

Logistické nehnuteľnosti a e-commerce napomáhajú udržateľnosti



Zhrnutie

Udržateľnosť je pre odvetvie logistických nehnuteľností dlhodobou prioritou, čo sa prejavuje najmä v navrhovaní budov a v ich energetickej efektívnosti. S výrazným rastom e-commerce sektoru a jeho zásadným podielom na dopyte po logistických riešeniach je dôležité brať ho pri hodnotení udržateľnosti riešení do úvahy.

E-commerce zvyšuje udržateľnosť maloobchodu, dokazujú starostlivo vypracované akademické štúdie, ktoré merajú jeho konečné dosahy na životné prostredie. Kľúčom k posilneniu udržateľnosti v maloobchode je obmedzenie vplyvov dopravy – najväčšieho zdroja emisií v Spojených štátoch. V tomto ohľade je e-commerce efektívnejší. Konsolidáciou nákladnej dopravy, v rámci ktorej je tovar namiesto presúvania z bodu do bodu doručovaný po okružnej trase, klesá – v zmysle kilogramu vyprodukovaného CO₂ ekv. – uhlíková stopa z dopravy o viac ako 50 %. Pri stúpajúcom tempe využívania elektromobilov doručovacími spoločnosťami (v porovnaní s rozsiahlejšou individuálnou automobilovou dopravou zákazníkov) sa úspory vyprodukovaného CO₂ vďaka online nakupovaniu ešte viac zvyšujú. E-commerce si síce vyžaduje využívanie väčšieho množstva obalov, to však stále neprevyšuje úspory z prepravy, ktoré ho sprevádzajú. Odhaduje sa, že celkový výsledný negatívny vplyv na životné prostredie je približne o 15 % nižší, než pri nakupovaní v kamenných obchodoch.

Úvod

Špičkové výskumy, ktoré realizovali MIT, GRESB, Carbon Management a ďalšie centrá využívajúce komplexné štatistické modelovanie, vyčíslili uhlíkovú stopu jednotlivých maloobchodných modelov. Z konečných čísel vyplýva, že z hľadiska uhlíkovej stopy je e-commerce udržateľnejší než tradičný model kamenných predajní. Doprava má najvýraznejší vplyv na životné prostredie a e-commerce s dobre organizovaným systémom doručovania je z hľadiska udržateľnosti efektívnejší. V budúcnosti dokonca príde k ešte výraznejšiemu znižovaniu emisií, vzhľadom na to, že optimalizácia dodávateľského reťazca prináša environmentálne aj prevádzkové výhody. V dlhodobom horizonte vytvorí značnú výhodu v oblasti udržateľnosti synergia troch súčasných aspektov:

1. Územná stratégia – pozitívny vplyv na neustále sa vyvíjajúci dodávateľský reťazec. Súčasný reťazec má svoju prevádzkovú sieť bližšie ku konečným zákazníkom, čím redukuje uhlíkové emisie, znižuje počet najazdených kilometrov a minimalizuje operatívne náklady.

→ **Ako k tomu dochádza:** Umiestňovanie tovaru blízko ku konečným spotrebiteľom prináša environmentálne výhody vďaka **konsolidácii balíkov a maximalizácii objemu tovaru, ktorý je prepravovaný do mesta.** Zariadenia Last Touch® a City Distribution (viac informácií v našej dvojdielnej správe o klasifikácii nehnuteľností) si nevyžadujú iba blízkosť spotrebiteľov, poskytujú aj príležitosť na celkové zníženie emisií z dopravy prostredníctvom efektívnejšej distribúcie (pozri obr. 1). Táto doručovacia stratégia je podporovaná analytikou a technológiami,

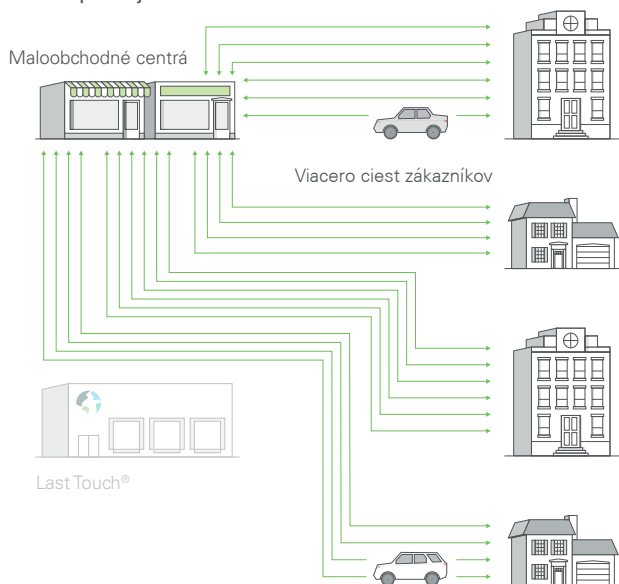
ktoré umožňujú výber najefektívnejších trás. Odborné štúdie odhadujú, že vplyv dopravy na životné prostredie v rámci sektoru e-commerce je v porovnaní s kamennými obchodmi menej ako polovičný, a to aj pri zohľadnení vyššej miery návratnosti tovaru.

Predajný kanál – prevádzkovatelia online obchodov aktívne vyhľadávajú možnosti, ako minimalizovať náklady prostredníctvom konsolidácie objednávok a optimalizácie doručovacej siete. Koncentrovaním pohybu tovaru do zhrnutných a optimalizovaných doručovateľských sietí môže byť uhlíková stopa z online nakupovania až o 50 % nižšia než pri tradičnom obchode. Vďaka tomu je e-commerce udržateľnejší ako kamenné prevádzky.¹ Rôzne spôsoby nakupovania majú rôzne dopady na životné prostredie. Uhlíkovú stopu ovplyvňuje napríklad aj veľkosť nákupných košíkov, miera návratnosti produktov a počet prejdených ciest.

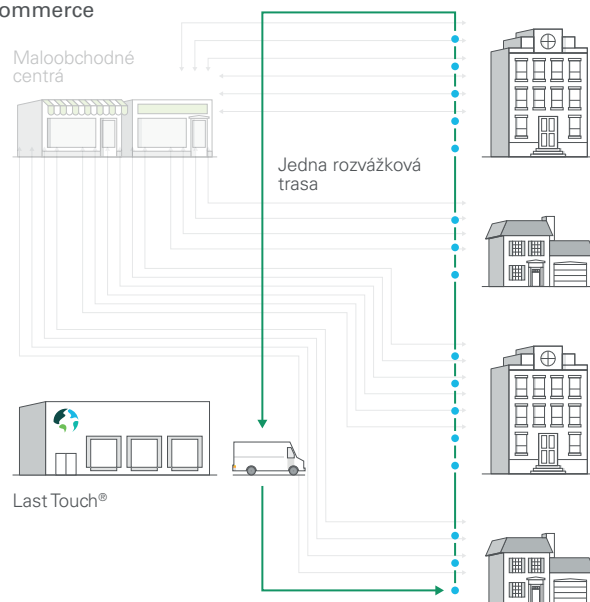
→ **Ako k tomu dochádza:** Keď zákazník nakupuje online, nepotrebuje sa osobne dopraviť do obchodu, aby našiel a zaobstaral si tovar. Objednávka je namiesto toho skonsolidovaná s nákupmi ostatných zákazníkov, umiestnená do veľkého nákladného auta a doručovaná spoločne s ostatným tovarom po jednej trase. Podľa MIT **táto efektívna metóda doručovania výrobkov produkuje výrazne nižšiu uhlíkovú stopu, než tú, ktorá by vznikla, keby každý jednotlivec za účelom nakupovania cestoval do a z obchodov.**² So stúpajúcim množstvom produktov nakúpených online sa zvyšuje aj efektivita.

Obr. 1:
VÝZNAMNÉ ÚSPORY NÁKLADOV NA DOPRAVU PLYNÚCE ZO SIETE E-COMMERCE

Tradičné predajne



E-commerce



Environmentálne vplyvy balenia produktov sú v porovnaní s tradičnými spôsobmi nakupovania v e-commerce vyššie. Odhaduje sa, že generujú zhruba 1 kg CO₂ ekv. a tvoria väčšinu environmentálnych vplyvov online nakupovania. Obaly však majú stále nižší vplyv ako doprava (približne o 25 %) pri tradičnom nakupovaní v kamenných obchodoch (pozri obr. 2).

2. Technológie – budúcnosť je tu. Vlastníci a užívatelia logistických nehnuteľností si čoraz viac osvojujú spôsoby využitia obnoviteľných zdrojov energie a technológie slúžiace na udržateľnú prevádzku budov, čím sa znižuje celková uhlíková stopa a plnenie krátkodobých aj dlhodobých cieľov je realistickejšie.

→ **Ako k tomu dochádza:** Doručovanie prostredníctvom elektronických vozidiel je čoraz častejšie a ekonomicky dostupnejšie. Viac ako 90 percent cieľov doručovacích áut sa nachádza v okruhu 100 kilometrov – to je dosiahnuteľná vzdialenosť pre vozidlá s nulovými emisiami.³ Častejšie nasadenie elektromobilov má potenciál znížiť vplyv dopravy na životné prostredie v rámci e-commerce na viac než polovicu. Pokiaľ ide o zákazníkov a investorov, kľúčové je alokovať rozhodovanie o trvalo udržateľnom obchode priamo na stranu zákazníkov logistických firiem. Tí, ktorí investujú do ekologických technológií, získajú konkurenčnú výhodu a dôveru spotrebiteľov a investorov, ktorých záujem o trvalo udržateľný obchod sa časom ešte zvýši.

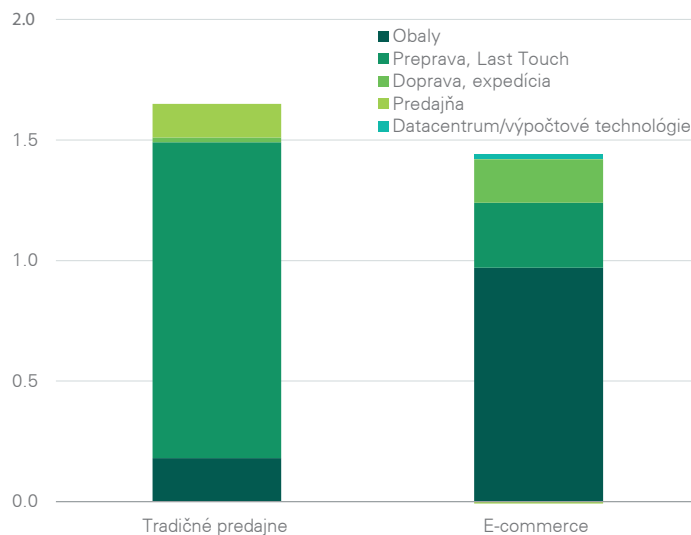
PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA

V celej Európe sú trvalo udržateľné dopravné technológie na vzostupe.

Najväčšie európske mestá zaviedli zóny s nulovými a veľmi nízkymi emisiami. Kamióny vstupujú do týchto miest v noci, keď je premávka pokojnejšia, a doručujú zásielky do menších skladov blízko spotrebiteľov. Ráno ich nákladné bicykle a elektromobily dopravujú k dverám spotrebiteľov.

→ **Výstup: Nočné doručovanie vedie k efektívnejšej vykládke a znižovaniu emisii.**

Obr. 2:
EMISIE OXIDU UHLIČITÉHO (CO₂) PODĽA FORMÁTU PREDAJA
Kilogramy CO₂



Zdroj: Environmental Analysis of US Online Shopping, MIT Center for Transportation & Logistics

Záver

Aj vďaka udržateľným konštrukčným prvkom je sektor logistických nehnuteľností lídrom v rámci komerčnej výstavby. V dobe e-commerce je čoraz dôležitejšou súčasťou optimalizácie dodávateľských reťazcov a udržateľnosti vhodne situovaná logistická nehnuteľnosť. Z dôvodu znižovania produkcie uhlíka budú stúpať požiadavky na koncentrovanie distribúcie v mestských oblastiach.

Rozširovanie e-commerce zároveň podporuje udržateľnosť, pretože model zlučovania nákupov do dodávok, ktoré nákladné autá doručujú priamo do domu, sa stáva stále účinnejším, a to aj po započítaní nutnosti dodatočných obalov a vyššej návratnosti produktov.

Spolu s dopytom po spotrebnom tovare šetrnom k životnému prostrediu rastie aj miera využitia elektromobilov a ďalších udržateľných dopravných technológií.

Táto analýza predstavuje prvú zo štúdií výskumného oddelenia Prologis Research o tejto vyvíjajúcej sa téme. Fenoménu udržateľnosti sa budeme venovať aj naďalej a budeme tak robiť s ohľadom na vývoj technológií, spotrebiteľských návykov a miery adaptácie.

Ak sa chcete dozvedieť viac o konkrétnych záväzkoch spoločnosti Prologis týkajúcich sa udržateľnosti, navštívte [sekcii Udržateľnosť](#) na Prologis.com.

Poznámky

1. *Environmental Analysis of US Online Shopping, MIT Center for Transportation & Logistics*
2. *Environmental Analysis of US Online Shopping, MIT Center for Transportation & Logistics*
3. U.S. National Renewable Energy Laboratory (NREL)

Výhľadové prehlásenia

Tento materiál nesmie byť vykladaný ako ponuka predaja cenných papierov alebo ako žiadosť o ponuku kúpy cenných papierov. Na základe tohto materiálu sa neočakáva žiadna akcia. Ide len o všeobecnú informáciu o zákazníkoch Prologis.

Táto správa je čiastočne založená na verejne dostupných informáciách, ktoré považujeme za dôveryhodné, avšak neuvádzame, že tieto informácie sú presné alebo úplné a teda že by sa na nich malo spoliehať. Správa neobsahuje žiadne vyhlásenie o presnosti a úplnosti informácií v nej obsiahnutých. Vyjadrené názory sú platné iba k dátumu správy. Spoločnosť Prologis odmieta akúkoľvek zodpovednosť za túto správu, a to najmä vo veci priamych alebo nepriamych záruk, výpovedí, chýb alebo opomenutí obsiahnutých v správe.

Odhady, predpovede alebo predpoklady obsiahnuté v tomto dokumente sú výhľadovými vyhláseniami. Hoci sa domnievame, že očakávania uvedené vo výhľadových vyhláseniach sú primerané, nemôžeme zaručiť, že sú ako také správne. Odhady môžu byť ovplyvnené známymi aj neznámymi rizikami, neistotami a ďalšími faktormi, ktoré môžu viesť k tomu, že sa skutočné výsledky budú výrazne líšiť od predpokladaných. Výhľadové vyhlásenia sú platné iba k dátumu správy. Jednoznačne odmietame povinnosť aktualizovať alebo meniť výhľadové vyhlásenia obsiahnuté v tomto dokumente v súlade s našimi očakávaniami alebo zmenami okolností.

Bez predchádzajúceho písomného súhlasu spoločnosti Prologis nemôže byť žiadna časť tohto materiálu (i) rozmnožovaná, fotografovaná alebo akoukoľvek inou formou duplikovaná alebo (ii) ďalej šírená.

O výskumnom oddelení Prologis Research

Výskumné oddelenie Prologis Research sa zaoberá základnými a investičnými trendmi a potrebami zákazníkov spoločnosti Prologis, aby mohlo byť nápomocné pri zisťovaní príležitostí a prispieť k vyhnutiu sa rizikám naprieč štyrmi kontinentmi. Tím sa podieľa na rozhodovaní o investíciách a dlhodobých strategických iniciatívach, vydáva tiež vlastnú bielu knihu a ostatné výskumné správy. Spoločnosť Prologis publikuje výskum o dynamike trhov ovplyvňujúcich podnikanie jej zákazníkov, vrátane aspektov globálnych dodávateľských reťazcov a vývoja v logistike a realitných odvetviach. Výskumný tím Prologis spolupracuje so všetkými oddeleniami spoločnosti s cieľom uľahčovať vstup spoločnosti Prologis na nové trhy, jej expanziu, akvizície a rozvojové stratégie.

O spoločnosti Prologis

Prologis, Inc. je globálny líder v oblasti logistických nehnuteľností, ktorý sa zameriava na trhy s vysokým rastom a vysokými prekážkami vstupu. K 30. septembru 2019 spoločnosť vlastnila (či už samostatne alebo formou spoločných investičných podnikov) nehnuteľnosti a developerské projekty s celkovou očakávanou rozlohou približne 797 miliónov stôp štvorcových (74 miliónov metrov štvorcových) v 19 krajinách. Prologis prenajíma moderné distribučné priestory pestrej škále približne 5 100 zákazníkov z dvoch hlavných oblastí: business-to-business a retailového/online fulfillmentu.

Prologis
Pier 1, Bay 1
San Francisco, CA 94111
Spojené štáty americké
+1 415 394 9000
www.prologis.com

Copyright © 2019 Prologis, Inc. Všetky práva vyhradené.