

Miejsce dla mniejszych

Marcin Ratajczak, dyrektor generalny firmy dystrybucyjnej Mar-Ol z Poznania uważa, że są regiony, gdzie – przynajmniej dziś – nie opłaca się wchodzić dużym firmom. Wszystko zależy od dynamiki rozwoju danego regionu.

– Oczywiście jest jednak, że połączenia hurtowników są dobrym kierunkiem rozwoju – dodaje Marcin Ratajczak. – Dużej firmie łatwiej współpracować z producentami. Natomiast mniejsze, lokalne hurtownie mogą stać się podhurtowniami.

Podobnie twierdzi Piotr Smoliński, dyrektor operacyjny firmy Ango. Jego zdaniem integracja jest jednym ze sposobów na przetrwanie. Ale nie jedynym.

– Myślę, że dobrą alternatywą na przetrwanie mniejszych hurtowni czy sieci hurtowni jest penetrowanie mniejszych rynków – twierdzi dyrektor. – Niekoniecznie trzeba się koncentrować tylko na wielkich sklepach czy aglomeracjach. Na takich bowiem rynkach jest znacznie większa konkurencja.