



איציק דנה

השפעת מגיפת הקורונה על ענף ה-"Intralogistics"

המכירות לכ-13%. חלק זה צפוי להגיע לכ-22% מסך המכירות עד שנת 2026.

לא רק נפחי המשלוח גדלים במהירות, אלא גם בדרך-כלל קמעונאות מקוונת דורשת עבודה לוגיסטית רבה יותר בעבור כל פריט מאשר קמעונאות, הפועלת באמצעות רשת חנויות. זאת, מפני שמכירות מקוונות מן הסוג "עסק לצרכן" (Business to Consumer) [B2C] כוללות: איסוף, בדיקת איכות, שקילה, אריזה ומשלוח פרטניים בניגוד למודלים השגרתיים של מכירות מן הסוג "עסק לעסק" (Business to Business) [B2B], הכוללים אספקת סחורות בכמויות גדולות לחנויות הקמעונאים.

כבר לפני המגיפה, מחקרים רבים בתחומי משאבי האנוש הלוגיסטיים הראו, כי גיוס כוח-אדם מהווה אתגר משמעותי בעבור מפעילי המחסנים. עם התגברות המגיפה, הטלת סגר תנועה נרחב, סגירת חנויות וקניונים, וכו', נוצר קושי רב במציאת כוח-אדם מתאים. במרבית המקרים, גם צוות תגבור חדש אינו מאפשר את השגת התפוקה הרצויה ואת קצב זרימת המוצרים הרצוי במחסן, למרות תוספת העובדים.

מחקרים מצביעים שבמחסן ממוצע, עדכון מהיר של צוות חדש, כדי שיוכל להשיג ביצועים יעילים דומים לביצועי צוות מבוסס, נמשך כחודש לעומת תקופות עמוסות אופייניות העלולות להימשך שלושה חודשים. המשמעות היא: צוות התגבור שנשכר לטפל בנקודות העומס ("פיקים") לא יוכל לעבוד ביעילות במשך שליש מאותו הזמן.

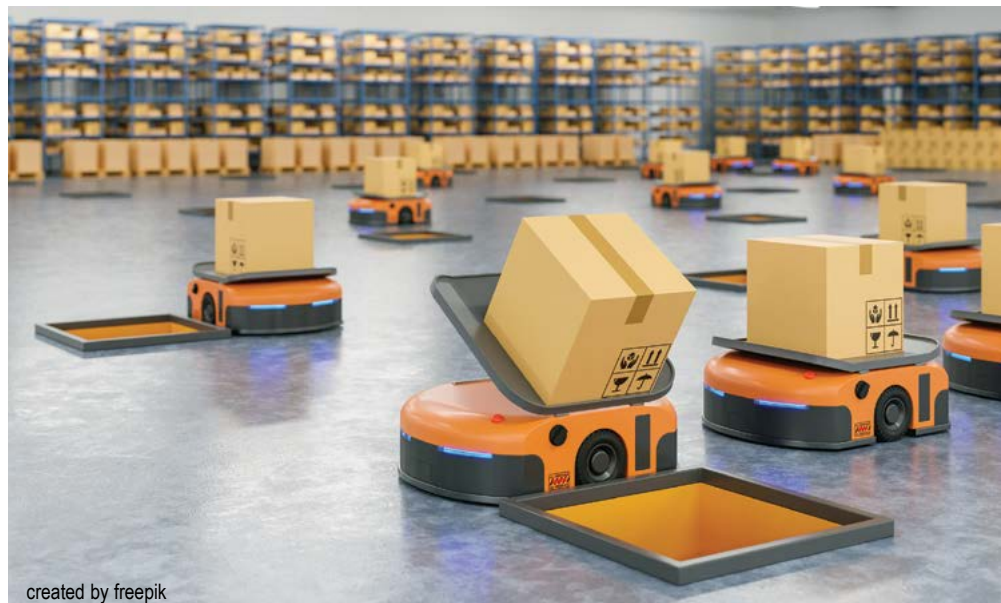
שימוש בציוד-קצה מיושן במחסנים עם "מסכים ירוקים" מיושנים, תפריטים מורכבים ותהליכים מסורבלים ומעייפים, ללא מסכי מגע וללא טכנולוגיות ליקוט מתקדמות, הרי בעבור עובדים צעירים, שגדלו בעולם של טכנולוגיה ידידותית ומתקדמת, נראה כאילו הם צעדו לאחור בזמן, בשני עשורים לפחות, כאשר הם מנסים להשתלב בסביבת המחסן.

מאמר זה הוא סקירה תמציתית של מאמרים, שהופיעו בעיתונות המקצועית הלוגיסטית, בנושא השפעת מגיפת הקורונה על ענף ה-Intralogistics בעולם.

בעוד מגיפת הקורונה השפיעה לרעה על חברות רבות, כולל פשיטות רגל וסגירת חברות, הרי לעומתן היו חברות אחרות, שחוו צמיחה חזקה מאוד, מפני שהתנהגות הקניות בתקופת ה-COVID 19 האיצה את הצמיחה במסחר האלקטרוני (E-Commerce).

על-פי מדד הכלכלה הדיגיטלית (Digital Economy Index) [DEI], המכירות המקוונות בחודשים אפריל-מאי 2020 עברו ב-7% את תקופת תנופת המכירות הרגילה בחודשים נובמבר-דצמבר 2019, ומפעילי מחסנים חוו רמות ביקוש יוצאות-דופן מדי יום. רמות אלו הובילו לגידול משמעותי בנפח הפעילות הלוגיסטית, וכך חלקן של המכירות הקמעונאיות המקוונות גדל מכ-2% מסך

הדחיפה לאוטומציה של המחסנים הייתה במלוא עוצמתה לפני המגיפה, אך היא אילצה את הנהלות החברות לשנות את האסטרטגיה שלהן בתחום האוטומציה של המחסנים מקטיגוריית "טוב שיש" לקטיגוריית "חובה שיהיה", אם החברות רוצות זכות קיום בענף הלוגיסטי



created by freepik

יצרניות ליקוט חכם לליקוט מהיר של יחידות מוצר גם פיתחו יכולות אטרקטיביות חדשות לבחירת הזמנות בהגשמת מסחר אלקטרוני.

שוק הרובוטים האוטונומיים התרחב בצורה משמעותית מאוד. פתרונות אוטומטיים מן הסוגים: "רכבים מונחים אוטומטית" (Automated Guided Vehicles) [AGVs] ו"רובוטים ניידים אוטונומיים" (Autonomous Mobile Robots) [AMRs] הם הטרנד העיקרי במחסנים קמעונאיים, עקב ביקוש רב בתחום המסחר האלקטרוני, והגמישות הרבה בפריסת רשת רובוטים, ללא שינוי משמעותי בתשתית המחסנים הקיימת.

עם זאת, הפתרון עדיין איטי מעט מבחינת קצב הליקוט לשעה, לעומת מערכות האחסון והאחזור האוטומטיות (Automated Storage and Retrieval Systems) [AS/RS], אך פתרון זה מועדף במחסנים קטנים ובינוניים, בשל עלות נמוכה יותר, פריסה מהירה ועלייה מיידית לאוויר! שוק הפתרונות האוטונומיים מן הסוג AGV/AMR צפוי לחצות את רף ה-5 מיליארד דולר בשנה עד שנת 2026, עם קצב גידול של כ-32% בשנה.

לסיכום, מגיפה קשה עדיין משתוללת בעולם וממשיכה לכפות חשיבה מחוץ לקופסה בכל רכיבי שרשרת האספקה, וכן פיתוח פתרונות שיבטיחו אספקה שוטפת ואת יישומם. לא משנה לאיזה שלב במסע הזה הגיעו בעלי המחסנים ומפעיליהם - הזמן הוא מהותי בהחלט בכל הנוגע למהלכם הבא. התנאים לאימוץ מהיר נמצאים כאן, והטכנולוגיה כבר קיימת. חובה לעמוד בקצב הביקוש ובציפיות של הצרכנים, במקביל לעמידה בתחרות. קצב זה ידרוש מבעלי המחסנים וממפעיליהם לקבל החלטות מהירות ומושכלות. ■

איציק דנה הוא מנכ"ל A.G.S. אפשר לפנות לאיציק באמצעות טל' 052-3327541, או בדוא"ל: ags@ags.co.il.

שנת 2020 ומגיפת ה-COVID-19 יצרו אי-ודאות רבה, והן הציבו זרקור גדול יותר על השימוש באוטומציה במחסנים, ברחבי העולם. זאת, כדי להפיץ נפח גבוה יותר של מוצרים חיוניים, ולעמוד ביעדי מסירה 'באותו היום', או לנסות להוסיף יכולות עבודה מרוחקות יותר.

הדחיפה לאוטומציה של המחסנים הייתה במלוא עוצמתה לפני המגיפה, אך היא אילצה את הנהלות החברות לשנות את האסטרטגיה שלהן בתחום האוטומציה של המחסנים מקטיגוריית "טוב שיש" לקטיגוריית "חובה שיהיה", אם החברות רוצות זכות קיום בענף הלוגיסטי.

אחת מן הלמידות של המגיפה היא, שיש להביא בחשבון מגה-מגמות, כגון: הזדקנות האוכלוסייה, גלובליזציה, בריאות ובטיחות, ניידות, לוגיסטיקה ירוקה, עולם אוטונומי, עיור, אינדיבידואליזציה ודיגיטציה, לתת להן משקל הולם ולשלב אותו בחזון ארגוני ארוך-טווח, כדי להיות מוכנים לכל אתגר. על-פי מחקר השוק שלאחר הפנדמיה וניתוחו, שוק האוטומציה של המחסנים צפוי להגיע לסך של 30 מיליארד דולר עד שנת 2026 בנידול שנתי של כמעט 14%, בין השנים 2020-2026.

אפשר להסביר את צמיחת השוק בצמיחה של המסחר האלקטרוני, בערוצי הפצה רב-ערוציים, בגלובליזציה של רשתות שרשרת האספקה, בהופעתם של רובוטים ניידים אוטונומיים ובצורך העולה במסירה באותו יום.

לאחר מגיפת הקורונה, המגמות החשובות והמתפתחות ביותר יהיו: צמיחת חנויות מכולת אלקטרוניות, מרכזי מיקרו-הגשמה (Micro Fulfillment Centers) [MFC], מחסנים עירוניים ומחסני קירור אוטומטיים, הממוקמים בתוך הערים והשכונות להבטחת אספקה מהירה של מוצרים לצרכנים.

קמעונאים מובילים בעולם כבר החלו לאמץ הטמעת טכנולוגיות חדשות אלו במהלך המגיפה. מלבד זאת,

פתרונות אוטומטיים מן הסוגים: "רכבים מונחים אוטומטית" (AGVs) ו"רובוטים ניידים אוטונומיים" (AMRs) הם הטרנד העיקרי במחסנים קמעונאיים, עקב ביקוש רב בתחום המסחר האלקטרוני, והגמישות הרבה בפריסת רשת רובוטים, ללא שינוי משמעותי בתשתית המחסנים הקיימת

