



# דור חדש של הובלת "הקילומטר האחרון"

חנן פרידמן, טראקנט, מנכ"ל ומייסד

16 באוק' 2020

עם סוגיית חבילות ללא השגחה. אמזון מצאה פתרון והשיקה ערוצי מסירה משלה לשיפור שירות המייל האחרון עד לדלת הלקוח.

אם אין מישהו בבית כדי לקבל חבילה ישנן כמה אפשרויות, לרבות הגעה למקומות איסוף. באמזון שואפים לזכות באמון הלקוחות, להפחית עיכובים ולחסוך כסף לחברה. בשנים האחרונות אמזון הקימה מערכת של מל"טים קטנים בערים גדולות שמספקים תוך 30 דקות מסירה של חבילות במשקל עד 2.3 ק"ג (ברדיוס 20 ק"מ).

אתגר עבור חברות משלוחים גדולות, והרשתות המורחבות שלהן, הוא כיצד להתמקד ולהשיג תוצאה אופטימלית בתכנון מסלול המייל האחרון וזאת כדי להפחית עלויות ולשפר יעילות. השימוש בתוכנת TMS (מערכת ניהול תחבורה תוכנת סידור עבודה) מבטיח תכנון מסלולים טוב יותר עם יכולת לזהות סיכונים, פליטות לאוויר, תנאי תנועה, עלויות דלק ואפילו עלויות עבודה.

נושא הקילומטר האחרון או המייל האחרון (last mile) הוא בעדיפות גבוהה עבור עסקים רבים. חברות גדולות מצאו פתרון והשיקו ערוצי משלוח משלהן לשיפור שירות הקילומטר האחרון עד דלת הלקוח. אבל מהו הפתרון שטכנולוגיות יכולות להציע לאופטימיזציה (מיטוב)?

המייל (mile) האחרון בלוגיסטיקה מתאר את החלק הסופי בשינוע מוצר ממרכז ההפצה ללקוח הקצה. בשרשרת אספקה, ניתן להעביר מטען או ארגז למחסן מרכזי דרך אמצעי תחבורה שונים כגון מטוסים, אוניות, רכבות ומשאיות. היעד הסופי הטיפוסי להובלת מוצר הוא לבית פרטי או לאחסון במחסן סחורות גדול. סוגיה זו של המייל האחרון נמצאת בעדיפות גבוהה עבור חברות וזאת בעיקר בגלל העלויות הגבוהות הכרוכות בשינוע סחורות. אמנם מקטע אחרון זה נקרא "המייל האחרון", אך המרחק הריאלי שלו יכול לנוע בין כמה רחובות למאות קילומטרים.

אילו פתרונות כבר יצרו חברות המשלוחים?

חברות שילוח והפצה גדולות כגון DHL, UPS, FedEx צריכות להתמודד, בין היתר,