

Impact of the Retail Sector on the Value Chain

AZ AUCHAN BEMUTATÁSA



Tartalom

- **Az Auchan története**
- **Az Auchan a világban**
- **Az Auchan Magyarországon**
- **Az Auchan, mint kereskedő szerepe az értékláncban**



Az Auchan története

- 1961 = Gérard MULLIEZ megalapítja az Auchant Észak-Franciaországban. Családi vállalkozás.**
- 1977 = A vállalati vagyon megnyitása a dolgozók felé**
- 1981 = A nemzetközivé válás kezdete.
Nyitás Spanyolországban**
- 1995 = Az Auchan Magyarország megalapítása.
A budaörsi áruház megnyitása 1998-ban**

Az Auchan a világban

- **Jelenlét 12 országban:**
 - 468 hipermarket és 726 szupermarket
 - 209 000 munkatárs
- **39,5 Milliárd Euro (nettó) forgalom 2008-ban**
- **744 millió Euro nettó eredmény 2008-ban**



Az Auchan Magyarország

- **Az Auchan számokban**
 - 12 áruház (9 Budapesten és környékén, 3 vidéken)
 - 9 kertészeti diszkont, 9 diszkont benzinkút
 - Több mint 6000 munkatárs
- **Az Auchan kereskedelmi tevékenysége**
 - diszkont hipermarketek
 - a legfőbb célkitűzése, hogy hozzájáruljon a helyi lakosság vásárlóerejének növekedéséhez, a vonzáskörzet legolcsóbb kínálatával álljon vásárlói rendelkezésére.
 - Egy-egy Auchan hipermarket – méretétől függően – 50-80 000 különböző terméket kínál.

Stratégiánk



A kereskedelem szerepe az értékláncban

- Az Auchan, mint minden kereskedelmi vállalat, közvetítő szerepet tölt be a

Beszállító/termelő → kereskedő ← Vásárló
között

Érdekek

Az átadási ár fedezze a növekvő költségeket



Minél alacsonyabb áron vásároljon

Az Auchan szerepe az ellátási folyamatban

- A vásárlóerő növelése érdekében három szintű beszerzés
 - Hazai beszerzés
 - Élelmiszer termékek és nem élelmiszer termékek
 - Regionális szintű beszerzés
 - Élelmiszer termékek és nem élelmiszer termékek
 - Nemzetközi (Csoport) szintű beszerzés
 - Főleg nem élelmiszer termékek

Kapcsolatunk a beszállítókkal

- **Számokban:**

- Több, mint 1000 állandó beszállító
- Kb. 800 magyar kis- és középvállalkozás (80%)

- **A gyakorlatban:**

- Évente: 35 millió vásárló találkozik a termékekkel
780 millió eladott termék
- A vállalat megkezdte vidéki terjeszkedését = újabb értékesítési lehetőség a beszállítók részére
- Lehetőség a más országokban lévő Auchan hipermarketekben való megjelenésre.



Konklúzió

Az elmúlt évek kedvező tapasztalatai alapján az Auchan – az erőteljes globalizációs nyomás ellenére is – bízik a három szintű beszerzési modellben, amely

- ✓ jól szolgálja a vásárlóerő védelmét
- ✓ a vállalat dinamikus fejlődése miatt is kedvező a beszállítóknak
- ✓ nemzetközi megjelenési lehetőséget biztosít számukra.



KÖSZÖNÖM A FIGYELMÜKET!