



<https://www.metaforespess.gr>

Π. Ανδιανόπουλος, PLANNING: 35% πτώση κύκλου εργασιών ή 3πλασιασμός

2020/04/14 00:14 στην κατηγορία LOGISTICS

Στις επιπτώσεις της πανδημίας του κορωνοϊού στις εταιρείες της εφοδιαστικής αλυσίδας και των εμπορευματικών μεταφορών αναφέρεται, σε συνέντευξη στο [metaforespess.gr](https://www.metaforespess.gr), ο πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της [PLANNING](#), Παναγιώτης Ανδριανόπουλος.

Ο κ. Ανδριανόπουλος υποστηρίζει ότι υπάρχουν εταιρείες εφοδιαστικής αλυσίδας και εμπορευματικών μεταφορών που εμφανίζουν αύξηση δραστηριότητας... 200% και άλλες πτώση 30% - 40%, παραθέτοντας τις αιτίες.

Επίσης, περιγράφει την επόμενη ημέρα και τα βασικά χαρακτηριστικά του νέου μοντέλου λειτουργίας της εφοδιαστικής αλυσίδας, τονίζοντας ότι «οι επιχειρήσεις δυσκολεύονται, όταν μία κρίση περάσει, να καταστρώσουν το πλάνο δράσης για την επόμενη».

-Ποια είναι η επίπτωση της πανδημίας του κορωνοϊού στις εταιρείες της εφοδιαστικής αλυσίδας και των εμπορευματικών μεταφορών; Τόσο από οικονομικής άποψης, όσο και λειτουργικής;

-Μιλώντας με την αγορά έχουμε διαπιστώσει δυο πραγματικότητες. Οι εταιρείες εφοδιαστικής αλυσίδας και εμπορευματικών μεταφορών βρίσκονται είτε σε πτώση τζίρου 30%-40%, είτε σε αύξηση δραστηριότητας 200%.

Η πρώτη πραγματικότητα αφορά τις **εταιρείες 3PL και τις μεταφορικές εταιρείες.**

Αυτές έχουν πληγεί σημαντικά. Η πτώση του τζίρου ανέρχεται κατά μέσο όρο περί του 35%.

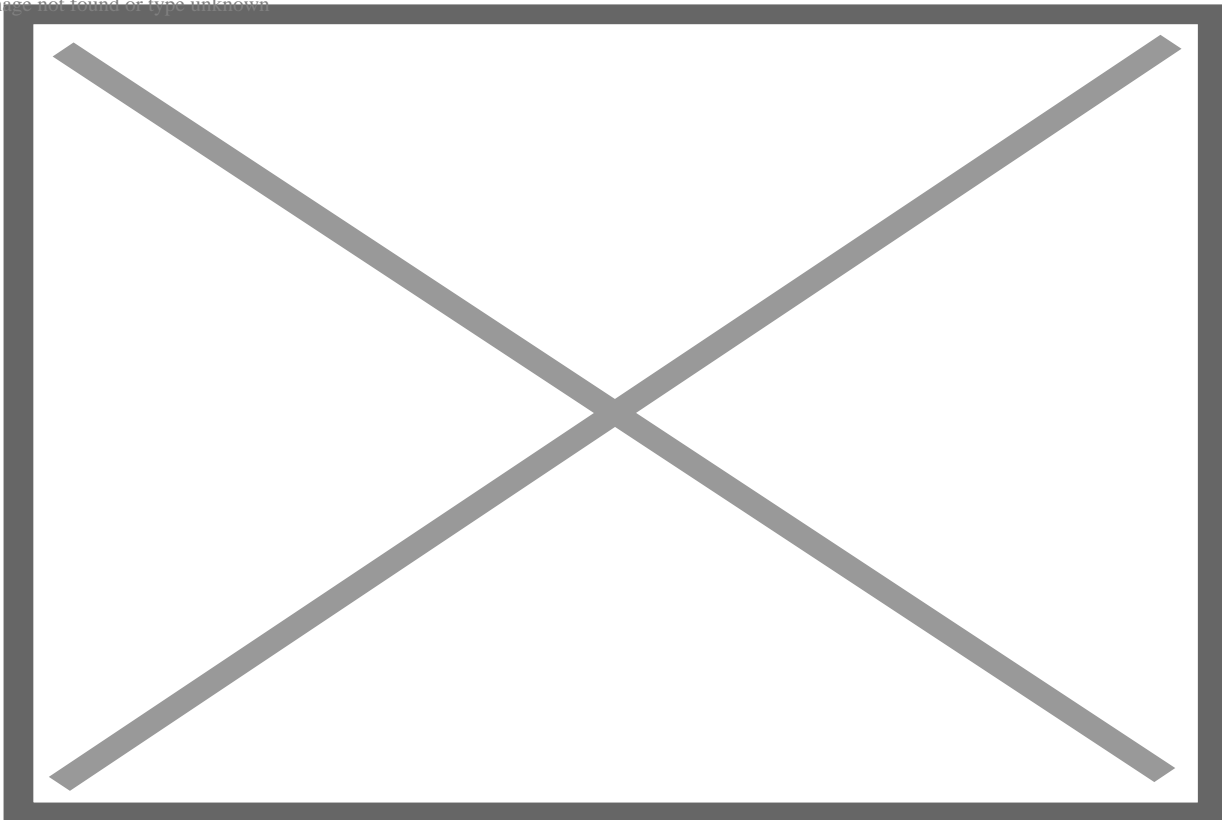
Το νούμερο δεν είναι χειρότερο, επειδή κάποιες κατηγορίες προϊόντων (κυρίως τρόφιμα, καθαριστικά κλπ.) κρατούν το τζίρο τους.

Όλες οι υπόλοιπες κατηγορίες προϊόντων που έχουν δει κατακόρυφη πτώση της ζήτησης τους (ρούχα κλπ.), έχουν δημιουργήσει μεγάλα αποθέματα στους 3PL που δεν κινούνται.

Και η αλήθεια είναι ότι **η αποθήκευση στην χώρα μας πουλιέται φθηνά στα συμβόλαια**. Συνεπώς, οι 3PL έχουν χάσει τα «καλά» έσοδα από το in, το picking και το out στις αποθήκες τους.

Και κατά προέκταση έχει χαθεί και το αντίστοιχο μεταφορικό έργο, πλήττοντας τις μεταφορικές εταιρείες και τους 3PL. Τα αποθέματα «αραχνιάζουν» (και απολυμαίνονται...) στα ράφια.

Image not found or type unknown



Η δεύτερη πραγματικότητα αφορά τις **εταιρείες courier και τις εταιρείες που ασχολούνται με το e-commerce**, οι οποίες προσπαθούν να εξυπηρετήσουν μια αύξηση της ζήτησης των υπηρεσιών τους κατά 200% (3πλασιασμός).

Οι λειτουργικές προκλήσεις που βιώνουν είναι πρωτοφανείς. Το track and trace των αποστολών έχει χαθεί, οι χρόνοι παράδοσης είναι αβέβαιοι (από τις 2 ημέρες παράδοση εντός Αττικής, τώρα είναι στις 10 κατά μέσο όρο), ενώ σημαντικό

πρόβλημα έχει δημιουργηθεί και με τις επιστροφές των online παραγγελιών στις εταιρείες, τις οποίες οι courier αδυνατούν αυτή τη στιγμή να διεκπεραιώσουν.

Η εφοδιαστική αλυσίδα, μετά το πέρας του «σεισμού» του κορωνοϊού, ενώ τώρα βρίσκεται στο προσκήνιο, υπάρχει κίνδυνος να ξεχαστεί και να παραμεληθεί ο κομβικός της ρόλος για την οικονομία και τις επιχειρήσεις

Το νούμερο του Ζπλασιασμού δεν είναι τυχαίο. Λόγω της ανάγκης παραμονής στο σπίτι ο κόσμος παραγγέλνει προϊόντα online. Αυτό έχει οδηγήσει σε Ζπλασιασμό κατά μέσο όρο του αριθμού των παραγγελιών e-commerce σε όλα τα μεγέθη εταιρειών.

Αυτή τη στιγμή, βοηθάμε πελάτες μας να οργανώσουν την εξυπηρέτηση των ημερήσιων online παραγγελιών τους που αυξήθηκαν από 150 σε 400 ή από 3.000 σε 11.000.

Υπάρχει και μία τρίτη πραγματικότητα. **Αυτή των online super markets.** Η πλειοψηφία των super markets αλυσίδων έχουν επιχειρήσει να μπουν online. Άλλες ήταν πιο ώριμες όταν ήρθε ο κορωνοϊός, άλλες λιγότερο ή καθόλου ώριμες, άλλες ήταν αποκλειστικά online.

Όλες ανεξαιρέτως αντιμετωπίζουν τεράστιες προκλήσεις στο να ανταποκριθούν στην κατακόρυφη αύξηση της ζήτησης της online υπηρεσίας τους.

Και το πρόβλημα έγκειται κυρίως στο last mile, δηλαδή την εύρεση οδηγών και οχημάτων για την παράδοση των παραγγελιών.

-Πιστεύετε ότι ο κλάδος θα βγει ενισχυμένος από την κρίση ή αποδυναμωμένος;

-Ο κλάδος της εφοδιαστικής, των logistics και των μεταφορών είναι αυτός που στηρίζει και πάντα στήριζε την οικονομία και τις επιχειρήσεις.

Δυστυχώς όμως ακολουθεί στην πλειοψηφία των επιχειρήσεων (ελληνικών και ξένων) το σύνδρομο του σεισμολόγου. Όταν γίνει σεισμός, ο σεισμολόγος γίνεται ο άνθρωπος της κοινωνίας και των media και όταν περάσει ο σεισμός ξεχνιέται.

Έτσι και η εφοδιαστική αλυσίδα, μετά το πέρας του «σεισμού» του κορωνοϊού, ενώ τώρα βρίσκεται στο προσκήνιο, υπάρχει κίνδυνος να ξεχαστεί και να παραμεληθεί ο κομβικός της ρόλος για την οικονομία και τις επιχειρήσεις.

Πριν ένα μήνα (όταν πρωτοεμφανίστηκε η επιρροή του κορωνοϊού στις επιχειρήσεις)

είχαμε διοργανώσει στην PLANNING το webinar για το 10λογο δράσεων για να συνεχίσει μια επιχείρηση τη δραστηριότητα των logistics της.

Είχαμε προτείνει τότε το βράδυ, στις 21:00 να χειροκροτηθούν και οι logisticians, πέρα από τους γιατρούς και το πιστεύουμε.

Ο κλάδος θα έχει πληγεί από αυτή την κρίση (**ειδικά στο κομμάτι των μη FMCG προϊόντων**). Θα έχει ωστόσο μάθει πολλά και θα μπορέσει να εξελιχθεί. Και θα έχει φανεί και η κρισιμότητα και η σημαντικότητα του στις επιχειρήσεις και την κοινωνία, οπότε προσδοκούμε ότι στο μέλλον θα λάβει τη θέση και την προσοχή που του αξίζει.

-Μπορείτε να προβλέψετε την επόμενη ημέρα; Θα αλλάξει το μοντέλο λειτουργίας, αποθήκευσης, διανομών;

-Στην επόμενη ημέρα το μοντέλο λειτουργίας της εφοδιαστικής αλυσίδας θα πρέπει να είναι διαφορετικό για 2 λόγους: e-commerce και επιχειρηματική συνέχεια.

Η πρωτόγνωρη κατάσταση που ζούμε θα πρέπει να οδηγήσει, ώστε να συμπεριληφθούν πλάνα επιχειρηματικής συνέχειας στον τρόπο στησίματος της εφοδιαστικής αλυσίδας μίας επιχείρησης.

Image not found or type unknown



Ταυτόχρονα, η αύξηση του e-commerce ήρθε για να μείνει και οι εφοδιαστικές αλυσίδες που το εξυπηρετούν διαφέρουν από το παραδοσιακό μοντέλο που ακολουθούταν μέχρι σήμερα.

Οι **αλλαγές που θα προτείνουμε** θα αφορούν τη διαχείριση των αποθεμάτων (καλύτερη επικοινωνία και γνώση των προμηθευτών και των προμηθευτών των προμηθευτών, αναθεώρηση των safety stocks και των lead times των προμηθευτών, επαναπροσδιορισμός των περιόδων επιθεώρησης των αποθεμάτων, διαφοροποίηση

της πολιτικής αποθεμάτων βάσει ABC αναλύσεων προϊόντων, προμηθευτών, κατηγοριών κοκ.).

Επίσης, την αποθήκη (στροφή σε λύσεις micropicking που θα εξυπηρετούν το e-commerce, χρήση αυτοματισμών με γρήγορη απόσβεση και για μικρομεσαίες επιχειρήσεις, βέλτιστες πρακτικές για τη λειτουργία της αποθήκης σχετικά με διαδικασίες, προσωπικό κοκ.) και τη διανομή (εκσυγχρονισμός των εταιριών και των υπηρεσιών courier, παραδόσεις B2C και B2B με ακραία timeslots, ίδιας ημέρας, live rerouting, πράσινες παραδόσεις city logistics κοκ.).

-Έχει αλλάξει ή θα αλλάξει η συμπεριφορά των καταναλωτών; Θα ενισχυθεί το ηλεκτρονικό εμπόριο;

-Όπως ήδη αναφέραμε, οι καταναλωτές έχουν στραφεί στο e-commerce και αυτό θα παραμείνει σε μεγάλο βαθμό και μετά την κρίση του κορωνοϊού.

Αυτή την περίοδο συνεργαζόμαστε με εταιρείες, τόσο που δε διαθέτουν σήμερα κανάλι e-commerce, ώστε να στηθεί βέλτιστα ο τρόπος εξυπηρέτησης του (αποθήκη, διανομή, μηχανογραφικές συνδέσεις website/e-shop, ERP, WMS, courier), όσο και που διαθέτουν κανάλι e-commerce και το ενισχύουν.

Στην επόμενη ημέρα το μοντέλο λειτουργίας της εφοδιαστικής αλυσίδας θα πρέπει να είναι διαφορετικό για 2 λόγους: e-commerce και επιχειρηματική συνέχεια

Σήμερα τα προβλήματα που επιλύονται είναι προσαρμοσμένα στις έκτακτες συνθήκες του κορωνοϊού, με επίκεντρο την εκπλήρωση της παραγγελίας και τη διανομή (εκμετάλλευση των φυσικών καταστημάτων ως hubs τοπικής εκτέλεσης παραγγελίας και διανομής, οργάνωση αποθήκης για micro picking κοκ.).

Στην επόμενη ημέρα που το e-commerce θα παραμείνει δυνατό και θα ενισχυθεί, **θα χρειαστεί να γίνει επαναπροσδιορισμός της καναλιακής στρατηγικής** (φυσικά καταστήματα retail κλπ.), θέσπιση κανόνων σχετικά με τη διαθεσιμότητα του αποθέματος (σε φυσικά σημεία, κεντρική αποθήκη, e-shop) και του τρόπου εξυπηρέτησης μιας παραγγελίας, στήσιμο της αποθήκης για e-commerce, σχεδιασμός και υλοποίηση των υπηρεσιών διανομής (service levels, lead times, timeslots, same day delivery κοκ.), επαναπροσδιορισμός της πολιτικής διαχείρισης αποθεμάτων και παραγγελιών από τους προμηθευτές.

-Γενικότερα, ποια είναι τα συμπεράσματα που έχετε εξάγει από την πρωτοφανή αυτή κρίση; Μπορεί μια επιχείρηση να «θωρακιστεί» σε ένα ανάλογο περιστατικό στο μέλλον; Μπορεί να κάνει μακροπρόθεσμους

επενδυτικούς σχεδιασμούς;

-Θα λέγαμε ότι οι επιχειρήσεις ήταν απροετοίμαστες για αυτό που συνέβη. Και παρόλο που τα εργαλεία και η θεωρία διαχείρισης ρίσκου και εξασφάλισης επιχειρησιακής συνέχειας υπάρχουν, οι επιχειρήσεις δυσκολεύονται, όταν μία κρίση περάσει, να καταστρώσουν το πλάνο δράσης τους για την επόμενη.

Λειτουργούν περισσότερο με τη λογική ότι «πάει πέρασε». Ωστόσο, η κρίση αυτή είναι παγκόσμια και αυτό δημιουργεί τις συνθήκες, ώστε να γίνουν πλέον αυτά τα πλάνα επιχειρησιακής συνέχειας για τις εταιρείες.

Η κρίση αυτή έχει και κάτι άλλο διαφορετικό. Μας έχει βάλει σε καραντίνα. Και έτσι, **έχουμε την ευκαιρία να σκεφτούμε και να νοσταλγήσουμε αυτά που είχαμε.**

Η νοσταλγία είναι μία από τις πιο δημιουργικές δυνάμεις. Αυτό το αντιλαμβάνεσαι άμεσα αν μεταναστεύσεις στο εξωτερικό. Το έχουν αποδείξει οι Έλληνες του εξωτερικού πολλές φορές.

Έτσι, η δημιουργικότητα μας μετά την κρίση αυτή θα είναι αναβαθμισμένη και πρέπει τώρα να σχεδιάσουμε την επόμενη ημέρα για τις επιχειρήσεις, την ομάδα, την καθημερινότητα μας, ώστε να είμαστε έτοιμοι, όταν η κρίση τελειώσει.