

УДК 339.3

Головко І.О.

*аспірант кафедри економіки й фінансів підприємства
Київського національного торговельно-економічного університету***ОРЕНДНІ ОПЕРАЦІЇ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ЗМІН
У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ****LEASING OPERATIONS IN THE CONTEXT OF MODERN CHANGES
IN RETAIL BUSINESS OF UKRAINE****АНОТАЦІЯ**

У даній статті досліджується вплив сучасних змін на роздрібну торгівлю України та місце орендних операцій у ній. Проаналізовано основні параметри, що відображають зміни в роздрібній торгівлі. Визначено основні складові, що впливають на відносини між суб'єктами ринку оренди торговельної нерухомості та висвітлено витрати, що несуть суб'єкти господарської діяльності у вигляді орендної плати за нерухоме майно.

Ключові слова: роздрібна торгівля, роздрібний товарооборот, індекс споживчих настроїв, рівень вакантності, орендна плата за нерухоме майно.

АННОТАЦИЯ

В данной статье исследуется влияние современных изменений на розничную торговлю Украины и место арендных операций в ней. Проанализированы основные параметры, отражающие изменения в розничной торговле. Определены основные составляющие, влияющие на отношения между субъектами рынка аренды торговой недвижимости и освещены расходы, которые несут субъекты хозяйственной деятельности в виде арендной платы за недвижимое имущество.

Ключевые слова: розничная торговля, розничный товарооборот, индекс потребительских настроений, уровень вакантности, арендная плата за недвижимость.

ANNOTATION

This article examines the impact of modern changes on retail sales of Ukraine and a place of rental operations in it. Analyzed the basic parameters that reflect changes in the retail industry. Specified the main components that affect on the relationship between the market players of commercial real estate lease market and expenses that business entities are incur in the form of rent for real estate.

Keywords: retail trade, retail turnover, consumer moods index, vacancy rates, rental rate for real estate.

Постановка проблеми. Торгівля для будь-якої країни є найвагомим індикатором розвитку економіки. Вона, як жодна інша галузь, забезпечує налагодження горизонтальних зв'язків між ринковими структурами тим самим регулюючи процеси товарно-грошового обміну.

Оренда торговельних площ на сьогодні є досить актуальним питанням, оскільки виступає альтернативою утриманню нерухомості у власності. Зміни, що відбуваються сьогодні в економіці України, і торгівлі зокрема, визначаються показниками роздрібно-товарообороту, індексом споживчих настроїв, рівнем вакантності торговельних площ, значенням орендної плати за отримання нерухомого майна в оренду й іншими. Відповідно, зростає актуальність питання взаємодії цих параметричних показників, їх динаміка, взаємозв'язок між ними та вплив на суб'єктів даного ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблематика орендних операцій у роздрібній торгівлі в даному контексті не розглядається в літературних джерелах. Окремі аспекти досліджуються фахівцями бухгалтерського обліку. С. Голов аналізує методикку бухгалтерського обліку орендних операцій у системі вітчизняного обліку. М. Ляшенко аналізує орендні операції з точки зору міжнародних стандартів обліку.

Сучасні тенденції розвитку роздрібно-торгівлі досліджуються такими науковцями як: О.М. Азарян, А.А. Мазаракі, Н.О. Голошубова, Л.Г. Саркісян, І.І. Макарова, В.С. Марцин, М.П. Овчарук, Ю.С. Шемшученко, Н.М. Ушакова та інші. Л.О. Лігоненко розглядає орендні операції в контексті отримання орендного доходу від їх систематичної організації. Проте переважна більшість представників наукового світу розглядають загальні аспекти розвитку роздрібно-торгівлі, не приділяючи уваги питанням фундаментальних основ організації роздрібно-торгівлі, а саме реалізації форм власності через орендні операції.

Постановка завдання. Метою статті є наукове обґрунтування основних векторів розвитку роздрібно-торгівлі України, місця орендних операцій у роздрібній торгівлі та основних спонукальних мотивів їх реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Роздрібна торгівля як посередник між виробником і споживачем виконує важливу функцію в економіці держави, оскільки є органічною складовою ключових бізнес-процесів, метою яких є продаж товарів та послуг та доведення їх до кінцевого споживача. Оперативно інформуючи виробника про зміни запитів кінцевого споживача та забезпечуючи надходження грошових коштів роздрібна торгівля виступає рушійною силою виробництва і економіки загалом. Зв'язок стану економіки країни та її окремого сектору, яким є роздрібна торгівля, має взаємообумовлюючий характер. Так, процеси падіння темпів виробництва, зростання індексу споживчих цін, зниження інвестицій та інші негативні тенденції економіки України в 2014 році супроводжувались і падінням роздрібно-товарообороту. На рисунку 1 відображено динаміку роздрібно-товарообороту України за період 2007-2014 роки та темпи зростання його обсягу в співставних цінах.

У цілому у визначеному періоді спостерігається позитивна тенденція зростання масштабів роздрібною торгівлі. Виключенням за цей період часу стали 2009 та 2014 роки. Від'ємні темпи зростання роздрібного товарообороту в Україні в 2009 році стали реакцією вітчизняної торгівлі як структурного елементу світового ринку на світову фінансову кризу.

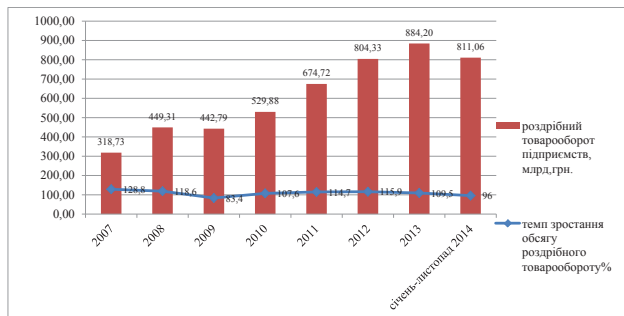


Рис. 1. Динаміка роздрібного товарообороту та темпів його зростання в Україні за період з 2007 по січень-листопад 2014 роки [1]

Скорочення товарообороту за період січень-листопад 2014 року в порівнянні із аналогічним періодом 2013 року, що становить 4%, зумовлено цілою низкою чинників економічного і політичного характеру загальнонаціонального масштабу.

Існуючі тенденції спонукають до песимістичних прогнозів щодо відповідного показника до кінця року.

Важливим показником розвитку роздрібною торгівлі та споживчого ринку виступає індекс споживчих настроїв (ІСН), як індикатор потенційної зміни споживчого попиту в майбутньому. Дослідження очікувань домогосподарств та їхньої оцінки поточного стану економіки й свого добробуту дозволяють спрогнозувати особливості споживчої поведінки як складової національних соціально-економічних прогнозів. Це є важливим як для короткострокового планування будь-якого бізнесу, так і для визначення економічної політики держави.

На рисунку 2 відображено індекс споживчих настроїв українців у 2013 та 2014 роках.

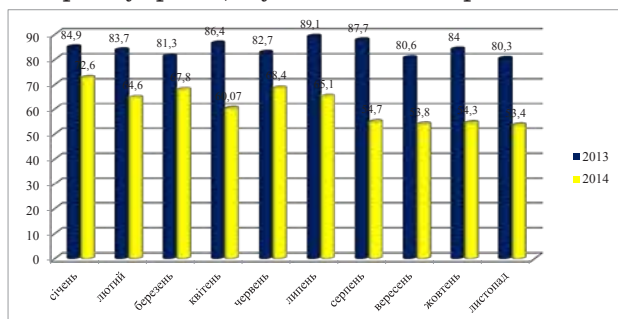


Рис. 2. Динаміка індексу споживчих настроїв в Україні 2013-2014 років у розрізі місяців [2]

Наочно помітно скорочення показника споживчих настроїв українців протягом 2014-го року із аналогічними періодами 2013-го.

Така динаміка є результатом досить складної політичної та економічної ситуації в Україні. Найбільшого скорочення ІСН досяг у листопаді 2014 року (53,4%). Це погіршення виникло, насамперед, через зниження довгострокових очікувань щодо розвитку економіки. Найбільший рівень зниження ІСН спостерігається у великих містах.

Зниження рівня індексу споживчих настроїв засвідчує скорочення споживчої активності, що у свою чергу негативно впливає на роздрібну торгівлю в цілому і на окремі її складові. Це дає підстави для висновку, що в Україні залишаються ризики для ведення бізнесу і торговельного зокрема.

Водночас загалом по Україні, як стверджують фахівці проекту GfK Ukraine і Міжнародного центру перспективних досліджень, відносно високими є сподівання на поліпшення економічної ситуації в довгостроковій перспективі [3].

У 2014 році розвиток роздрібною торгівлі в Україні зазнав суттєвого впливу з боку соціально-політичної та економічної ситуації. Так, значні валютні коливання мали наслідком перегляд ритейлерами цін на товари в бік їх зростання, що негативно вплинуло на товарооборот.

Спотерігалось відтермінування заявлених до відкриття в 2014 році багатьох торговельних і торговельно-розважальних центрів. З'явилися поодинокі випадки «замороження» будівництва торговельних об'єктів. Міжнародні ритейлери демонструють обережність щодо подальшого розвитку бізнесу на території України, що проявилось відмовою від раніше запланованого в 2014-2015 роках відкриття магазинів деяких нових брендів (H&M, C&A, Debenhams і Peek & Cloppenburg). Пояснити це можливо тим, що зараз не рентабельно відкривати нові торговельні та розважальні площадки, оскільки існуючі практично задовольняють потреби населення, і забудовники мають побоювання, що нові пропозиції ще більше дестабілізують ринок [4].

Такі фактори, як висока конкуренція в сегменті, оптимізація портфеля брендів, конкуренція з місцевими мережами, імпортозалежність міжнародних операторів поряд зі знеціненням гривні й зниження купівельного попиту стали причиною закриття нерентабельних магазинів та виходу з українських торговельних центрів всесвітньо відомих брендів (зокрема таких, як Bosco Sport, Spar, «Перекресток», OBI, Minelli, Esprit), а також продажу мереж магазинів, що спеціалізувались на реалізації брендової продукції (River Island, Monton і Mosaic).

Традиційно інвесторів і девелоперів цікавили такі великі обласні центри, як Київ, Дніпропетровськ, Харків, Одеса, Львів і Донецьк, але на тлі трагічних подій у Донецькій області ринкові гравці практично не розглядають регіон як об'єкт для вкладень.

Протягом 2013-2014 років зберігалась провідна роль великих обласних центрів як приваблива територія для девелоперів, хоча тут відбулись певні зміни. Так, більш привабливою для девелоперів виявилась Одеса. Не дуже позитивною є ситуація у Львові та Дніпропетровську (у 2013 році в цих містах не було відкрито жодного торгового центру). Перспективним на ринку торговельної нерухомості є Харків. У 2014 році в Харкові був відкритий ТРЦ «Французький бульвар». Трагічні події на Сході України виключили на даний момент Донецьку область як об'єкт для вкладень.

Показником, що характеризує негативні тенденції в роздрібній торгівлі виступає рівень вакантності торговельних площ в об'єктах торговельної нерухомості, що протягом 2014-го року мав (за оцінкою експертів) стійку тенденцію до зростання (фактично – це показник, що відображає попит і пропозицію вільних торговельних площ) (рис. 3).

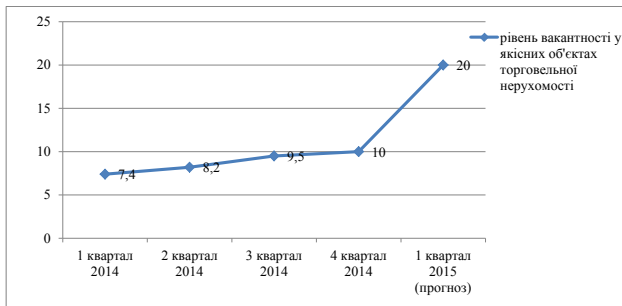


Рис. 3. Рівень вакантності в якісних об'єктах торговельної нерухомості України 1квартал 2014 – 1 квартал 2015 років (прогноз), (у %)

Показники рівня вакантності на ринку якісних приміщень в об'єктах торговельної нерухомості зріс до 10% у грудні 2014 року, а прогнози експертів є досить невтішними, щодо подальшого зростання вакантності до 20% вже в 1 кварталі 2015 року. Зазначений показник вакантності є найвищим за всю історію ринку торговельної нерухомості. Зростання його було обумовлено виходом на ринок нової пропозиції торговельної нерухомості при досить обмеженому попиті з боку ритейлерів.

Збільшення вакантності в якісних (професійних) об'єктах торговельної нерухомості пов'язане з нестабільною соціально-політичною та економічною ситуацією в країні, зниженням споживчої активності і, відповідно, зниженням операційних показників ритейлерів, а також виходом нових об'єктів. Неможливо обійти увагою орендні ставки, що сплачуються орендарями за користування торговельною площею, оскільки вони прямо впливають на рівень торговельної надбавки в ритейлерів та формують орендний дохід в орендодавця. Сформована з початку 2014 року непроста політична й економічна ситуація в Україні, яка призвела до зниження купівельної спроможності населення та обсягів роздрібно-

ного товарообігу, а також девальвація гривні сприяли суттєвому зниженню орендних ставок у доларовому еквіваленті у всіх категоріях торгових приміщень в Україні в першій половині 2014 року. Найвищі орендні ставки на секції 100-200 м кв. у найбільш успішних центрах Києва та великих містах у першому півріччі 2014 року знизилися на 13% у порівнянні з 1-м кварталом поточного року і склали \$70/м²/місяць.

Щоб утримати орендарів у своїх об'єктах торговельної нерухомості, багато орендодавців погодилися переглянути умови оренди з кожним орендарем індивідуально. Так, деякі орендодавці надали знижки на оренду приміщення в розмірі 20-50% від початкових договірних умов (залежно від орендаря та умов оренди). Інші орендодавці зафіксували орендну плату за курсом гривні до долара до девальвації української валюти навесні 2014 року, або визначили максимальний курс гривні до долара.

Орендодавці знаходяться в таких умовах, коли кожне окреме звернення від орендаря, має бути розглянуто в обов'язковому порядку. Хто і які пропонує умови – це суто конфіденційна інформація, і всі запити розглядаються індивідуально. Але жоден торговий центр не зацікавлений у втраті оператора, так як це матиме наслідок зміни рівня вакантності торговельного центру [5]. Отже, орендні ставки в доларовому еквіваленті знизилися в більшості торгових центрів України. Умови договору та можливість його перегляду виходячи із сучасних умов ведення роздрібно-торгівлі розглянуто в таблиці 1.

На нашу думку формою реалізації всіх визначених умов виступають орендні операції, що і є способом і результатом взаємодії орендарів і орендодавців. На жаль, основною проблемою для розрахунку й врахування всіх особливостей організації орендних операцій є відсутній брак інформації з боку статистичних органів. А враховуючи, що сучасна практика набагато випереджає наукові обґрунтування даних процесів можливі невідповідності між офіційними даними, та даними, що подаються консалтинговими агентствами.

Виходячи із базових умов існування оренди, нами розглядається оперативна оренда, як господарська операція фізичної або юридичної особи, що передбачає передачу орендарю права користування основними засобами на термін, що не перевищує терміну їх повної амортизації, з обов'язковим поверненням таких основних засобів їх власнику після закінчення терміну орендної угоди. При цьому право власності на орендовані основні засоби залишається в орендодавця протягом усього терміну дії договору оренди [7, с. 172-175.].

Найважливіша інформація по витратах, що несуть суб'єкти господарської діяльності у вигляді орендної плати за нерухоме майно, послуги з оренди, купівлі, продажу, оцінювання нерухомого майна в розрізі основних регіонів (рис. 4).

Таблиця 1

Основні складові договору оренди із коригуванням на сучасні умови в роздрібній торгівлі

	Умови договору	Можливість коригування	Характеристика умов договору
1	Термін оренди: 3-5 років для торгових приміщень 50-250 кв. м; 7-10 років – для міні-якорів (500-1000 кв. м) і 10-15 років – для якірних орендарів	За необхідністю	Як правило, коригувати термін оренди не є необхідним, оскільки диференціація орендарів першочергово закладена в договорі.
2	Орендний платіж: нараховується в прив'язці до долара США або євро, оплата – у гривні	так	Склад орендного платежу залежить від: фіксованої ставки, операційних витрат, маркетингових, стану приміщення та гарантованого платежу.
3	Фіксована орендна ставка. Сплата додаткового відсотка від товарообороту практикується в нових якірних торгових центрах	так (щорічно за умовами договору)	Щоб утримати якірних ритейлерів, багато орендодавців погодилися переглянути умови оренди з кожним орендарем індивідуально. Деякі орендодавці надали знижки на оренду приміщень у розмірі 20-50% від початкових договірних умов [6]. Інші орендодавці фіксували орендну плату за курсом гривні до долара США до девальвації української валюти навесні 2014 року, або визначили максимальний курс гривні до долара США. Отже, орендні ставки в доларовому еквіваленті знизилися в більшості торгових центрів України.
4	Операційні витрати: 2-8 у.г.о. За кв. м на місяць додатково до плати за комунальні послуги	так (щорічно за умовами договору)	Орендодавець через експлуатаційні витрати перекладає тягар утримання майна на орендаря пропорційно займаній площі. Власник намагається підстрахувати себе від будь-якої зміни витрат, зберігаючи тим самим звичний для нього рівень прибутку. Умова про одностороннє збільшення базової орендної плати раз на рік є стандартним для орендних відносин у торгових центрах. При цьому орендодавці, які поважають своїх орендарів, поширюють цю умову на експлуатаційні витрати. Так вони демонструють свою зацікавленість у стабільності відносин і плани на довгострокову співпрацю.
5	Оплата за маркетинг: 2-5 у.г.о. За кв. м на місяць	практично ні	В умовах ринку торговий центр є продуктом, який потребує маркетинговій підтримці, просуванні на ринку, і який споживачі можуть оцінити по заслугах або ігнорувати. Маркетинговий і рекламний збори в торговому центрі є темою для розбіжностей. Іноді вони входять в орендну ставку, але частіше оплачуються додатково, і якщо умови і порядок оплати маркетингових заходів чітко не прописаний у договорі, додаткові платежі сприймаються як додаткові витрати, що переносяться на плечі орендарів
6	Гарантія: у формі грошового депозиту в розмірі орендної плати за 2-6 місяців	практично ні	Практично у всіх випадках при укладенні договору оренди приміщення в торговому центрі від ритейлерів вимагають внести так званий гарантійний депозит. У середньому він становить від 1 до 3 місячних платежів орендаря. При цьому підприємець зазвичай повинен поповнювати його при збільшенні орендної плати. За своєю правовою природою депозит – це спосіб забезпечення зобов'язань, не перерахованих у чинному законодавстві. Його наявність дозволяє орендодавцю вирішувати відразу кілька завдань: <ul style="list-style-type: none"> • отримання безвідсоткового кредиту на весь термін дії договору оренди; • наявність коштів для покриття не сплаченої в строк орендної плати; • можливість покриття збитків з боку орендаря при несплаті оренди або заподіянні шкоди приміщенню; • стягнення штрафних санкцій при розірванні договору з вини орендаря.

Складено автором

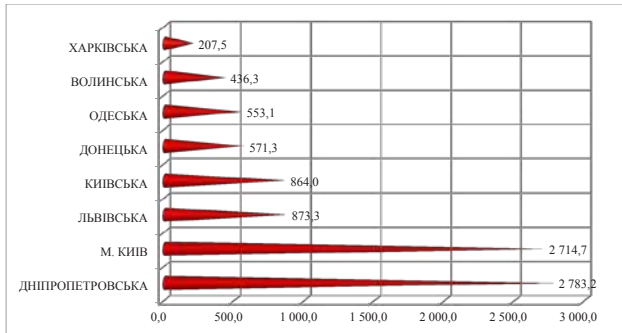


Рис. 4. Орендна плата за нерухоме майно, послуги з оренди, купівлі, продажу, оцінювання нерухомого майна в роздрібній торгівлі на початок 2014 року по окремих регіонах України (млрд грн)

Орендна плата, у даному випадку, є свідченням передачі грошових коштів за використання нерухомого майна, а відтак – здійснення орендних операцій. Дані явно характеризують, що передовими є такі регіони як Дніпропетровська область, та м. Київ. Тут витрати роздрібної торгівлі на орендну плату за нерухоме майно, послуги з оренди, купівлі, продажу, оцінювання нерухомого майна складають 2783,2 млрд грн. (Дніпропетровська обл.), а в Києві – 2714,7 млрд грн.

Інші області, що представлені на рисунку, не досягають навіть половини того рівня оренди, що притаманні двом передовим регіонам. Ті області, що не представлені на рисунку, мають досить незначні витрати на оренду.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє встановити: перспектива розвитку торгівлі й просування якісного торговельного обслуговування – безумовно є; гармонізація орендних

ставок і врахування інтересів власників і орендарів сприяє позитивним зрушенням; рівень вакантності торговельних площ дає можливість розширити горизонти своєї діяльності багатьом ритейлерам; вихід вітчизняної економіки (і роздрібної торгівлі зокрема) із кризового стану – питання часу, але процес неминучий, тому орієнтація на якість торговельної нерухомості й рівень обслуговування споживачів є основним пріоритетом відносин між суб'єктами ринку оренди торговельної нерухомості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. www.ukrstat.gov.ua. Державний комітет статистики.
2. GfK Ukraine. Матеріали взяті з: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gfk.com/ua/Pages/default.aspx>.
3. GfK Ukraine. Споживчі настрої в Україні, листопад 2014. Матеріали взяті з: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gfk.com/ua/news-and-events/press-room/press-releases/pages/cci-ukraine-november-2014.aspx>.
4. Рынок торговой недвижимости Украины: реалии 2014. Матеріали взяті з: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ubr.ua/market/real-estate/rynok-torgovoi-nedvijimosti-ukrainy-realii-2014-30475>.
5. Арендные ставки в качественных ТЦ останутся на прежнем уровне. Матеріали взяті з: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://delo.ua/business/arendnye-stavki-v-kachestvennyh-tc-ostanutsja-na-prezhnem-urovne-241664/?supdated_new=1421244871.
6. Оренди ставки в якісних ТЦ залишаться на колишньому рівні. Матеріали взяті з: [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://news.finance.ua/ua/news/~/330164>.
7. Семенов Г.А. Теоретичні аспекти обліку та аудиту операцій з оперативної оренди/ Г.А. Семенов, Л.М. Лагода // Держава та регіони. Серія: економіка та підприємництво. – 2009. – № 3. – С.172-175.