

# Česko: východoevropský maloobchodní premiant



Author: SF / Petr Bým | Published: 02.05.2008



„Očekáváme, že v příštích několika letech bude výstavba velkoplošných prodejen v Česku pokračovat silným tempem. Podíváme-li se na okolní země, jsme z hlediska nájmů v tomto regionu nejdražší. Je to dáno úrovní nabídky a poptávky a poptávka po prodejních plochách je u nás zatím stále vysoká,“ říká Jiří Kristek, vedoucí týmu pronájmu maloobchodních ploch společnosti Cushman & Wakefield v Čechách a na Slovensku. Geografické rozložení obchodních komplexů je přitom v České republice relativně rovnoměrné ve všech regionech. Novým trendem je expanze tohoto formátu obchodních ploch do stále menších měst, jako Hranice na Moravě, Rakovník, Příbram, Vyškov a další. Letos je výstavba velkoplošných prodejen plánovaná například v Břeclavi, Neratovicích, Krnově atd. Jak ukazují jiné výzkumy, populace ČR si na velkoprodejny zvykla a využívá je velmi intenzívně a své nákupní zvyklosti jim do značné míry přizpůsobili. Aktuální výsledky studie SHOPPER TYPOLOGY 2008 společností INCOMA Research a GfK Praha ukazují, co nejvíce ovlivňuje způsob, jak Češi nakupují. Mezi hlavní faktory patří „motorizované“ nakupování (mobilita), cenová citlivost a právě nároky na prodejnu. Autem na nákupy už jezdí více než 60 % českých zákazníků a těch, pro které je cena při výběru prodejny prioritou, je 45 %. Všechny tyto faktory však navzájem souvisí, protože motorizovaní zákazníci mají na výběr mezi větším počtem prodejen. Mobilní nakupující svým rozhodováním tedy vytváří na obchodníky účinnější tlak než lidé, kteří nakupují jen v okolí domova. Mobilní typy (používají při nákupu potravin automobil) nakupují impulsivněji, preferují moderní obchodní formáty (hypermarkety, diskonty, méně supermarketů), jsou zpravidla mladší a mají v průměru vyšší příjmy, větší počet dětí v domácnosti, vyšší vzdělání; u nemobilních typů je tomu naopak. Mobilní typy kladou při volbě prodejny

menší důraz na její lokalizaci a vyšší důraz na další faktory (ceny, sortiment - zde se liší dle cenové citlivosti a náročnosti). Nemobilní typy se rozhodují zejména podle umístění prodejny a rozdíly v rozhodovacím procesu se podle cenové citlivosti a náročnosti tolik neliší.



Náročnost je faktorem, který ovlivňuje např. volbu nákupního místa pro jednotlivé kategorie zboží - nároční mobilní nakupující mají tendenci nakupovat i čerstvé potraviny v hypermarketech a naopak mimořádné kategorie (např. kosmetiku) ve specializovaných prodejnách. Také náročnost ovlivňuje nákupní styl hlavně u mobilních zákazníků - projevuje se v preferenci hypermarketů. Preference nemobilních typů jsou přitom diferencovaně rozloženy mezi menší prodejny a supermarketky.

Za zmínku stojí skutečnost, že Slovensko do průzkumu European Retail Warehousing 2008 vůbec není zahrnuto, protože velkoplošných prodejen je tam zatím minimálně. Nicméně v tomto a příštím roce se tam očekává významný rozvoj tohoto segmentu. Na jaro letošního roku je naplánováno zahájení výstavby několika významných retail parků, například v Martině, Žilině, Košicích a Rožňavě.

Průzkum společnosti Cushman & Wakefield zároveň ukazuje, že maloobchodní západní Evropa má dnes jiné problémy. Především začala dlouho očekávaná transformace trhu velkoprostorových prodejních ploch v Evropě. Místo samostatně stojících jednotek a klastrů se začíná prosazovat vyspělejší formát maloobchodních parků, který lépe vyhovuje potřebám nájemců i spotřebitelů a představuje životaschopnější kategorii aktiv z hlediska investorů. Vedle toho je patrný také neustálý růst nájemného: největší nárůst nájemného za loňský rok do září zaznamenalo Irsko - 9,4 %, následováno Španělskem s 8,7 % a Německem s 6,4 %.

# Stavební fórum

## Unijní maloobchod

<i>Země</i>	<i>Celková plocha</i>	<i>Obchodní plochy na 1 000 obyvatel*</i>	<i>Průměrné nájemné euro/m<sup>2</sup> za rok**</i>
Irsko	1,750,000 m <sup>2</sup>	431	350
Francie	23,000,000 m <sup>2</sup>	378	190
Rakousko	2,900,000 m <sup>2</sup>	354	120
Belgie	3,000,000 m <sup>2</sup>	289	170
Nizozemí	4,700,000 m <sup>2</sup>	285	145 3/4
Velká	14,800,000		

# Stavební forum

