
“Κλειδί” το e-commerce στη διαμόρφωση στρατηγικής στις μεταφορές για τις επιχειρήσεις

2019/06/05 08:00 στην κατηγορία TAXYΔΡΟΜΕΙΑ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) θα διαδραματίσει σημαίνοντα ρόλο στον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις θα καθορίσουν μελλοντικά την στρατηγική τους στις μεταφορές.

Επιμέλεια: Βάσω Βεγιάζη

Σύμφωνα με έρευνα, που τιτλοφορείται «The Logistics Transport Evolution: The Road Ahead», οι επιχειρήσεις αναπτύσσονται πλέον σε ένα ταχέως μεταβαλλόμενο περιβάλλον, είτε πρόκειται για γεωπολιτικές αλλαγές, είτε για τεχνολογικούς μετασχηματισμούς.

Όμως, όσον αφορά το κομμάτι των οδικών μεταφορών, το μεγαλύτερο ζήτημα που απασχολεί τις επιχειρήσεις είναι το e-commerce και τις επιπτώσεις που αυτό έχει στο κομμάτι της εξυπηρέτησης και της οδικής μεταφοράς.

Σύμφωνα με την έρευνα, μερικές από τις εξαιρετικά υψηλές προσδοκίες για εξυπηρέτηση που «συνοδεύουν» το ηλεκτρονικό εμπόριο σταχυολογούνται στα εξής:

- Οι πελάτες αναμένουν παράδοση την ίδια ή την επόμενη ημέρα,
- Προσδοκούν πολλαπλές επιλογές στις last-mile παραδόσεις,
- Επιθυμούν υψηλό in-transit visibility (ορατότητα),
- Επιδιώκουν πολιτικές ευέλικτης ή δωρεάν επιστροφής και
- Πάντα in-stock αποθέματα.

Όπως διαπιστώθηκε ο αντίκτυπος του e-commerce στις αγορές γενικά, και κυρίως στις οδικές μεταφορές, ποικίλλει ανάλογα με την περιοχή.

Για παράδειγμα, συγκρίνοντας τις επιπτώσεις του e-commerce την προσεχή 2ετία έναντι των 3-5 ετών, στις ΗΠΑ εκτιμάται ότι θα υπάρξει ελαφρά μείωση του αντίκτυπου αυτού, **από 63% σε 60%**,

Αντιθέτως, σε Ευρώπη, Μέση Ανατολή και Αφρική, Ειρηνικό και Λατινική Αμερική το

ποσοστό αυτό αυξάνεται **από 65% σε 69%**.

Σύμφωνα με τον Paul Stone, διευθύνοντα σύμβουλο της DHL Supply Chain Nordics και επικεφαλής των μεταφορών για την MLEMEA, «Οι Ευρωπαίοι πελάτες μας αναζητούν πρώτης κατηγορίας δυνατότητες στην παροχή last-mile παραδόσεων, γι' αυτό και η τεχνολογία θα αποτελέσει κεντρικό στοιχείο μετάβασης σε αυτή τη νέα εποχή οδικής μεταφοράς.

Η δυνατότητα για τεχνητή νοημοσύνη (Artificial Intelligence – AI) και data analytics όσον αφορά τη διαχείριση του προφίλ παραγγελιών και των πολύπλοκων και απαιτητικών μοντέλων λειτουργίας του κάθε πελάτη, που παράλληλα βελτιστοποιούν το κόστος και τις παρεχόμενες υπηρεσίες, θεωρούνται πλέον περισσότερο βασικές υπηρεσίες παρά προστιθέμενα οφέλη».

Σύμφωνα με τον ίδιο, στην Ευρώπη οι μεταφορές είναι αναμφισβήτητα μια κρίσιμη πτυχή του παγκόσμιου επιχειρηματικού περιβάλλοντος και «τα ευρήματά μας δείχνουν ότι οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν τώρα τη στρατηγική τους αξία.

Αυτή η μελέτη μας βοήθησε να κατανοήσουμε ακριβώς τι προσδοκούν οι εταιρείες από τους παρόχους μεταφορικών υπηρεσιών, τόσο σήμερα όσο και αύριο».

Αξιοσημείωτο είναι ότι, η έρευνα της DHL κατέδειξε ότι σε Ευρώπη, ΗΠΑ και Ασία ολοένα και περισσότερα mega-αστικά κέντρα αναπτύσσουν τιμολογιακή πολιτική και επιβάλλουν τέλη σε οχήματα που εισέρχονται σε αστικές περιοχές.

Προβλέπετε δε ότι οι περιβαλλοντικές ανησυχίες αναφορικά με το ανθρακικό αποτύπωμα των μεταφορών θα αυξηθούν μελλοντικά, βάζοντας περισσότερους **περιορισμούς στην παράδοση αγαθών ιδιαίτερα σε αστικές περιοχές.**

Στην έρευνα, το 76% των ερωτηθέντων απάντησε ότι η νομοθεσία σχετικά με την υποχρεωτική καταγραφή του αποτυπώματος άνθρακα έχει σημαντικό αντίκτυπο στη λήψη αποφάσεων σχετικά με τις μεταφορές.

Επίσης, ευρύτεροι κοινωνικοί παράγοντες παρουσιάζουν συναφείς προκλήσεις, με το 61% των επιχειρήσεων να αναφέρει την αύξηση της αστικοποίησης ως παράγοντα που θα επηρεάσει τις μελλοντικές τους δραστηριότητες.

Οπότε, η τεχνολογία και η ικανότητά της να συμβάλλει στη διαχείριση αυτού του περίπλοκου περιβάλλοντος θεωρούνται ολοένα και περισσότερο ως τυπική απαίτηση για τους 3PLs.

Πάνω **από τα 2/3 των εταιρειών (67%)** πιστεύουν ότι οι data analytics και AI αποτελούν πλέον υπηρεσίες απαραίτητες για τους πελάτες των 3PL επιχειρήσεων.