

Duże sieci sklepów rosną na potęgę. Czy rynek FM za nimi nadąża?

- Handel artykułami spożywczymi i szybko zbywalnymi produktami codziennego użytku masowo przechodzi do wielkich firm. Na koniec roku 2024 wartość sprzedaży w dyskontach osiągnie 45 proc. – zakłada NielsenIQ, GfK.
- Wciąż powstają nowe obiekty dużych sieci placówek rozproszonych, które wymagają kompleksowej obsługi firm z branży Facility Management.
- Ten trend będzie się rozwijał, bo polscy przedsiębiorcy zamykają małe sklepy lub przystępują do franczyzy.

Hipermarkety, supermarkety i dyskonty sukcesywnie wypierają małe sklepy, szczególnie spożywcze. Same dyskonty w 2023 r. zajęły już 43,7 proc. sprzedaży żywności, a na koniec 2024 wartość osiągnie 45 proc. – prognozuje NielsenIQ, GfK. Rosną również sieci franczyzowe i markety. Żabka ma już niemal 11 tys. sklepów, Biedronka 3,6 tys., a Lewiatan 3,2 tys. Tak duże sieci to wyzwanie dla firm z obszaru Facility Management, bo obsługa placówek rozproszonych wymaga rozbudowanej infrastruktury, dużej i doświadczonej kadry oraz kompleksowej oferty.

Facility management znaczy więcej niż złota rączka

Różnice między nowoczesnym facility managementem a tradycyjną, stacjonarną obsługą obiektu dotyczą przede wszystkim skali. Obsługa rozproszonych placówek sieciowych wiąże się z zarządzaniem większą liczbą obiektów. Wymaga specjalistycznej wiedzy i doświadczenia w koordynacji prac na dużą skalę. Do tego niezbędna jest bardzo dobrze rozbudowana logistyka, możliwa dzięki narzędziom informatycznym dedykowanym do zarządzania procesem zgłoszeń. Żeby spełniać wymogi placówek rozproszonych, potrzebna jest również kompleksowość podejścia.

- Obsługa nieruchomości rozproszonych już dawno przestały być usługami typu „złota rączka”. Stopień zaawansowania technologicznego urządzeń w takich sklepach wymusza wszechstronne kompetencje serwisowe. To również prace związane z terminowymi inspekcjami i przeglądami na obiektach, wynikającymi z procedur danego klienta oraz wymaganych prawnie. Coraz częściej klienci zainteresowani są usługą administrowania nieruchomością. Wygląda to tak, że po stronie firmy FM działa regionalny administrator nieruchomości odpowiedzialny za prawidłowe funkcjonowanie sklepu czy placówki. Jest w stałym kontakcie zarówno z personelem sklepu, jak i z osobami odpowiedzialnymi za FM po stronie klienta. Wymaga to większej dostępności specjalistów, którzy muszą być rozlokowani w wielu miejscach kraju. Po powiększeniu naszego zespołu teraz mamy w zespole ponad 300 osób ze specjalistyczną wiedzą, co pozwala na obsługę wielu obiektów rozproszonych – mówi Łukasz Milczarek, Dyrektor Operacyjny MSG w SPIE Building Solutions.

Duże sieci szukają oszczędności finansowych

Szeroki zakres usług FM obejmuje nie tylko administrowanie nieruchomościami. To też obsługa techniczna, przeglądy budowlane, modernizacje i remonty, bezpieczeństwo przeciwpożarowe i inwentaryzacje. Pozwala to właścicielom rozproszonych placówek sieciowych na zlecenie wszystkich prac związanych z zarządzaniem nieruchomością jednemu dostawcy, co zmniejsza koszty.

- Klienci stawiają na nowe rozwiązania związane z optymalizacją zużycia mediów czy działaniami spełniającymi kryteria zrównoważonego rozwoju. To przekłada się na oszczędności finansowe, które, nawet przy niewielkich uproszczeniach, w dużych sieciach obiektów mogą być spore. Dla branży FM jest to więc sektor, w którym nieustannie trzeba rozwijać kompetencje, wiedzę i zdobywać doświadczenia przy technicznych zagadnieniach związanych z optymalizacją – podsumowuje Łukasz Milczarek.

Prognozy dla rynku FM

Małe sklepy znikają z miast od lat i nic nie wskazuje na to, żeby miało być odwrotnie. Agencja Dun & Bradstreet podaje, że tylko w ciągu pierwszego półrocza w Polsce ubyło ponad 500 małych sklepów spożywczych i z przewagą żywności. W 2023 roku zamkniętych zostało ponad 2300 sklepów z artykułami spożywczymi i drobnymi przedmiotami codziennego użytku.

- To zła prognoza dla małych polskich biznesów, natomiast dobra dla rynku nieruchomości rozproszonych. Będzie ich coraz więcej, a już istniejące firmy umocnią swoją pozycję na rynku. Dla branży FM oznacza to kolejne wyzwania związane z zarządzaniem wieloma lokalizacjami, standaryzacją usług i zapewnieniem sprawnej logistyki. Jest to możliwe jedynie przy dogłębnym zrozumieniu specyfiki tego sektora – dodaje Łukasz Milczarek ze SPIE Building Solutions.



Łukasz Milczarek

Dyrektor Operacyjny MGS
SPIE Building Solutions

Publikacja ukazała się m.in. w:

- pkb24.pl
- hurtidetal.pl
- salon24.pl
- focusonbusiness.eu