

TPL-index september 2009

- En kartläggning av tillståndet inom svensk tredjepartslogistik

Bakgrund

Adlog jobbar i tätt samarbete med flera av de tredjepartslogistikerna som är verksamma i Sverige. Genom att vi är involverade i många av våra uppdragsgivares försäljningsaktiviteter har vi under senaste året sett hur olika en vikande marknad påverkar tredjepartslogistikerna. När kunderna blir mindre riskvilliga blir skiljelinjen mellan de effektiva logistikleverantörerna och de mindre effektiva tydlig. Vi är övertygade om att det finns ett behov av TPL-tjänster för att säkerställa svenska företags konkurrenskraft. Detta samtidigt som det finns en marknad för effektiva och marknadsinriktade tredjepartslogistikföretag. I linje med en långsiktig ambition att sprida kunskap om tredjepartslogistikens villkor genomför vi årligen ett flertal undersökningar om olika branschrelaterade frågor. Denna undersökning är den första kartläggningen av tillståndet i TPL-branschen och dess förutsättningar. Att skapa ett TPL-index för att ta "tempen" på marknaden är ett försök till att öka medvetenheten hos den enskilde leverantören om hur denne förhåller sig till branschsnittet men även ett medel för att sprida kunskap om TPL-branschen.

TPL-index är en undersökning av tillståndet för tredjepartslogistikerna själva. Det senaste året har varit mer dramatiskt än något många aktörer i branschen hittills har upplevt. Det är därför extra intressant att se hur aktörerna har påverkats av "krisen" och hur de hanterar utmaningarna. För Sveriges cirka 160 TPL-företag är tillståndet i den "mentala ekonomin" avgörande då kunderna måste våga förändra för att söka en outsourcad logistislösning. Potentiella och befintliga kunder är under ökad lönsamhetspress och beredda till radikala grepp. För TPL-företagen borde detta vara en välkommen utveckling. En professionell och specialiserad partner som inte bara tar hand om kundens logistik utan också tillför den mervärden, men bilden är förstås mer komplicerad än så. En befintlig kund kan vara missnöjd med det verkliga eller upplevda utfallet av en outsourcing. Vidare kan en potentiell kund vara tveksam inför varje form av förändring, om förändringar ses som risker. De flesta kunder, befintliga och potentiella, har själva känt av krisen, med minskade godsflöden som följd.

Syfte

Undersökningens syfte är att visa hur senaste årets (september 2008 till augusti 2009) utveckling påverkat TPL-leverantörer och hur de ser på sin nuvarande och framtida situation: Volym och flöden, trender och tendenser, planer och förhoppningar. Resultaten är intressanta både för TPL-branschen i sig själv och för näringslivet som helhet.

Metod

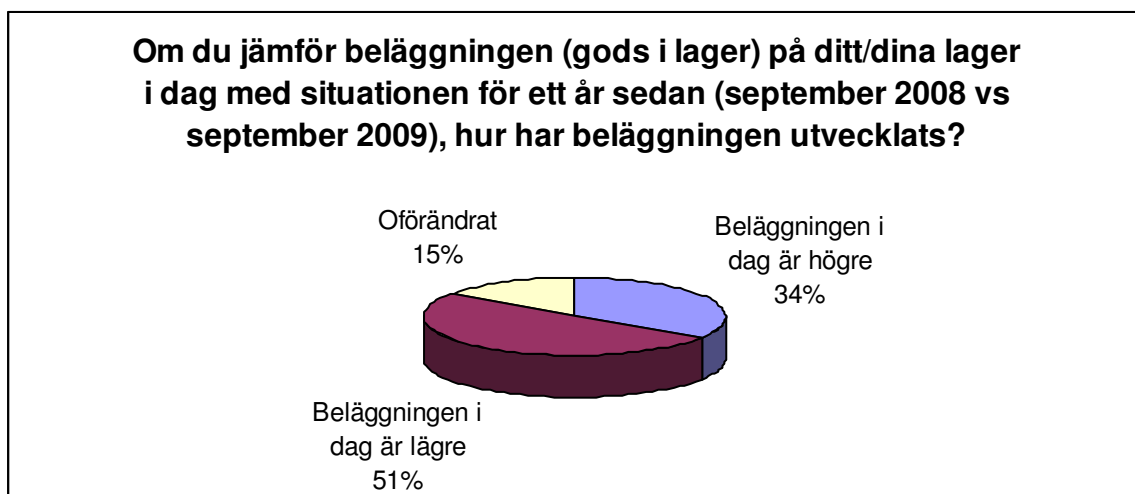
Undersökningen har haft formen av en mailenkät där beslutsfattare inom svensk tredjepartslogistik har fått svara på enkla men diagnostiskt användbara frågor. Inkomna svar har kompletterats med diskussioner och intervjuer med företrädare för tredjepartslogistikföretagen. De undersökta företagen har varit tredjepartslogistikerna med lagerverksamhet i Sverige.



Beläggning

Beläggningsen på lager vid konjunktursvängning är inget okomplicerat mått. Det är utan tvekan så att varuägarna i möjligaste mån försöker påverka sin kostnadsbild genom att reducera sina befintliga lager och anpassa inflöde till efterfrågan. Samtidigt är bromssträckan för många företag lång då logistiken ofta präglas av långa ledtider och/eller låg lageromsättningshastighet. Företag som har en låg omsättningshastighet på sina varor får svårt att förändra lagervolymer och ligger ständigt i otakt med konjunkturen. Vid en inbromsning av efterfrågan kommer dessa företag få ökade lagervolymer, eftersom inflödet fortsätter komma men utflödet bromsas. På kort sikt kan tredjepartslogistikern gynnas av ökade lagervolymer som ger ökade hyresintäkter, samtidigt är det få tredjepartslogistikern som lever på lagring. Lagringen är ofta ett sätt för att komma åt den mer lönsamma hanteringen.

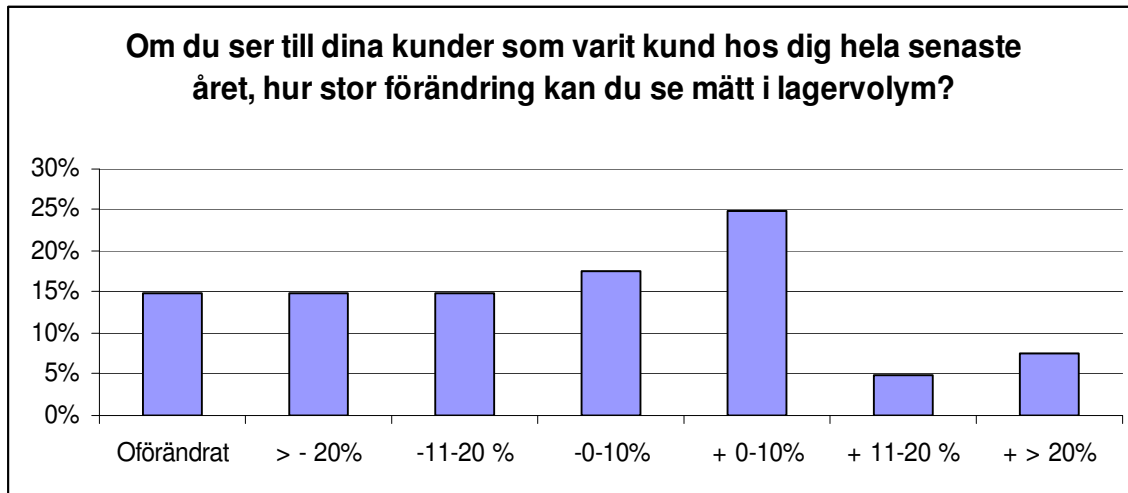
Hanterade volymer hos en tredjepartslogistikern varierar som en följd av att befintliga kunder förändrar sina lagervolymer eller genom att kunder tillkommer/försvinner. Måttet nedan visar TPL-företagens förändring i beläggning under det senaste året.



Vi kan konstatera att en majoritet av TPL-företagen rapporterar lägre beläggning idag jämfört med ett år tidigare. En möjlig orsak bakom volymminskningen är att kunder försvunnit genom att de gått omkull eller flyttat sitt lager alternativt så tyder det på att kunderna intagit en proaktiv syn på sitt lager och därmed justerat ner sina volymer i takt med att efterfrågan minskat. Utvecklingen mot mer effektiv lagerstyrning torde få ökat fokus när kapitalanskaffning blir dyrare vilket kan ha lett till ett ökat fokus på att minimera lagervolymer.

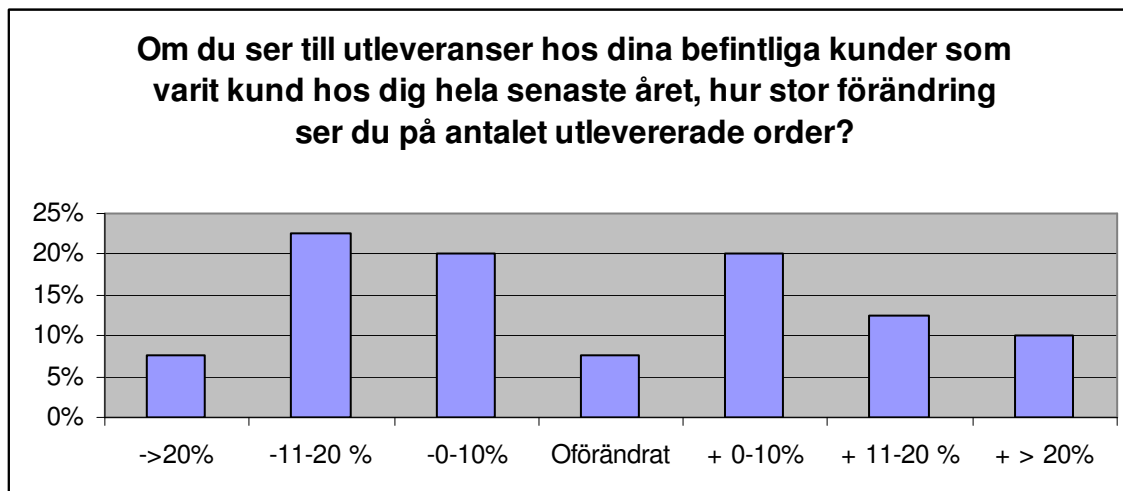
För ett TPL-företag som aktivt arbetar fram effektivare kundlösningar kan minskande beläggning vara en fördel – mer plats för fler kunder och ökad hanteringsintäkt per lagerplats – medan det för en lagerhållare kan vara mycket dåliga nyheter. Viktigt är att en stor andel rapporterar *högre* beläggning, vilket troligen beror på att många kunder har haft problem med att anpassa lagervolymer till en minskad efterfrågan. Samtidigt finns ett antal tredjepartslogistikern som utnyttjat kundernas fokusering på effektivitet och passat på att värva nya kunder och på det sättet ökat lagerhållens volym. Noterbart är att det endast är 15% av tredjepartslogistikern som ser oförändrade volymer, vilket tyder på att det finns ett starkt omvandlingstryck i branschen.

För att synliggöra den faktiska utvecklingen i kundledet ur ett TPL-perspektiv har vi valt att fokusera på hur utvecklingen varit hos enskilda kunder. Nedanstående diagram ger en bild över hur lagervolymer hos de enskilda kundföretagen påverkats.



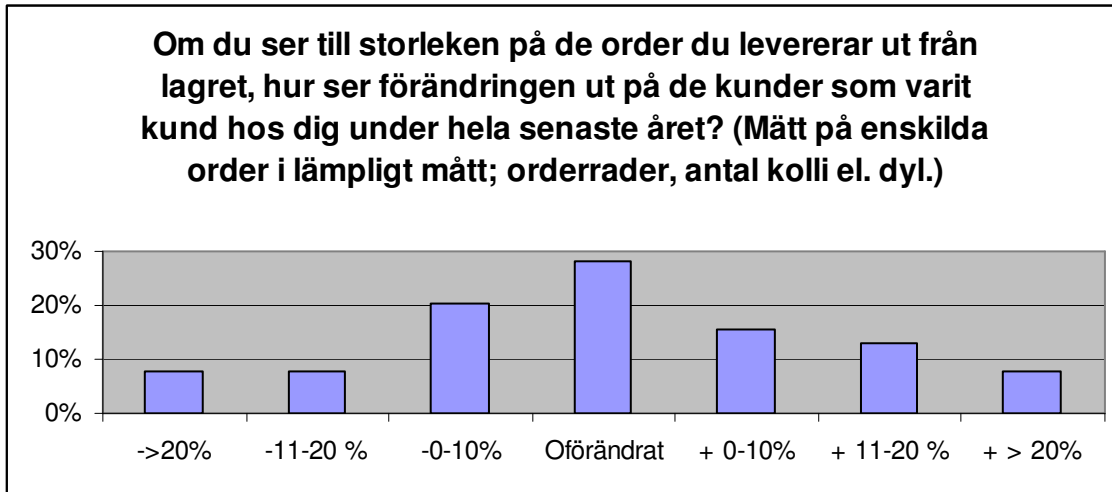
Att försäljning inom vissa branscher kraftigt minskade i oktober 2008 kan ha gett effekt på lagervolymer genom planerade och aldrig avbokade inleveranser. Förhållandet mellan totala lagervolymen och förändringen hos befintliga kunder är snarlik, vilket tyder på att den totala tillströmningen av nya kunder i segmentet troligen inte varit av någon större omfattning. Känslan hos många tredjepartslogistikter som vi talat med är att kunderna inte vågat göra några förändringar på logistiksidan utan de har haft fokus på produktion och inköp, fram till nu. Förväntningarna är stora på att kunderna ska börja fokusera på logistiken igen och jobba aktivt med att skapa lösningar som håller även i sämre tider, detta torde gynna aktiva tredjepartslogistikter som kan bidra med specialistkunskap.

Utifrån perspektivet att ungefär hälften av alla tredjepartslogistikter sett en minskad lagervolym är det givetvis intressant att se hur väl volymerna är anpassade till kundernas försäljning. För att få en uppfattning om försäljningstakten hos kunderna har vi valt att undersöka antalet utlevererade orders. Måttet ger en uppfattning om hur väl varuägarna lyckats behålla sina kunder, vilket kan vara viktigt för att vara med i uppgången när konjunkturen förbättras.



Värt att notera angående antalet utleveranser är att även om hälften av samtliga TPL-leverantörer har sett en minskning i antalet utlevererade order så är det 43% som sett en ökning. För en tredjepartslogistikter som tar betalt per hanterad order är det ofta intressant att se till antalet hanterade order. Ur ett varuägarperspektiv torde istället ordervärdet vara ett viktigare mått. Ett ökat antal kundorder men ett minskat ordervärde ger ju att logistikkostnaden i förhållande till intäkterna minskar, vilket i förlängningen kommer öka kraven på effektivisering i logistikbranschen.

För att förutse hur väl varuägarna lyckats med att hålla upp ordervärdet är det intressant att se till storleken på utleverade orders. Vi har valt att mäta detta genom att se till antalet orderrader/order. Orderraden är en viktig kostnadsdrivare på de flesta plocklagren, då orderplock är en personalintensiv del av arbetet. Således ger förändringen i antal expedierade orderrader en viss insikt om hur väl tredjepartslogistikern lyckas hålla upp sina intäkter.



För många tredjepartslogistikern är orderrader den viktigaste intäktskällan samtidigt som det är den mest personalintensiva delen av produktionen. Att drygt en tredjedel av de tillfrågade säger att de ser en minskad orderstorlek borde på sikt medföra att dessa företag måste minska på personalstyrkan. Frågan är ifall denna personal kan absorberas av de företag som sett en ökad orderstorlek.

Förväntningar

Mycket talar i dag för att marknaden vänt och att vi ser en tillväxt inom många sektorer. För att TPL-branschen skall växa i en uppåtgående marknad behövs investeringsvilliga aktörer vilket i sin tur kräver tilltro till marknaden. Vi ställde frågan om hur TPL-företagen tror att situationen kommer utvecklas för den egna verksamheten.

Vad är dina förväntningar på utvecklingen det kommande året?	
Vi kommer att växa genom nya uppdrag	43%
Vi kommer att växa eftersom kundernas volymer växer	33%
Vi kommer att växa genom förvärv	2%
Vi kommer ha ungefär samma storlek på verksamheten	16%
Vi kommer att minska genom att vi tappar uppdrag	2%
Vi kommer att minska genom att kundernas volymer minskar	3%
Vi kommer att bli uppköpta	2%

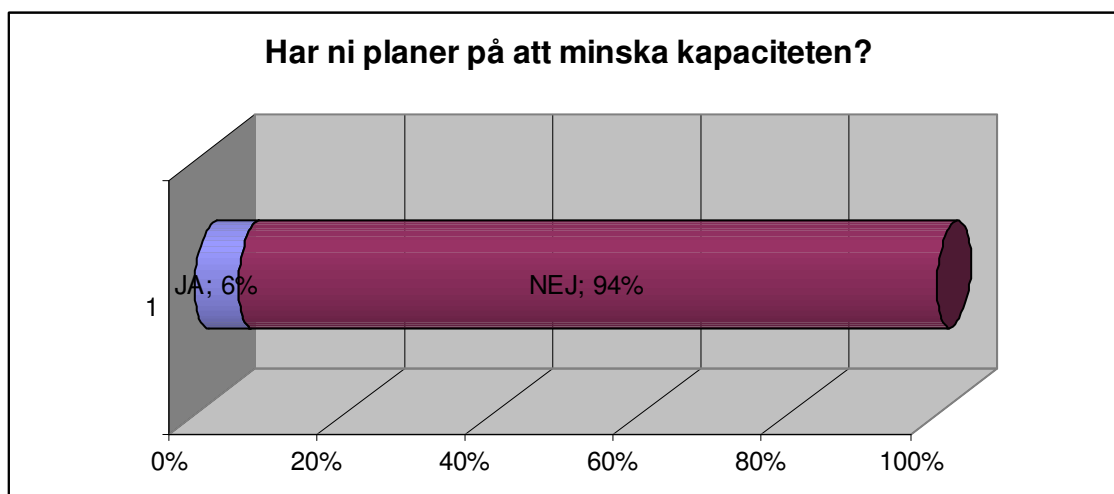
Värt att notera är att endast 5% av företagen tror att deras verksamhet kommer minska medan mer än tre av fyra aktörer tror de kommer växa!

Minskning genom tappade uppdrag står för en mycket liten del. Det kan till stor del förklaras med den jämförelsevis höga kundnöjdheten bland svenska TPL-kunder, både sett internationellt och om lagring jämförs med rena transporttjänster (se tex: tredjepartslogistik i Svensk Partihandel, Logistikupphandling.se 2009, www.logistikupphandling.se).

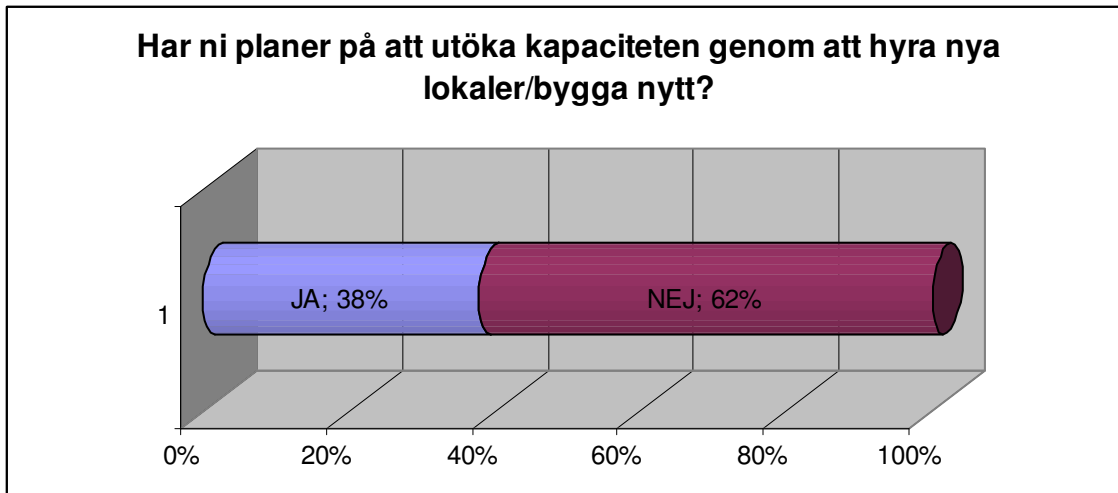
Sammantaget visar resultaten en överväldigande positiv bild av tron på framtiden i den svenska TPL-branschen. Det är särskilt intressant i en jämförelse med resten av den svenska ekonomin. De senaste siffrorna från UC visar på en nedgång i antal order och produktion med 16,5 respektive 20 % sett på årsbasis. Takten i ökningen har visserligen minskat, men antalet konkurser ökar fortfarande.

Planer

Huruvida varuägarnas volymer kommer öka eller inte är i stor utsträckning en fråga som styrs av efterfrågan hos konsumenter. När efterfrågan hos konsumenter tilltar krävs att det finns tillräckligt med kapacitet hos tredjepartslogistikerna för att varuägarna inte ska välja att hantera logistiken i egen regi. För att få en uppfattning om den långsiktiga utvecklingen av branschen är det av intresse att få veta hur planen ser ut hos tredjepartslogistikerna när det gäller att minska, bibehålla eller tillföra ytterligare kapacitet.



Att endast 6% planerar att minska kapaciteten tyder på en tilltro till att konjunkturen har vänt.



Slutsatser

2009 års TPL-index visar tydligt att TPL-branschen är *alive and kicking*. Trots att det gångna året varit turbulent för många av logistikköparna så finns det TPL-aktörer som kan visa på tillväxt. Samtidigt finns ett flertal aktörer som fått se sina hanterade volymer och antalet kunduppdrag minska kraftigt. Under genomförandet av undersökningen har diskussioner förts med ett flertal TPL-företag och intrycket från dessa dialoger är att det finns en skarp linje mellan de som stärkts under senaste året och de som kämpar för sin överlevnad. En tredjepartslogistiker som kunnat visa sina kunder att de bidrar genom att effektivisera och kapa kostnader när marknaden viker kommer troligen att gå starkt ur lågkonjunkturen medan lagerhållare som inte lyckats visa på vilket värde de tillför tappat kunder. Då en stor del av kostnadsmassan för tredjepartslogistiker är fast tenderar upp och nedgångar bli till spiraler. Tappade kunder slår hårt på resultaträkningen, vilket i sin tur leder till minskade investeringar och sämre möjligheter till att utveckla attraktiva tjänster för kunderna. Samtidigt gäller att de aktörer som satsat på att utveckla rätt tjänster kan visa kunderna vad de tillför, vilket leder till nya kunder och utökade investeringsmöjligheter. Investeringar i nya tjänster ger nya kunder vilket i sin tur medför att investeringarna kan fördelas på fler kunder.

TPL-index 2009 ger tydliga indikationer på att polariseringen i TPL-branschen ökar. När kunderna utsätts för minskad försäljning och ökad kostnadspress spiller detta över på logistikleverantören. I en växande marknad drivs outsourcing av kundernas behov av ny kapacitet. När konkurrensen hårdnar drivs det av ökade krav på effektivisering och kostnadskontroll. De tredjepartslogistikerna som kan möta sina kunders krav genom att bli mer effektiva ökar också avståndet till de som inte utvecklats.

Göteborg 2009-10-01

Michael Arvidsson
Adlog AB