

Retail: kde hledat bonitní klientelu?



Author: Petr Bým | Published: 03.02.2014

Zatímco do roku 2011 se úroveň kupní síly obyvatel ČR každým rokem mírně navyšovala, následující dva roky se prosadil trend opačný. Celkový objem disponibilních finančních prostředků obyvatel a domácností v Česku od té doby klesá a v porovnání s celoevropským průměrem jsou jejich průměrné příjmy dokonce nižší, než tomu bylo v roce 2010. Průměrný obyvatel České republiky tak má letos k dispozici o zhruba 43 % méně finančních prostředků než průměrný obyvatel Evropy. Ukázala to studie společnosti INCOMA GfK „Kupní síla v okresech a obcích ČR 2013“. V mezinárodním srovnání se Česká republika v současnosti nachází na 24. místě z 42 monitorovaných zemí.

Bohatá Praha, bohatý západ

Měnila se také úroveň rozdílů v kupní síle jednotlivých lokalit v ČR. Zatímco v předchozích letech se mírně zvětšovaly, poslední dva roky se tento proces zastavil. Praha samozřejmě zůstává nadále a jednoznačně nejbohatším městem země, nicméně její zákaznická bonita již druhým rokem klesá (ze 131,3 % českého průměru v roce 2012 na loňských 130,9 %).

Některá větší města pak metropoli pomalu dohánějí, nicméně v pětici nejbohatších měst nad 10 tisíc obyvatel nadále figurují pouze města středočeského kraje (Říčany, Brandýs nad Labem, Čelákovice a s větším odstupem Benešov).

Zjednodušeně lze příjmovou situaci u nás stále charakterizovat jako „bohatší západ a chudší východ“, ale rozdíly již nejsou tak výrazné, jako tomu bylo v předchozích letech. I tak se ovšem mezi deseti okresy s největší kupní silou umístil jen jeden moravský (Brno-město), zatímco mezi deseti okresy s nejnižší kupní silou jich na Moravě leží sedm (ještě v roce 2011 to ovšem bylo celých devět okresů).

Na pomyslném chvostu žebříčku příjmů figurují okresy Bruntál, Svitavy, Karviná, Jeseník a Děčín. V praxi tak průměrná domácnost Bruntálu disponuje roční průměrnou částkou 14 411 eur, zatímco průměrná domácnost jen o něco většího, ale u Prahy ležícího Brandýsa nad Labem má k dispozici již 22 702 eur. Je ale třeba vzít v potaz to, že život v „bohatších“ městech zpravidla přináší i vyšší životní náklady.

Kam se jezdí nakupovat

Jak ukazuje výsledek dalšího průzkumu společnosti INCOMA GfK, jde o projekt „Index tržního významu měst“, populace ČR často nakupuje v jiném městě či obci, než kde bydlí. Přitom v přepočtu na populační velikost města se nejvíce maloobchodního obrátu realizuje v Karlových Varech, Praze a Českých Budějovicích. V těchto i v dalších městech s vysokým indexem tržního významu se za maloobchodní zboží zaplatí o mnoho více, než dokáží utratit ti, kteří zde žijí.

U nepotravinářského zboží je velikost sídla mnohem významnějším faktorem než u potravin. Jeho nabídka se soustřeďuje především ve velkých městech a lidé jsou také i proto ochotni za zbožím dlouhodobé spotřeby cestovat větší vzdálenosti. V rámci těchto sortimentů je nejatraktivnějším místem pro nákupy jednoznačně Praha, kde index tržního významu dosahuje hodnot o 80 % převyšujících celostátní průměr. Naopak tam, kde se jedná o města bez vlastního obchodního zázemí a obvykle také s nižší kupní silou, tam je nepotravinářské zboží vyhledáváno jen málo. Například Jirkov u Chomutova, Krupka u Teplic, Hlučín či Milovice vykazují index tržního významu v rámci nepotravinářských sortimentů pod úrovní 50 % celostátního průměru, u některých měst i méně.

Prostor pro rozvoj

Úvahy o nové výstavbě maloobchodních kapacit mají dobrý základ - stejně jako v celé střední Evropě, tak i v Česku pro ně prostor určitě existuje. „Střední Evropa má stále potenciál pro novou výstavbu, nasycenost trhu je o dvacet procent nižší než je evropský průměr,“ říká Jonathan Hallett ze společnosti Cushman & Wakefield. Průměrná rozloha ploch v nákupních centrech 27 zemí EU činí 262 metrů čtverečních na 1 000 obyvatel, přičemž průměr ve střední Evropě dosahuje 209 metrů. Nejnasyčenějším trhem se 225 metry plochy nákupních center na 1 000 obyvatel je v tomto regionu Polsko, Česká republika dosahuje 210 metrů na 1 000 obyvatel.

U nás byly loni v roce 2013 dokončeny dva velké projekty: rozšíření Centra Černý Most a Galerie Šantovka v Olomouci. Za celý rok v Česku přibýlo 157 tisíc metrů čtverečních obchodních ploch.

Na rok 2014 je v Evropě naplánováno 171 nových projektů a 65 expanzí stávajících center, přitom ve střední Evropě se chystá otevření 30 nových OC. „V České republice se očekává v roce 2014 otevření řady rozpracovaných projektů, například Quadrio společnosti CPI nebo OC Kladno společnosti Crestyl. Očekáváme, že výstavba bude rozumným tempem pokračovat i v nastávajících letech,“ prognózuje Michal Soták ze společnosti Cushman & Wakefield.

03.02.2014 15:26, Petr Bým