ECR Baltic, biedrība
Reģ. nr. 40008143329
Brīvības iela 149, Rīga, LV-1012
Datums: 20.08.2014
Preses relīze:

Pārtikas ražotāji un mazumtirgotāji spēs pārvarēt krīzi, strādājot kopā un samazinot piegādes izmaksas!

Nevis kašķēties, bet diskutēt un meklēt kopīgus risinājumus, lai samazinātu izmaksas kopējā pārtikas piegādes ķēdē. Ar šādu mērķi Baltijas valstu ražotāji un mazumtirgotāji piedalīsies seminārā *Ražotāju un tirgotāju ilgtspējīgas sadarbības iespējas,* kas norisināsies 4. septembrī izstādes *Riga Food 2014* ietvaros.

Latvijā pārtikas ražotāju un mazumtirgotāju produktu piegādes ķēdē ir ne mazums problēmu, un paredzams, ka Krievijas ieviestais embargo pārtikas produktu eksportam situāciju vēl tikai pasliktinās. Visticamāk tirgū vairāk parādīsies daudz pieejamāki ievestie pārtikas produkti no citām *ES* valstīm un konkurēs ar vietējo ražotāju izstrādājumiem.
«Vietējiem ražotājiem un mazumtirgotājiem būs sarežģīti pārtikas produktu cenas noturēt esošajā līmenī. Un šajā situācijā pārtikas ražotāji un mazumtirgotāji peļņu var gūt tikai, izvērtējot un abām pusēm samazinot izmaksas kopējā pārtikas piegādes ķēdē. Visefektīvāk to var panākt, ieviešot kopējus, standartizētus pārtikas piegādes un biznesa informācijas apmaiņas risinājumus, nevis izmantojot katram savus - individuālus, kā tas ir šobrīd,» uzsver *ECR Baltic izpilddirektors* Edgars Pentjušs.
Piemēram, Latvijā joprojām nesakārtots, ir jautājums par taru, kādā ražotāji piegādā produkciju mazumtirgotājiem. Ražotāji produkciju piegādā katrs atšķirīgā tarā (kastēs), savukārt mazumtirgotājiem tās ir jāšķiro, jāpārkrauj plauktiem atbilstošā iepakojumā, jāuzglabā u.c. Ja ražotāji izmantotu vienādu (standartizētu) taru, tas ļautu gan ražotājiem, gan mazumtirgotājiem ietaupīt resursus un būtiski samazināt izmaksas.
Lai aktualizētu šos jautājumus, seminārā *Ražotāju un tirgotāju ilgtspējīgas sadarbības iespējas* piedalīsies pārstāvji no *Rimi Baltic,* izklāstot savus priekšlikumus, kā standartizēt un koplietot atgriezenisko taru piena produktu kategorijā. «Visai industrijai kopīgi standartizējot kastes, mēs rīkojamies sociāli atbildīgi pret vidi un esam efektīvi piegādes tīklā. Nomainot kartona iepakojumu pret vairākkārt lietojamo atgriežamo taru, mēs optimizējam transporta noslodzi, samazinām nobrauktos kilometrus. Esam elastīgi, izvēloties katrai precei, tās izmēram un pārdošanas apjomam atbilstošu taras veidu. Tādejādi mēs samazinām kopīgā tirgū apritē esošo taras daudzumu. Protams, īstais efekts ir sasniedzams tikai - iesaistoties visas nozares dalībniekiem, veidojot šo procesu kopā,» uzsver *Rimi* Baltijas grupas loģistikas un piegādes ķēdes direktore Aiga Priede.
Seminārā *Ražotāju un tirgotāju ilgtspējīgas sadarbības iespējas* piedalīsies arī pārstāvji no starptautiskās organizācijas *GS1*, kas pirms 40 gadiem ieviesa vienu no pasaulē veiksmīgākajiem standartizācijas risinājumiem - produktu marķēšanu ar svītrkodu. Tas radīja īstu revolūciju, ievērojami samazinot pārtikas piegādes izmaksas. Ir pierādīts, ja šāda svītrkodu sistēma netiktu ieviesta, pārtikas produktu cenas pasaulē šobrīd būtu divreiz augstākas. *GS1 Latvija* seminārā prezentēs vienu no jaunākajiem svītrkodiem *DataBar*, kuru var izmantot svaigas sveramās pārtikas marķēšanai. Tajā iespējams iekodēt vairāk informācijas par produktu, piemēram, partijas numuru, derīguma termiņu u.c. To izmantojot, mazumtirgotājs laikus tiek informēts par pārtikas produkta derīguma termiņa beigām, un tas ļauj veiksmīgāk sekot līdzi preču derīguma termiņiem veikalu plauktos. Ieguvējs ir gan ražotājs un mazumtirgotājs, gan pircējs. Kā arī, preventīvi izmantojot šīs informācijas priekšrocības preču apjomu plānošanā, tas ļauj samazināt pārtikas atkritumus, kas ir šobrīd pasaulē samilzusi problēma. *DataBar* svītrkodu jau šobrīd veiksmīgi izmanto *Rimi* mazumtirdzniecības ķēde Baltijas valstīs.

Seminārā ar prezentācijām piedalīsies arī pārstāvji no *Latvijas Lauksaimnieku Kooperatīvu* asociācijas, uzņēmuma *Mūsmāju dārzeņi*, *Chep, EPAL* un *Nielsen* u.c.
Vēl viena aktuāla problēma ražotāju un mazumtirgotāju piegādes ķēdē – Latvijā nav vienotas datu bāzes, kur ražotāji varētu ievadīt standartizētu produktu informāciju un datus. Pašreizējā situācijā katram mazumtirgotājam ir atšķirīga forma, kurā ražotājs manuāli ievada informāciju par savu produkciju un iesniedz mazumtirgotājam. Seminārā tiks prezentēts risinājums – elektroniskais pārtikas produktu katalogs *Data Pool*, kuru, ieviešot un izmantojot, ražotājs varēs vienuviet ievadīt standartizētu informāciju par produkciju, savukārt jebkurš mazumtirgotājs to varēs izmantot. Šī sistēma arī automātiski pārbaudīs ievadīto datu kvalitāti, un tas ir pamats jebkurai tālākai biznesa procesu automatizācijai starp ražotāju un tirgotāju.
Semināru *Ražotāju un tirgotāju ilgtspējīgas sadarbības iespējas* organizē bezpeļņas organizācija *ECR Baltic* (Efektīvas patērētāju vēlmju novērtēšanas iniciatīva Baltijas valstīs). Tās mērķis ir palīdzēt ražotājiem un mazumtirgotājiem samazināt kopējās izmaksas pārtikas piegādes ķēdē, izcelt un dalīties ar veiksmīgiem piemēriem, kā arī radīt jaunas vērtības pircējiem.
Tādēļ ikviens pārtikas patēriņa preču ķēdes dalībnieks – ražotājs un mazumtirgotājs aicināts piedalīties seminārā *Ražotāju un tirgotāju ilgtspējīgas sadarbības iespējas*, izteikt savu viedokli un priekšlikumus. Dalība pasākumā bez maksas, reģistrēties lūdzam www.ecr-baltic.org mājas lapā.

Edgars Pentjuss,
Managing Director, ECR Baltic
Brivibas Street 149, Riga, LV-1012, Latvia
M +371 26546645
F +371 67885461
E info@ecr-baltic.org
Skype: ecr.baltic
http://www.ecr-baltic.org
http://www.ecr-europe.org
http://www.ecr-all.org

Subscribe to ECR Baltic Newsletter and follow us on Facebook | Twitter | Linkedin | Flickr | Issuu

ECR Baltic is an Efficient Consumer Response Initiative in Estonia, Latvia and Lithuania. ECR Baltic is a collaborative retailer-manufacturer platform with a mission “to fulfill consumer wishes better, faster and at less cost”. It is a non-profit organization which aims to help retailers and manufacturers in the FMCG sector to drive supply chain efficiencies and deliver business growth and consumer value.