

Logistické perspektivy: mrakosklady a hluboká voda



Author: SF/pb | Published: 04.12.2015

Zpráva „European Retail & Logistics Insights: From Sheds to Shelves“ na základě tohoto předpokládaného vývoje odhaduje, jakým směrem se soudobá logistika bude rozvíjet. V souvislosti s tím pro tento obor analytici Colliers definovali šest klíčových vývojových trendů:

1) Proměna nákupních tříd

Zatímco nekvalitní a málo atraktivní nákupní oblasti zmizí, mnoho regionálních a spádových center projde velkou obměnou, diktovanou jinými nákupními zvyklostmi a omezením nabídky obchodních prostor. Přitom velcí maloobchodníci budou raději fungovat v 50 lokalitách, namísto třeba v dvoustech.

2) Patrové sklady

Rostoucí náklady na nákup či pronájem pozemků stojí v pozadí toho, že developéři se budou snažit vytvořit vícepatrové sklady či haly. Například v Japonsku už je v provozu průmyslová hala v Prologis Parc Narita III o rozloze 61 400 metrů čtverečních, jež má sedm nadzemních podlaží. Předpokládá se, že „mrakosklady“ se brzy objeví i v Evropě.

3) Hlubokovodní přístavy

Kontejnerová plavidla dnes pojmu 25× více nákladu než v roce 1970. Jejich velikost i ponor se v závislosti na tom zvětšují, přístavy se tomu musí přizpůsobit. Hlubokovodní přístavy jsou tak dnes nutností.

4) Digitální nákupy

Průzkum ukazuje, že ve městech budou v nadcházejících dvou dekadách dominovat digitálně gramotní spotřebitelé, což bude mít hluboký dopad na to, jak se maloobchod bude vyvíjet.

5) Drony asi nezvlétnou

Ačkoliv se v poslední době o nasazení dronů - coby dodavatelů obchodních zásilek - vydatně diskutovalo, současná regulace provozu ve vzdušném prostoru by mohly jejich vzlet překazit. Dalším pro drony

limitujícím faktorem je cena. Ačkoliv dnes zákazníci chtějí mít všechno hned zítra, někteří by u méně naléhavých položek mohli být ochotni počkat o něco déle, pokud si uvědomí, kolik by mohli ušetřit. Navíc by se kurýři na kolech nebo elektromobily stali symbolem pro ekologicky smýšlející maloobchodníky.

6) Show roaming

Zákazník se dnes dívá na zboží, ale často nakonec v kamenném obchodu nekoupí a využije on-line služeb. To je jedním z důvodů, proč společnosti omezují maloobchodní prostory a přesouvají kapacity do cenově levnějších skladů, které mohou dodávat přímo do domovů zákazníků. „Chytřejší“ maloobchodníci budou také jistě ve stále větší míře využívat nové technologie (například rozšířená realita/augmented reality, 3D tisk či biometrie), což bude představovat další oslabení „reálného“ maloobchodu. Nabízet jedinečné zážitky či produkty na míru současně může přispívat ke zvyšování hodnoty značky.

Foto: Sam LeVan

04.12.2015 08:13, SF/pb