Warszawa, 25.08.2025

**Skalowanie operacji magazynowych, minimalizacja kosztów - strategie na wzrost popytu**

**Koniec każdego roku to czas intensywnych wzrostów sprzedaży, szczególnie w okresach takich jak Black Friday, Mikołajki czy przedświąteczne dni. To także poważne wyzwanie logistyczne, do którego producenci oraz handlowcy przygotowują się już latem. W obliczu rosnących oczekiwań konsumentów, szybkość dostawy stała się kluczowym elementem, który może decydować o wyborze danego sprzedawcy. Raporty wskazują, że 60 proc. polskich konsumentów uznaje czas dostawy za istotny czynnik zakupowy, a firmy, które odpowiednio zarządzają swoimi łańcuchami dostaw, potrafią nie tylko sprostać rosnącemu popytowi, ale i minimalizować koszty. W jaki sposób przedsiębiorstwa mogą zoptymalizować swoje operacje w szczytowych momentach sprzedaży, zarządzając przestrzenią magazynową, zasobami ludzkimi i ryzykiem?**

Szybka dostawa to nie tylko oczekiwanie konsumentów, ale także element, który może stanowić przewagę konkurencyjną w handlu. Z danych Gemiusa[[1]](#footnote-1) wynika, że ponad 60 proc. Polaków uznaje czas dostawy za jeden z kluczowych elementów przy zakupach on-line. Szybkość realizacji zamówienia staje się kluczowa zarówno dla sklepów internetowych, jak i tradycyjnych, które łączą kanały offline z e-commerce. Dostawcy, którzy potrafią zapewnić błyskawiczne wysyłki, zyskują lojalność klientów.

Badania Deloitte[[2]](#footnote-2) potwierdzają, że w okresach szczytowych, takich jak handlowe święta pod koniec roku, sprzedaż produktów typu: elektronika, moda czy artykuły spożywcze może wzrosnąć o 30-50 proc., a firmy, które odpowiednio zorganizują logistykę, mogą nie tylko zaspokoić popyt, ale także wyróżnić się na tle konkurencji.

**Elastyczność i zarządzanie ryzykiem w logistyce**

W obliczu niepewności gospodarczej, rosnących kosztów surowców i zmienności popytu, logistyka stała się kluczowym narzędziem w zarządzaniu ryzykiem. Współczesne firmy muszą nie tylko efektywnie zarządzać zapasami, ale także umiejętnie dostosowywać swoje operacje do zmieniającego się popytu w okresach intensywnej sprzedaży.

– *Elastyczność operacyjna to fundament, który pozwala firmom reagować na zmieniające się warunki rynkowe. W okresach szczytowych, takich jak Black Friday czy Boże Narodzenie, kiedy popyt na konkretne produkty rośnie o kilkadziesiąt procent, przedsiębiorstwa muszą mieć możliwość dostosowywania swoich zasobów logistycznych do dynamicznego wzrostu sprzedaży. Współpraca z profesjonalnym operatorem logistycznym daje firmom możliwość elastycznego zarządzania przestrzenią magazynową oraz niezbędną kadrą, w tym pracownikami tymczasowymi, co pozwala na szybszą reakcję na wahania popytu* – mówi Mariusz Jóźwik, Senior Business Development Director Field Sales w Fm Logistic.

Elastyczność w logistyce oznacza także możliwość szybkiego modyfikowania strategii operacyjnych w odpowiedzi nagłe skoki sprzedaży, co staje się kluczowe w obliczu zmieniających się warunków rynkowych. Przewidywalność i optymalizacja procesów dostaw to elementy, które pozwalają firmom nie tylko reagować na zmieniający się popyt, ale także skutecznie zarządzać kosztami.

**Wykorzystanie efektu skali w zarządzaniu operacjami**

Jednym z bardziej efektywnych rozwiązań w okresie szczytów sprzedaży są platformy multiklienckie i skoordynowane działania, które zapewniają większą przestrzeń magazynową, dokładnie wtedy kiedy jest najbardziej potrzebna. Współdzielenie zasobów, takich jak przestrzeń magazynowa czy personel, pozwala na optymalizację operacji i szybsze dostosowanie się do zmieniających się warunków rynkowych. Efekt skali umożliwia przy tym obniżenie kosztów operacyjnych przy jednoczesnym zwiększeniu efektywności.

– *Dobry przykład na to, jak efektywnie koordynować działania dla klientów i zarządzać współdzieloną przestrzenią dają nasze platformy w Będzinie, Olszowej i Niepołomicach. Każda z nich ma swoją specyfikę, ale dzięki wspólnemu zarządzaniu stanowią jeden organizm, przez co możemy szybko reagować na skokowe wzrosty wolumenów i aktualne zapotrzebowanie rynkowe. Dzięki tej elastyczności jesteśmy w stanie na bieżąco dostosowywać przestrzeń magazynową oraz efektywnie realizować usługi dodatkowe, takie jak co-manufacturing czy omnichannel* – mówi Mariusz Jóźwik z FM Logistic.

Zarządzanie operacjami w ramach różnego rodzaju platform, w tym multiklienckich, pozwala na dynamiczne alokowanie zasobów w zależności od potrzeb, co ma kluczowe znaczenie w okresach zwiększonego popytu. Pracownicy tymczasowi mogą być kierowani do miejsc, gdzie przewidywane jest największe zapotrzebowanie na ich pracę. Przestrzeń magazynowa wykorzystywana jest przy tym w sposób optymalny, co pozwala na uniknięcie przeciążeń i opóźnień w realizacji zamówień.

**Optymalizacja przestrzeni magazynowej – kluczowy element przygotowań**

Rezerwacja odpowiedniej przestrzeni magazynowej na zimowe szczyty sprzedaży powinna odbywać się znacznie wcześniej. Najczęściej dzieje się to już w miesiącach letnich. Dzięki zaplanowanej z dużym wyprzedzeniem logistyce, producenci mogą uniknąć przykrych niespodzianek w najgorętszym dla nich okresie. Działania podjęte już teraz pomagają w płynnej realizacji zamówień oraz utrzymaniu efektywności operacyjnej pod koniec roku.

– *Firmy, które zaczynają planowanie logistyki przed szczytami sprzedaży, mogą uniknąć problemów związanych z brakiem przestrzeni magazynowej i opóźnieniami w dostawach. Co więcej, dzięki elastycznemu zarządzaniu oraz planowaniu z wyprzedzeniem mogą zabezpieczać i stabilizować podaż w okresach największych picków sprzedaży. Współdzielona przestrzeń jest więc także doskonałym rozwiązaniem dla firm poszukujących magazynów na tzw. buffer stock* – dodaje Mariusz Jóźwik z FM Logistic.

Jak podają dane z raportów Polskiego Instytutu Transportu Drogowego (PITD)[[3]](#footnote-3), zapotrzebowanie firm na powierzchnię magazynową w Polsce regularnie rośnie. Dla tych, zajmujących się handlem tradycyjnym, rezerwacja przestrzeni magazynowej na szczyty sprzedaży staje się koniecznością, aby uniknąć problemów związanych z brakiem miejsca i opóźnieniami.

\*\*\*

**FM Logistic Central Europe** jest częścią międzynarodowej firmy logistycznej FM Logistic i zajmuje się obsługą rynków w Europie Środkowej. Oddziały w Polsce, Czechach, Słowacji i na Węgrzech umożliwiają skuteczną obsługę klientów w regionie.FM Logistic Central Europe oferuje kompleksowe usługi logistyczne, takie jak magazynowanie, dystrybucja, transport oraz zarządzanie łańcuchem dostaw. Firma dysponuje łącznie ponad 1 000 000 mkw. powierzchni magazynowej, a także flotą ok. 2 500 pojazdów. Posiada 16 platform logistycznych, 29 magazynów przeładunkowych i zatrudnia ponad 5 000 pracowników. Posiada nowoczesne centra logistyczne, wyposażone w zaawansowane technologie i systemy informatyczne. Dzięki bogatemu doświadczeniu, szerokiemu zakresowi usług i elastycznemu podejściu, FM Logistic Central Europe jest w stanie dostosować się do indywidualnych potrzeb każdego klienta. FM Logistic Central Europe prowadzi działania mające na celu redukcję emisji CO2 oraz minimalizację negatywnego wpływu na środowisko naturalne. Firma stosuje strategie ekologiczne, takie jak optymalizacja tras transportowych i wykorzystanie energii odnawialnej.

**Kontakt dla mediów**

Paweł Skowron

Jr Account Executive

Tel. + 48 796 699 177

E-mail: pawel.skowron@goodonepr.pl

1. <https://gemius.com/pl/news/zakupy-zagraniczne-produkty-uzywane-i-platnosci-blikiem-raport-e-commerce-w-polsce-2024/> [↑](#footnote-ref-1)
2. Deloitte, „Global Retail & Consumer Products – The Holiday Shopping Season 2024” [↑](#footnote-ref-2)
3. https://pitd.org.pl/pl/reports [↑](#footnote-ref-3)