

STÁLÝ RŮST NÁKUPNÍCH CENTER

Podle zvláštního šetření organizace Shopping-Centrum roste v duchu dlouhodobého programu Regio-Planu počet nákupních center nejen v západních zemích, ale také v řadě zemí střední Evropy. V posledních dvou letech se jen v Česku a Maďarsku počet velkých nákupních středisek zvýšil o 40, přičemž největší jejich koncentrace je v Praze a v Budapešti. Největší střediska mají až 35 000 m² prodejní plochy. Ve Vídni mají největší střediska, s výjimkou SCS a Donaucentra, v průměru jen 14 000 m² plochy.

Nová střediska v Praze mají celkovou prodejní plochu 140 000 m², v Budapešti

160 000 m². Nové malé prodejny v tom nejsou započítány. Z toho vyplývá, že v Praze připadá v nákupních střediscích na 100 obyvatel 12 m² prodejní plochy, v Budapešti 8 m². Vídeň disponuje v podobně velkých střediscích prodejní plochou 25 m² na 100 obyvatel. Ze srovnání Prahy a Budapešti s Vídni vyplývá, že lze počítat v obou městech s dalším rozšířením prodejních ploch ve velkých střediscích.

Vychází se z možnosti vyrovnat se v Praze i v Budapešti tempu růstu počtu středisek a jejich prodejních ploch, jichž bylo dosahováno v posledních několika letech v Rakousku. Jen v roce 1997 tam přibýlo ve

100 největších nákupních střediscích 70 000 m² nových ploch. Přitom je podle Regio-Planu předpokládáno v Rakousku vybudování dalších 31 prodejen. Největší vybavenost prodejními plochami ve velkých nákupních střediscích je ve Vídni a Salzburku s 22 m² na 100 obyvatel, zatímco v Burgenlandu a v Kraňsku mají střediska v průměru jen 11 m² prodejních ploch na 100 obyvatel. Rozšiřování prodejních ploch ve velkých nákupních střediscích je i ve střední Evropě základním trendem vývoje forem efektivního prodeje zboží všeho druhu.

Alois Andrlle