

Mapa – nowe niezbędne narzędzie w czasach globalnej niepewności handlowej

Kiedy warto przestać analizować każdy aspekt wojny handlowej? Dla właścicieli firm działających na rynkach międzynarodowych odpowiedź brzmi: nigdy.

Ostatnie zawirowania na światowych rynkach u wielu osób wywołały obawę przed popełnieniem błędu, ponieważ rzeczywistość zmienia się z dnia na dzień. Zarówno oni, jak i analitycy dostarczający im kluczowych informacji muszą nieustannie śledzić zmiany i dostosowywać się do aktualnych realiów globalnego handlu.

Ci, którzy mimo niepewności zachowują spokój, czerpią pewność z jednego, często niedocenianego źródła – map swoich firm. Pokazują one, jak mogą dostosować swoje strategie biznesowe do nowych warunków panujących na rynkach międzynarodowych.

Nowa rzeczywistość globalnego handlu

W 2025 roku światowy handel przeżywa okres wyjątkowej niepewności. Sytuacja zmienia się z dnia na dzień – szwajcarscy przedsiębiorcy niedawno stanęli w obliczu 39-procentowych ceł, podczas gdy urzędnicy Unii Europejskiej zdecydowali o półrocznym odroczeniu wprowadzenia ceł odwetowych na towary ze Stanów Zjednoczonych. Z kolei amerykańscy przedsiębiorcy zastanawiają się, jakie zmiany przyniosą kolejne tygodnie i jak dostosować do nich swoje strategie w nadchodzących kwartałach. Niepewność w globalnym handlu dawno nie była tak duża.

Kadrze zarządzającej łatwo zgubić się w gąszczu zmieniających

się ceł i danych handlowych – szczególnie gdy informacje te są rozproszone w różnych źródłach. Tymczasem dane dotyczące handlu, takie jak lokalizacja dostawców oraz obowiązujące taryfy, można monitorować za pomocą specjalistycznych dashboardów. Umożliwiają one podejmowanie bardziej świadomych i strategicznych decyzji dotyczących łańcucha dostaw i inwestycji produkcyjnych. Podobne rozwiązania – mapy oparte na wielu danych – pomogły już wcześniej firmom skutecznie reagować w okresach gospodarczej niepewności.

Analiza wydarzeń pozwala wyciągnąć wnioski i lepiej przygotować się na bieżące wyzwania.

Kiedy pandemia COVID-19 przerodziła się na początku 2020 roku w globalny kryzys, działalność wielu firm została poważnie zakłócona. Łańcuchy dostaw funkcjonowały z mniej niż połową wydajności, pracownicy masowo chorowali, a liczba nowych regulacji gwałtownie rosła. Podobnie jak dzisiejsze zmiany w handlu, pandemia była sytuacją o złożonym charakterze geograficznym. Kierownictwo firm potrzebowało narzędzia, które pozwoliłoby im śledzić tempo rozprzestrzeniania się zakażeń, lokalne ograniczenia w prowadzeniu działalności oraz inne czynniki decydujące o tym, by firmy mogły działać bez zakłóceń. Takim narzędziem okazały się technologie Esri, dzięki którym mogli na bieżąco analizować, jak zmieniające się warunki wpływają na funkcjonowanie przedsiębiorstw.

W jednej z ogólnokrajowych sieci handlowych, odwiedzanej rocznie przez ponad 200 milionów klientów i posiadającej sklepy w 45 stanach, kierownictwo wyższego szczebla znalazło wsparcie właśnie w technologii systemów informacji geograficznej (GIS).

Współpracując z zespołem GIS, dyrektor ds. bezpieczeństwa pomógł stworzyć zestaw interaktywnych dashboardów, które

umożliwiały natychmiastowy wgląd w bieżący stan działalności firmy w całym kraju oraz prezentowały kluczowe wskaźniki efektywności.

„Możliwość zrozumienia sytuacji w czasie chaosu pomaga ją opanować – nie tylko po to, by skutecznie komunikować się z innymi, lecz także po prostu, by mieć pełniejszy obraz tego, co się dzieje” – wyjaśnił.

Mapy firmy nie zatrzymały rozprzestrzeniania się wirusa, podobnie jak dzisiejsze mapy nie rozwiążą sporów handlowych, ale pomogły zarządowi lepiej zrozumieć sytuację biznesową. Stało się to możliwe dzięki zespołowi do spraw GIS, który „wzbogacił dane firmy o kontekst geograficzny” – przypisując każdemu elementowi działalności, od paragonów sprzedaży po parkingi sklepowe, konkretne położenie na mapie. Dzięki temu zespół mógł analizować nie tylko sytuację poszczególnych sklepów, ale także ich łączny wpływ na wyniki całej firmy.

Pięć lat po pandemii osoby decyzyjne ponownie potrzebują takiego samego kontekstu przestrzennego, podejmując decyzje dotyczące łańcuchów dostaw, partnerów biznesowych i lokalizacji produkcji.

Po drugiej stronie globalnych przetasowań

Gdy kadra zarządzająca może zobaczyć całą działalność swojej firmy na mapie – wraz z najnowszymi danymi dotyczącymi globalnego handlu – zyskuje pełny obraz sytuacji, niezbędny do analizowania różnych scenariuszy i planowania przyszłych działań. Jeśli w danym regionie wzrosną cła, można natychmiast sprawdzić, czy produkcję da się przenieść do sąsiedniego kraju i jak wpłynie to na wyniki finansowe. Właśnie w takich analizach typu *what-if* technologia GIS sprawdza się najlepiej.

Gdy obecne zawirowania w handlu międzynarodowym w końcu

ustąpią, mapy oparte na wiarygodnych danych pozostaną jednym z najważniejszych narzędzi w rękach zarządów – rzetelnym źródłem informacji o sprzedaży, pracownikach, łańcuchach dostaw i kluczowych wskaźnikach efektywności.

Zmieniająca się gospodarka zawsze będzie nieodłącznym elementem globalnego biznesu – tak było sto lat temu, pięć lat temu – tak jest i dziś. W świecie pełnym niepewności najlepszą strategią dla osób podejmujących decyzje pozostaje zachować spokój i działać w oparciu o dane przestrzenne.