

Sklepy uzależniają od siebie dostawców

# Sieci tworzą własne centra dystrybucyjne

Małgorzata Zgutka

PB

**Coraz więcej polskich sieci handlowych tworzy własne centra dystrybucyjne. W ten sposób uniezależniają się od hurtowni. Centra ułatwiają również zachowanie dyscypliny wśród właścicieli sklepów, którzy mają mniejsze szanse na ulokowanie w swoich placówkach innych produktów, niż zostało to uzgodnione przez członków sieci.**

Własne centrum dystrybucyjne pomaga sieci handlowej sprawniej działać. Współpracujący z nią hurtownicy nie muszą wówczas wozić towaru do każdego sklepu. Dostarczają swoje produkty wprost do centrum dystrybucyjnego. Stamtąd do punktów sprzedaży rozwozi je sieć. Sklepy zgłaszają, czego im brakuje, a zapasy są uzupełniane na bieżąco. Często posiadającym centra dystrybucyjne sieciom udaje się ominąć pośrednika. Towar biorą bezpośrednio od producenta.

## Na razie niewielu

Centra dystrybucyjne mają wszystkie sieci zachodnie. Wśród polskich taką inwestycję poczyniło zaledwie kilka zrzeszeń handlowych, m.in. Polomarket i Rabat Pomorze.

— Nie jest łatwo stworzyć podobne centrum. Po pierwsze, muszą się na nie zgodzić i partycypować w kosztach wszyscy zrzeszeni w sieci właściciele sklepów. W naszym przypadku dyskusje na ten temat trwały prawie dwa lata. W końcu udało się dojść do porozumienia — tłumaczy Marek Theus, prezes sieci Rabat Pomorze.

Równie długo dyskusje na temat uruchomienia własnego centrum trwały w Polomarkecie.

— Teraz wszyscy są z niego zadowoleni. Do tej pory kierowniczka sklepu musiała rozmawiać z 20 hurtownikami. Tyle samo samochodów podjeżdżało pod jej sklep. Teraz po prostu wysyła nam listę, na której są zaznaczone brakujące towary. Ładujemy je na jeden samochód, który jedzie do punktu sprzedaży. W ten sposób oszczędza się czas — tłumaczy Kazimierz Musiał z Polomarketu.

Twierdzi, że dzięki centrům dystrybucyjnym właściciele zrzeszo-

nych w sieci sklepów są bardziej zdyscyplinowani.

— Do tej pory zdarzało się, że brali towar od dostawców, z którymi sieć nie miała podpisanej umowy. Po prostu przyjeżdżali oni do sklepów i kusili ich właściciele tańszymi produktami. Teraz dostawcy zostali odcięci od sklepów, nie mają z nimi kontaktu. W ten sposób obrót jest uporządkowany — mówi Marek Theus.

Twierdzi, że dzięki własnym centrům dystrybucyjnym w sklepach nie brakuje towaru i nie ma przestojów w dostawach.

— Z polskimi dystrybutorami bywa różnie. Czasami nie dowozili oni towaru na czas. Teraz mamy gwarancję, że gdy zabraknie produktów, sami sobie je przywieziemy — tłumaczy Marek Theus.

## Dwie drogi

Są dwa sposoby na stworzenie własnego centrum dystrybucyjnego. Sieć Polomarket zbudowała je od zera, Rabat Pomorze po prostu przejął działającą w regionie hurtownię.

— Przez wiele lat, gdy jeszcze nie mieliśmy własnego centrum, korzystaliśmy z usług tego hurtownika. Później zaproponowaliśmy mu współpracę na innych warunkach. Zdawał on sobie sprawę z tego, że bez naszej sieci nie ma wielkich szans na przetrwanie w tym regionie. Tak więc przedstawiciele hurtowni zgodzili się na to, byśmy przejęli ich firmę. Hurtownia stała się spółką logistyczną, z której usług korzysta centrum dystrybucyjne — wyjaśnia Marek Theus.

Twierdzi, że centrum rozwija się w zawrotnym tempie. Oprócz przejętych magazynów, sieć kupiła już kilka dodatkowych obiektów. Nabyła również nowe samochody.

— Na razie niecały asortyment sieci dystrybuowany jest przez nasze centrum. Do tego jednak dążymy — wyjaśnia Marek Theus.

Zarówno Polomarket, jak i Rabat Pomorze nie chcą ujawnić, ile pieniędzy zainwestowały w centra. Stworzenie własnego centrum dystrybucyjnego planuje również sieć Rabat Bielsko-Biała.

— Na razie obserwujemy, jak to zrobili inni. Widzimy, że podobne centrum pomaga działać sklepom w sieci. Ich właściciele nie muszą spotykać się z kilkunastoma przedstawicielami handlowymi i dostawcami — tłumaczy Maria Kręcina, prezes Rabat Bielsko-Biała.

## OKIEM EKSPERTA

# Detaliści przejmują hurtownie



Marcin Bujnowicz  
właściciel firmy

Idéalnym sposobem na stworzenie przez polskie sieci handlowe własnego centrum dystrybucyjnego jest uzależnienie od siebie lokalnej hurtowni. Przez dłuższy czas sieć musi korzystać z usług jednej hurtowni.

W ten sposób sklepy, które do niej należą, stają się głównym odbiorcą towaru od tego dystrybutora. Gdy nagle sieć decyduje się na stworzenie własnego centrum dystrybucyjnego i zerwanie kontaktów z hurtownią, nie ma ona dużych szans na przetrwanie. Wówczas hurtownik traktuje propozycję sieci, która chce ją przejąć, jak wywołanie. Po