

Balíky z e-shopů se dopravcům prodražují

■ Velkou část nákladů přepravních firem spolknou poslední úsek cesty k zákazníkovi. Řešením jsou výdejní místa a soukromé odběrné boxy.

Daniel Novák

Doručování balíků z e-shopů domů či na pracoviště se kvůli vysokým nákladům stalo noční můrou logistických firem. Platí to zejména o posledním úseku přepravy, jemuž se v byznysu říká poslední míle. V případě nepříznivé shody okolností, kdy zákazník například nemá peníze na dobírku, mohou výdaje na poslední míli tvořit až sedmdesát procent všech přepravních nákladů.

„Poslední míle je nejnáročnější částí balíkové přepravy, zejména u doru-



DRAHÁ LOGISTIKA. Noční můrou přepravců je zásilka balíků na dobírku, která adresáta nezastihne doma.

čení soukromým osobám, ať už domů nebo na jiná oblíbená místa, například na pracoviště. Kvůli kombinaci s balíky na dobírku je proces ještě složitější,“ uvedl ředitel společnosti GSL Česká republika Pavel Včela. Přepravní firma PPL považuje problém s po-

slední míli kvůli vysokým nákladům za stěžejní, přestože většinu zásilek doručí do druhého dne.

„Zásadní problémy řešíme především v dopoledních hodinách, kdy až polovina příjemců není zastížena na požadované doručovací adrese,“

sdělil šéf PPL CZ Petr Chvátal.

Částečné řešení našli dopravci v budování husté sítě výdejních míst. Například společnost In Time rozšiřuje síť výdejních automatů i odběrných míst, PPL a GSL mají hustou síť takzvaných ParcelShopů.

Samostatný byznys už před lety z výdejních míst vybudovaly tuzemské sítě Zásilkovna a Uložka. „Navzdory tomu, že jsme v nejexponovanějším období roku a proti loňsku přepravujeme dvojnásobný počet zásilek, nemáme žádné omezení ani neodmítáme nové e-shopy,“ popisuje stav před Vánoce- mi šéfkou Zásilkovny Simona Kijonková.

V zahraničí se kromě výdejních míst v různých obchodech a trafikách objevují další řešení. „Zajímavé jsou takzvané privátní odběrné boxy. Je to schránka na pozemku příjemce zabezpečená kódem, který zná jen příjemce,“ vysvětluje Petr Brandýský, výkonný ředitel logistické firmy In Time. Český trh na tuto formu podle něho ještě není připravený, ale současně je budoucností logistiky.

Dopravce: Z obchodů budou výdejní místa

■ Nedostatek řidičů a konkurence snižují marže přepravců. Do české logistické firmy In Time vstoupila Rakouská pošta. Situaci na trhu popisuje nový výkonný ředitel In Time Petr Brandýský.



Petr Brandýský, výkonný ředitel In Time.

■ S čím v logistice pro elektronické obchody nejvíce zápasíte?

K největším výzvám všeobecně patří enormní nárůst objemu přepravy v předvánočním období. Růst poptávky je více než trojnásobný proti zbytku roku, přičemž rozvozová kapacita zůstává prakticky stejná. Současně ale v období rekordní zaměstnanosti nedokážou firmy na takové nárůsty reagovat dostatečně pružně.

■ Kam se výhledově posune logistika pro e-shopy?

Pokud nás nepřekvapí něco, co si v tuto chvíli neumíme ani představit, tak bych řekl, že nastane intenzivnější propojení retailu a on-line. Zákazníci budou informováni o dostupnosti zboží i na kamenných prodejnách, tedy z prodejen se stanou odběrná místa. Současně jsem přesvědčen,

že vzroste počet osobních odběrných boxů, které jsou oblíbené v západních zemích.

■ Jak jsou na tom logistické společnosti z hlediska ziskovosti a marží?

Marže se průběžně snižují. Je to v důsledku zvyšující se konkurence, růstu primárně mzdových nákladů a nároků zákazníka na kvalitu požadovaných služeb. Navíc zpravidla největší klienti očekávají nejnižší cenu za poskytované služby.

■ Co společnosti In Time přinesl letošní vstup Rakouské pošty?

Tento vstup do naší firmy je zásadní a strategický krok. Očekáváme od něj nejen kapitálové zajištění pro následující období, ale primárně orientaci na kvalitu poskytovaných služeb ve standardu služeb poskytovaných Rakouskou

poštou. S tím nám pomohou investice do nových technologií a sdílení know-how s jedním z největších logistických operátorů v regionu. Současně se nám rozšířilo portfolio zákazníků ze zahraničí i z tuzemska. Například probíhají diskuze o tom, zda dojde ke sjednocení brandu všech společností působících ve skupině Rakouské pošty.

■ Připravujete nové investice?

Pro příští rok plánujeme zdvojnásobit počet kurýrů a rozšířit pobočkovou síť na zhruba 350 odběrných míst. K tomu plánujeme otevřít další krajské depa, přestěhovat sklad v Brně a zdvojnásobit kapacitu rozvozové sítě. To vše nám umožní zahájit spolupráci s novými partnery, změnit logistický systém a výrazně optimalizovat rozvozové trasy. /dnv/

Krátce

Budník končí v čele operátora O2

Mobilního operátora O2 povede od ledna dosavadní šéf komerční divize Jindřich Fremuth. Nahradí Tomáše Budníka, který stál v čele firmy 3,5 roku. Ten do funkce nastoupil krátce poté, co v O2 převzala majoritu investiční skupina PPF. Důvod výměny firma neuvedla.

PepsiCo rostou tržby, ale nadále prodělává



Česká PepsiCo loni snížila ztrátu z 33 milionů na 8,7 milionu korun. Tržby jí vzrostly na 2,4 miliardy korun z 2,15 miliardy korun v přechozím roce. Loňskou ztrátu podle firmy způsobily vyšší marketingové náklady na podporu všech značek.

Solar Global postavila malou vodní elektrárnu

Energetická skupina Solar Global vybudovala v Prudké u Tišnova na Brněnsku malou vodní elektrárnu za 25 milionů korun. Jednotka o výkonu 310 kilowattů stojí v papírnách v údolí Svratky. Solar Global chystá instalaci malých vodních zdrojů o výkonu nižších desítek megawattů v Česku a na Slovensku.

Žďas za stovky milionů zmodernizuje válcovnu

Strojírny Žďas ze Žďáru nad Sázavou získaly kontrakt na modernizaci válcovny železničních kol pro bohumínskou firmu Bonatrans Group. Kontrakt bude rozdělen do několika etap v hodnotě po stovkách milionů korun. Uskutečnění první z nich se plánuje na konec roku 2019. /čtk/