

Άρθρο του Δρ. Β. Ζεϊμπέκη

Ο Δρ. Β. Ζεϊμπέκης είναι Managing Director της OPTILOG Advisory Services, Υποδιευθυντής του Εργαστηρίου ΣυσΠΑΛ του Πανεπιστημίου Αιγαίου και μέλος Δ.Σ. της Ελληνικής Εταιρίας Logistics (EEL).

Ο ρόλος των αστικών διανομών σε αιεφόρες εφοδιαστικές αλυσίδες

1. Αειφόρος εφοδιαστική αλυσίδα: Ορισμός και χαρακτηριστικά

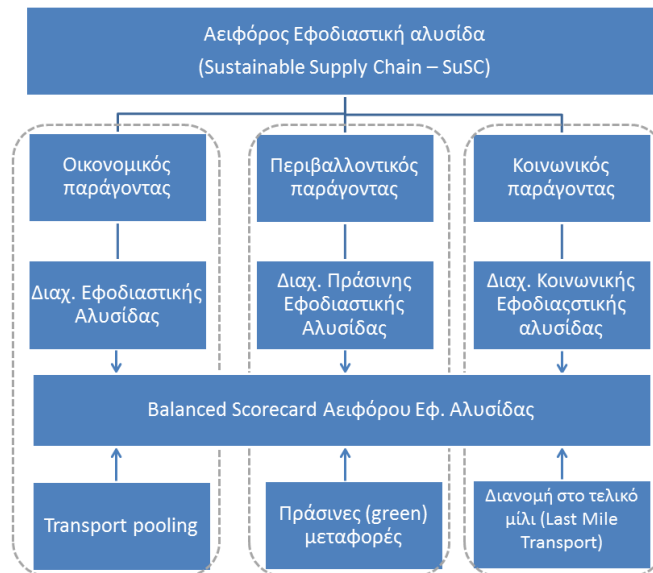
Μια αιεφόρος εφοδιαστική αλυσίδα (Sustainable Supply Chain) σε αντίθεση με μία κλασσική εφοδιαστική αλυσίδα δεν εστιάζει μόνο στην ομαλή συνεργασία όλων των εμπλεκομένων μερών (από τον προμηθευτή μέχρι τον τελικό καταναλωτή), στην απόδοση καθώς και στην ικανοποίηση των πελατών. Προχωρά ένα βήμα παρακάτω και συνδυάζει τρεις βασικούς παράγοντες: α) τον οικονομικό, β) τον περιβαλλοντικό και γ) τον κοινωνικό, οι οποίοι επηρεάζουν άμεσα την απόδοσή της και την αξιοπιστία της.

Μια βασική διαδικασία στην εφοδιαστική αλυσίδα η οποία επιδρά και στους τρεις προαναφερθέντες παράγοντες είναι η μεταφορά. Μάλιστα, όταν η τελευταία εκτελείται μέσα στην πόλη τότε η δυσκολία της καθώς και ο αντίκτυπός της σε οικονομικό, περιβαλλοντικό και κοινωνικό επίπεδο είναι πολύ υψηλός και σημαντικός.

Παρακάτω αναλύεται ο ρόλος των αστικών διανομών σε σχέση με τους τρεις συγκεκριμένους παράγοντες και γίνεται μια σύνδεση του ρόλου των διανομών με το μοντέλο λειτουργίας μιας αιεφόρου εφοδιαστικής αλυσίδας.

2. Ο ρόλος των αστικών διανομών

Έαν προσπαθήσουμε να συνδέσουμε τις αστικές διανομές και τον ρόλο τους σε μια αιεφόρο εφοδιαστική αλυσίδα και να το απεικονίσουμε γραφικά, θα μπορούσαμε να καταλήξουμε στο Σχήμα 1.



Σχήμα 1. Διασύνδεση αστικών διανομών με το μοντέλο της Αειφόρου Εφ. Αλυσίδας (Morana, 2013)

Η ανάλυση κάθε παράγοντα και η διασυνδεση του με την αειφόρο εφοδιαστική αλυσίδα παρουσιάζεται παρακάτω.

2.1 Οικονομικός παράγοντας

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω ο οικονομικός παράγοντας είναι αυτός στον οποίο βασίζεται η κλασική εφοδιαστική αλυσίδα. Πιο συγκεκριμένα, αυτού του είδους η αλυσίδα εστιάζει στη μείωση του κόστους και στην αύξηση της εξυπηρέτησης του πελάτη. Για να επιτευχθούν αυτά τα δύο, είναι απαραίτητη: α) η ύπαρξη συνεργασίας (ενδο-επιχειρησιακά μεταξύ τμημάτων της εταιρίας και μεταξύ των εμπλεκόμενων μιας αλυσίδας εφοδιασμού) και β) η συνεχής μέτρηση των επιδόσεων.

Η συνεργασία για να είναι εφικτή χρειάζεται να υπάρχουν καθαρές και σωστά σχεδιασμένες διαδικασίες σε όλο το μήκος της αλυσίδας εφοδιασμού. Για να υπάρχει συνεργασία και να προσφέρονται βέλτιστες υπηρεσίες θα πρέπει να υπάρχουν δυο προαπαιτούμενα: α) η ύπαρξη ιχνηλασιμότητας, έτσι ώστε να γνωρίζουμε σε ποιο κρίκο της αλυσίδας βρίσκεται το προϊόν, β) άριστη συνεργασία κατά τη μεταφορά των εμπορευμάτων από σημείο σε σημείο. Η μέτρηση των επιδόσεων (ειδικά για τις αστικές διανομές) γίνεται συνήθως με τη χρήση δεικτών απόδοσης οι οποίοι προέρχονται από πλειάδα πληροφοριακών συστημάτων (π.χ. συστήματα δρομολόγησης, Fleet Management, κτλ) τα οποία χρησιμοποιούνται για τη μείωση του κόστους και την αύξηση της αποδοτικότητας.

Για να μπορέσουμε να πάμε ένα βήμα παρακάτω και να συνεχίσουμε να έχουμε τόσο την πολυπόθητη μείωση κόστους αλλά και μια πιο βιώσιμη διαδικασία αστικής διανομής, θα πρέπει να κατανοήσουμε έννοιες όπως το transport pooling, την κοινή χρήση οχημάτων δηλαδή από πολλές εταιρίες για τη διανομή των προϊόντων τους σε κοινούς πελάτες.

2.2 Περιβαλλοντικός παράγοντας

Όταν μιλάμε για πράσινες εφοδιαστικές αλυσίδες αναφερόμαστε κυρίως στη ύπαρξη μιας οικολογικής κουλτούρας σε όλες τις διαδικασίες από την παραγωγή (π.χ. κατασκευή προϊόντων φιλικά προς το περιβάλλον) μέχρι και το τελευταίο στάδιο που είναι η ανακύκλωση. Στο κομμάτι των μεταφορών και ειδικά των αστικών διανομών, ο περιβαλλοντικός παράγοντας είναι σημαντικός μιας και ένα μεγάλο ποσοστό των εκπομπών των αερίων του θερμοκηπίου προέρχονται από αστικές μεταφορές (διανομή, συλλογή εμπορευμάτων και εταιρίες παροχής υπηρεσιών). Οι πράσινες μεταφορές συνήθως επιτυγχάνονται: α) από το ίδιο το όχημα (π.χ. ανάπτυξη νέων τεχνολογιών κινητήρα ή από τη χρήση νέων καυσίμων), β) από τη βελτιστοποίηση της διαδικασίας μεταφοράς (π.χ. χρήση πληροφοριακών συστημάτων για τη μείωση των διανυόμενων χιλιομετρικών αποστάσεων, άρα και των εκπομπών, γ) από οδηγίες και νόμους της πολιτείας για τον υπολογισμό του ανθρακικού αποτυπώματος και την επιβολή φόρων σε οχήματα που ρυπαίνουν το περιβάλλον.

2.3. Κοινωνικός παράγοντας

Ο κοινωνικός παράγοντας είναι ίσως ο πιο σημαντικός, γι'αυτό τα τελευταία χρόνια έχει εμφανιστεί η έννοια της κοινωνικής εφοδιαστικής αλυσίδας. Σε ένα τέτοιο περιβάλλον, σημαντικό ρόλο παίζουν οι ενέργειες και η κουλτούρα που υπάρχει σε ενδο-επιχειρησιακό επίπεδο καθώς και οι ενέργειες που γίνονται από όλα τα συνεργαζόμενα μέλη μιας αλυσίδας εφοδιασμού. Δεν είναι τυχαίο λοιπόν το γεγονός ότι οι περισσότερες εταιρίες επενδύουν για την υλοποίηση μιας σειράς μέτρων που αναφέρονται στην μελέτη της Εταρικής Κοινωνικής τους Ευθύνης. Ειδικά όσο αφορά στο κομμάτι των αστικών διανομών, στόχος είναι η μείωση της κυκλοφοριακής όχλησης (που μπορεί να επιτευχθεί από

στρατηγικές pooling), η μείωση των θανατηφόρων ατυχημάτων καθώς και η δημιουργία κατάλληλων συνθηκών έτσι ώστε η διανομή στο τελευταίο μίλι να είναι αειφόρος και σε κοινωνικό επίπεδο.

3. Συμπεράσματα

Είναι σημαντικό όλες οι εταιρίες (ειδικά αυτές που εμπλέκονται στην παροχή υπηρεσιών logistics στις πόλεις) να κατανοήσουν την ανάγκη να υιοθετήσουν ή να αποτελέσουν μέρος μιας νέας αλυσίδας εφοδιασμού η οποία δεν θα εστιάζει μόνο στο κόστος και στην ικανοποίηση του πελάτη αλλά θα ενδιαφέρεται τόσο για τις περιβαλλοντικές όσο και για τις κοινωνικές επιπτώσεις που μπορεί να έχει σε μια πόλη. Η αλλαγή της κουλτούρας είναι δύσκολη και επίπονη αλλά αποτελεί το μόνο μέσο για να υιοθετήσουμε τις μελλοντικές τάσεις της διεθνούς αγοράς των logistics σε θέματα αειφορίας.