



« Η ελληνική αγορά ακινήτων βρίσκεται σε μία καμπή. Κανείς δεν μπορεί να προβλέψει με σιγουριά πως θα είναι η επόμενη μέρα. Εκείνο όμως για το οποίο μπορεί να στοιχηματίσει είναι ότι θα είναι διαφορετική.» Με το λακωνικό αυτό τρόπο κορυφαίος στέλεχος της αγοράς ακινήτων έδωσε το στίγμα των ανακατατάξεων που κυοφορούνται την περίοδο αυτή στην αγορά. Νέες περιοχές κατοικίας δημιουργούνται, νέες δραστηριότητες αναδεικνύονται, αγορές «πεθαίνουν» και όλα αυτά σε ένα περιβάλλον υψηλής αβεβαιότητας τόσο ως προς τις χωροταξικές ρυθμίσεις όσο και ως προς το γενικότερο οικονομικό περιβάλλον.. Οι περισσότεροι αναλυτές της αγοράς θεωρούν ότι η επόμενη τριετία θα «σημαδευτεί» από την: -Ενίσχυση των εμπορικών κέντρων η οποία θα συνδυάζεται και με την γεωγραφική και χωροταξική αποκέντρωση. - Ενίσχυση των εμπορικών δρόμων με την ταυτόχρονη υποβάθμιση των περιφερειακών τους αγορών. - Αύξηση της ζήτησης για συγχρόνους γραφειακούς χώρους με την παράλληλη υποβάθμιση των μικρών γραφείων σε κτίρια μεγάλης ηλικίας που βρίσκονται στους κεντρικούς πυρήνες της πρωτεύουσας αλλά και στην Θεσσαλονίκη. -Στροφή του αγοραστικού ενδιαφέροντος στην αγορά κατοικίας σε νέες περιοχές οι οποίες θα χαρακτηρίζονται από τις σύγχρονες υποδομές σε οδικά δίκτυα και σε μεταφοράς καθώς και από το χαμηλό κόστος γης. Κοινή συνισταμένη των προβλέψεων όλων των αναλυτών είναι η προσδοκία για ενίσχυση του ειδικού βάρους της εξοχικής κατοικίας στην αγορά ακινήτων καθώς και των αστικών κέντρων της περιφέρειας. «Η ενίσχυση των εμπορικών κέντρων στη περιφέρεια είναι η επόμενη «κίνηση» της αγοράς. Το κριτήριο που θα καθορίσει τις επενδυτικές και τις γεωγραφικές επιλογές θα είναι οι δημογραφικές εξελίξεις.Στους εμπορικούς δρόμους υψηλής προβολής δεν πρόκειται να σημειωθεί κάμψη της ζήτησης. Αντίθετα, το πρόβλημα που έχει εντοπισθεί σε περιφερειακούς δρόμους δεν φαίνεται να αμβλύνεται. Στα επόμενα χρόνια θα γίνει μάχη των δύο μοντέλων εμπορικής ανάπτυξης. Του μοντέλου του δρόμου υψηλής εμπορικότητας και των εμπορικών κέντρων. Αυτό δεν σημαίνει ότι στο τέλος θα υπάρξουν νικητές ή ηττημένοι. Αυτό που είναι σίγουρο είναι ότι η σημερινή εικόνα της αγοράς θα είναι πολύ διαφορετική.Οι εξελίξεις που καταγράφονται στην αγορά φαίνεται ότι δικαιώνουν τις προβλέψεις αυτές. Από πρόσφατη έρευνα που επικεντρώθηκε στην διαθεσιμότητα εμπορικών καταστημάτων σε δήμους και συνοικίες υψηλής εμπορικής δραστηριότητας προέκυψε ότι τελικά τα μεγάλα εμπορικά κέντρα «κτύπησαν» κυρίως εμπορικές επιχειρήσεις που βρίσκονται σε περιοχές χαμηλότερης προβολής. Για παράδειγμα στους εμπορικούς δρόμους του Χαλανδρίου και του Αμαρουσίου το ποσοστό αδιάθετων καταστημάτων στους πολύ εμπορικούς δρόμους είναι 4% και 6% αντίστοιχα. Αντίθετα στους παράπλευρους εμπορικούς δρόμους η διαθεσιμότητα μπορεί να ξεπερνά το 20%. Το πρόβλημα γίνεται ιδιαίτερα έντονο στο κέντρο της πρωτεύουσας όπου η εικόνα μπορεί να αλλάζει μόνο από δρόμο σε δρόμο αλλά και από τετράγωνο σε τετράγωνο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η Ερμού όπου στο εμπορικό της τμήμα δεν υπάρχει διαθεσιμότητα εμπορικών καταστημάτων ενώ στο λιγότερο εμπορικό τμήμα η διαθεσιμότητα ξεπερνά το 10%. . Η κρίση όμως γίνεται ιδιαίτερα έντονη στους μικρούς δρόμους του ιστορικού τριγώνου στους οποίους ο δείκτης διαθεσιμότητας προσεγγίζει το 50%. «Αν κάποιος εξετάσει τα επενδυτικά προγράμματα για την δημιουργία εμπορικών

Εμπορικά Κέντρα Vs Εμπορικοί δρόμοι

Συντάχθηκε απο τον/την Administrator
Δευτέρα, 07 Ιούνιος 2010 18:00 -

κέντρων στην περιφέρεια της πρωτεύουσας που εξαγγελθεί τότε διαπιστώνει η υλοποίηση τους θα οδηγήσει σε κορεσμό της αγοράς. Αυτό σημαίνει ότι σταδιακά θα κορυφωθεί η υλοποίηση επενδύσεων σε περιφερειακές μονάδες προσαρμοσμένες στις ανάγκες των τοπικών αγορών» , τόνιζε χαρακτηριστικά κορυφαίο στέλεχος εταιρίας ακινήτων