

ΠΡΑΚΤΙΚΑ

16-10-2019

Κ.Π.Ι.Σ.Ν.

SOLUTIONS 7

«Logistics Beyond Economic Crisis: Το μοντέλο της επόμενης 5ετίας»

Ένα συνέδριο που κατέγραψε τις τάσεις και τις αλλαγές που θα δούμε σύντομα στα logistics!



Το μοντέλο logistics αλλάζει.

Η διεθνής τάση για personalized προϊόντα και υπηρεσίες, η προσδοκία των επιχειρήσεων για βέλτιστο customer experience, η ταχύτητα και η ευελιξία που επιθυμεί ο πελάτης στις παραδόσεις του και η εξέλιξη της τεχνολογίας

επηρεάζουν τα logistics. Συνάμα, η χώρα μας σταδιακά αποχωρίζεται την cost-cutting αμυντική πολιτική και υιοθετεί μία επιθετική προσέγγιση και ένα αναπτυξιακό μοντέλο καθώς φαίνεται πως αφήνουμε πίσω μας την περίοδο της βαθιάς κρίσης.



Η μεσοπρόθεσμη στρατηγική logistics ακούστηκε στο 7ο συνέδριο SOLUTIONS που παρακολούθησαν περισσότερα από 320 στελέχη της αγοράς.

Το συνέδριο διοργάνωσε το Supply Chain Institute με την επιστημονική υποστήριξη της Planning, στις 16 Οκτωβρίου 2019 στην εντυπωσιακή αίθουσα Φάρος του ΚΠΙΣΝ (Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος). Το συνέδριο έδωσε λύσεις και τη logistics στρατηγική κατεύθυνση για το business plan της επόμενης 5ετίας. Δεκαπέντε κορυφαία στελέχη των μεγαλύτερων ελληνικών και πολυεθνικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, μέσα από τις ομιλίες τους και 2 round table discussions έδειξαν τον logistics δρόμο της 5ετίας. Στα συμπεράσματα του συνεδρίου αξίζει να σημειωθεί ότι το **LOGISTICS MODEL** της επόμενης 5ετίας **αλλάζει και μετατρέπεται σε ΕΠΙΘΕΤΙΚΟ, παρά ΑΜΥΝΤΙΚΟ** όπως ήταν μέχρι τώρα. Διαχείριση περισσότερων κωδικών, με ενδυνάμωση των BTO και περισσότερο cross docking, δυναμική πολλαπλή ABC ανάλυση για αποφυγή των dead stock, μικρά unit loads, μικρότερες (ακόμα και 60X80) και χαμηλότερες παλέτες, δυναμικό forecasting συνεργειακά με supplier-customer, κοινό S&OP (planning), αυτοματοποίηση picking (voice, visual, pick/put 2 light), υψηλότερες αποθήκες με διαχωρισμό picking/stock area (και όχι επάνω – κάτω), μεγαλύτερη dispatch area, ταχύτερο γύρισμα ραμπών, δυναμικό scheduling προσωπικού – task mngt, human

asset mngt, voice of employee, talent mngt, outsourcing, κάλυψη overstock αναγκών, μετακίνηση βαρδεολογίου προσωπικού στη β' βάρδια, δυναμική δρομολόγηση, αλλαγή τόπου – χρόνου παράδοσης σε real time επίπεδο, on line πληροφόρηση τελικού πελάτη, visualization, προστασία δεδομένων πελάτη, cyber security, ενδυνάμωση ρόλου ειδικών συνεργατών, μετακίνηση από το 3PL στο 4PL και γιατί όχι στο 5PL, είναι αυτά που θα χαρακτηρίσουν τα logistics της επόμενης 5ετίας.

Την έναρξη του συνεδρίου σήμανε ο κος Σταμάτης Ανδριανόπουλος με μία σύντομη εισαγωγή σε ό,τι

αφορά το μοντέλο των Logistics της 5ετίας, όπου και τόνισε ότι αρχίζει και συντελείται η μετάβαση από την περίοδο της κρίσης, του cost cutting και της γενικότερης αμυντικής στάσης σε μία περίοδο ανάπτυξης που απαιτεί μία πιο επιθετική προσέγγιση. Τη σκυτάλη πήρε ο κος Λευτέρης Κιοσές, Γενικός Διευθυντής ΙΕΛΚΑ κάνοντας λόγο για τις μεταβολές που αναμένεται να πραγματοποιηθούν στις καταναλωτικές συνήθειες και στον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων, με **στροφή του retail προς την προδραστικότητα (proactiveness), την εξατομί-**

κευση και τη μεταβολή των retail καταστημάτων σε χώρους που καλλιεργούν, μεταξύ άλλων, το loyalty των καταναλωτών.

Στη συνέχεια στο βήμα ανέβηκε ο κος Μιχάλης Μασουράκης, Επικεφαλής Οικονομολόγος ΣΕΒ, ο οποίος μεταξύ άλλων αναφέρθηκε στο δυνητικό ρυθμό ανάπτυξης της οικονομίας που για το διάστημα 2020-2030 μπορεί μόνο με τη

Μέγας Χορηγός: MANTIS ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ
Event sponsor 2019: ΠΑΕΓΑΕ

Χρυσοί Χορηγοί: CIMA, JUNGHEINRICH, TELENAVIS, TOYOTA MATERIAL HANDLING, SONEL, VIANOX, SPEEDEX

Χορηγοί: MOBILE TECHNOLOGY, EKOL, ΤΙΤΟΠΟΥΛΟΣ GROUP, PEBRO, IMET, WAYSEXPRESS, ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΗ CONTAINER, PTL

Υποστηρικτές: ERGANET, TRUCK & CARGO INSURANCE, LOGIKA.

Θεσμική υποστήριξη: ΣΕΒ, ΕΕΛ, GRECA, ΣΥΝΔΔΕ&L, ΕΕΒΨ, ΟΦΑΕ, ΙΛΜΕ.

βοήθεια επενδύσεων να φτάσει το 1% ετησίως, από το -0,7% που προβλέπεται λόγω της μείωσης του εργατικού δυναμικού (-1,1%) και της αύξησης της παραγωγικότητας (+0,4%) που ωστόσο δεν αρκεί. Την ομιλία αυτή διαδέχθηκε η Δρ Γεωργία Αύφαντοπούλου, Αναπλ. Διευθ. IMET/ΕΚΕΤΑ, Δ/ντρια Ερευνών IMET/CERTH, η οποία μίλησε για τις τάσεις στην **ψηφιοποιημένη εφοδιαστική αλυσίδα** τονίζοντας την ένταξη της τεχνολογίας στην παραγωγή, στην παρακολούθηση και στη διανομή, ενώ υπερθεμάτισε τη διαφορά μεταξύ της εισόδου αυτής και της επίτευξης της καινοτομίας σε επιχειρηματικό επίπεδο. Παίρνοντας το λόγο ο κος Σταμάτης Ανδριανόπουλος, Executive Consultant, PLANNING, μίλησε για τις αλλαγές που θα λάβουν χώρα σε ό,τι αφορά το οικονομικό, κοινωνικό, θεσμικό, τεχνολογικό και καταναλωτικό περιβάλλον, κάνοντας λόγο για τις **επεμβάσεις που απαιτούνται στα Inbound logistics (BTO, Crossdocking, δυναμικές ABC), στο Warehousing (voice και visual Picking, αύξηση dispatch, ελαστικές αποθήκες) και στα Outbound Logistics (δεύτερη βάρδια, dynamic routing, 5PL και ειδικοί συνεργάτες), καταλήγοντας πως πρέπει να διαμορφωθούν συνέργειες**. Στην ομιλία που ακολούθησε, ο κος Αργύρης Παπαντωνόπουλος, Business Developer Manager, SCM, MANTIS, παρουσίασε ενδιαφέροντα στοιχεία για την αγορά

της πληροφορικής, τους αυτοματισμούς και τις τάσεις που παρατηρούνται, φέρνοντας σαν ενδεικτικό παράδειγμα τη μελέτη της Γερμανικής Εταιρείας Logistics, σύμφωνα με την οποία το

18,7% των μεγάλων επιχειρήσεων στη Γερμανία στα επόμενα 5-χρόνια θα εισάγει τεχνολογίες augmented και vision picking. Η πρώτη ενότητα ολοκληρώθηκε με ένα πολύ ενδιαφέρον discussion panel με τη συμμετοχή του κ. Ελευθέριου Ζησιμάτου, Supply Chain Director, METRO, του κ. Άρη Κωνσταντάτου, Customer SC Director, ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ και του κ. Δημήτρη Παπαϊωάννου, Διευθ/ντος Συμβούλου, ΟΚΤΑΒΙΤ με συντονιστή τον κ. Σταμάτη Ανδριανόπουλο, που

ξεκίνησε διερευνώντας τον τρόπο με τον οποίο οι αντίστοιχες εταιρείες κατάφεραν να διανύσουν επιτυχώς την περίοδο της κρίσης. Ο κ. Ελευθέριος Ζησιμάτος τοποθετήθηκε πως το μυστικό τους ήταν το μέτρο και για αυτό δεν χρειάστηκε να καταφύγουν σε πρακτικές δανεισμού ή cost cutting, ο κ. Δημήτρης Παπαϊωάννου τόνισε τη σημασία της εμπειρισταωμένης γνώσης σχετικά με τον τρόπο λειτουργίας και τα κόστη της εταιρείας ενώ ο κ. Άρης Κωνσταντάτος μας ανέφερε τον εντοπισμό των σημείων κόστους, τις εξαγωγικές δραστηριότητες και την εισαγωγή προσφορών. Σε ερώτημα σχετικά με το μοντέλο της συμπεριφοράς



Σταμάτης
Ανδριανόπουλος

Το LOGISTICS MODEL της επόμενης 5 ετίας αλλάζει και μετατρέπεται σε ΕΠΙΘΕΤΙΚΟ, παρά ΑΜΥΝΤΙΚΟ όπως ήταν μέχρι τώρα





πελατών της 5ετίας, ο εκπρόσωπος της ΟΛΥΜΠΙΑΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ απάντησε πως ο καταναλωτής πλέον έχει υψηλές απαιτήσεις σε ότι αφορά τη διαθέσιμη πληροφορία των προϊόντων που αγοράζει, και ο εκπρόσωπος της ΜΕΤΡΟ συμφώνησε προσθέτοντας ότι τα πολλαπλά σημεία επαφής που έχουν δημιουργηθεί μεταξύ του καταναλωτή και της επιχείρησης επηρεάζουν δραστικά την καταναλωτική εμπειρία και συμπεριφορά. Ακολουθώντας, όταν ερωτήθηκαν για το πως αλλάζει η δομή της αγοράς, ο κος Ζησιμάτος τόνισε πως μεγάλες εταιρείες (λόγω των οικονομιών κλίμακος που δημιουργούν), αλλά και μικρά σημεία (λόγω των προσωποποιημένων υπηρεσιών που παρέχουν) αναμένεται να επιβιώσουν τα επόμενα χρόνια, με το πρόβλημα να εμφανίζεται στις μεσαίες επιχειρήσεις. Ο κος Δημήτρης Παπαϊωάννου συμφώνησε πλήρως, τονίζοντας πως σημασία έχει η προστιθέμενη αξία των υπηρεσιών με έμφαση στο επίπεδο της ποιότητας με την οποία προσφέρεται η εκάστοτε υπηρεσία σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Σε συνέχεια, σε ερώτηση σχετικά με το ποιες είναι οι απαιτήσεις από τον κλάδο των logistics την επόμενη 5ετία, ο κος Ελευθέριος Ζησιμάτος τόνισε τη σημασία της σταδιακής προσαρμογής και

της αποφυγής βιαστικών κινήσεων προκειμένου να επιτευχθεί το επιθυμητό επίπεδο της εξυπηρέτησης πελατών, άποψη με την οποία συμφώνησε πλήρως ο Δ.Σ. της ΟΚΤΑΒΙΤ, προσθέτοντας ότι σημασία έχει ο

παραλήπτης της υπηρεσίας ή του προϊόντος που παρέχεται να είναι ικανοποιημένος, ασχέτως αν αυτό σημαίνει μείωση του κόστους, αύξηση της ταχύτητας παροχής ή ευελιξία. Στην ερώτηση για το πως διαβλέπουν την προοπτική των συνεργιών μεταξύ είτε κρίκων της εφοδιαστικής αλυσίδας είτε εταιρειών υπερίσχυσε η άποψη ότι η τεχνολογία έχει βοηθήσει, εντούτοις οι διαφορές στην κουλτούρα, τον τρόπο σκέψης και τους στόχους των εταιρειών δυσχεραίνουν πιθανές συνέργειες, καθώς υπάρχει



Παναγιώτης
Ανδριανόπουλος

Οι 3 τάσεις της επόμενης 5ετίας που εντοπίζονται στις αποθήκες είναι:

- 1. μεγιστοποίηση της εκμετάλλευσης της χωρητικότητας**
- 2. αύξηση παραγωγικότητας**
- 3. εξοικονόμηση ενέργειας στις αποθήκες**

ανασφάλεια των επιχειρήσεων σχετικά με την εικόνα που θα δημιουργήσει στον πελάτη μία πιθανή συνεργασία με κάποια άλλη εταιρεία. Τέλος, όταν ο συντονιστής απηύθυνε ερώτηση για το αν διαφαίνεται πιθανή ανάπτυξη τα επόμενα χρόνια, οι ερωτηθέντες απάντησαν πως η εγκατάλειψη της μακροχρόνιας λογικής σχετικά με την επιστροφή των επενδύσεων και η μείωση του πελατολογίου αποτελούν αποτρεπτικούς παράγοντες ανάπτυξης και πως αυτή θα έρθει αλλά όχι με τους αναμενόμενους ρυθμούς.

Τη δεύτερη ενότητα άνοιξε ο κος Παναγιώτης Ανδριανόπουλος, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος, PLANNING, που έκανε λόγο για τις προσαρμογές που πρέπει να γίνουν στην αποθήκη για να είμαστε έτοιμοι για την επόμενη 5ετία.

Οι 3 τάσεις της επόμενης 5ετίας που εντοπίζονται στις αποθήκες είναι:

1. μεγιστοποίηση της εκμετάλλευσης της χωρητικότητας με χρήση μεθόδων goods to man, 2. αύξηση παραγωγικότητας με χρήση καινοτόμων τεχνολογιών (augmented reality κλπ.) και 3. εξοικονόμηση ενέργειας στις αποθήκες (χρήση ειδικών scorecards). Άμεσες προσαρμογές που μπορούν να γίνουν αφορούν τη δημιουργία περισσότερων θέσεων picking (ανυψώνοντας το χρήστη κατά 1m) ώστε να αντιμετωπισθεί η αύξηση του κωδικολογίου λόγω e-commerce και μικρών σημείων, η υιοθέτηση quick win αυτοματισμών (shuttle κλπ.) και τέλος cross docking τεχνικές και same day delivery προσεγγίσεις για την αύξηση της ταχύτητας εξυπηρέτησης των πελατών με νέα διευρυμένα cut off times.

Στη συνέχεια ο κος Λευτέρης Κατσαρός, Chief Technology Officer, CIMA και ο κος Γιάννης Στάμος, Supply Chain & Logistics Manager, BIC Greece, Cyprus & Malta παρουσίασαν το πολύ ενδιαφέρον case study της ψηφιοποίησης των διαδικασιών της BIC με τη βοήθεια της CIMA, τονίζοντας ότι μία τέτοια κίνηση μπορεί να οδηγήσει

σε Business Insight Automation, με zero effort για τη συλλογή των δεδομένων, πολυδιάστατες αναλύσεις, ολιστική άποψη και δυνατότητα για εύκολη εξέταση what-if scenarios. Εν συνεχεία, ο κος Δημήτρης Σιαπάτης, Logistic System Director, JUNGHEINRICH, παρουσίασε τον ψηφιακό ανασχεδιασμό που συντελείται λόγω της εμφάνισης megacities, του e-commerce και των δημογραφικών χαρακτηριστικών του παγκόσμιου πληθυσμού, με μόνη διέξοδο την

αύξηση του ύψους αποθήκευσης και του αντίστοιχου εξοπλισμού. Ακολούθησε ο κος Άρης Διακουμής, Schimatari Warehouse Manager, COCA COLA 3E, που παρουσίασε για πρώτη φορά το σύστημα vision picking που χρησιμοποιείται τους τελευταίους 6 μήνες (στις εγκαταστάσεις της εταιρείας στη Θεσσαλονίκη, με χρήση δύο διαφορετικών τύπων έξυπνων γυαλιών συνδυασμένων με απλές φωνητικές λειτουργίες), με το οποίο επετεύχθη 99,99% ακρίβεια και αποφυγή λαθών και αύξηση της παραγωγικότητας κατά 10%, ενώ χρειάστηκε μόλις ένας μήνας για πλήρη υιοθέτηση από την ομάδα, χωρίς να εκφραστούν παράπονα. Έπειτα, η κα Κατερίνα Λύτρα, Automation & Services Manager, TOYOTA MATERIAL HANDLING, έκανε λόγο για τη σπουδαιότητα των δεδομένων

λέγοντας πως χωρίς δεδομένα, δεν υπάρχουν μετρήσεις και συνεπώς δεν υπάρχει βελτίωση, καθιστώντας έτσι σημαντική την ανάγκη για επενδύσεις σε αυτοματισμούς, κάτι που εξασφαλίζει την απασχόληση των εργαζομένων σε πιο πολύπλοκους ρόλους με προστιθέμενη αξία, τονίζοντας πως στα logistics η αδράνεια δεν είναι επιλογή. Μετά το διάλλειμα το ακροατήριο παρακολούθησε την πρώτη έρευνα για τις logistics απαιτήσεις των καταναλωτών στην Ελλάδα, βάσει ερωτηματολογίου που απαντήθηκε από 948 άτομα (κος Νίκος Ξυδάς, Founder Humble Digital Agency, και ο κος Π. Ανδριανόπουλος).

Τα στατιστικά στοιχεία που προέκυψαν από την ανάλυση ήταν ιδιαιτέρως ενδιαφέροντα, ενώ αξίζει να σημειωθεί πως το 51% των ερωτηθέντων αναμένει παράδοση σε διάστημα 1-2 ημερών, ποσοστό που σε άλλες χώρες της Ευρώπης δεν ξεπερνάει το 34%, ενώ τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη ένα πολύ μεγάλο ποσοστό επιθυμεί παράδοση της παραγγελίας τους στο σπίτι μέχρι τις 18:00.



Άρης
Διακουμής

Για πρώτη φορά παρουσιάστηκε το σύστημα vision picking της Coca Cola 3E που χρησιμοποιείται τους τελευταίους 6 μήνες με το οποίο επετεύχθη 99,99% ακρίβεια και αποφυγή λαθών και αύξηση της παραγωγικότητας κατά 10%, ενώ χρειάστηκε μόλις ένας μήνας για πλήρη υιοθέτηση από την ομάδα, χωρίς να εκφραστούν παράπονα

Η τρίτη ενότητα ξεκίνησε με την ομιλία του εκπροσώπου της Google του Θοδωρή Καρακώστα, Agency Development Manager – Greece, Bulgaria, Cyprus & Malta, Google που μίλησε για το διεθνές e-commerce λέγοντας ότι μία εταιρεία με εξαγωγές πρέπει να κατανοήσει την αγορά και τον ανταγωνισμό της

προκειμένου να καθορίσει τις υπηρεσίες που θα παρέχει και στη συνέχεια, να εντοπίσει τον κατάλληλο συνεργάτη προκειμένου να παράσχει τις υπηρεσίες αυτές στις οποίες πρέπει να συμπεριλαμβάνονται οπωσδήποτε κάποιες πρακτικές όπως (fast delivery, alternative delivery options, easy returns). Στη συνέχεια ο κος Γιώργος Βελιζιώτης, Εμπ. Διευθυντής Speedex, μίλησε αρχικά για την αγορά του courier και του e-commerce στην Ελλάδα και την Ευρώπη, και κατέληξε αναφέροντας μελλοντικές τάσεις που θα παρατηρηθούν στο χώρο, με το 80% των παραδόσεων να πραγματοποιούνται με αυτόνομα οχήματα και με τις παραδόσεις να γίνονται χωρίς επίβλεψη στη λογική των car drops και του home delivery μεταξύ άλλων. Τη σκυτάλη πήρε ο κος Κωνσταντίνος Χανιώτης, Managing Director, TELENAVIS, αναφερόμενος στη δρομολόγηση, μία διαδικασία σχεδιασμού, εκτέλεσης και παρακολούθησης που μπορεί να

αξιοποιήσει σε μεγάλο βαθμό την τεχνολογία για learning & sharing, αξιοποιώντας πρακτικές Big data analytics για τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και τη μείωση του κόστους. Ο κος Θανάσης Καμενίδης, Logistics Manager, VIANOX ανέφερε πως ο κλάδος των Logistics αποτελεί το

δεύτερο σημαντικό πυλώνα της Ελληνικής οικονομίας με συμμετοχή άνω του 10% στο ΑΕΠ της χώρας, με την κερδοφορία να έχει επιστρέψει σε προ κρίσης επίπεδα και συνέχισε κάνοντας λόγο για το Digital Economy, τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που δημιουργεί, αλλά και τις μεταβολές που καθιστά απαραίτητες όπως την e-μεταφορά με ηλεκτρονικοποίηση όλων των σχετικών εγγράφων. Οι ομιλίες της ημέρας ολοκληρώθηκαν με την κα Νέλλη Ιωακειμοπούλου, Chief Operating Officer, SONEΛ που παρουσίασε τον ειδικό συνεργάτη του μέλλοντος, δίνοντας ένα

σημαντικό insight για την αγορά του λιανεμπορίου και το ρόλο των ειδικών συνεργατών στην Ελλάδα, τις επιθυμίες του τελικού καταναλωτή και πως αυτές διαμορφώνουν τις απαραίτητες προσαρμογές που απαιτούνται να γίνουν από τον κλάδο προκειμένου να επιτευχθεί η καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών.



Θοδωρής Καρακώστας

Μία εταιρεία με εξαγωγές πρέπει να κατανοήσει την αγορά και τον ανταγωνισμό της προκειμένου να καθορίσει τις υπηρεσίες που θα παρέχει και στη συνέχεια, να εντοπίσει τον κατάλληλο συνεργάτη προκειμένου να παράσχει τις υπηρεσίες αυτές στις οποίες πρέπει να συμπεριλαμβάνονται οπωσδήποτε κάποιες πρακτικές όπως fast delivery, alternative delivery options, easy returns





Ολοκληρώνοντας με τις παρουσιάσεις ακολούθησε συζήτηση στρογγυλής τραπέζης, με αξιολογους ομιλητές (κος Θωμάς Αρβανίτης, Διευθύνων Σύμβουλος, SCHENKER, κα Ειρήνη Παπαπέτρου, Corporate Communications & Sales, EKOL, κος Φραγκίσκος Καμολίνος, Logistics Supervisor, UNILEVER, κος Νίκος Ανδρονίκου, Διευθύνων Σύμβουλος, ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΑΝΔΡΟΝΙΚΟΥ). Σε ερώτηση του συντονιστή σχετικά με το πως αντιλαμβάνονται τα logistics της επόμενης 5ετίας ο κος Αρβανίτης τοποθετήθηκε λέγοντας πως **το μοντέλο της προσεχούς 5ετίας αφορά μία αξιακή πρόκληση όπου κύριο ρόλο θα συντελέσει ο ανθρώπινος παράγοντας** και η κα Παπαπέτρου σημείωσε πως πρόκληση θα αποτελέσει η προσφορά από τις επιχειρήσεις της εξέλιξης που ζητάει η αγορά. Σχετικά με τη μορφή των αποθηκών της 5ετίας, ο κος Καμολίνος ανέφερε ότι **η αυτοματοποίηση όταν και εκεί που χρειάζεται είναι ο μόνος τρόπος για μείωση του εργατικού κόστους και βελτίωση της εξυπηρέτησης του πελάτη, χωρίς ωστόσο να αποτελεί πανάκεια**, ενώ η εκπρόσωπος της EKOL τόνισε πως η Ελλάδα δεν είναι έτοιμη για πλήρη αυτοματοποίηση. Σχετικά με το κομμάτι των μεταφορών, ο Δ.Σ. της SCHENKER θεωρεί πως οι αλλαγές είναι ριζικές, παρόλα αυτά δημιουργείται το ερώτημα για το ποιος θα επενδύσει για την πραγματοποίηση αυτών. Η άποψη της κας Παπαπέτρου είναι ότι στην Ελλάδα η διεθνής και εθνική μεταφορά δε θα αλλάξει ριζικά, ενώ τα city logistics θα μεταβληθούν

Το 51% των ερωτηθέντων τελικών καταναλωτών σε πανελλήνια έρευνα αναμένει παράδοση σε διάστημα 1-2 ημερών, ποσοστό που σε άλλες χώρες της Ευρώπης δεν ξεπερνάει το 34%, ενώ τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη ένα πολύ μεγάλο ποσοστό επιθυμεί παράδοση της παραγγελίας τους στο σπίτι μέχρι τις 18:00

πλήρως αν και δεν υπάρχει ακόμη το κίνητρο και οι αδειοδοτήσεις για τέτοιες αλλαγές. Σε ό,τι αφορά τα Εθνικά Logistics λείπει ο παράγοντας της αξιοπιστίας και ο κος Ανδρονίκου πρόσθεσε ότι ο πελάτης πρέπει να είναι δεκτικός στο θέμα της κοστολόγησης προκειμένου να μη ζητάει τα πάντα χωρίς να πληρώνει τίποτα. Σχετικά με το Outsourcing και την εξέλιξη της αγοράς των 3PL, το συμπέρασμα είναι πως οι μεγάλοι πάροχοι θα στραφούν από το επίπεδο του 4PL που βρίσκονται σήμερα στο 5PL, ενώ οι μικροί θα πάνε προς 4PL χωρίς να μπορούν να προχωρήσουν περαιτέρω. Σε ό,τι αφορά τις συνέργειες τονίστηκε πως στο e-commerce αχίλλειο πτέρνα αποτελούν οι αντιπρόσωποι στα νησιά, οι οποίοι δεν μοιράζονται το όραμα των εταιρειών courier με τις οποίες συνεργάζονται. Όσο για τον ανθρώπινο παράγοντα, όλοι συμφώνησαν πως υπάρχει έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού, γεγονός που οδηγεί στην ανάγκη για talent και knowledge management των εταιριών.

Αναμφισβήτητα πρόκειται για μία πλούσια ημερίδα γνώσης, δικτύωσης και σχεδιασμού, που άφησε τις καλύτερες εντυπώσεις σε όλους όσους την παρακολούθησαν στην κατάμεστη πανοραμική αίθουσα του Φάρου. Είναι φανερό πως τα ελληνικά Logistics αναζητούν λύσεις και προετοιμάζονται για την ανάπτυξη και το μέλλον. Το συνέδριο παρακολούθησαν στελέχη από 134 εμπορικές, βιομηχανικές και 3PL επιχειρήσεις.

Τα αναλυτικά πρακτικά του συνεδρίου και οι παρουσιάσεις είναι διαθέσιμες στο www.scisce.eu