

Regionální OC prosperují



Author: SF/pb | Published: 21.06.2016

„Po třech letech poklesu obrátů jsme zaznamenali zvýšení prodeje v gastro sektoru, meziročně o 15 %, což byl také nejvyšší nárůst v rámci všech sektorů,“ konstatuje Pavel Klimeš ze společnosti CBRE. Výsledky „gastro“ následovalo výrazné zvýšení v sektoru pro domácnost (meziročně o 13 %), zábavy (meziročně o 14 %) a specializovaných obchodech (meziročně o 14 %). „To odpovídá pozitivní náladě a ochotě zákazníků realizovat odložené nákupy spotřebního zboží a využívání volnočasových aktivit nabízených obchodním centrem,“ dodává P. Klimeš. Upozorňuje přitom ještě na dvě markantní

změny oproti předchozímu období - po dvou letech výrazných poklesů zaznamenaly lékárny meziroční zvýšení obrátů o 25 %, když podobně se situace změnila u cestovních agentur, kde došlo po třech předchozích letech poklesu k meziročnímu nárůstu o 9 % obrátu.

Móda dominuje, ale ztrácí

V regionálních OC prodeji dominuje móda - ta se na jejich ploše podílí 58 %, na celkovém počtu obchodních jednotek 42 %. Byl to však jediný sektor, který vykázal pokles počtu jednotek. Naopak nejvyšší nárůst prodejen, meziročně téměř 10 %, byl zaznamenán v sektoru pro domácnost a ve specializovaných obchodech a také potravin a služeb.

Chování zákazníků, co se týká návštěv obchodních center během roku, zůstalo relativně stabilní. Téměř 50 % všech návštěvníků přišlo do nákupního centra během první poloviny roku. Měsíční návštěvnost se pohybovala mezi 7 % a 9 % z celkového ročního počtu, s výjimkou prosince, kdy překročila 11 %.

„Pozitivní vývoj CBRE Shopping Centre Indexu ukazuje sílu maloobchodního trhu, což posiluje důvěru investorů při investování do obchodních center v České republice,“ komentuje výsledky průzkumu Chris Sheils z hlediska realitních investic.

Rozdělení plochy regionálních OC podle kategorie nájemců (v %)

Kupní síla: polovina evropského průměru

Obchodní centra a vůbec všechny obchodní kapacity jsou samozřejmě - co do svých příjmů - závislé na vývoji kupní síly a poměrů na pracovním trhu. Co se oběho týká, už delší dobu je na tom Česko více než dobře: nezaměstnanost je na evropský rekordně nízké úrovni a také díky tomu rostou opět i mzdy. Co se ovšem jejich výše týká, v evropském kontextu na tom valně nejsme. Podle nedávné studie společnosti GfK „Purchasing Power Europe“ kupní síla jednoho obyvatele České republiky činí průměru 7 313 eur (zhruba 200 000 Kč) a je tak na úrovni 53,6 % evropského průměru. Možná překvapivě je v evropském srovnání kupní síla Slováků je o něco vyšší a činí 210 000 korun na osobu. Celkově se ČR umístila na 26. místě, těsně za už zmíněným Slovenskem a Estonskem. (Studie sleduje nominální disponibilní příjmy populace v jednotlivých zemích Evropy v eurech a včetně jakýchkoli státních dávek, a to po dopočtu daní a příspěvků na charitu. Kupní sílu využívají spotřebitelé na výdaje související se stravováním, bydlením, službami, energiemi, soukromým důchodovým pojištěním a platbami pojistného, jakož i na další výdaje, například za dovolenou, dopravu a spotřební nákupy.)

Podobně dopadá komparace kupní síly v metropoli a v regionech. V Praze, která je nejbohatším městem v zemi, dosahuje 9 598 eur (260 000 Kč) na obyvatele a pohybuje se tak 31 % nad celostátním průměrem. Českému průměru se přitom nejvíc blíží okres Plzeň-sever, jehož obyvatelé mají k dispozici 210 000 Kč na osobu. Na opačném konci žebříčku koupěschopnosti jednotlivých českých regionů je Bruntál, kde činí kupní síla pouze 160 000 Kč na obyvatele. Tato hodnota zaostává za celostátním průměrem o 18 % a zároveň přibližně odpovídá kupní síle populace Chorvatska.

Deset českých okresů s nejvyšší kupní silou

21.06.2016 08:08, SF/pb