

Wysoką pozycję zawdzięcza w dużej mierze niskim cenom i niezłemu komfortowi robienia zakupów. Sieć najbardziej przyjazna – Geant – słabiej wypadła w konkurencji cenowej i ostatecznie zajęła tym razem 4 miejsce. Dalsze dwa miejsca na podium w bieżącym roku przypadły francuskim sieciom E.Leclerc i Carrefour. Ten pierwszy znacznie poprawił jakość sprzedawanych produktów. Warto też zauważyć, że jako jedyny oferuje klientom możliwość zamówienia zakupów przez Internet.

Żniwa w handlu

Dla hipermarketów w Polsce nadszedł czas rozliczeń. W bieżącym roku otworzono 19 nowych hal, a ich łączna liczba przekroczyła 200. Ale okres największej ekspansji właśnie się kończy. W dużych miastach jest już nadmiar sklepów. Pozostaje prowincja, też ważna, bo stwarza szansę podtrzymania rozwoju. Zanika jednak gigantomania – nowo budowane sklepy będą miały mniejsze powierzchnie i mniej różnorodny towar. Fachowo nazywa się to hipermarketem kompaktowym. – *Nowe hale powstaną w 72 miastach liczących 50–200 tys. mieszkańców* – przewiduje Iwona Krawczyk z Biura Analiz Rynkowych sieci Carrefour.

Wraz ze wzrostem wymagań klientów sieci zaczęły bardziej troszczyć się o jakość obsługi. Na przykład Tesco wprowadziło tzw. drugie otwarcie w ciągu dnia. Polega to na uporządkowaniu (bez zamykania sklepu) wszystkich stoisk i uzupełnieniu towaru. To dobra wiadomość dla tych, którzy zakupy robią zawsze po południu i wieczorem. Z kolei sieć Auchan we współpracy z policją wprowadziła monitoring parkingów za pomocą kamer. Każdy wjeżdżający samochód i jego kierowca są fotografowani. – *W ten sposób chcemy utrudnić kradzież aut* – mówi Dorota Patejko.

– *Właściciele marketów już dobrze wiedzą, jak gruby jest portfel ich klientów* – mówi Marcin Bujnowicz, ekspert, który doradza sieciom handlowym. Pod ich potrzeby dobiera się teraz asortyment. Z półek znikają mniej popularne artykuły, a w magazynach, bo to sporo kosztuje, ma leżeć jak najmniej towarów. To zarazem odpowiedź na pytanie, dlaczego nagle nie możemy kupić lubianego produktu. W większości sklepów ankieterzy nie mogli znaleźć na przykład suszonych prawdziwków ani maku na wagę. Po prostu w tych sklepach nie rozpoczęto przygotowań do świąt, a na co dzień drogie prawdziwki kiepsko „schodzą”.

Mniej, ale taniej

Zdarza się, że sieci w poszukiwaniu oszczędności decydują się okroić powierzchnię sklepu. Przykładem może być centrum handlowe Trzy Stawy w Katowicach, gdzie pomniejszono hipermarket Geant, zaś na uwolnionej powierzchni powstał salon samochodowy i sklep meblowy. Przez miniony rok niektóre sieci sporo zainwestowały w za-



© KRYSZTOF JARCZEWSKI/FORUM

Postój w kolejkach
Ile czasu stracił ankieter stojąc w kolejce do stoiska mięsnego, kasy i punktu obsługi klienta? (w min)

	2004 r.	(2003 r.)
Geant	10	(18)
hypernova	12	(16)
real	13	(54)
TESCO	14	(29)
Kaufland	16	(8)
E.LECLERC	19	(32)
Carrefour	25	(34)
Auchan	28	(31)

plecze logistyczne. Chwali się tym m.in. Tesco, ale trudno zauważyć, żeby z tego powodu zaopatrzenie się poprawiło. – *Dzięki tym inwestycjom sieci mogły zrezygnować z pośredników i nie muszą im teraz płacić prowizji. Te zmiany nie przyniosły bezpośrednich korzyści dla konsumentów* – uważa Piotr Kucharzyk z firmy ABC Trade Marketing.

Zadowolenie klientów? Owszem, jest ważne, ale częściej się o nim mówi niż o nie na prawdę dba. Konflikt sprzecznych interesów kupującego i sprzedawcy najlepiej widać na linii kas. Nas denerwują te puste, nieobsadzone, zwłaszcza gdy kolejka przypomina tasieniem. Inne katusze przeżywa kierownik hali, gdy widzi, że kasjerki siedzą beczyn-

nie. Za tę rozrzutność to on jest przez dyrektora firmy rozliczany. Często skąpstwo przeważa nad zdrowym rozsądkiem i wtedy powstaje bałagan.

Smakiem i zapachem

Ale są i zmiany na lepsze. Wielkie sklepy coraz częściej przystosowują swój wystrój i ekspozycję towarów do oczekiwań klientów. W Geancie podstawową zasadą ustawienia towarów stała się gramatura – duże rozmiary na dole, małe na górze. Na półkach podstawowym kryterium wyboru może także być na przykład smak, zapach, technologia, grupa docelowa lub rodzaj surowca. Z kolei Hypernova chwali się sklepami w Kutnie i Olkuszu. – *Towary poukładano tematycznie w oddzielne „światy”* – np. *świat kuchni, rozrywki, mieszkania* – mówi Dominika Kosman, rzeczniczka sieci. Podobnie zmienił się Geant w Szczecinie. – *Każdy dział wyodrębniono innym kolorem. Teraz ten pomysł wykorzystywany jest w sklepach całej sieci w innych krajach* – mówi Renata Gejlo. Tendencją do wyodrębniania ze sklepu stoisk, układania ich w oddzielne „krainy”, to trend światowy. Obok stoiska z filmami półka z orzeszkami i chipsami. Gdy kosza weźmiemy świeży chleb, po sąsiedzku kusi nas smalec i kiszzone ogórki. Wędliny ładują na ladach przypominających wozy drabiniaste pod stylizowanymi strzechami. A zaraz obok przyprawy do grilla i promocja węgla na rozpałkę i latem płyn na komary. To oczywiście ułatwi nam zakupy, ale sprawi, że w kasie zastawimy więcej.

Druga zauważalna tendencja polega na łączeniu jak największej liczby usług. Zamówieni klienci jadą tam, gdzie za jednym zamachem załatwią wiele innych spraw. – *Dlatego budujemy własne stacje benzynowe* – mówi Iwona Krawczyk z Carrefour. Stacje z najtańszym w okolicy paliwem ma też E.Leclerc i Geant. Za rok może ich być ponad 20. Płacenie domowych rachunków (telefony, prąd, ogrzewanie) przy kasie – to, co w 2003 r. było ewenementem, powoli staje się regułą. Takie usługi wykonuje teraz Carrefour, E.Leclerc, Geant, Hypernova, Tesco i Real. Dwie ostatnie sieci oferują też tanie wywoływanie zdjęć. Jeżeli mamy je w wersji cyfrowej, przed wyjściem z domu możemy je przestać Internetem, a odebrać w kasie. Hipermarkety rozbudowują też otaczające je galerie handlowe. Za linią kas pojawiają się pralnie, salony fryzjerskie, salony samochodowe. W centrach handlowych zaczęto nawet otwierać urzędy pocztowe.

Grzegorz Dudziak z Donaldsons ostrzega, że sieci, które nie mają pod bokiem konkurencji, mogą mniej się starać. Sytuacje braku konkurencji są jednak rzadkie. W dużych miastach w promieniu 5 km zawsze jest inny hipermarket. W mniejszych rywal pojawia się w ciągu kilku lat. Przynajmniej na tym rynku nie grozi nam więc monopol.

PIOTR STASIAK, PAWEŁ WRĄBEC
WSPÓLPRACA DANUTA PAWŁOWSKA

Tygodnik

Śr. nakład 338000 egz.

Zasięg ogólnopolski

