

## Οι αλλαγές και οι σύγχρονες τάσεις στην εφοδιαστική αλυσίδα αναδείχθηκαν στο 25ο Eurolog που διεξήχθη στην Αθήνα

2019/04/10 11:20 στην κατηγορία LOGISTICS

Οι αλλαγές και οι σύγχρονες τάσεις στην εφοδιαστική αλυσίδα αναδείχθηκαν στο 25ο Eurolog που διεξήχθη στην Αθήνα από τον ELA και το ILME.

### Επιμέλεια: Βάσω Βεγιάζη

Το συνέδριο, όπως υπαγόρευε ο τίτλος του **“A new way of doing business”**, στόχο είχε να αναδείξει τις αλλαγές που πραγματοποιούνται σε όλο το φάσμα της εφοδιαστικής αλυσίδας, οι οποίες καθορίζονται από την επίδραση του τρίπτυχου των οικονομικών, τεχνολογικών και περιβαλλοντικών παραγόντων - τις τρεις κινητήριες δυνάμεις του παγκόσμιου εμπορίου και της εφοδιαστικής αλυσίδας - μέσα από case studies και βέλτιστες πρακτικές που υιοθετούν εταιρείες διεθνούς εμβέλειας.

Ο δημοσιογράφος του metaforespress.gr, Φωτεινός Φώτης συντόνισε το πάνελ «Retail Supply Chain Management», στο οποίο παρουσιάστηκαν, μεταξύ άλλων, οι προκλήσεις και οι ευκαιρίες που αντιμετωπίζει το λιανεμπόριο, οι αλλαγές που επιφέρει το omni-channel και η εναρμόνισή τους με τις απαιτήσεις για «πράσινες» πρακτικές στην εφοδιαστική.

Ειδικότερα, ο **Tom Rose, Head of International Operations της SPAR International** τόνισε ότι η εφοδιαστική αλυσίδα στον κλάδο του λιανεμπορίου δεν είναι μια δύσκολη εξίσωση, ωστόσο χρειάζεται προσπάθεια για να γίνει αποτελεσματικότερη.

Στιγμιότυπο από το 25ο Eurolog

Αναφερόμενος στις απαιτήσεις των σύγχρονων καταναλωτών, ο κ. Rose δήλωσε ότι το ζητούμενο είναι η εξατομικευμένη εμπειρία. Συνεπώς, η εφοδιαστική αλυσίδα πρέπει να εξελιχθεί για να καλύψει την ανάγκη αυτή.

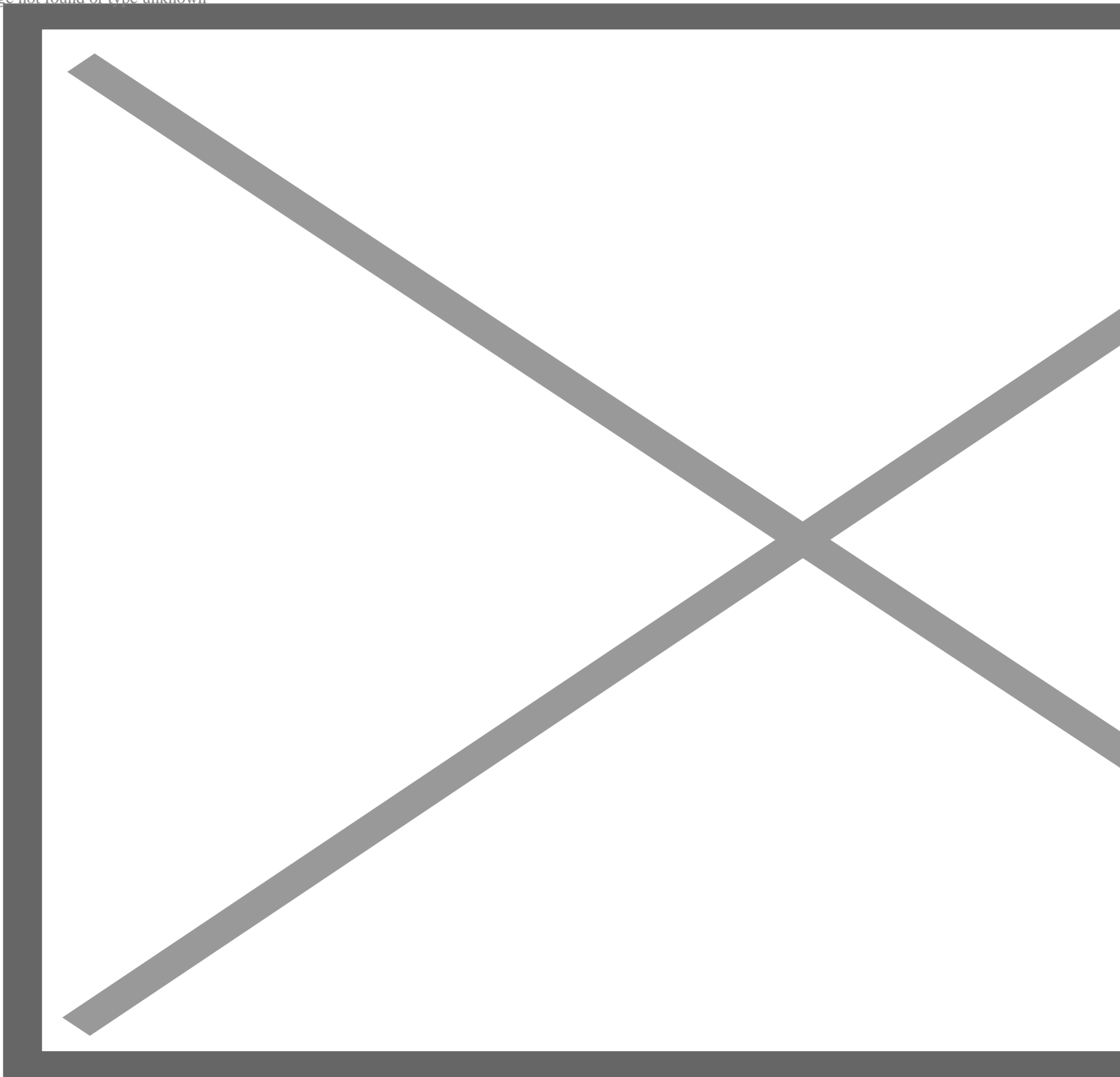
«Όλα αυτά έχουν ως συνέπεια τη δημιουργία μιας νέας μορφής λιανεμπορίου, με πελατοκεντρική προσέγγιση, όπου στόχος είναι το supply chain να γίνει πιο

αποτελεσματικό, με τάσεις βελτίωσης, ώστε να μειωθούν τα κόστη», υπογράμμισε.

Κατά τον κ. Rose, οι επιχειρήσεις πρέπει να διαθέτουν ψηφιακή παρουσία, διαφορετικά θα αποκοπούν από το καταναλωτικό κοινό, λόγω ελλιπούς προσφοράς βέλτιστης καταναλωτικής εμπειρίας.

Από την πλευρά του, ο **κ. Μιχάλης Μπουρλάκης, Director of Center of Logistics & SC Management του Πανεπιστημίου Cranfield**, αναλύοντας τον ρόλο του ηλεκτρονικού εμπορίου στην 4η Βιομηχανική Επανάσταση και πως αυτό θα επηρεάσει την εφοδιαστική αλυσίδα, εκτίμησε ότι το B2B διασυνοριακό εμπόριο θα αυξηθεί, μελλοντικά, στα 1,2 τρισ. δολ.

Οπότε, οι B2B επιχειρήσεις οφείλουν να επενδύσουν περαιτέρω στα logistics. Σύμφωνα με τον ίδιο, χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Amazon, η οποία από λιανέμπορος «μεταμορφώνεται» σε εταιρεία logistics.



Στιγμιότυπο από το 25ο Eurolog

Για τις μελλοντικές προκλήσεις των ευρωπαϊκών logistics μίλησαν, τόσο ο **Michael Gierloff, Director Transport Sourcing & Customer Collaboration Europe της CHEP España**, όσο και ο **Andreas Kick, Partner της 4Flow Consulting**.

Όπως υπογράμμισε ο κ. Gierloff, παρά την οικονομική ανάπτυξη που συντελείται τα τελευταία χρόνια στην Ευρώπη, το 25% των μεταφορών είναι αναποτελεσματικό.

Πραγματοποιούνται 85 δισ. «νεκρά» χιλιόμετρα, καθώς φορτηγά επιστρέφουν άδεια, ενώ διαπιστώνονται πάνω από 100.000 κενές θέσεις οδηγών.

Αντίστοιχα, ο κ. Kick σημείωσε ότι οι τελικοί καταναλωτές απαιτούν ποικιλία

προϊόντων, ακριβείς χρόνους παράδοσης και βέλτιστες υπηρεσίες.

«Προκειμένου να παραμείνουν ανταγωνιστικοί, οι λιανοπωλητές πρέπει να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των πελατών τους. Οι πωλήσεις πολλαπλών καναλιών, ο υψηλός βαθμός ευελιξίας και η άριστη εξυπηρέτηση των πελατών είναι πρακτικές απαραίτητες για τις επιχειρήσεις του σήμερα», ανέφερε.

Τέλος, ο κ. **Αναστάσιος Παπαδόπουλος, Senior Director Asset Manager της IFCO** παρουσίασε τις λύσεις και τα πλεονεκτήματα των υπηρεσιών που προσφέρει η εταιρεία στον κλάδο της εφοδιαστικής αλυσίδας.