

به نام خدا

زنجیره تأمین و بحران COVID۱۹

از آنجا که شیوع بیماری همه گیر COVID-۱۹ همچنان در حال گسترش است، خرده فروشان در مورد تهیه کالاهای اساسی مصرف کنندگان و محافظت از سلامتی و رفاه جوامع تلاش خود را بیشتر کردند.



برای دستیابی به این زنجیره‌های عرضه خرده فروشی با چالش‌هایی روبرو هستند که به اقدامات فوق العاده ای نیاز دارند تا اطمینان حاصل شود که کالاهای اساسی همچنان به فروشگاه‌ها و منازل مصرف کننده تحویل داده می‌شوند. برای کاهش پیامد کوتاه مدت، رهبران زنجیره تأمین شفافیت ایجاد کرده و قابلیت‌های واکنش سریع را ایجاد می‌کنند.

۱. گزینه‌هایی که شرکت‌ها در خصوص زنجیرتأمین خود در شرایط بحران کرونا با آن روبرو هستند:

- اختلال در تهیه مواد اولیه
- شرکت‌ها شاهد ایجاد اختلال در زنجیره‌های عرضه خود از جمله تقاضا برای برخی از محصولات می‌باشند.
- شرکت‌هایی که در مناطق آسیب دیده دارای انبار هستند، با تصمیمات سختی در مورد چگونگی حفظ (و اینکه حتی آیا آنها باید) محصولات خود روبرو هستند.
- تغییر تقاضای مشتری
- محدودیت‌ها و کمبودهای احتمالی مواد
- افزایش قیمت در ساختار زنجیره تأمین
- الزام به انعطاف پذیری بیشتر در زنجیره تأمین
- بی ثباتی در زنجیره تأمین

۲. راه حل:

- ایجاد زنجیره‌های تأمین منطقه‌ای، تکیه بر فناوری و تمرکز روی کارایی و انعطاف پذیری
- تطبیق زنجیره تأمین با شرایط به وجود آمده
- اقدامات فوری در سراسر زنجیره تأمین می‌تواند به خرده فروشان کمک کند تا تقاضای مصرف کننده را در طول بیماری همه گیر COVID ۱۹ برآورده سازند.

				
اجرا	حمل و نقل	توزیع	بازرگانی	عرضه کنندگان
<p>۱. الزامات تحویل در همان روز/فردای آن روز</p> <p>۲. بهینه کردن مسیریابی و افزایش ظرفیت تحویل</p> <p>۳. اجرای حداکثر سفارشات</p> <p>۴. گسترش گزینه‌های اجرا و بازگشت و انعطاف پذیری برای مشتریان</p>	<p>۱. اختصاص ظرفیت حمل و نقل بیشتری به موارد با تقاضای بالا</p> <p>۲. ایجاد ارتباط مستقیم بین تأمین کنندگان و فروشگاه‌ها</p> <p>۳. طبقه بندی محصولات در فروشگاه‌های استراتژیک برای تغذیه فروشگاه‌های کوچکتر</p> <p>۴. کشف گزینه‌های تحویلی جایگزین</p> <p>۵. پیشنهاد ظرفیت حمل و نقل خصوصی در صورت موجود بودن برای تحویل کالاهای مهم و ضروری</p>	<p>۱. آموزش کارمندان و استقرار آنها در مراکز توزیع در مناطق پر تقاضا</p> <p>۲. افزایش دستمزد و استخدام موقت</p> <p>۳. رعایت کامل بهداشت</p> <p>۴. همکاری فروشگاه‌ها با تجارت الکترونیک</p>	<p>۱. بازنگری برنامه‌های خرید و هدایت کارکنان به سمت دسته بندی مجدد تقاضا</p> <p>۲. رد کردن الگوریتم‌ها برای تغییر مسیر موجودی به مناطق با چگالی بالا</p> <p>۳. بررسی و تنظیم برنامه‌های خرید نزدیک برای پیش بینی پول نقد</p> <p>۴. پیش بینی افزایش فروش در آینده و تنظیم برنامه‌های خرید بر طبق پیش بینی فروش.</p>	<p>۱. برگزاری جلسات روزانه با تهیه کنندگان استراتژیک</p> <p>۲. کاهش تنوع محصولات</p> <p>۳. کاهش دادن ریسک سفارش‌های موجود در همکاری با تأمین کنندگان</p> <p>۴. کاهش به موقع و کامل درخواست‌ها مانند مدت پرداخت به تأمین کنندگان کلیدی</p>

۳. استراتژی‌ها

۳-۱. استراتژی‌های کوتاه مدت برای رفع بحران زنجیره تأمین

- مدیریت کمبود حمل و نقل - بخش حمل و نقل و تدارکات در حال حاضر به سرعت در جستجوی راه‌حل‌های موقت برای افزایش فعلی تقاضا برای رانندگان محلی، ظرفیت بین‌المللی حمل و نقل هوایی و دریایی است.
- ظرفیت را با سرعت باز کنید - برخی سازمان‌ها برای دستیابی به باربری مورد نیاز خود در طول بحران تلاش می‌کنند. برای غلبه بر این، امکان همکاری و ادغام با شرکتهای دیگری که محصولات مشابه یا مشتری مشابهی دارند، وجود دارد. برای آنهایی که نمی‌توانند کالا را به بازارهای عادی خود عرضه کنند، امکان گسترش بازارهای جدید وجود دارد که می‌تواند در آینده ادامه یابد.
- اجرا و تجزیه و تحلیل سناریوهای شبکه جدید برای تعیین تأثیر یا تغییر شکل مجدد زنجیره‌های تأمین در صورت ادامه اختلالات موجود برای مدت طولانی یا بروز چالش‌های جدید
- سایر مناطق مهم را برای تأثیرگذاری بر پیمانکاران شخص ثالث موجود نظارت کنید.
- منابع جایگزین تأمین را مشخص کنید و در آنجا تأمین‌کنندگان جدید شناسایی شوند، قبل از پذیرش این موارد، تغییرات شبکه را از طریق شبیه‌سازی زنجیره تأمین تحلیل کنید تا تأثیرات روی سرمایه در گردش، هزینه به خدمت و ریسک زنجیره تأمین مشخص گردد.
- بازنگری و توسعه بیشتر مانیتورینگ ریسک و شبیه‌سازی شبکه در حال انجام - سرمایه‌گذاری بر روی زنجیره تأمین‌کنندگان دیجیتال به پیش‌بینی و کاهش قطع زنجیره تأمین کمک می‌کند.
- برای تقاضا برای کالاهای خانگی آماده باشید. با توجه به اینکه مصرف‌کنندگان قفسه‌هایی از قبیل دستمال توالت را می‌خرند، نیاز به ورود به سرعت این اقلام به فروشگاه می‌باشد و اپراتورهای زنجیره تأمین باید از منابع انسانی و دارایی برای اقدام برخوردار باشند. این سرعت سریع برای آینده قابل پیش‌بینی ادامه خواهد یافت، زیرا هر بار که یک اعلامیه جدید برای محدودیتهای مرتبط با ویروس کرونا توسط دولت صورت می‌گیرد، احتمالاً مردم با وحشت بیشتری خرید می‌کنند.

- با تغییر زمان تحویل سازگار شوید. با تطبیق خدمات اساسی خرده فروشی، ساعات کار به طور مداوم در حال تغییر است و اپراتورهای زنجیره تأمین نیاز به کار در این ساعات غیرقابل پیش بینی دارند. باید همکاری مستمر با شوراهای محلی صورت گیرد تا امکان دسترسی بار کامیون و بارگیری فراهم شود. رانندگان اضافی و همچنین پرسنل امنیتی برای نظارت بر حمل و نقل می‌توانند ضروری باشند.
- مراقب باشید با اپراتورهای لجستیکی معتبر و ثبت شده قرارداد ببندید. بسیاری از ارائه دهندگان حمل و نقل پیش ساخته در حال حاضر برای حمایت از افزایش کوتاه مدت در دستیابی به B2B و C2B، خدمات تبلیغاتی را تبلیغ می‌کنند. اطمینان حاصل کنید که حمل و نقل شما فقط توسط ارائه دهندگان خدمات با مهارت و گواهینامه مناسب منتقل می‌شود، به خصوص برای مواد غذایی یا کالاهای خطرناک یا افرادی که نیاز به حمل و نقل تخصصی دارند.

۲-۳. استراتژی بلند مدت

- تغییر شکل زنجیره تأمین امری حیاتی است و به ما فرصتی می‌دهد تا از چالش‌های اخیر / نقاط خفگی که در معرض بیماری همه گیر کروناویروس قرار دارد، بیاموزیم.
- ایجاد / تعریف مجدد برنامه‌های تداوم مشاغل، به ویژه در مواردی که زنجیره‌های تأمین در طول همه گیری نتوانسته‌اند برای محافظت از زنجیره تأمین و پاسخگویی در آینده موفق شوند.
- در مورد قیمت گذاری با دقت فکر کنید. در حالی که تقاضا برای لجستیک حمل و نقل رو به افزایش است، ارائه دهندگان باید به تغییرات قیمت گذاری کوتاه مدت توجه داشته باشند که ممکن است به محض بازگشت سرعت به حالت عادی، اعتماد و وفاداری مشتری را تحت تأثیر قرار دهد.
- برای شیفتهای طولانی مدت آماده شوید، به عنوان مثال زنجیره‌های عرضه کوچک را در نظر بگیرید. از آنجا که همه گیر ویروس کرونا آشکار می‌شود، ترجیحات و نیازهای مصرف کننده ممکن است به سرعت تغییر کند. در همین حال، در حالی که کشورهای مختلف با بیماری مبارزه می‌کنند، زنجیره‌های عرضه جهانی همچنان غیرقابل اعتماد خواهند بود. این بدان معناست که سازمانها باید شروع به در نظر گرفتن ترکیب جهانی در مقابل محلی از زنجیره‌های تأمین خود کنند و به دنبال متنوع کردن دسترسی و ریسک خود باشند.

۴. فرصت‌ها:

- امکان همکاری و ادغام با شرکتهای دیگری که محصولات مشابه یا مشتری مشابهی دارند، وجود دارد. برای آنهایی که نمی‌توانند کالا را به بازارهای عادی خود عرضه کنند
- امکان گسترش بازارهای جدید وجود دارد که می‌تواند در آینده ادامه یابد.
- فرصت‌های تازه‌ای را برای تولید کنندگان محلی و اپراتورهای تدارکات حمل و نقل به عنوان شرکای اصلی
- امکان وجود اپراتورهای لجستیکی حمل و نقل، تولید کنندگان و خرده فروشان برای همکاری و ساخت راه حل‌های مبتنی بر صنعت در کنار هم

<https://www.businessinsider.com/covid-19-disrupting-global-supply-chains-how-companies-can-act-2020-3>

<https://www.supplychindigital.com/supply-chain-management/covid-19-five-priorities-retail-supply-chain>

<https://home.kpmg/au/en/home/insights/2020/03/coronavirus-covid-19-actions-for-supply-chain-leaders.html>