

УДК 711.11

Мамедов А.М.,
Київський національний університет будівництва і архітектури**ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ОБ'ЄКТІВ
НЕРУХОМОСТІ ДЛЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ПІД ЧАС
ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУВАННЯ.**

Обґрунтовується проблема необхідності розробки методики оцінки й прийняття рішень стосовно розміщення об'єктів торгівельної нерухомості з метою отримання найбільшого фінансового та соціально - економічного ефекту від реалізації інвестиційних проектів будівництва і реконструкції торговельних центрів.

Ринок нерухомості в Україні останнім часом переживає період якісного стрибка в плані розробки проектів, а також їхньої реалізації. І якщо будівництво мало деяку стихійність, то зараз інвестори все більше приходять до розуміння того, що перш, ніж вкладати в нерухомість власні кошти, необхідно спочатку проаналізувати проект із погляду інвестиційної привабливості на довгостроковий період.

Яким критеріям повинен відповідати об'єкт торгової нерухомості, щоб вважатися привабливим для інвестицій? Після відкриття він повинен виправдати кошти, вкладені інвестором, приносити йому максимальний прибуток і відповідати обраній концепції.

Будь-який об'єкт комерційної нерухомості слід будувати чи реконструювати відповідно до заздалегідь розробленої концепції, але для торгівлі це особливо важливо. У випадку торговельного центру деякі помилкові рішення, прийняті при його створенні надзвичайно складно змінити. Можна, але ціною істотних збитків.

Концепція торговельного центру - це головна тема, спрямованість торговельного центру на визначений сегмент ринку та групи цільових споживачів.

Концепція передбачає викладення чотирьох основних параметрів торговельного центру [1]:

- Цільові групи споживачів;
- Тип торговельного центру;
- Основна спеціалізація;
- Якорі.

Оскільки тип торговельного центру й основна спеціалізація є взаємозалежними параметрами, а спеціалізація, у свою чергу, визначає вибір

якорів (чи залежить від них), ці параметри на практиці описуються в єдиному блоці.

Від концепції залежить вибір місця розташування торговельного центру, що має вирішальне значення для успішного функціонування об'єкту торговельної нерухомості, і якщо воно обрано правильно, то інвестиції окупляться повною мірою. Іншими словами, оцінити інвестиційну привабливість торговельного центру, що будується або реконструюється, можна, маючи ефективну методика вибору місця його розташування.

В умовах міської забудови майже неможливо розташувати торговельний центр там, де забажається. Обирати доводиться з обмеженої кількості пропозицій. Тому остаточний вибір місця може бути зроблений після ретельного аналізу торговельних зон за кожною з пропозицій.

Під час визначення потенційних торговельних зон для нового магазину автори [1], крім аналізу тенденцій і опитувань покупців, рекомендують використовувати три моделі: аналогову, регресійну і гравітаційну.

В аналоговій моделі потенціал продажів нового магазину оцінюється за допомогою аналізу доходів аналогічних магазинів в існуючих торгових зонах, рівня конкуренції в обраному місці розташування, очікуваної частки ринку нового магазину в даному місці, а також розміру і щільності основної торговельної зони для даного місця розташування.

У регресійній моделі використовується система математичних рівнянь, що відбиває зв'язок між потенціалом продажів магазину та декількома незалежними змінними для кожного розглянутого місця, такими як чисельність населення, середній прибуток домогосподарств, кількість домогосподарств, кількість найближчих конкурентів, перешкоди у транспортному сполученні і закономірності потоків покупців.

Основою гравітаційної моделі є припущення про те, що людей приваблюють магазини, що розташовані ближче до них, вони і є більш привабливими, ніж магазини конкурентів. Враховуються фактори відстані між споживачами і розглянутим місцем, а також імідж магазину.

Описуються також два точних методи визначення розмірів торговельної зони [1]: закон Рейлі про роздрібне притягання та закон Хаффа про залучення покупців.

Закон Рейлі заснований на наступних припущеннях: в обидві торговельні зони магазинів що конкурують можна в однаковій мірі легко дістатися за допомогою головного шляху; роздрібні торговці в обох торговельних зонах працюють однаково ефективно. Інші фактори вважаються постійними чи ігноруються.

Автори [1] пропонують цей метод для попередніх досліджень, у випадку, коли інші дані відсутні чи вартість збору їх занадто висока.

На відміну від закону Рейлі тут виділено кілька змінних і встановлено зв'язок між ними і розміром торговельної зони. Торговельна зона визначається за допомогою асортименту товарів (потрібних споживачу), що пропонується в різних торговельних закладах, часу їзди від будинку покупця до різних торговельних закладів і чутливості до часу їзди (у залежності від типу вчинених покупок).

В Україні застосувати подібну практику складно через нерозвиненість у необхідному обсязі ГІС технологій, складність в отриманні інформації про споживачів і неможливість її застосування в такій якості, як за кордоном (в умовах України з її нестабільною економікою, нерозвиненим середнім класом населення важко робити будь-які припущення щодо стабільного купівельного попиту та переваг, навіть на короткостроковий період, у надії, що вони виправдаються). Також, з огляду на те, що наведені методи не враховують повною мірою соціально-економічні, демографічні і територіально-просторові містобудівні чинники в тому обсязі, у який потрібен для успішного розвитку міст України, можна сформулювати проблему необхідності розробки методики оцінки та прийняття рішень стосовно розміщенню об'єктів торговельної нерухомості з урахуванням перерахованих містобудівних чинників.

Місто – це система просторово взаємодіючих землекористувачів. З цього витікає висновок, що економічна успішність функціонування землекористувача залежить від зручності всієї сукупності просторових зв'язків його з іншими землекористувачами в місті. Лише оцінивши кількісну міру цієї зручності, можна зробити висновки про інвестиційну та економічну привабливість окремого виду землекористування на окремій ділянці міста, в даному випадку – висновки стосовно відкриття нового торговельного центру. Тобто слід враховувати цінність території в залежності від системи просторових взаємодій міських користувачів. Тому для оцінки фінансового та соціально-економічного ефекту проекту виникає потреба у вирішенні наступних задач:

Побудова структурної моделі просторової взаємодії міських землекористувачів. Метою цього кроку є визначення залежності роздрібної торгівлі (як виду землекористування) від взаємодій з іншими видами землекористування в місті. Для визначення переліку видів землекористування ми повинні провести:

- аналіз і оцінку економічного комплексу міста за допомогою теорії відночної стабільності Кейнса [3] та теорії економічної бази;
- прогноз структурної перебудови економічного комплексу міста за допомогою теорії “зрушень і часток”;

- аналіз і оцінку соціальної і демографічної структури населення міста за допомогою статистичних, математичних (методом пересуви віків із застосуванням методів регресійного і факторного аналізу при прогнозі рівнів смертності, народжуваності, міграції) і соціологічних методів;

- прогноз перспективної структури зайнятості населення міста за допомогою методів на базі теорій економічної бази, “зрушень і часток”, метода Ньютона – Рафсона [4].

Для визначення переліку типів носіїв просторових взаємодій ми повинні розглянути структуру ресурсів, що використовують землекористувачі в процесі свого функціонування. Проведений аналіз показав, що при визначенні просторової цінності міської землі повинні враховуватися наступні типи носіїв:

- люди;
- вантажі;
- вода;
- стоки (відпрацьована вода);
- енергоносії;
- інформація;
- гроші.

Структурна модель системи просторових взаємодій міських землекористувачів представляє собою неорієнтований і орієнтований граф для кожного типу носіїв. Вершиною графа є вид землекористування, а ребром – просторовий зв'язок між землекористувачами.

Побудова моделі мереж. Цей крок потрібен для визначення найкоротших шляхів переміщення різних типів носіїв, що пересуваються по відповідних міських мережах. Для побудови моделі мереж треба використати методи теорії графів [4], алгоритм Дейкстри, метод Флойда – Ху [3].

Визначення сукупності просторових зв'язків для кожного землекористувача (побудова інформаційної моделі). Кожний вид землекористування на кожній ділянці міста зв'язаний з іншими землекористувачами за допомогою ряду типів носіїв просторових взаємодій. Вирішення задачі складається з наступних етапів:

- На основі аналізу характеру функціонування землекористувача і існуючих мереж взаємодій, визначається ряд типів носіїв просторових взаємодій (люди, вантаж, вода, стоки, енергоносії, інформація, гроші).

- Для кожного типу носія визначається параметр, що характеризує його масу на ділянці землекористування (кількість людей, кількість відвідувачів, м³ води на добу, мільйон калорій на добу, гігабайт на добу, тисяч гривень прибутку за рік і так далі).

- Оцінюється можливий діапазон змін параметрів.

- З метою отримання достовірної інформації визначаються альтернативні джерела отримання інформації.
- Проводиться збір, перевірка і визначення достовірних параметрів за кожним типом носія для кожного землекористувача.
- Складається інформаційна модель системи просторових взаємодій міських землекористувачів (підсистема містобудівного кадастру).

Визначення параметрів гравітаційних, потенціальних, кваліметричних моделей. В основній, загальній формі гравітаційної моделі припускається, що обсяг переміщень носіїв просторової взаємодії з вхідного пункту до кінцевого пункту пропорційний загальному обсягу відправлень і прибуттів та деякої зворотної функції від відстані або від будь - якої іншої міри віддалення, такої як час або вартість подорожі. Настроївши моделі на наявні дані, включаючи дійсні значення прибуттів, що оцінюються, можна прийти до такої моделі, що найкращим чином дасть прогнози прибуттів, а також



Рис. 1. Кваліметрична оцінка території щодо розміщення об'єктів торгівлі

визначити, чи виправдовує настроювання моделі - близькість прогнозів - її застосування для прогнозування майбутніх значень.

Маючи характеристики взаємодії в місті з точки зору гравітаційної моделі, можна, за допомогою моделі, потенціалів визначити взаємодію з усіма землекористувачами в показниках, що характеризує потужність функції землекористування і тип носія взаємодії. Взаємодію такого роду прийнято називати потенціалом вузла мережі землекористування [4]. За допомогою кваліметричної оцінки будь – якої ділянки території міста можна однозначно встановити її якісні показники в довільних одиницях (придатність до освоєння, насиченість інфраструктурою, привабливість в системі подібних територій та інше), які завжди можна виразити в грошових одиницях, приймаючи, що досить вкласти (інвестувати) в певну територію визначену суму грошей для того, щоб її якість можна було прирівняти до вхідних параметрів. Звідки можна сказати, що для узагальненої оцінки території міста потрібно ввести додаткову математичну модель, яка б могла приводити просторову оцінку взаємодії пар економічної діяльності (видів землекористування) до одного знаменника в залежності від важливості певного виду економічної взаємодії для розвитку міста.

Містобудівне зонування території міста. Вирішення цієї задачі складається із слідуєчих етапів:

- побудова кваліметричної оцінки кожного виду землекористування відносно кожного іншого виду;
- визначення загальної кваліметричної оцінки кожного виду землекористування (на цьому етапі, використавши міжгалузеві коефіцієнти балансової моделі економічного комплексу міста та теорію економічних циклів можна імовірно прогнозувати зміни в потребах і цінах окремих видів економічної діяльності, наприклад отримати кваліметричну оцінку розміщення підприємств роздрібно торгівлі (рис.1).
- визначення потенціалу місцевих доходів від кожного виду землекористування;
- побудова загальної кваліметричної оцінки території міста;
- визначення потенціалу місцевих доходів (на цьому етапі можна отримати оптимізовану кваліметричну оцінку території міста з метою збільшення міського доходу)

Аналізуючи ці дані, можна прийняти рішення про доцільність розміщення торгівельного закладу на певній ділянці міста, як з точки зору інвестора, так і з позиції міської влади.

Література

1. Берман Барри, Эванс Джоэл Р. Розничная торговля: стратегический подход, 8-е издание.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003.
2. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег. - М.: Прогресс, 1948.
3. Осітнянко А. П. Планування розвитку міста: Монографія – К.: КНУБА; 2001.
4. Оре. О. Графы и их применение. – М.: Мир, 1965.

Аннотация

Обосновывается проблема необходимости разработки методики оценки и принятия решений относительно размещения объектов торговой недвижимости с целью получения наибольшего финансового и социально - экономического эффекта от реализации инвестиционных проектов строительства и реконструкции торговых центров.

Annotation

The article discusses the problem of having to develop a methodology for assessment and decision-making regarding the placement of commercial properties in order to obtain the maximum financial and socio - economic impact of the implementation of investment projects for the construction and renovation of shopping centers.