

SILNÝ TLAK NA DORUČENÍ V TÝŽ DEN MŮŽE VÉST KE KOLIZI S EKONOMIKOU I EKOLOGIÍ

Převravci zaznamenávají zájem o sjednávání přeprav s požadavkem doručení ve stejný den. Již dříve tento trend nastoupil v segmentu B2C, nyní se pozvolna, a rozhodně ne masivně, začíná v některých případech objevovat i v B2B. Někdy jde zkrátka o nutnost. Nároky na rychlost dodání rostou a stávají se důležitým faktorem při výběru obchodního partnera. Dlouhodobým trendem je, že práci dispečerů u kamionových přeprav postupně přebírají automatické systémy.

Článek připravil Petr Neckář



Není tajemstvím, že doprava generuje značný objem emisí oxidů uhlíku a dusíku. Díky novým úsporným vozům se snižují provozní náklady nejen v oblasti pohonných hmot, ale například i plateb mýtného.

Nejčastějším požadavkem bývá v jednom dni naložit a druhý den skládat. Samozřejmě záleží na vzdálenosti a urgenci zboží. „Najdou se ovšem i případy, kdy je třeba doručovat ve stejný den. Logisticky to je určitě náročnější, je třeba mít neustále volné auto pro okamžitou nakládku a je žádoucí, aby řidič měl již po pauze a mohl využít kompletní výkon,“ říká Vojtěch Dočkalík, branch manager společnosti Logex logistics. Doplňuje, že

tento požadavek je čím dál častější ve vnitrostátní dopravě, při dopravách na stavbu nebo pro segment automotive, tedy zejména v případech, kdy je potřeba dodávky přepravit v režimu just-in-time. Často bývá požadavek na doručení ve stejný den u přeprav zboží podléhajících rychlé zkáze, dále také u distributorů stavebnin, jde rovněž o denní rozvozy z distribučních skladů, kde je doručení ve stejný den takřka nutností.



V posledních letech je v rámci celého supply chainu velký tlak na zkracování dodacích lhůt.

FOTO: Petr Neckář

„Jedna z chyb: pozdní zadání“



Jednou z chyb při objednávání přeprav je sjednávání přeprav v pozdním časovém limitu. Zákazník zašle objednávku pozdě, a z toho důvodu se již špatně reaguje v tak očekávané vysoké kvalitě a daných standardech. Důležitá jsou samozřejmě i správná technická data, termíny a speciální režimy, zkrátka maximum informací, které někdy chybějí, a zjednodušily by obchodní případ.

VOJTĚCH DOČKALÍK
branch manager
Logex logistics

TREND: ZKRACOVÁNÍ DODACÍCH LHŮT

Obecně je v posledních letech v rámci celého supply chainu velký tlak na zkracování dodacích lhůt. „Tam, kde bylo před deseti lety běžné dodání do 48 hodin, je dnes podle požadavků zákazníků na dodání 24 hodin a méně – a podobně se zkrátí požadovaný čas dodání i na kratší vzdálenosti. Toto zkrácení bylo umožněno jednak digitálními platformami a jednak také většími možnostmi dopravních a logistických firem, které se tímto směrem orientují,“ říká Petr Kozel, předseda představenstva společnosti VCHD Cargo. Dodává, že kontrakty bývají pod vysokou smluvní pokutou a dopravní společnosti často ani nemohou optimálně vytěžovat své kapacity. „Myslím, že by byla dobrá osvěta u zadavatelů přeprav v tom smyslu, že silný tlak na doručení v týž den může vést ke kolizi s ekonomikou přeprav a současně s minimalizací negativního ekologického vlivu, který se v souvislosti s přepravami stále více akcentuje,“ myslí si Petr Kozel.

Společnost Dachser Czech Republic vzhledem ke konsolidaci zásilek tak, aby firma naplno využila

výhod sběrné služby a tyto výhody přenesla na své zákazníky, jednorázové zakázky s požadavkem na doručení ve stejný den sběrnou službou nerealizuje. „S požadavky na doručení ve stejný den se občas setkáváme při charterových přepravách,

tedy celovozových přepravách či dokládkách, a dokážeme je realizovat. Většinou se jedná o urgentní přepravy, např. jde o chybějící materiál nebo náhradní díly ve výrobním závodě,“ uvádí Jan Polter, obchodní ředitel společnosti Dachser Czech Republic. Doplňuje, že takové jednorázové přepravy jsou ale spojeny s vyššími náklady.

ZADÁVÁNÍ OFF-LINE NEBO ON-LINE

Podívejme se na samotné možnosti zadávání přeprav. V současné době už se možnosti objednávání přeprav dělí v podstatě jen na dvě základní kategorie – objednávání tzv. postaru, tedy off-line, a zadávání zakázek on-line. „Jen minimum zákazníků u nás objednává logistické služby a konkrétně přepravy přes off-line objednávkový formulář. Většina menších a středně velkých zákazníků používá pro zadávání zakázek na přepravy naši on-line aplikaci,“ konstatuje Jan Polter. Zmíněná aplikace nabízí nástroje pro zadávání a řízení zakázek pro přepravy a skladování. Poskytuje informace o všech procesech v celém dodavatelském řetězci, umožňují

INZERCE

MÁME ŘEŠENÍ PRO KAŽDOU PRÁCI.

Linde Material Handling

Linde

It's a Linde.

Najděte ten správný vychystávací vozík, který vyhoví vašim potřebám.
www.linde-mh.cz/bryle





PETR DRUŽKOVSKÝ
provozní ředitel
Geis CZ

„Elektronický přenos dat urychluje a zpřesňuje organizaci přepravy“

Naprostá většina přeprav je dnes objednáвана elektronicky. Nejčastější formou je odeslání dat k zásilkám do našeho IT systému. Někteří klienti využívají možnost objednávání prostřednictvím naší webové aplikace pro odbavení zásilek. Díky elektronickému přenosu dat se urychluje a zpřesňuje organizace přepravy. Mezi nejčastější chyby při zadávání patří špatně uváděné parametry jednotlivých zásilek, jako je hmotnost a objem, které ovlivňují organizaci přepravy. Proto musíme tyto parametry pravidelně kontrolovat a korigovat.

sledování jednotlivých kroků i monitorování zásilek v reálném čase. Používají ji jak zákazníci, kteří objednávají přepravu pravidelně, tak i zákazníci, kteří realizují během roku jen několik objednávek. „Se zákazníky, kteří mají velký objem dat, pak používáme pro zadávání objednávek zpravidla přenos dat přes EDI, které je v současné době podle nás nejefektivnějším způsobem pro práci s logistickými daty,“ uvádí Jan Polter.

Každopádně trend v zadávání přeprav je jasný: přesun smlouvání cen do on-line prostoru. „Firmy už nechtějí tolik využívat telefony a SMS zprávy jako kdysi. On-line smlouvání pomocí různých databází a platforem navíc zajišťuje archivaci konverzací, tím pádem mají dopravci krytí, pokud protistrana chce měnit podmínky takzvané za jízdy,“ podotýká Andrej Lichnovský, marketing manager společnosti Trans.eu.

Podstatným údajem také je, aby dopravce věděl, jakou hodnotu má přepravovaná zásilka, protože to má vliv na pojištění. „Často narážím na to, že dopravce vůbec nezná hodnotu zásilky. Řada dopravců má sjednané minimální pojistné částky, a tak se může stát, že jim v případě škody jejich pojištění nestačí,“ upozorňuje Michal Láznicka, jednatel společnosti Ekonservis CZ.

„JEDNORÁZOVÉ PŘEPRAVY JSOU SPOJENY S VYŠŠÍMI NÁKLADY.“

promis mezi kvalitou a cenou. K nám se často vracejí zákazníci po velmi negativních a nákladných zkušenostech, které se původně tvářily jako cenově nejvýhodnější řešení,“ specifikuje Petr Kozel a pokračuje: „Rád bych také upozornil na ne zcela efektivní taktiku velkých nadnárodních spedičních firem z posledních měsíců, která dříve nebyla tolik rozšířená. Tyto firmy začínají stále více využívat on-line platformy k tendrování i značně velkých zakázek. Bohužel tyto velké společnosti vypisují tendry pro celou svou síť a z hlediska dopravce je pak značně složité vytvořit si představu o tom, jak velké objemy zákazníků opravdu od dodavatele potřebuje.“ Jak doplňuje, ucházející se dodavatel nemůže přesně odhadnout úplnost veškerých nákladů, v rámci takového tendru není prostor pro komunikaci o zdánlivých detailech, které ale bývají zatíženy vysokými náklady. „Pokud zadavatel použije tendr jen jako benchmark pro vytvoření dostatečného tlaku na stávajícího dodavatele přeprav, což je bohužel stále rozšířenější, srovnává nesrovnatelné a často nutí stávajícího dopravce do poskytování služeb za ceny, které jsou nereálné,“ popisuje Petr Kozel.

bude čím dál více upouštět od skladových zásob a vše, co půjde, se bude řešit v režimu just-in-time. Lze očekávat rozvoj automatizace, logistika bude pomalu přecházet na řešení chytré Logistiky 4.0, na jejímž vývoji a uvádění do praxe se již výrazně pracuje například v USA. Hlavní výhody tohoto systému budou podle slov Vojtěcha Dočkalíka spočívat v úspoře času a finančních prostředků pro výrobní a obchodní společnosti.

Petr Družkovský, provozní ředitel společnosti Geis CZ, trend v objednávání potvrzuje: „Určitě ještě pokročí propojování IT systémů mezi zákazníkem a logistickým providerem. Mnohem více objednávek bude u dopravce objednáno přímo v čase vzniku přepravní potřeby a dopravce je uvidí on-line ve svém systému.“





To, zda bude mít rozvoj automatizace vliv na snížení ceny přeprav, je otázkou. „V tomto období je velmi obtížné predikovat, jak se bude cena vyvíjet. Každopádně čtvrtá revoluce v dopravě a nástup nových technologií mohou cenu za přepravu snížit, protože moderní nástroje, které digitalizují a automatizují procesy, nahrazují lidskou sílu, čímž mohou snížit cenu,“ říká Andrej Lichnovský. Zvláště dnes je však složité předvídat, jak se budou ceny vyvíjet.

BENCHMARKING JAKO TLAK NA DODAVATELE

Chybou v přepravách bývá podle Petra Kozla přehnaná snaha ušetřit na dopravě doslova každou korunu. „Zadavatel by měl vždy hledat určitý kom-

SMĚŘOVÁNÍ K JUST-IN-TIME

Co se z hlediska zadávání přeprav do budoucna změní? „Vše bude směřovat hlavně k on-line řešením. Můžeme si například představit, že za deset let budou již všechny objednávky z výroby, skladů a dovozového materiálu řídit počítače přes systém, který bude už automaticky vybraným partnerům zasílat přepravy k realizaci. Bude hlídat zásoby na skladě, vše bude on-line propojeno přímo s GPS auta a bude kompletně hlídán dojezd na vykládku,“ domnívá se Vojtěch Dočkalík. Dodává, že se

 systemylogistiky@atoz.cz
 systemylogistiky.cz
 [systemylogistiky](https://www.linkedin.com/company/systemylogistiky)
 [systemylogistiky](https://www.facebook.com/systemylogistiky)

Je pro vás doručení v den nakládky důležitější?

„Výběr dopravce jen podle ceny může být dvojsečný“

Některé společnosti v rámci naší platformy tlačí cenu dolů a vybírají tu firmu, která jim provede přepravu za nejnižší cenu. To může být dvousečné, protože se dívají pouze na jeden faktor při výběru obchodního partnera. Nejen cena je důležitá, ale také rating společnosti, dále historie, rychlost a množství dalších ukazatelů, které je třeba zvážit.

ANDREJ LICHNOVSKÝ
marketing manager
Trans.eu



FOTO: FM Logistic