

Н.М. Смольнякова, канд. екон. наук, проф. (ХДУХТ, Харків)
А.М. Волосов, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ НЕРУХОМОСТІ УКРАЇНИ

Ситуація на ринку торговельної нерухомості є відбиттям загальних економічних процесів, які відбуваються в країні. Цей ринок є залежним від багатьох чинників: попиту та пропозиції якісних торгових площ; тенденцій розвитку ритейлу; динаміки інфляційних процесів; купівельної спроможності та споживчих очікувань населення; динаміки цін на комунальні послуги; інвестиційної привабливості країни та її окремих регіонів. Роздрібний товарооборот, як один з індикаторів розвитку ритейлу, збільшився за 2019 р. порівняно з 2018 р. на 31,7%. Вагомий внесок у таке зростання зробили торговельні та торговельно-розважальні центри. Головною тенденцією їх розвитку є концентрація у столичному регіоні, містах «мільйонниках», і меншою мірою в західному регіоні країни й інших обласних центрах. Так, за класифікацією Міжнародної ради торговельних центрів (ICSC) на початок 2020 р. налічувалось у Києві 108 торговельних центрів і гіпермаркетів, Харкові – 76, Дніпрі – 44, Одесі – 42. Відповідно і забезпеченість торговельними площами на 1 тис. населення є різною. І якщо столиця (завдяки найбільшим темпам уведення в дію нових об'єктів) за цим показником наближається до середньоєвропейського рівня, то найнижчі позиції у м. Харкова, а незадовільний стан (і найбільший потенціал розвитку) у м. Запоріжжя. На подальші перспективи розвитку ринку впливає і те, що переважна більшість об'єктів торговельної нерухомості в країні були уведені в експлуатацію до 2014–2015 рр., а отже морально та фізично застаріли і потребують реконструкції й оновлення. І навіть, якщо плани інвестиційні плани 2020–2021 рр. власників щодо введення нових центрів та реконструкції/розширення існуючих будуть виконані, то ситуація із забезпеченістю якісними й доступними торговими площами суттєво не поліпшиться.

Проте головним чинником розвитку, і власне існування торговельних і торговельно-розважальних центрів, є попит населення, який суттєво скорочувався внаслідок: щорічного зростання вартості комунальних послуг, зменшення чисельності населення (у т.ч. і через відплив за кордони країни працездатного), девальвацію гривні, зростання темпів інфляції, низькі зарплати та падіння реальних доходів, все ще надто низька купівельна спроможність переважної більшості населення.

Важливою характеристикою стану ринку торговельної нерухомості є так звана вакантність площ. За останній рік вона в середньому становила 0–4,0% у більшості торговельних об'єктів. На ступінь заповнюваності центрів прямо впливає розмір орендної плати, яка упродовж 2019 р. зросла у всіх регіонах країни на 17% (найбільше у Харкові та Дніпрі – на 20% у доларовому еквіваленті), знаходячись у межах 24–70 дол. США м²/міс. із середньозваженим ринковим значенням 35,4 дол. США м²/міс. Так, середній рівень орендних ставок у ТЦ/ТРЦ Харкова на кінець 2019 р. становив від 10 до 65 дол. США м²/міс., тим часом як операційні витрати – 1–13 дол. США м²/міс. (тобто 10–20% орендної плати). Підвищення рівня орендної плати супроводжувалось збільшуванням відвідуваності центрів покупцями і зростанням товарообороту орендарів у гривневій масі в середньому до 25%. Така тенденція спричиняє поміркованість орендарів щодо вибору об'єкту потенційної оренди, корективи в планах розвитку ритейл-операторів, уповільнення експансії (відмова або перехід до e-commerce) в регіони.

Ринок торговельної нерухомості України зберігає привабливість для міжнародних ритейлерів і брендів через: певне падіння споживчих настроїв в Європі, бурхливий розвиток онлайн-торгівлі, надвисоку конкуренцію в окремих товарних сегментах, падіння доходності, збільшення нереалізованих товарних запасів тощо. Наслідком цих та інших причин стало повернення/входження у 2018–2019 рр. на український ринок 31 широковідомого міжнародного бренду та реалізацію інвестиційних планів турецьких, польських, литовських й інших інвесторів. Загальносвітова тенденція прагнення відвідувачів торговельних центрів отримати максимальне задоволення від шопінгу веде до збільшення частки торгових площ, відведених під сегменти ресторанного бізнесу (форматів швидкої, різноманітної та доступної кухні), розважальних і дитячих об'єктів, центрів надання різноманітних послуг. Головними тенденціями розвитку вітчизняного ринку торговельної нерухомості у найближчій перспективі стануть: уведення в експлуатацію нових ТЦ/ТРЦ (переважно в Києві) і реконструкція/розширення старих; підвищення інтересу до обласних центрів з чисельністю населення менш 700 тис.; посилення конкуренції як з боку іноземних інвесторів/ритейлерів/брендів, так і між національним девелоперами за кращі локації; поступове насичення ринку; зменшення частоти щоденої відвідуваності центрів; зниження товарообороту й прибутковості 1 м²; стабілізація (незначне зниження) орендної плати; пошук і реалізація заходів зі зміни існуючих концепцій, спеціалізації, формату або стратегії.