

Lagerlogistik hos svenska handelsföretag

– Trender, utmaningar och lösningar för omnikanal

Handelsföretag möter en utmanande framtid där lagrets och butikens roll kommer att förändras. Detta projekt, utfört av forskare vid Lunds Universitet, diskuterar hur materialhantering och lager kan anpassas efter olika situationer för att skapa konkurrenskraftig omnikanallogistik.

Projektets syfte var att fokusera på lagrets roll i omnikanalhandel och att undersöka trender, utmaningar och lösningar för att öka svenska handelsföretags konkurrenskraft genom effektiv logistik. Logistikerna i omnikanaler utmanas av allt högre krav både på kostnadseffektivitet och snabbare leveranser, samt fler och mindre sändningar till ett större antal leveransplatser.

Många företag undersöker fördelar med att integrera hantering av butik- och nätorder i ett och samma centrallager parallellt med möjligheter att utöka sina distributionsnätverk med olika typer av hanteringsnoder som ligger närmre slutkund.

Utvecklingen mot omnikanal innebär inte att alla handelsföretag bör konfigurera sina logistiksystem på samma sätt. Studien pekar på att det inte finns någon "bästa lösning" eller mall för hur alla handelsföretag ska designa sina nätverk och hanteringsnoder, utan konfigurationerna måste situationsanpassas till olika kontexter.

Handelsföretag behöver fatta en mängd beslut, såsom till vilken grad flöden för butik och nätkund kan integreras, eller om det är bättre att hantera nätorder från separat lager. En fråga som berör fler och fler handels-

företag gäller om/när/hur automationslösningar kan användas för att effektivisera order- och materialhantering. Det finns också möjligheter att samarbeta tätare med externa aktörer både uppåt (leverantörer) och nedåt (logistiktjänsteföretag) i distributionskedjan.

När hanteringsmängd ökar parallellt med tids- och prispress måste hanteringskostnaden minska genom smarta och tids- och pris- effektiva lösningar (se figur på nästa sida). Vissa företag utvecklar nya plockstrategier som konsoliderar uttag av stora mängder av en artikel genom att frikoppla kund- och produktionsorder. Det gäller att säkerställa transporteffektivitet genom att försöka fylla lastbilar för både distribution och retur, något som inte alltid rimmar med ökade ledtidskrav. Det blir då allt viktigare att bättre koordinera och kombinera olika flöden, till exempel genom ökad grad av intern sortering och mer avancerade informationssystem. All extern sortering som sker på olika nivåer till exempel i transportföretagens nätverk kan dock skapa leveransproblem.

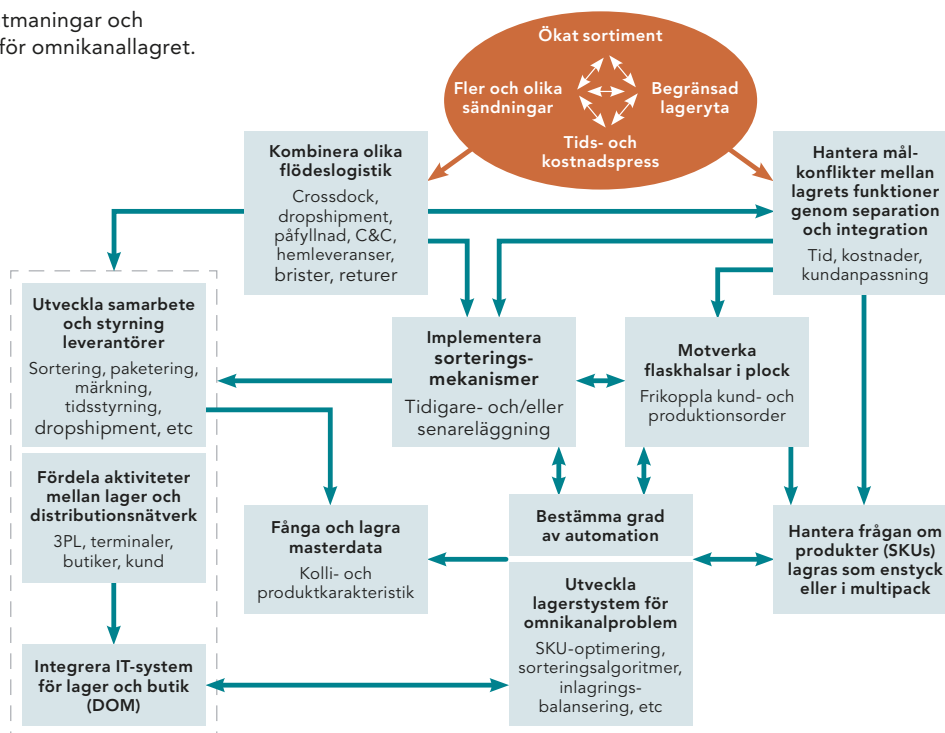
Resultaten visar att handelsföretagens fokus bör ligga på att förstå viktiga kontextvariabler såsom omsättning och framtida tillväxt, produktstorlek och värde, orderprofil för butik och e-handel, efterfrågesvängningar och ►



ledtidskrav. Varje enskild variabel kan påverka i olika riktning så en omnikanalhandlare måste bestämma vilka variabler som är viktigast för den egna situationen inklusive framtida strategi och prioriterade kundsegment. Att förändra logistikkonfiguration är något som kan ta flera år och kräva stora investeringar. Detta måste därför drivas i samklang med handelsföretagets strategiska intentioner och inte göras ad hoc.

I rapporten presenteras både observationer från svenska handelsföretag som befinner sig i transformationen mot en omnikanallogistik och fördjupade insikter från företag som anses ledande inom sina respektive branscher. Rapporten presenterar modeller som ger stöd i företagens beslutdiskussioner och det ges konkreta förslag för vilka logistik- och lagerkonfigurationer som passar vid olika situationer.

Trender, utmaningar och lösningar för omnikanallagret.



Projektnamn: Effektiv materialhantering och lagerverksamhet för ökad konkurrenskraft i multi- och omnikanaler – en studie av goda exempel bland svenska handelsföretag

Projektledare: Andreas Norrman, professor, Lunds universitet

Övriga projektdeltagare: Joakim Kembro, Lunds universitet

Beviljat anslag: 2 100 000 kronor

Projektid: 2016–2018



Handelsrådet | 103 29 Stockholm
Besöksadress: Kungsgatan 24
Telefon växel 010-471 85 80
www.handelsradet.se