

---

# Το top 5 των τάσεων στην εφοδιαστική αλυσίδα για το 2021, σύμφωνα με την Kuehne+Nagel

---

2021/01/15 10:21 στην κατηγορία LOGISTICS

---

Τις πέντε βασικές τάσεις που θα διαμορφώσουν την εφοδιαστική αλυσίδα του 2021, παρέθεσε η Kuehne+Nagel.

## Μετάφραση - Επιμέλεια: Βάσω Βεγιάζη

Σύμφωνα με την εταιρεία “είναι πολύ βασικό να παρατηρήσουμε το παρελθόν για να προβλέψουμε το μέλλον, κάτι που βοηθά να αναπτύξουμε στρατηγικές αντιμετώπισης των κινδύνων και εφοδιαστικές αλυσίδες, με καλύτερα αντανακλαστικά”.

Όπως τονίζεται, οι εξελίξεις στο ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) και το omni-channel θα αποτελέσουν ένα σημαντικό θέμα για το 2021, παίζοντας άμεσο ή έμμεσο ρόλο σε κάθε περίπτωση.

Με βάση τα παραπάνω και τα σχόλια των πελατών της, ακολουθούν οι προβλέψεις της εταιρείας για το τι να περιμένουμε το 2021:

### 1. Βιωσιμότητα

Η βιωσιμότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας αποτελεί μέρος της στρατηγικής εταιρικής και κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ), δεν είναι κάτι καινούργιο. Ωστόσο, **το 2021 η βιωσιμότητα θα γίνει «must» και όχι «want».**

Οι καταναλωτές σήμερα συνειδητοποιούν όλο και περισσότερο τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις της συμπεριφοράς τους. Για παράδειγμα, το e-commerce έχει αυξήσει τη ζήτηση στις συσκευασίες παραδόσεων. Οι καταναλωτές συζητούν πώς μια τέτοια συσκευασία θα μπορεί να είναι πιο φιλική προς το περιβάλλον και λιγότερο επιβλαβής. Εκτιμάται ότι αυτό το θέμα θα επηρεάσει αρκετά τις εφοδιαστικές αλυσίδες.

Επίσης, οι τεχνολογικές εξελίξεις στην ανάλυση περιβαλλοντικών επιπτώσεων οδηγούν στην υιοθέτηση πιο ουσιαστικών προγραμμάτων αειφορίας. Προηγουμένως, τα δεδομένα που χρησιμοποιούνταν για τη μέτρηση θεμάτων όπως οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα, η χρήση του νερού και η παραγωγή αποβλήτων θεωρείται ότι στερούνταν αξιοπιστίας για την εφαρμογή πραγματικών αλλαγών.

Οι εταιρείες που κατανοούν και ενδιαφέρονται πραγματικά για προγράμματα εταιρικής και κοινωνικής ευθύνης (CSR), συμπεριλαμβανομένου του περιβαλλοντικού παράγοντα, μπορούν να επιτύχουν αποτελεσματικότητα, να μειώσουν τους κινδύνους και να προστατεύσουν το brand τους.

Το 2021 μπορεί να είναι η χρονιά που τόσο οι εταιρείες όσο και οι μεταφορείς (shippers) θα αρχίσουν να αξιολογούν και να χρησιμοποιούν δοκιμασμένα metrics για τη μέτρηση του CSR της δικής τους και της συνεργαζόμενης εταιρείας.

## **2. Επιτάχυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού**

Εδώ και χρόνια, ακόμη και δεκαετίες, οι εταιρείες ψηφιοποιούν τις εφοδιαστικές τους αλυσίδες. Το 2021, το “κυνήγι” της ψηφιοποίησης όλων των πτυχών του supply chain θα συνεχιστεί και θα επιταχυνθεί. Περιμένουμε από περισσότερες εταιρείες, οι οποίες έχουν αγωνιστεί να ψηφιοποιηθούν, να δώσουν προτεραιότητα στον ψηφιακό μετασχηματισμό τους.

## **3. Responsive στρατηγικές εφοδιαστικής αλυσίδας**

Κατά τη διάρκεια της αβεβαιότητας καθόλη την πανδημία το 2020, ολόκληρες οικονομίες, χώρες και εφοδιαστικές αλυσίδες αναγκάστηκαν να κλείσουν, ενώ η ζήτηση για το e-commerce ευδοκίμησε. Αυτό συνέβη πολλές φορές και σε διαφορετικούς βαθμούς και θα συνεχιστεί και το 2021.

Αντιμέτωπες με συχνά lockdowns, οι εταιρείες συχνά/είτε:

**α)** Επιβράδυναν το supply chain τους: Κράτησαν το απόθεμά τους με δημιουργικούς τρόπους, επιβράδυναν την παραγωγή, βασίστηκαν στην ικανότητα αποθήκευσης των 3PL συνεργατών τους κ.λπ.

**β)** Επιτάχυναν το supply chain τους: Μετέφεραν τα προϊόντα και το απόθεμά τους σε καταστήματα και πελάτες πριν από το επικείμενο lockdown ή αμέσως μετά την άρση του.

Οι εταιρείες που ήταν πιο επιτυχημένες στη διαχείριση της μεταβλητότητας της εφοδιαστικής τους αλυσίδας είχαν σαφείς και καθορισμένους φυσικούς μοχλούς πίεσης και στρατηγικούς παράγοντες που δοκιμάστηκαν αρκετά. Ενώ μερικοί θα επικεντρωθούν στον καλύτερο σχεδιασμό, κάποιιοι άλλοι θα χρησιμοποιήσουν τη μεθοδολογία του responsive supply chain για να προχωρήσουν, ακόμη και αξιοποιώντας το άγνωστο. Το τελευταίο θα αποδειχθεί ιδιαίτερα δημοφιλές για τους shippers το 2021.

## **4. Επανεξετάζοντας τις στρατηγικές προμηθειών**

Η πιθανή βελτίωση του περιθωρίου μιας παγκόσμιας στρατηγικής εγχώριων προμηθειών οδηγούσε πάντα τις διεθνείς εφοδιαστικές αλυσίδες. Ωστόσο, η διαδικασία δημιουργίας της απαιτούμενης υποδομής μπορεί να είναι δαπανηρή και να απαιτεί προοπτική και έντονο σχεδιασμό.

Η διαφοροποίηση των πηγών προμήθειας ήταν ήδη σε εξέλιξη πριν από την εκδήλωση της πανδημίας του κορωνοϊού, γεγονός που πυροδοτήθηκε από την επιβολή δασμών, τους “εμπορικούς πολέμους” και την προοπτική των αναδυόμενων αγορών. Αυτοί οι παράγοντες έχουν δελεάσει τις εταιρείες να επανεκτιμήσουν τις στρατηγικές προμηθειών τους με την ελπίδα να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Μετά την άρση των πρώτων lockdowns, το supply chain έτρεξε να καλύψει την αυξανόμενη ζήτηση, ο χώρος περιορίστηκε και τα λιμάνια “μπούκωσαν”. Ωστόσο, το πιο σημαντικό ήταν η έλλειψη σε εμπορευματοκιβώτια. Η έλλειψη εξοπλισμού για την κάλυψη της ζήτησης, ιδιαίτερα στην Ασία, επιδεινώθηκε καθώς προχωρούσε το 2020. Αυτή η κατάσταση δεν έχει βελτιωθεί και είναι **πιθανό να συνεχιστεί στο β’ τρίμηνο**.

Η αναθεώρηση των στρατηγικών προμήθειας οφείλεται όχι μόνο σε ελλείψεις εξοπλισμού, αλλά και επιδεινώνεται από την αύξηση των ναύλων. Οι τιμές για τα containers βρίσκονται σε πρωτοφανή (υψηλά) επίπεδα. Λόγω της αυξημένης έλλειψης εξοπλισμού και των ναύλων, οι εταιρείες θα εξετάσουν το ενδεχόμενο διαφοροποίησης των διεθνών τοποθεσιών προμήθειας, όπου είναι δυνατόν, το 2021.

## 5. Focus σε στρατηγικές συνεργασίες

Αν και το 2020 ήταν δύσκολο για μεταφορείς και εταιρείες 3PL, επέτράπησαν πιο στρατηγικά σενάρια «win-win». Η τιμή “πήρε πίσω” τη θέση της στην υπηρεσία δημιουργώντας μια συμβιωτική σχέση μεταξύ των μεταφορέων και των 3PLs για την κάλυψη της ζήτησης του τελικού πελάτη. Οι μεταφορείς που ανέπτυξαν αυτό το στυλ συνεργασίας με τους 3PLs τους κατάφεραν να επιζήσουν στην αστάθεια του 2020, ακόμη και υπό αυξημένη εξωτερική πίεση και μειωμένους εσωτερικούς πόρους.

Οι 3PLs θα χρησιμοποιήσουν αυτήν την ευκαιρία για να προκαλέσουν τον εαυτό τους περισσότερο από ποτέ. Μια αισιόδοξη άποψη είναι ότι το 2021 θα μπορούσε **να αποτελέσει το έναυσμα για μια “επανάσταση” στις μεταφορές εμπορευμάτων** – καθιστώντας τις τιμές διαφανείς βάσει της υπηρεσίας, της αξίας και του risk management. Είτε έτσι είτε αλλιώς, προχωρώντας το 2021, το αυξημένο focus στην εξυπηρέτηση και τη συνεργασία θα συνεχίσει να οδηγεί τις πιο επιτυχημένες εφοδιαστικές αλυσίδες του 2021.

## Συνοψίζοντας

Διανύοντας στο 2021, οι εταιρείες προσπαθούν να αξιοποιήσουν τους δύσκολους καιρούς και τα διδάγματα που αντλήθηκαν από το 2020 για να αποκτήσουν πληροφορίες και να βελτιώσουν την ανταπόκριση των εφοδιαστικών τους αλυσίδων.

Ωστόσο, αυτό αποσταθεροποιείται από τις προκλήσεις της έλλειψης containers. Οι προκλήσεις που απαιτούν καθημερινή αντιμετώπιση αποτρέπουν τις εταιρείες από το να επικεντρωθούν στην κατασκευή και την ανάπτυξη μιας responsive εφοδιαστικής αλυσίδας.

Η ενεργοποίηση μιας responsive στρατηγικής εφοδιαστικής αλυσίδας, εξοπλισμένη με φυσικούς μοχλούς πίεσης και στρατηγικούς ενεργοποιητές, θα επιτρέψει στις εφοδιαστικές αλυσίδες να πορευθούν στο άγνωστο.