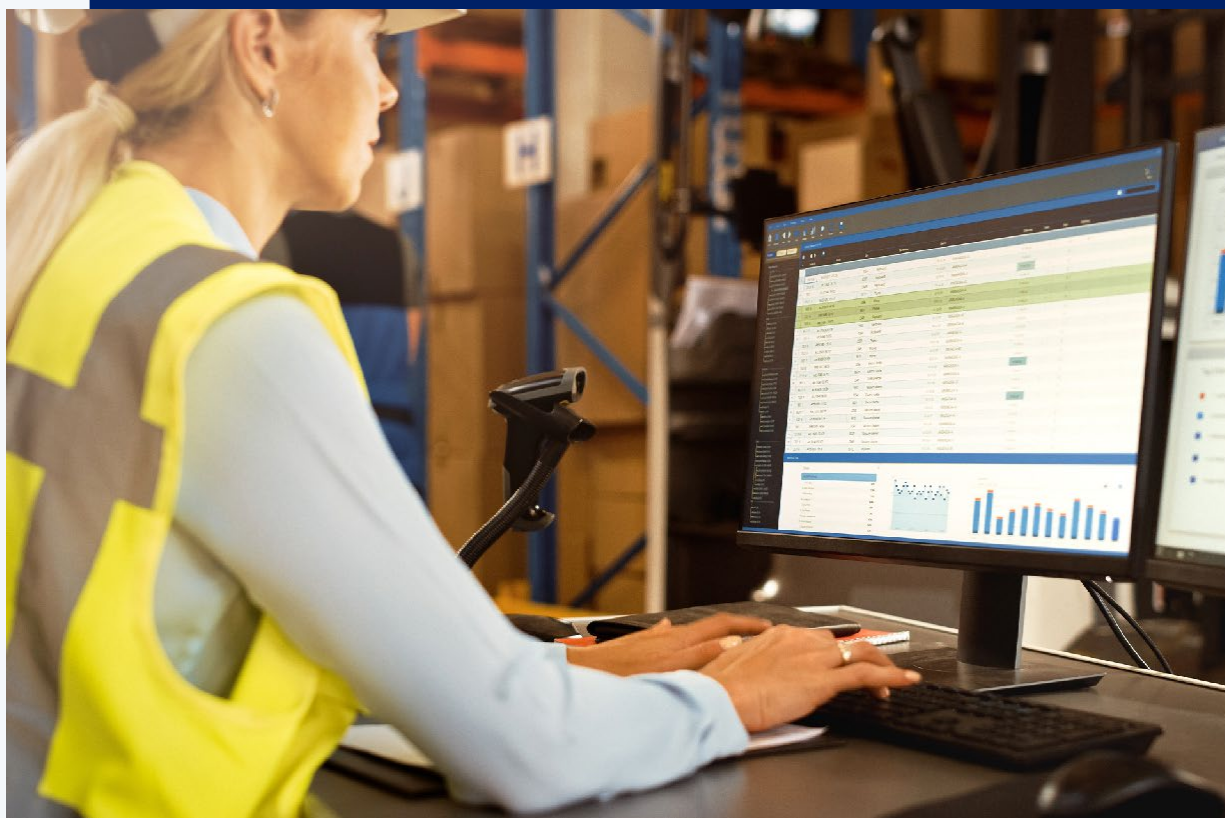


מפצחים את הקוד: שלושת הסודות להתאמת מלאי לביקוש משתנה



על רקע המיתון והתנודתיות המתמשכת בשרשרת האספקה, דפוסי ביקוש שמתהפכים ברגע אינם זרים לעסקים - מרקיעי שחקים יום אחד, צונחים למחרת. זה יכול לשבש גם את המאמצים של המתכנן המנוסה ביותר.

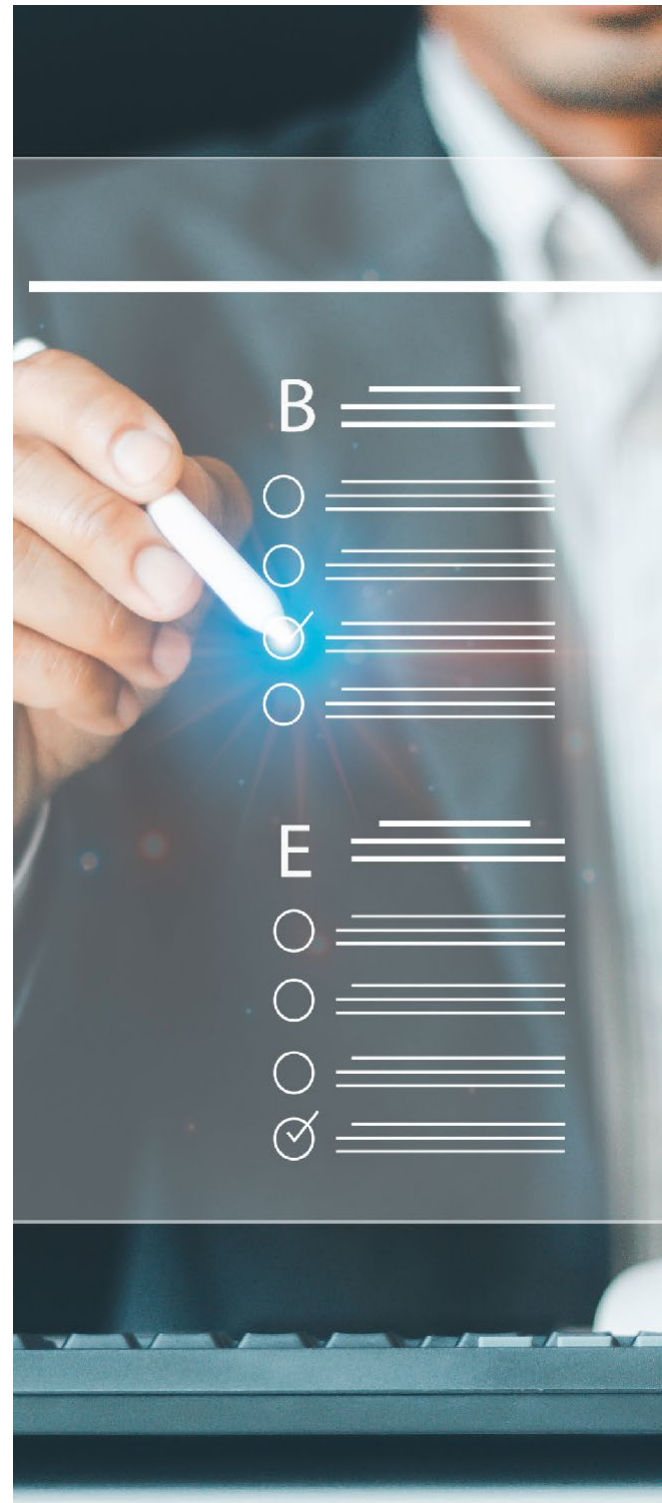
החדשות הטובות הן שכבר פיצחנו את הקוד לניווט בתוואי השטח ההפכפך של הכלכלה. הנה שלוש דרכים שמאפשרות לחברות למקם מלאי בצורה הטובה ביותר עבור האקלים העסקי הנוכחי ולהיות מוכנות להתאוששות הכלכלה.

1 נתחו את דפוסי הביקוש שלכם. בעולם כיום, חיזוי צפי ביקוש עתידי בהתבסס על תקופות קודמות לא יעבוד. רוב העסקים זקוקים למבט רענן על הביקוש הצפוי. ניתוח מק"טים (SKU-by-SKU) יאתר דפוסי ביקוש משתנים, ויאפשר לכם להגיב בדיוק ובמהירות לצורכי לקוחות.

2 חשבו מחדש את מלאי הביטחון ואת יעדי המלאי. אם אינכם לוקחים בחשבון שינויים בביקוש ברמת המק"ט הבודד, אתם עלולים למצוא את עצמכם עם מאגרי מלאי לא מאוזנים. רמות מלאי הביטחון הללו מושפעות גם מהשתנות רציפה בביקוש ובהיצע. אם יש לכם חוסר התאמה בין דפוסי ביקוש חדשים ויעדי מלאי ישנים, תכנון מחדש של אסטרטגיית המלאי יכול לעזור "לעשות סדר בערבוביה".

3 מצאו את שקלול התמורות האופטימלי עבורכם בין השקעות במלאי לרמות שירות. שפרו את יעילות המלאי באופן שיאפשר יותר שירות לקוחות עם פחות מלאי. זה אומר למצוא את נקודת האיזון, יעד המלאי עבור כל מק"ט בכל מיקום, אשר עונה מצד אחד על דרישות הלקוחות ומצד שני מונע גודש במלאי.

אוטומציה עוצמתית, אפליקציות בינה מלאכותית חדשניות, ושיטות מודרניות לתכנון שרשרת אספקה זמינות כולן היום והופכות את שלושת הצעדים הללו לפשוטים כמו לספור עד 3. בואו נתבונן לעומק בכל טקטיקה ובדרכים שבהן הטכנולוגיה והאסטרטגיות העדכניות ביותר יכולות לעזור לכם לקצור את היתרונות שבניהול מלאי מודע לשינויים.



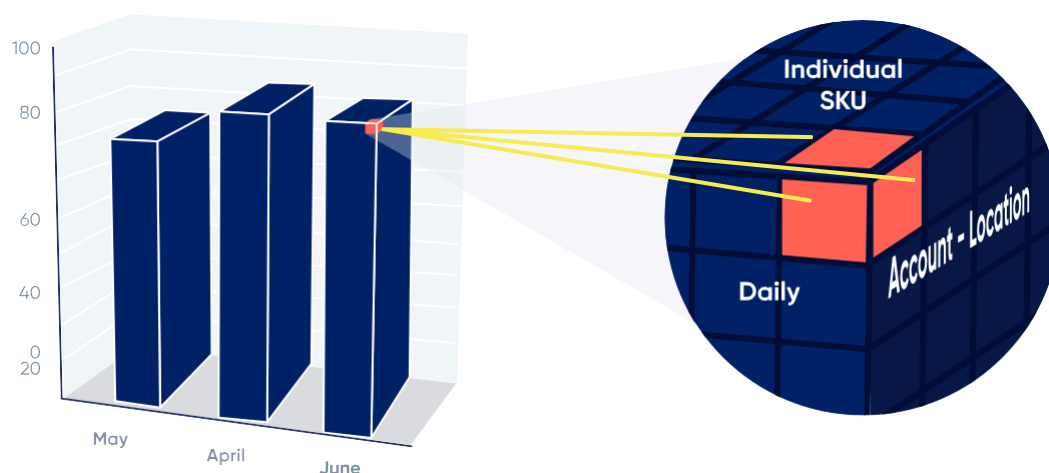
1. ניתוח וצפי של שינויי ביקוש

הבנה של הביקוש היא הצעד הראשון לעדכון ולשיפור אסטרטגיית המלאי.

דפוסי ביקוש משתנים תמידית. אפילו בתקופות היציבות ביותר, נפח מכירות ותמהיל מוצרים עולים ויורדים בקביעות. אך השנים האחרונות חוו שינויים דרמטיים בצרכים עסקיים, רמות אינפלציה, ודרישות צרכנים. אם המתכננים שלכם "מתאימים" את התחזיות שלהם לנתונים היסטוריים, בלי לקחת בחשבון שיבושים ותנודתיות בשוק, הסבירות לקבלת צפי ביקוש מדויק קלושה עד אפסית.

חברות רבות עושות שימוש בתוכניות ביקוש מצרפי, המחברות את הסכום הכולל של נתוני המכירות, ומשתמשות בסך המתקבל להרכבת תחזית מלמעלה למטה. לתוכניות אלו חסר מידע חשוב בנוגע לנתוני ביקוש ספציפיים להזמנה ולמיקום, והן לא מסוגלות לגשר על הפער בין תכנון לטווח ארוך וצרכי תפעול יום-יומיים.

לטובת הגמישות, רצוי שיהיה פתרון המאפשר תכנון במספר רמות מצרפיות, אך צפי תפעולי מתבצע בצורה הטובה ביותר מלמטה למעלה, מק"ט אחר מק"ט. המפתח הוא הבנת דפוסי הביקוש ברמה מפורטת. על מתכננים להיות מסוגלים לזהות ביקוש של מק"ט-מיקום ברמה היום-יומית, ולעצב מודל שיקדם חישוב מחדש של מלאי וחדוש מלאי. זה דורש ניתוח לא רק של צפי הביקוש, אלא גם של גורמים אחרים, כמו טעות בחיזוי, תדירות הביקוש, וגודל ההזמנה.



התאמת המלאי לדפוסי הביקוש דורשת הבנה של הביקוש, לא ברמה המצרפית, אלא ברמה המפורטת.

חיזוי הסתברותי: איך לקבל תחזיות חכמות יותר

זה בדיוק מה ששיטת החיזוי ההסתברותי עושה. עבור כל מק"ט בכל מיקום, היא מנתחת מידע פנימי (כגון היסטוריית מכירות, גודל יחידה, חוסרי מלאי, ותדירות הזמנות), ומשתנים חיצוניים (כגון מזג אוויר, עונתיות, והעדפות לקוח אזוריות). אחר כך היא מחשבת טווח שמופק באמצעות בינה מלאכותית של יעדי צפי אפשריים והסבירות של כל תוצאה. אופן הפעולה שלה שונה משיטות חיזוי מסורתיות, המספקות יעד מלאי כמספר סידורי, המופק לרוב מהיסטוריית מכירות ומספק קונטקסט מועט בנוגע למרווח הטעות שלו. זהו ההבדל בין תחזית שאומרת "ירד גשם", לתחזית שאומרת "יש סיכוי של 53% לסופות רעמים".

זה נותן לתחזיות ההסתברותיות יתרון מובחן. קודם כל, הן יוצרות תחזיות מדויקות יותר בתור התחלה, אשר לוקחות בחשבון את נתוני הביקוש הנוספים אך החיוניים שלעיתים קרובות מושמטים בשיטות חיזוי מסורתיות. שנית, תחזיות ההסתברותיות לוקחות בחשבון חוסר ודאות ומאפשרות למתכננים לראות את שקלול התמורות של תועלת מול סיכון בהחלטת צפי. זה נותן למתכננים הבנה טובה יותר של התנהגות הלקוחות ומאפשר להם לקבל החלטות מלאי העונות לצורך מהר יותר ומתוך מודעות מקיפה יותר.



2. חשבו מחדש את מלאי הביטחון ואת יעדי המלאי

כעת יש לכם תחזית הסתברותית מדויקת יותר והבנה טובה יותר של התנהגות הביקוש עבור כל פריט. אז מה עכשיו?

אתם צריכים מלאי בטיחות דינמי למיקום חכם של מלאי עבור דפוסי ביקוש משתנים.

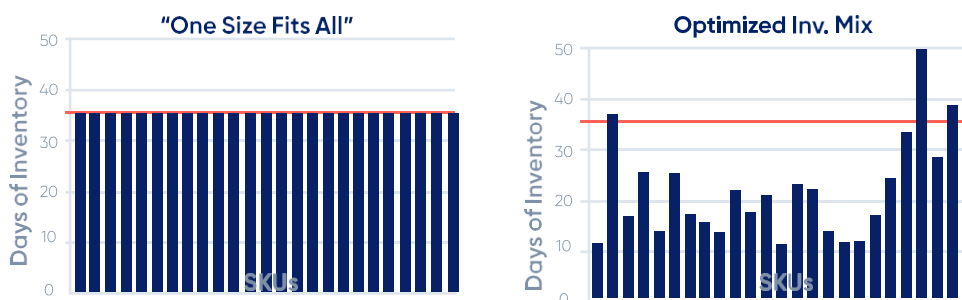
חברות רבות לא משנות את יעדי המלאי שלהן בהתאמה לתנאים עסקיים משתנים. או במקום, ייתכן שהן הגיבו באופן קיצוני וחתכו מלאים באופן גורף. שתי האסטרטגיות מנסות להשיג את אותו הדבר: צמצום מלאי והפחתת האחידה שלו בהון החוזר.

אך יש הבדל גדול בין צמצום מאגרים אסטרטגי והפחתת עלויות חסרת הבחנה, שעשויה להחמיר את הבעיה על ידי התמקדות בפריטים בעלי ערך המלאי הגדול ביותר - כולל אותם הפריטים שהכי נדרשים ליציבות העסק.

מיטוב מלאי: איך למצוא את השילוב הנכון

הגישה הטובה יותר היא "לעשות סדר בערבוביה" באמצעות צמצום סלקטיבי של הפריטים בעלי התרומה הפחותה ביותר לשביעות רצון הלקוחות ולרווחיות. זה דורש גישה חכמה ומדעית יותר לניהול מלאי, עם הבנה מעמיקה של דפוסי ביקוש ותובנות לגבי שונות היצע וביקוש.

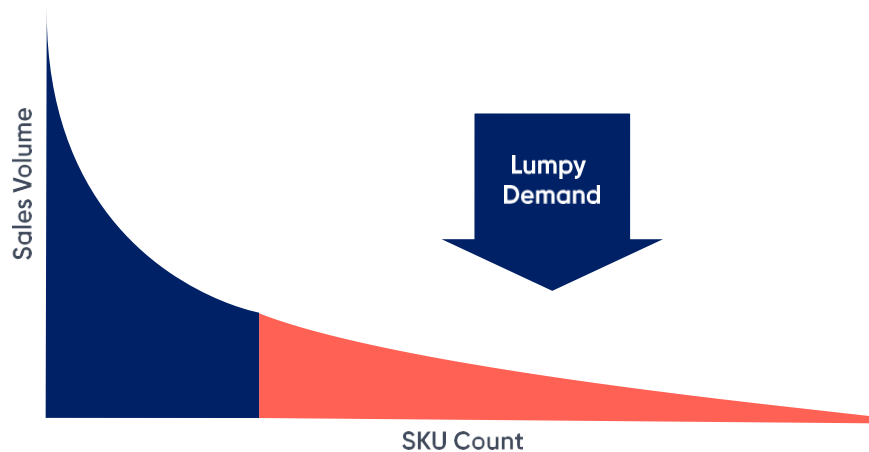
מיטוב תמהיל מלאי מספק גישה סטטיסטית לניהול מלאי ולמיטובו. הוא מאפשר להגדיר מחדש מלאי בטיחות ולמטב מלאים על ידי הגדרת היחסים המדויקים בין התנהגות מלאי ורמת שירות עבור כל מק"ט-מקום אינדיבידואלי (כולל אי הוודאות האינהרנטית של היצע וביקוש). המשמעות היא שתוכלו למלא מאגרים היכן שקיימת סבירות לביקוש ולמכירות, ובמקביל לצמצם מלאי של פריטים עם יעדי שירות נמוכים יותר.



הימנעות מגישות פשטניות של "גודל אחד מתאים לכולם" ומיטוב תמהיל המלאי יצמצמו מלאים וישפרו את רמות השירות במקביל.

עבור יצרנים, מפיצים וקמעונאי יוקרה, מלאי עודף הוא האקוטי ביותר ב"זנב הארוך" של פריטים עם ביקוש תקופתי. העודף מרוכז לרוב בתחום זה כיוון שגישות ניהול מלאי מסורתיות חסרות הבנה מעמיקה של "ביקוש מקוטע" ואינן יכולות להתאים כנדרש את דרישות המלאי. רק מיטוב מלאי מתקדם לוקח בחשבון ביקוש תקופתי ומזהה את המועמדים הטובים ביותר לצמצום מלאי.

הרווח הנקי של מיטוב הוא שבעוד רמות מק"טים בודדים עשויות לעלות או לרדת - את סך דרישות המלאי ניתן לצמצם, וכך לשחרר תזרים מזומנים נוסף תוך שמירה על רמות השירות ושביעות רצון הלקוחות.



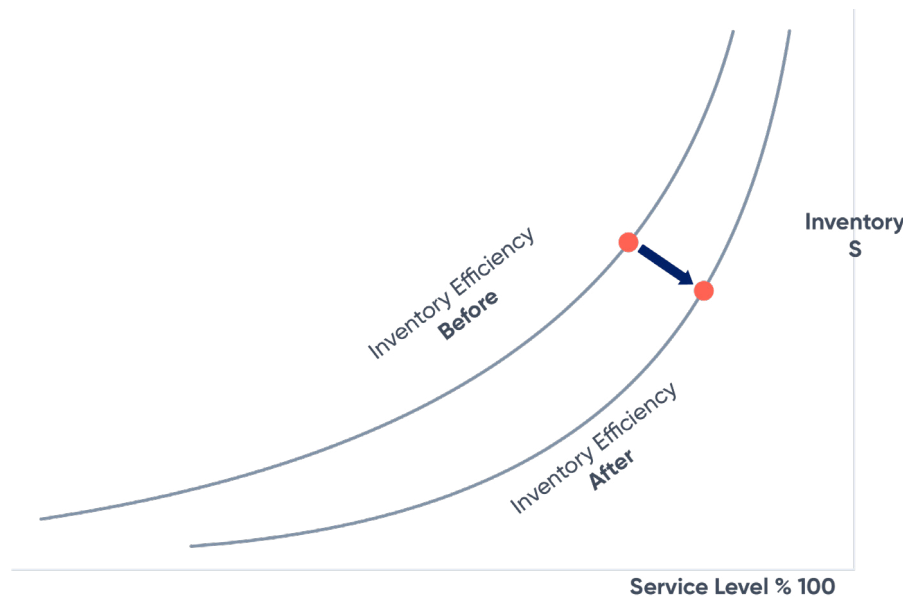
לעתים קרובות, מלאי עודף נמצא בפריטי "ביקוש מקוטע". השגת המלאי הנכון עבור ביקוש מקוטע יכולה לשפר דרמטית את תמהיל המלאי.



3. שפרו את יעילות המלאי

עדכון יעדי המלאי זו מטרה חשובה לטווח הקרוב, אבל המפתח להצלחה יציבה לטווח רחוק הוא מעבר קבוע לעקומת יעילות מלאי חדשה, כזו שמניעה רמות גבוהות יותר של שירות לקוחות עם פחות מלאי גלובלי.

המעבר מושג באמצעות יצירה של סביבה שבה כל שקל שמושקע במלאי תורם לשביעות רצון לקוחות בדרך המועילה והמשתלמת ביותר, באופן שממקסם את התמורה למלאי. אפשר לחולל שינוי כזה על ידי אימוץ שיטות ארוכות טווח וכלים שיאפשרו לעסק שלכם לא רק לשמר תוצאות אלא גם לשפר אותן בקביעות.



השגת קפיצת מדרגה ביעילות מלאי דורשת מעבר לעקומה חדשה של שקלול תמורות מלאי-אל-שירות.

רתימת מידע: איך לשמר יעילות מלאי רווחית וממוקדת לקוח

דיברנו כבר על שיפור תחזיות והטמעה של מיטוב מלאי. אלו הם אלמנטים בסיסיים למעבר לעבר יעילות מלאי גבוהה יותר ויציבה.

חסר רק אלמנט אחד. גם חיזוי וגם מיטוב מלאי תלויים בבסיס חזק של נתוני מלאי מעודכנים. אך כתלות במערך הטכנולוגיות שלכם, הבסיס הזה עלול להיות רעוע. זכרו - ארגונים אינם ישויות סטטיות. לעתים קרובות הם מלאים בצוותים שונים, מחלקות ואגפים שעובדים כיחידות עצמאיות או אפילו מפוזרים בפרויקטי ERP נפרדים. ככל שרשת העבודה רחבה יותר, כך גבוהה יותר הסבירות למערכות מלאי מתנגשות או ממודרות.

ארגונים ברחבי התעשייה הופכים מודעים יותר ויותר לחשיבות של "מקור אמת יחיד", מבט מגובש בזמן אמת על המלאי הגלובלי המוגש לכל מערכות המלאי ברחבי הארגון. כששומרים על נקודת מבט משותפת לכולם, מצמצמים את המידע הסותר או הכפול ומפחיתים את עיכובי התפעול הנובעים מסוגיות של זמן המתנה. זה גם מאפשר תכנון תרחישים מהיר כאשר הבלתי צפוי מתרחש באופן בלתי נמנע.

היתרונות

בסוף, חברות מנסות להתאים מלאי לביקוש משלוש סיבות.

1. כשהפריט הנכון נמצא במקום הנכון המשמעות היא לקוחות מרוצים יותר עם פחות משלוחים דחופים.
2. מיטוב רמות מלאי מפחית עלויות אחסון ומשפר את היעילות הארגונית הכוללת.
3. צמצום ההשקעה של הון חוזר במלאי מאפשר לחברות להשקיע משאבים בהזדמנויות צמיחה.

עם הטכנולוגיה הנכונה, ארגונים יכולים ליישם החלטות מלאי בצורה טובה יותר ומהירה יותר ולהניע שרשראות אספקה רווחיות וממוקדות לקוח.

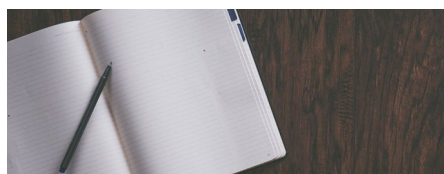
רוצים לראות איך זה פועל? בואו לגלות איך לקוחות ממנפים את פתרונות ToolsGroup המבוססים בינה מלאכותית כדי לצמצם מלאי, למקסם שביעות רצון לקוחות, ולהגביר את ביצועי העסק.



McDonald's Mesoamérica

הפחיתו 7% מלאי והשיגו מעל 90% רמות שירות

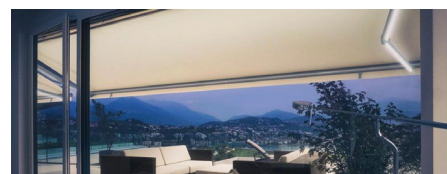
למידע נוסף



Moleskine

שיפרו דיוק צפי ב-70% תוך הפחתה של השקעת הון חוזר ב-15%

למידע נוסף



Gaviota

הפחיתו ימי מלאי ב-43% תוך חיזוק רמות השירות ב-36%

למידע נוסף

toolsgroup.com