

# Hypermarkety na dosah má 88 % populace ČR

Author: SF / pb | Published: 28.02.2011

Obchodní krajina v České republice se „zahušťuje“. Příkladem je rostoucí počet hypermarketů (šírokortimentních velkoobchodů s prodejní plochou nad 2500 metrů čtverečních), kterých je v České republice již 268. Podle aktuálního výzkumu společnosti INCOMA GfK „HYPERMARKET 2011“ žije ve vzdálenosti do 20 km od některého z hypermarketů již devět a čtvrt milionu obyvatel, tj. 88 % české populace. Síť hypermarketů a jejich spádových oblastí tak již pokryla téměř celé Česko. Výjimku představují pouze řídké osídlená území, v nichž jsou příležitosti pro umístění hypermarketů omezeny nepřítomností vhodných sídel.

## Území ležící do 20 km od některého z hypermarketů

Mezi spádovými oblastmi jednotlivých hypermarketů jsou samozřejmě velké rozdíly co do jejich populační velikosti. Zatímco u pražských prodejen žije v dojezdové vzdálenosti 20 km v některých případech více než 1,3 milionu obyvatel (také proto jich zde o zákazníky bojuje hned 23), u některých hypermarketů umístěných v malých městech je to méně než 40 tisíc obyvatel, v extrémních případech dokonce méně než 30 tisíc obyvatel (příkladem je třeba Tesco v Aši či v Sušici).

V roce 2010 bylo nově otevřeno pouze 10 nových hypermarketů, o čtyři méně než v roce předchozím. Této expanzi jednoznačně vévodil řetězec Tesco se sedmi novými prodejny. Markantní je především snaha po obsazení posledních „bílých míst“ v malých městech s 10 - 20 tisíci obyvateli - z 10 nových prodejen bylo 7 postaveno právě v takových městech.

Hypermarketové řetězce jsou pro více než polovinu zákazníků hlavním místem pro tzv. velké nákupy. Nejčastěji byl v této souvislosti respondenty zmiňován řetězec Kaufland. Už 27 % zákazníků ovšem připouští, že současná ekonomická situace má určitě vliv na jejich chování při nákupech potravin a dalšího rychloobrátkového zboží. Mezi zákazníky hypermarketových řetězců toto tvrzení nejčastěji deklarují zákazníci Kauflandu (33 %), nejméně pak zákazníci Intersparu (9 %).

## Procento zákazníků hypermarketových řetězců, které při nákupech ovlivnila krize

Pramen: Hypermarket 2011 (INCOMA GfK)

---

28.02.2011 08:51, SF / pb