". С целью расположить к себе клиента агент настолько увлекается рассказом о тех или иных квартирах, в красках рассказывает об успешно завершенных сделках с похожими обстоятельствами, что не дает возможность своему собеседнику вставить слово. Чаще всего у таких агентов результат отличается от других в худшую сторону. Монолог не может привести к заветной цели. В центре вашего внимания должны быть интересы вашего клиента. В подобной ситуации вряд ли агенту удастся узнать потребности клиента, так как он сам заведомо устроил ему "информационную блокаду".

Настоящий профессионал своего дела сумеет уйти от такого соблазна, он сумеет правильно истолковать мимику, жесты клиента, свидетельствующие об отказе или согласии, сумеет интуитивно почувствовать настрой клиента и правильно выбрать тактику поведения с ним. Не зря говорят: "Все в твоих руках...".

5. Не спешите называть цену.

Бытует мнение, что настоящий профессионал сразу может назвать цену выставляемой на продажу квартиры. Не всегда это возможно. Агент может сделать это, если совсем недавно занимался подобным вариантом в соседнем доме. Но такие совпадения бывают крайне редко.

Поспешив назвать цену, агент обычно либо занижает, либо завышает стоимость квартиры (что не выгодно ни продавцу, ни самому агенту). И потом, когда приходится объясняться с продавцом о не соответствии цены, можно потерять клиента или сработать себе в убыток. Не говоря уже о том, что ваш профессионализм будет подвергнут сомнению...

Чтобы не оказаться в столь неприятной ситуации не стоит спешить с заочной оценкой квартиры. Во-первых, настоящий профессионал сначала лично осмотрит квартиру. Ведь каждый вариант индивидуален, многое зависит от условий продажи, степени готовности документов, "вида из окна" и т.п. Перед встречей с клиентом агенту следует уточнить параметры квартиры, заранее посмотреть, какие подобные квартиры продавались в

последнее время, за какую цену и на каких условиях. Полезно встретиться с агентами, которые занимались подобными вариантами, выяснить у них спрос и продолжительность поиска покупателя. Только после такого профессионального анализа можно будет назвать вероятную цену продажи квартиры. Результат такой работы не заставит себя ждать.

Профессиональный рост конкурентов не позволяет сидеть, сложа руки и ждать, когда клиент случайно попадет в "наши сети". Для того чтобы сформировать поток клиентов, рекламирующих вас друзьям и знакомым как опытного профессионала, следует анализировать все известные вам удачные и неудачные сделки, копить опыт, творчески подходить к работе. Тогда вы сможете избежать неприятных моментов и конфликтных ситуаций, успешно завоевывать доверие и расположение клиентов, твердо и уверенно стоять на позициях, не уступая своих территорий.

Единственный способ взобраться на вершину лестницы- преодолевать ступеньку за ступенькой, по одной за раз. И в процессе этого подьема вьи внезапно обнаружите у себя все необходимые качества, навыки и умения, нужные для достижения успеха, которыми вы вроде никогда не обладали.

Маргарет Тэтчер.

16.1 Общие определения IT-обеспечение деятельности риэлтора.

Глобально используемые риэлторами сервисы можно разделить на три взаимопересекающиеся группы:

1. Внутренние базы данных.
2. Внешние базы данных.
3. CRM-системы.

Если изобразить схематически взаимосвязи всех этих элементов, то получится следующая схема.

Необходимость использовать все эти системы зависит от размера бизнеса, сложности решаемых задач и многих других факторов.

16.1.1. Внутренние базы данных.

Внутренние БД – это упорядоченный по заданным принципам список имеющихся в распоряжении риэлтора или агентства объектов и клиентов. Эволюция Внутренних БД давно прошла от тетрадок и карточек советских маклеров и экселевских таблиц первых обладателей компьютеров до сложных программных комплексов с функциями сортировки, поиска, импорта и экспорта данных.
Крупные АН заказывают уникальные БД с многоуровневым доступом и системами защиты информации. Частные агенты вполне могут удовлетвориться предложениями так называемых «листинговых брокеров», которые не просто продают информацию об объектах или клиентах, а и предоставляют «оболочку» для работы с ней. Кроме того на рынке достаточно много стандартных баз, различающихся философией, организацией доступа и контроля и т.д.
«Окно» внутренней базы данных в мир – это сайт риэлтора или агентства. Хотя сейчас есть достаточно возможностей для самостоятельного создания сайта и продвижения его в интеренете, все же сложность задачи подсказывает необходимость обращения к специалистам. Тут есть несколько важных нюансов:

1. Обязательно надо начинать с написания подробного технического задания. Для этого надо самому понять – что и как вы собираетесь демонстрировать и продвигать в сети, кто это должен видеть, как это будет размещаться на сайте и рекламироваться.
2. При создании сайта обязательно нужно заранее учесть возможности для будущего продвижения в сети. На программном уровне их надо предусматривать еще на этапе создания сайта.
3. Нужно предусмотреть как можно более полную административную панель, чтобы не было необходимости по малейшему поводу обращаться к разработчикам.
4. Сайт – это «живой организм», который нужно периодически обновлять и совершенствовать, а раз в несколько лет – перерабатывать достаточно серьезно (меняются предпочтения в дизайне, требования поисковых систем, предпочтения клиентов и многое другое). Поэтому заказывать его рекомендуется в компаниях с репутацией и историей, которые смогут за разумные деньги его в дальнейшем поддерживать и развивать.
5. В сайт нужно встраивать самые современные средства рекламы (сейчас это – видео, 3D-туры, виртуальная реальность).
6. Нужна очень легкая навигация по сайту, корректная форма поиска и актуальные в рамках вашего бизнеса формы обратной связи.
7. Современный сайт должен быть «резиновым», т.е. корректно отображаться на разных типах устройств.

Есть несколько возможностей получить работающие сайты – от бюджетных до очень дорогих:

1. Воспользоваться услугами порталом по недвижимости или баз данных, которые предоставляют индивидуальные страницы или простые сайты на своих поддоменах для агентств и риэлторов. Дешево, но не индивидуально. Есть проблемы с продвижением в сети. Но отлично подойдет для частных риэлторов и небольших агентств.
2. Заказать сайт в компаниях, специализирующихся в их изготовлении на базе готовых шаблонов. Прекрасное бюджетное решение для средних и небольших компаний. Могут быть ограничения по функционалу и выбору дизайна.
3. Заказать индивидуальный сайт в специализированной компании. Дорого, но с учетом всех ваших потребностей.

Тема интернет-маркетинга в рамках данной лекции не рассматривается, т.к. очень объемна и требует отдельного курса.

16.1.2. Внешние базы данных.

Внешние БД – это Порталы по недвижимости и, как частный случай, межагентские БД и мультилистинговые сервисы. Это маркетинговый и информационный инструмент, который предоставляет продвижение и поддержку продаж, недоступные отдельно взятому риэлтору или агентству. Процессы взаимодействия с порталами можно автоматизировать. Самый простой путь - налаживание экспорта объявлений из Внутренней БД на выбранные площадки. Чтоб не писать много конверторов, можно воспользоваться услугами сервисов, автоматически размещающих объявления.
Для лучшего понимания, что и от какого портала ожидать, лучше их разделить на категории:
- доски объявлений (классифайды, где продается все) – большой трафик, но нецелевой и слабые возможности для представления объектов;
- специализированные порталы по недвижимости – удобно размещать и представлять объекты, но нужно внимательно отслеживать эффективность;
- порталы агентств недвижимости, которые публикуют все – см. выше, плюс добавляется возможность недобросовестной конкуренции;
- специализированные поисковики или агрегаторы объявлений – генерируют большой целевой трафик, но нельзя размещать объекты напрямую (только через специализированные порталы);
- мультилистинговые сервисы или МЛС – отдельная тема.
В зависимости от категории имеет смысл выстраивать и взаимодействие и оценивать результат. К сожалению, с помощью только одного какого-то инструмента нельзя говорить об эффективных продажах (исключение – рынки, где МЛС развит и занимает большую долю). Поэтому пользоваться имеет смысл достаточно большим количеством внешних БД, внимательно следя, чтоб не возникло монополиста.

16.1.3. CRM-системы.

CRM-системы (сокращение от англ. Customer Relationship Management) - прикладное программное обеспечение, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с клиентами, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.
Простейший пример – органайзер. Безусловно, для частного агента этого и сейчас достаточно, тем более, что в современном смартфоне вполне достаточно функций для этого. Но если вы работаете в команде или вовлечены в долгоиграющие процессы (оформление продаж, системные продажи ЖК, управление), то без таких систем не обойтись.
Главное помнить, что CRM – это не бухгалтерский и не айтишный инструмент. Это инструмент выстраивания и формализации бизнес-процессов. И тут очень важно понимать – а готовы ли вы и ваши сотрудники тратить время на работу с этим инструментом?
Какие задачи решаются с помощью CRM:

- стандартизация и формализация бизнес-процессов;
- автоматизация документооборота;
- управленческий контроль, анализ работы агентства и агентов;
- хранилище информации об объектах, клиентах и действиях с ними;
- источник новой информации;
- автоматизация маркетинга, экспорт объявлений на сайт и внешние БД;
- коммуникация между сотрудниками и с клиентами (IP-телефония, чат, рассылки…);
- мобильность бизнеса – возможность работать с любого устройства;
- многое другое.

Если мы говорим про АН, то лучше всего интегрировать эти системы с Внутренней БД. Для управления или продаж конечного количества объектов вполне подойдут стандартные решения, имеющиеся на рынке. Они есть как дорогие и платные от Террасофт, так и

бесплатные – от Битрикс, например. В любом случае их надо индивидуально настраивать под свои задачи и уровни полномочий сотрудников. С учетом того, что процесс перемен – постоянный, лучше под это выделить отдельного человека.
Также на рынке можно найти системы уже «заточенные» под риэлторов. Всех и не перечислить, но CRM они только частично, скорее это усовершенствованные внутренние БД. Но для частных риэлторов и небольших агентств это вполне разумное решение.

16.2 Мультипликативный листинговый сервис или МЛС – определение.

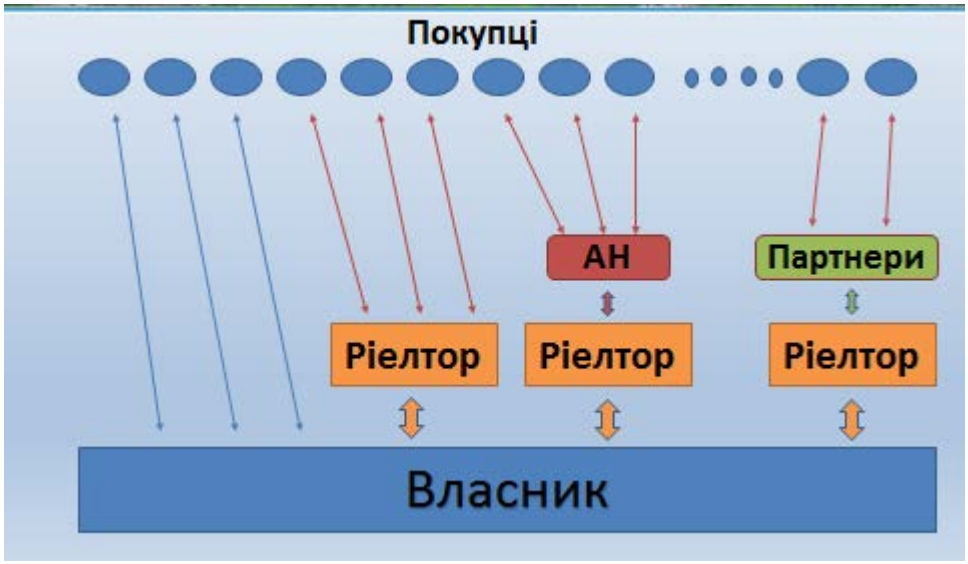
Мультипликативный листинговый сервис или МЛС – это формализованная система взаимодействия профессиональных риэлторов со следующим функционалом:
- инструмент для организованного сбора и распространения информации о листингах (эксклюзивах) среди Участников и клиентов;
- средство, с помощью которого авторизованные Участники делают общие односторонние предложения по разделу комиссионного вознаграждения другим Участникам;
- средство, с помощью которого информация собирается и распространяется, что позволяет авторизованным Участникам готовить оценки стоимости недвижимого имущества;
- инструмент мониторинга, исследования, прогнозирования развития рынка недвижимости на региональном и национальном уровне.
Данный сервис как правило представлен в виде закрытого программного комплекса, частичный доступ к которому могут иметь и другие участники рынка – не участники МЛС.

16.2.1. История и логика возникновения МЛС.

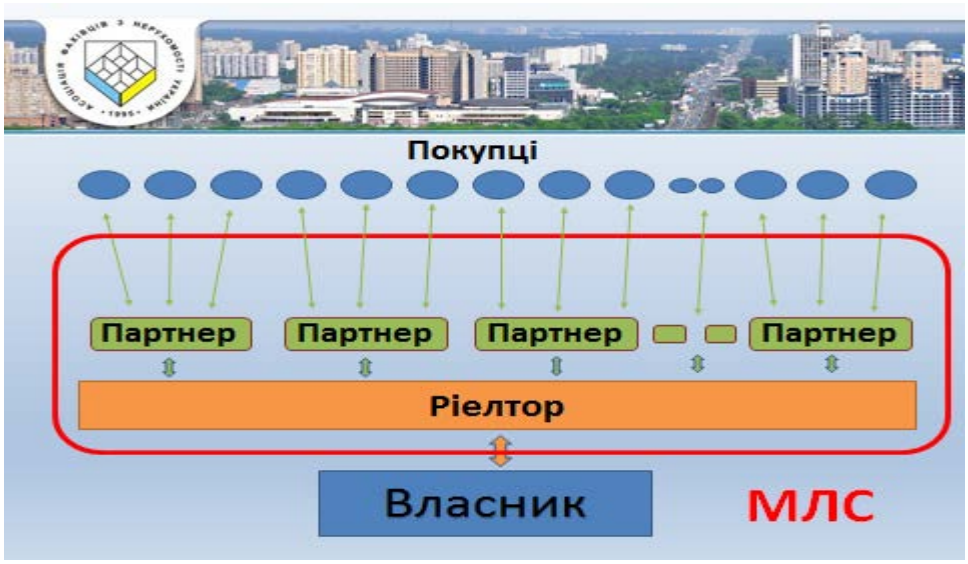
Возникло это движение из местных клубов риэлторов США еще в начале XX века (первый МЛС создан в 1907 году) И сейчас это остается региональным сервисом. Более того, в одном регионе может действовать несколько МЛС. Но тут два нюанса:

1. Доступ к таким сервисам ограничен (в США – только для членов Национальной ассоциации риэлторов) и все региональные листинги объединены в общий сайт НАР.
2. В любом листинге соблюдается принцип раздела вознаграждения, получаемого от собственника – «Помоги продать мне, я помогу продать тебе».

Необходимость возникновения такого сервиса исходит из того, что все риэлторы, как продавцы недвижимости, могут наиболее полно и корректно удовлетворить интересы клиентов только действуя в логике любого другого товарного рынка (где вознаграждение продавца товара включено в его стоимость) и только при условии обменом всей и полной информацией и правами продажи объекта друг с другом (не создавая дефицит и искусственные препятствия при продаже).
Рассмотрим, откуда у собственника могут взяться покупатели? Три варианта – прямо с рынка, через личную (или агентства) базу данных риэлтора и через его партнеров. Т.к. при отсутствии эксклюзивного договора на продажу риэлтор не мотивирован устанавливать партнерские отношения (более того, в плане продвижения объекта он конкурирует с собственником), то собственнику приходится сотрудничать с максимально возможным количеством риэлторов. Но, во-первых, не будучи профессионалом рынка недвижимости, он физически не может подключить к продаже всех риэлторов, во-вторых, все они не мотивированы и при этом конкурируют друг с другом и с самим собственником. Графически это выглядит следующим образом:



При работе по принципам и в системе МЛС мотивированный риэлтор не только занимается самостоятельным продвижением объекта (что, безусловно, необходимо для создания и поддержания максимального интереса к объекту), но и в обязательном порядке привлекает к его продаже всех участников рынка. При этом, т.к. благодаря участию в сервисе, между участниками рынка установлены доверительные отношения, все партнеры мотивированы продавать предложенный объект, что позволяет максимально эффективно формировать, удерживать и управлять спросом на продающийся объект. Графически изобразим:



В результате корректного и настойчивого развития данного сервиса в странах, где он применяется (США, Канада, Голландия), порядка 90-95% сделок по недвижимости проходят при участии риэлторов. В других странах (Великобритания, Германия, Украина) – охват рынка риэлторскими услугами порядка 30-40%. Здесь речь идет о вторичном рынке и под охватом в 100% имеется в виду ситуация, когда интересы и собственника, и покупателя представляет свой риэлтор. При этом такая высокая доля рынка удерживается благодаря удовлетворению базовой потребности собственника – продажи объекта в минимально возможный срок по максимально возможной рыночной цене. И это подтверждается соответствующими данными – по исследованиям НАР в 2016 году средняя цена объекта, проданного профессиональным риэлтором, была на 16% выше, чем цена аналогичного объекта, проданного собственником самостоятельно.

16.2.2. Основные требования к участникам и информации в МЛС.

Не всякая база данных является МЛС. Давайте обозначим признаки, по которым мы можем отличить МЛС от простой базы по недвижимости:

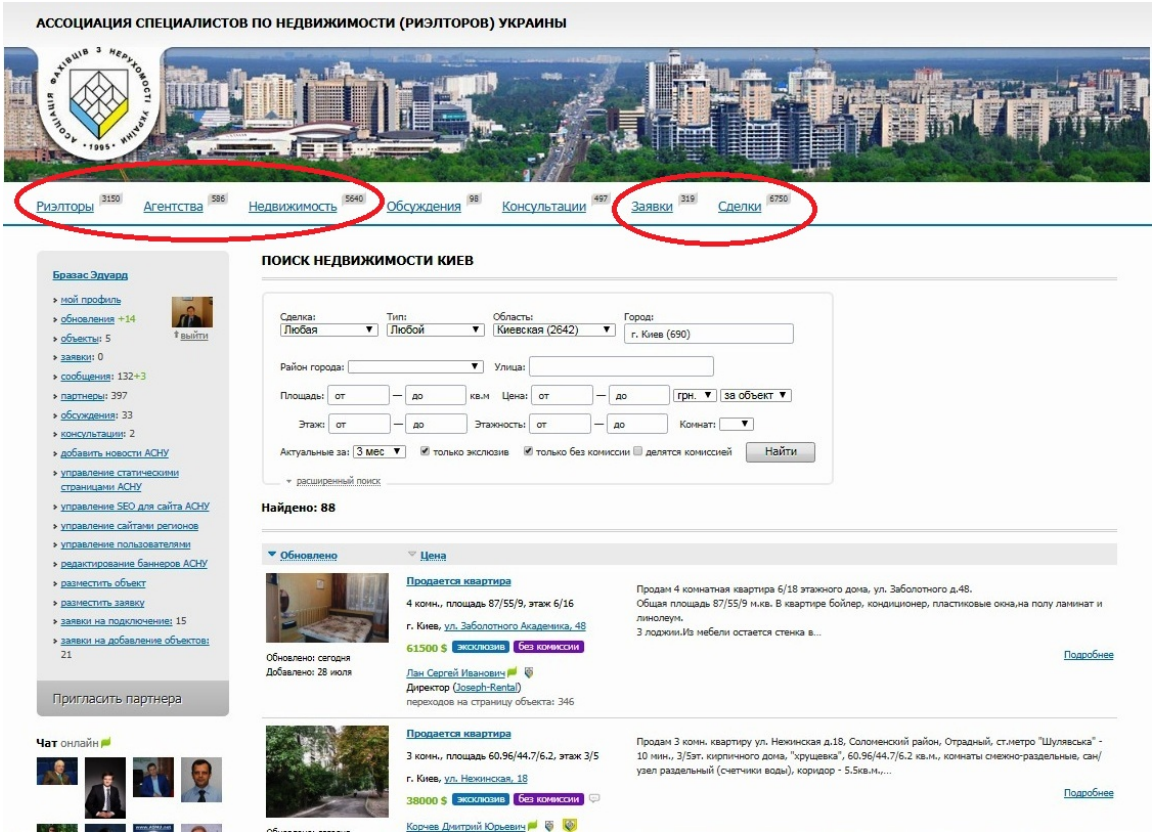
- размещены только эксклюзивы;
- комиссионное вознаграждение платит собственник;
- есть раздел комиссионного вознаграждения между участниками и в закрытой части базы есть поле, где они оговаривают это;
- есть четкие правила и требования к участникам и размещаемой информации;
- есть ответственность за нарушение правил;
- есть база совершенных сделок;
- есть закрытая часть базы, доступная только участникам, где описаны все особенности объекта или заявки;
- есть возможность делать оферты;
- информация в системе принадлежит общественной организации, управление и правила определяются ею же.

Очень важно – это то, что продукт принадлежит общественной организации. В наших условиях это:

- обязательное членство в общественной организации – это своеобразный «фильтр» участников МЛС и возможность воздействия на них при нарушениях правил;
- ручная модерация объектов опытными и доверенными коллегами, информация должна строго соответствовать установленным правилам;
- во главе угла – Правила и Этика;
- нет смысла размещать «заманухи»;
- общественная организация неприбыльна, т.е. нет смысла зарабатывать на пользователях «по максимуму»;
- отсутствие рекламы. Главные маркетинговые инструменты – качество представления объекта, привлекательная стартовая цена и стимулирующий процент партнерского вознаграждения.

16.3.3. МЛС в Украине.

На сегодняшний день ассоциация специалистов по недвижимости Украины является единственной профильной общественной организацией риэлторов, которая выступает за внедрение принципов МЛС в деловой практике. Именно исходя из понимания этих принципов была создана Система эффективной торговли, или СЭТ АСНУ, которая и есть базой для создания МЛС.
Физически СЭТ АСНУ реализована ка часть Портала asnu.net.



Это взаимопересекающиеся базы риэлторов, объектов, заявок и сделок.
Преимущества, которые есть именно у этого продукта:

- единственная БД, принадлежащая и управляемая общественной организацией;
- некоммерческая, во главе угла интересы членов;
- бесплатная для членов АСНУ (что не отрицает наличия платных сервисов);
- доступ к системе имеют только профессиональные риэлторы;
- информация строго соответствует установленным правилам и проходит предварительную модерацию. Размещать можно только эксклюзивные объекты с обязательной оплатой комиссии собственником.

Несколько слов об ошибках и компромиссах, которые не стоит допускать при создании МЛС:

- обязательно нужно размещать ВСЕ имеющиеся у вас листинги;
- нужно очень оперативно обновлять информацию. Особенно это касается размещения/удаления листингов;
- эксклюзивность и оплата услуг должны быть подтверждены письменным договором по рекомендованному МЛС образцу;
- экулюзивный договор должен предусматривать не только оплату услуг листингующего риэлтора, но и должно быть предусмотрено вознаграждение партнеру. Именно такой порядок оплаты услуг стимулирует партнерство и дает возможность максимально удовлетворить интересы клиентов;
- важна очень оперативная и объективная модерация, открытая работа Совета МЛС.