

TOYOTA GROUP O KROK NAPŘED

Renomované německé magazíny dhf Intralogistik (dhf) a Logistic Journal uveřejnily nedávno tradiční žebříček nejúspěšnějších výrobců manipulační techniky. První místo společnosti Toyota, jejíž pevnou součástí je již od roku 2000 také značka BT, nás samozřejmě potěšilo, i když jsme ho očekávali. Rádi bychom se nad výsledky zastavili trochu déle a zauvažovali o důvodech, které vedly k tomuto skvělému úspěchu i o trendech, které hýbají naším zajímavým oborem.

Analýza publikovaná v magazínu dhf je, podle našeho názoru, přesnější, obsahuje podrobný popis zvolené metodiky, a proto v našem komentáři pracujeme převážně s jeho závěry. Uvádí výsledky skupiny Toyota dosažené ve stejném období (leden-prosinec) jako u ostatních výrobců a koriguje tak japonský finanční rok (duben-březen).

Na prvním místě bez překvapení

Pestrý a silně konkurenční obor manipulační techniky navázal v roce 2006 na výborné výsledky předchozího roku 2005. V roce 2006 se prodalo úctyhodných 855 tisíc vozíků s pohonem, to znamená ještě o 14% více, než v silném roce 2005 (750 tisíc vozíků). Společnost TMHG (Toyota Material Handling Group), reprezentovaná značkami BT v oblasti skladové manipulační techniky a Toyota v segmentu čelních vysokozdvíhacích vozíků, prodala, odhaduje dhf, 193 tisíc strojů, to znamená plných 22,5%. S obratem 4,84 miliard euro jsme předstihli druhý Kion (Still, OM Pimespo, Linde) o 17% a dále zvýšili odstup mezi oběma společnostmi.

Spokojenost vládne světem

Nejrychleji rostl asijský region a trhy ve východní Evropě (o 19, resp. 36%), Západní Evropa o 13% a pomalejší růst zaznamenala Amerika, pouhých 8%. Jak těmto statistikám odpovídal vývoj českého trhu posuďte sami: s meziročním nárůstem prodeje na úrovni 15%, z přibližně 5450 vozíků v roce 2005 jsme vyrostli na necelých 6300 v roce 2006. Na rozdíl od



světového trhu ale známe již i výsledky roku 2007. Ty ukazují na další podstatné zrychlení růstu trhu. Necelých 8000 kusů prodaných vozíků představuje rekordní meziroční nárůst o 27%.

"Zájem byl o vozíky se spalovacím motorem, ale bouřlivý vývoj výroby i obchodu a s tím spojených logistických toků výrazně zvýšil i prodeje elektrických skladových vozíků. Jejich podíl se za poslední 2 roky zvýšil z 45% na plných 50%. V tom se ČR ale nijak nevymyká trendům v průmyslově vyspělých zemích," komentuje situaci na českém trhu Jan Klesňák, marketingový manažer společnosti.

"Toyota se umístila na prvním místě žebříčku nejúspěšnějších světových výrobců manipulační techniky již poněkoličkáte za sebou, zvýšila o necelé procentu svůj tržní podíl a tím i odstup od druhé v pořadí, skupiny Kion, která v počtu prodaných vozíků zaostala již o plných 29%," doplňuje Jan Klesňák.

Investice do výzkumu a vývoje prioritou

Jedním z důvodů, proč jsou značky BT i Toyota tak úspěšné, je fakt, že patří dlouhá léta mezi nejpilnější inovátory a propagátory ergonomických, bezpečnostních i ekologických prvků na skladových i čelních vysokozdvíhacích vozících. Kvalita, spolehlivost, efektivnost, dlouhá životnost a ekologická odpovědnost - vozíky s touto charakteristikou ovládly již poněkoličkáte za sebou žebříček světových výrobců, a to plným právem.

Druhou skutečností může být fakt, že se obě společnosti koncentrují na dlouhou životnost a spolehlivost svých vozíků a komplexní nabídku vozíků i služeb, čímž jdou naproti současným trendům.

Sledování provozních nákladů

Roste význam sledování celkových nákladů spojených s provozem vozíků po celou dobu jejich životnosti (tzv. Life Cycle Costs Efficiency nebo obdobně Total Cost of Ownership). Uživatelé si stále více uvědomují, že i když si pořídí vozík za poměrně velkou sumu peněz, to znamená někdy i výrazně dražší, než jiný dostupný v tu dobu na trhu, může se jednat o ekonomické a uvážlivé rozhodnutí.

BT, jako tradiční dodavatel zavedené značky prověřené mnoha náročnými aplikacemi, zvláště na tento fakt často upozorňuje a může jeho pravdivost dokumentovat na základě praktických zkušeností. Naše vozíky, přestože jsou vybavené nejmodernějšími technologiemi se lépe a snadněji servisují, jsou spolehlivější a díky zvýšené péči dodavatele, který je finančně zainteresován na jejich bezproblémovém fungování v rámci různých, na míru šitých programů financování, mají nižší provozní náklady i delší životnost.