



GÖTEBORGS UNIVERSITET

HANDELSHÖGSKOLAN

Returer – mer än en kostnad?

- En fallstudie om förhållandet mellan returer och information hos Proove AB



Kandidatuppsats inom logistik
Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet

VT 2017

15 HP

Handledare:

Ove Krafft

Författare:

Mattias Bergström Svensson 920601

Viktor Ringdahl 930422

I. Förord

Vi vill börja med att tacka vår handledare Ove Krafft för allt stöd och goda råd du givit oss under processen att genomföra denna studie. Vi vill också tacka Proove som varit mer tillmötesgående än vad vi kunnat förvänta oss. I synnerhet vill vi tacka vår kontaktperson på Proove, Jonas Lundström, som varit en vital del av processen. Ett sista tack går ut till vår opponentergrupp och alla familjemedlemmar för allt ert stöd!

Mattias Bergström Svensson

Viktor Ringdahl

II. Sammanfattning

Syftet med denna studie är att beskriva hur forskning kring returhantering ser ut samt undersöka huruvida Proove tillämpar det forskningen föreslår. Proove är ett medelstort företag baserat i Halland och Kina som förser detaljhandeln med varor, främst inom elektronik. Studien belyser de områden där Proove skiljer sig från teorin och ger förslag på åtgärder företaget kan vidta för att förbättra sin returhantering. Slutsatsen av studien är att i många anseenden skiljer sig Prooves returhantering från teorin. Med hjälp av både teori och resultat identifierar vi att den viktigaste komponenten av returerna för Proove att ta tillvara på är information. Genom att tillämpa teori ges olika förslag på förbättringsåtgärder.

Nyckelord:

Returhantering, retur, reklamation, informationshantering, produktutveckling, Returns Management, Supply Chain Management, Gatekeeping, Avoidance

III. Innehållsförteckning

1. INLEDNING	1
1.1 BAKGRUND.....	1
1.2 PROBLEMDISKUSSION.....	2
1.3 SYFTE.....	3
1.4 FRÅGESTÄLLNINGAR.....	3
1.5 AVGRÄNSNINGAR	3
2. TEORETISK REFERENSRAM	4
2.1 SUPPLY CHAIN MANAGEMENT.....	4
2.1.1 Kundnöjdhet.....	4
2.1.2 Relationer.....	4
2.1.3 Kommunikation	5
2.2 RETURNS MANAGEMENT.....	5
2.2.1 Avoidance	5
2.2.2 Gatekeeping.....	5
2.2.3 Reverse Logistics.....	6
2.2.4 Kontrollerbara & okontrollerbara retururer.....	6
2.2.5 Kostnader relaterade till retururer.....	6
2.3 INFORMATION.....	7
2.3.1 Informationsdelning.....	7
2.3.2 Information inom returflödet.....	7
2.3.3 Informationens del inom produktutveckling.....	8
2.4 TEORISAMMANFATTNING.....	8
2.4.1 Hur beskrivs informationshantering och hantering av retururer i den befintliga forskningen?.....	8
2.4.2 Hur väl överensstämmer det undersökta företagets returhantering med teorins förslag.....	9
3. METOD	10
3.1 FORSKNINGSSTRATEGI	10
3.2 FORSKNINGSMETOD.....	10
3.3 FÖRETAGSBESKRIVNING.....	10
3.4 DATAINSAMLING.....	11
3.4.1 Primärdata	11

3.4.2 Sekundärdata	12
3.5 URVAL.....	12
3.6 BESKRIVNING AV UTFÖRANDE	13
3.7 ANALYS AV INSAMLADE DATA.....	13
3.7.1 Analys av kvantitativa data.....	13
3.7.2 Analys av kvalitativa data.....	14
3.8 RELIABILITET OCH VALIDITET	15
3.8.1 Reliabilitet.....	15
3.8.2 Validitet.....	15
3.8.3 Generaliserbarhet.....	16
3.9 METODKRITIK.....	16
3.10 FORSKNINGSETISKA ASPEKTER.....	17
3.10.1 Om studien skadar medverkande	17
3.10.2 Om det saknas informerat samtycke	17
3.10.3 Om studien är integritetskränkande.....	18
3.10.4 Om studien undersökt vad den utgetts undersöka.....	18
4. RESULTAT.....	19
4.1 RETURHANTERING	19
4.2 INFORMATIONSHANTERING.....	23
4.3 ÅTGÄRDER	25
5. ANALYS.....	26
5.1 RETURHANTERING	26
5.2 INFORMATIONSHANTERING.....	27
5.3 ÅTGÄRDER	28
5.3.1 Reklamera till leverantörer	28
5.3.2 Reklamationer till Proove.....	29
6. SLUTSATS & FORTSATT FORSKNING	30
6.1 SLUTSATS	30
6.1.1 Returhantering.....	30
6.1.2 Informationhantering.....	30
6.2 REKOMMENDATION TILL ÅTGÄRDER.....	31
6.3 FORTSATT FORSKNING	31
REFERENSER.....	33

BÖCKER.....	33
MUNTliga KÄLLOR	33
TIDSKRIFTER	34
VETENSKAPLIGA ARTIKLAR	34
WEBBSIDOR.....	35
BILAGA 1.....	36

IV. FIGURFÖRTECKNING

Figur 1. Leverantörskedjan	2
Figur 2. Leverantörskedjan	11
Figur 3. Andel reklamerade enheter av sålda enheter (produktgrupp)	20
Figur 4. Andel reklamerade enheter av sålda enheter (prisintervall)	20
Figur 5. Antal returer (prisintervall)	21
Figur 6. Andel reklamationer som returneras (prisintervall)	22
Figur 7. Andel reklamationer som returneras	22
Figur 8. Andelen reklamationer som accepteras (produktgrupper)	23
Figur 9. Reklamationer med/utan information	23
Figur 10. Reklamationsorsak	24
Figur 11. Andel reklamationer med/utan batchinformation	24

V. TABELLFÖRTECKNING

Tabell 1. Produktgrupper	14
Tabell 2. Datasammanställning	19
Tabell 3. Produktgrupper	20

Definitioner

Produktutveckling är skapandet av produkter med nya eller annorlunda egenskaper. Produktutveckling kan antingen vara att skapa en ny produkt eller modifiering av en befintlig produkt (WebFinance, 2017).

Reklamation definieras som yrkandet på rättelse i leverans av vara (Svenska akademins ordlista, 2017). En reklamation refererar i denna studie till de varor kunder önskar få ekonomisk ersättning för.

Retur är enligt Svenska Akademiens ordlista (2017) en återsändning. Begreppet retur kommer inom ramen för denna studie även innefatta det flöde av varor mellan olika parter inom försörjningskedjan.

Medelstort företag enligt EU-definitionen är ett företag med 50 till 249 anställda, årlig omsättning på 10 till 50 miljoner SEK eller en balansomsättning på 10 till 43 miljoner SEK. Det räcker med att ett av dessa kriterier överskrids för att klassas som ett stort företag, men alla behöver inte uppfyllas för att klassas som ett medelstort (European Commission, 2017).

Kalkylpris definieras som inköpspris + fraktkostnader + tullavgifter. Samtliga uträkningar i studien baseras på kalkylpriser. (J. Lundström, 2017)

1. Inledning

Det första kapitlet innehåller en bakgrund till vad studien berör som följs av en problemdiskussion där problemet beskrivs. Kapitlet avslutas med syfte, frågeställningar och avgränsningar som ämnar rama in problemområdet ytterligare.

1.1 Bakgrund

Reklamationer har aldrig varit särskilt prioriterat. Enda delen vi egentligen har fokuserat på har varit emot kund. Det är ju i första hand den viktigaste biten.

- Jonas Lundström, Proove AB, 2017-04-15

Företag fokuserar sällan på returflödet då det är det externa flödet som genererar inkomster. Därför är det vanligt att företag fokuserar på flödet till kund (Tibben-Lembke & Rogers, 2002). Peter Rosén (2017) menar att när företag växer är deras största fokus att ta marknadsandelar. När tillväxten avtar blir det däremot viktigare att sänka kostnader och öka marginalerna och fokus läggs därför på returhantering.

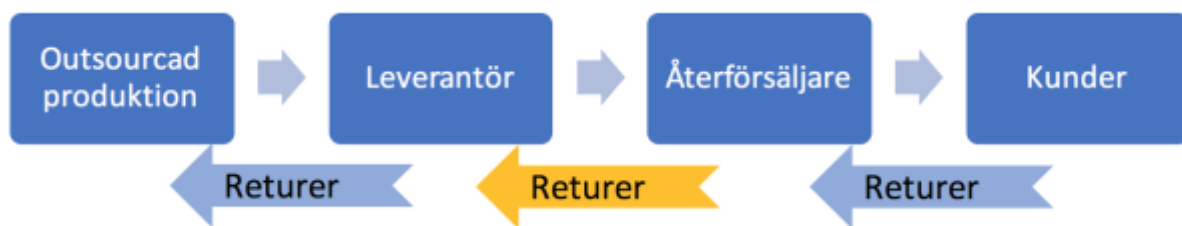
Med de positiva aspekter av outsourcad tillverkning och import, som den globala leverantörskedjan (eng. Supply Chain) medför tillkommer även risker (Tse & Tan, 2011). Ju längre bort, både geografiskt och organisatoriskt, underleverantörerna ligger desto svårare är det för företag att kontrollera kvaliteten på sina produkter. Tse et al. (2011) lyfter fram att produkter producerade i Kina har historia av att återkallas på grund av kvalitetsbrister.

Något som talar för globaliseringen av leverantörskedjan är den ökande importen till Sverige. De senaste tio åren (2006 - 2016) har importen ökat med 38 procent (Statistiska centralbyrån, u.å.). Tyskland är det land som Sverige importerar mest ifrån och Kina är på sjunde plats. Kina är även det enda landet utanför EU som är bland de tio största exportörerna till Sverige och importen till Sverige från Kina ökade år 2015 med 16 procent (Sveriges ambassad, u.å.).

Som logistikstudenter hör vi ofta av föreläsare att returflödet många gånger är mer komplext än den utgående logistiken. Därför ansåg vi det intressant att fördjupa oss i de teorier som finns samt att pröva dessa mot ett verkligt företag.

1.2 Problemdiskussion

Dagens företag ställs inför ett flertal problem relaterade till returflöden. För att maximera sin försäljning till återförsäljare spelar det producerande företags returpolicys stor roll. Med globala försörjningskedjor och långa geografiska avstånd mellan tillverkare och återförsäljare är flödena viktiga för en effektiv organisation. Genom att angripa problemet kring returer från ett leverantörsperspektiv ämnar studien belysa de ekonomiska aspekterna av problemet. Illustrationen nedan visar det flöde studien behandlar, där returflödet i gult är i fokus. (Chiu, Choi, Ming & Tang, 2011)



Figur 1. Leverantörskedjan

Som tidigare nämnt är fokus ofta tillväxt för växande företag vilket innebär att vissa optimeringsaspekter inte prioriteras. När utvecklingen avstannat väljer företag att prioritera effektivisering av företagets flöden. Ett sådant flöde är returflödet. Producerande företags fokus är flödet mellan producent och återförsäljare (Peter Rosén, 2017). Ett producerande företag tjänar pengar genom att sälja sina varor, genom att föra varorna framåt i flödet.

Returer kan innebära stora kostnader för företag, något som påverkar vinsten negativt. Tibben-Lembke et al. (2001) visar i en enkätundersökning att stora företag har skurit ner returkostnader med miljontals dollar men mindre företag som tillfrågades valde att inte svara på enkäten.

Det finns tidigare forskning som belyser problematiken kring returer. Inom Supply Chain Management finns begreppet Return Management som inriktar sig på returflödet av varor

och information i Supply Chains (Mollenkopf, Russo & Frankel, 2007). Enligt Guo, Shen, Choi, & Jung (2016) är litteratur och forskning kring ämnet något som länge varit eftersatt. Under de senaste tio åren har forskning kring ämnet blivit mer populärt inom forskningsvärlden och således har mer material producerats. Forskningen om returhantering undersöker ofta stora företag och det saknas forskning om returflödet hos medelstora och mindre företag. I Europeiska Unionen är 99,8 procent av alla företag medelstora eller små företag vilket styrker behovet av denna studie (European Commission, 2017). Således har vi förhoppningar att vårt resultat kan bidra till området.

Festus et. al (2010) lyfter fram informationsdelning som en viktig del för samarbetspartners i en leverantörskedja. Xianliang, Ling, Lili, Zhihua och Jung (2012) menar att behovet av information är större än i utgående flödet då informationen kopplade till returen ofta kan användas till produktutveckling och effektivisering. Detta försvåras då returflödet ofta präglas av avsaknad av snabb och precis information (Festus et. al, 2010). Information utgör en viktig del av returhanteringen och spelar en stor roll för en effektiv returhantering.

1.3 Syfte

Syftet med studien är att beskriva hantering av returer utifrån vad befintlig forskning rekommenderar men även genom en fallstudie. Studien utreder även i vilken utsträckning fallorganisationen använder sig av det forskningen rekommenderar.

1.4 Frågeställningar

- Hur beskrivs informationshantering och hantering av returer i den befintliga forskningen och vad är deras rekommendationer?
- Hur väl överensstämmer det undersökta företagets returhantering med teorins förslag?

2. Teoretisk referensram

I den teoretiska referensramen presenteras tidigare forskning. Den första delen förklarar inom vilken kontext forskningsproblemet existerar. Den andra delen redogör för den del av Supply Chain Management som behandlar returerna. Den tredje och sista delen redogör för informationens roll i returhantering. Sammanfattningen förtydligar vilka teorier som används för att besvara vilken frågeställning.

2.1 Supply Chain Management

Leverantörskedjan omfattar hela kedjan från den första leverantören till slutanvändaren där fokus i alla led är försörjning av slutanvändaren (Lumsden, 2012). Supply Chain Management är hanteringen av denna kedja och Zuckerman (2002) menar att huvudsyftet är att länka ihop alla aktörer för att uppnå ett så bra samarbete och effektivitet som möjligt. Genom att få kunder, leverantörer och transportörer att samarbeta kan både tid och resurser används effektivt och onödiga kostnader undvikas.

2.1.1 Kundnöjdhet

Att tillgodose kundnöjdheten är ett centralt mål i företagande och är därmed en viktig aspekt i Supply Chain Management (Chen & Paulraj, 2004). Chen et al. menar även att ett effektivt Supply Chain Management-arbete fokuserar på att nå en så hög kundnöjdhet som möjligt, att inte bara nå kundens förväntningar utan att överprestera. För att kunna uppnå högsta möjliga kundnöjdhet menar Chen et al. att företag måste arbeta kontinuerligt med sitt utbud för att tillfredsställa kundernas ständigt föränderliga behov.

2.1.2 Relationer

Chen et al. (2004) menar att leverantörskontrakt som skrivs över längre tid blir allt vanligare. Detta innebär att samarbetet parterna emellan blir mer långsiktigt. Dock innebär det att leverantörerna behöver uppvisa dess processer och kostnadsstruktur för kunden. Genom nära relationer blir parterna mer villiga att dela risker och vinster. De menar även att genom längre relationer kommer leverantören formas efter en välutvecklad kedja och öka konkurrenskraften i hela leverantörskedjan.

2.1.3 Kommunikation

Tvåvägskommunikation är viktigt för leverantörsrelationer. Effektiv kommunikation kan förklaras som frekvent, genuin och involvera personal på både köp- och säljsidan. Genom att arbeta tillsammans kan företagen hitta problem med material och design men samarbetet kräver att parterna i sin informationsdelning delar känslig information. Dålig kommunikation är en stor svaghet i ett samarbete mellan kunden och leverantören. (Chen et al., 2004)

2.2 Returns Management

Returns Management är en process inom Supply Chain Management som utgörs av retur, Reverse Logistics, Avoidance och Gatekeeping. Processen är summan av sina delprocesser och hur väl inkorporerade dessa är i företaget utgör hur effektivt företaget arbetar med sina retur. (Rogers, Lambert, Croxton & García-Dastugue, 2002)

2.2.1 Avoidance

Rogers et al. (2002) menar att undvika retur i den mån som är möjlig är en kritisk del av hanterandet av retur. Genom att exempelvis förbättra kvaliteten på produkterna kan andelen retur minska, likväl genom att förbättra instruktionerna för hur produkten ska användas kan returerna reduceras. Ett sätt för företag att undvika retur är att analysera orsakerna till varför produkterna återvänds och använda denna information till vidare produktutveckling. Vilka policys företaget använder är relevant för antalet retur. Rogers et al. (2002) menar att det är den strategiska ledningen som bör implementera policys för att identifiera möjligheter att undvika retur men att den operativa styrningen måste försöka hitta rotorsaken till dem.

2.2.2 Gatekeeping

När en retur uppstår måste både reklamationens ärendet samt produkten undersökas, vilket Rogers et al. (2002) kallar Gatekeeping. Det kan vara att fatta beslut om en produkt kan reklameras eller om en annan funktion ska kopplas in i ärendet. Det är även Gatekeepers som avgör var i kedjan som produkten ska returneras till. Ju tidigare i kedjan dessa Gatekeepers befinner sig desto större värde för kedjan. Det är dock problematiskt då de

som befinner sig närmast kunden i kedjan är ofta butikspersonal som varken kan eller vill agera Gatekeeper (Rogers et al., 2002). Mollenkopf et al. (2007) diskuterar även att effektiv Gatekeeping förstår att vissa produkter inte bär ett tillräckligt högt värde för att skickas tillbaka till producenten.

Det är ofta stora kostnader förknippade med att tillåta returer/reklamationer utan någon form av undersökning. Genom att ha stränga krav på vad som får och inte får reklameras kan antalet returer minska men det är ofta på bekostnad av försämrade kundrelationer. Rogers et al. (2002) menar därför att effektiv Gatekeeping måste vara i samförstånd med både kund- och leverantörsfunktionen.

2.2.3 Reverse Logistics

Ilgin, Gupta & Surenda (2013) definierar Reverse Logistics som alla aktiviteter som krävs för att återfå den produkt som kund önskar lämna tillbaka. Rogers et al. (2002) inkluderar även de processer som krävs för att utvinna värde av den returnerade produkten. Orsakerna till varför produkterna återlämnas kan vara på grund av produktionsfel och transportskador men även vid återkallande av varor från företagets sida.

2.2.4 Kontrollerbara & okontrollerbara returer

Stock, Speh & Shear (2006) delar upp returer i två grupper - kontrollerbara och okontrollerbara. De kontrollerbara returerna uppstår av exempelvis produktionsfel eller handhavandefel av konsument. Dessa returer går således att förebygga genom strategiska åtgärder. Genom att förbättra sina processer kan orsakerna till returen elimineras och då även returen. De okontrollerbara returerna kan inte undvikas och företag bör därför försöka effektivisera flödet av dessa produkter så långt som möjligt. Stock et al. (2006) menar att den optimala mängden returen endast bör utgöras av de okontrollerbara returerna.

2.2.5 Kostnader relaterade till returer

Tibben-Lembke et al. (2002) menar att den största skillnaden mellan utflödet och returflödet är graden av planering och förberedelser. Utflödet planeras utifrån prognoser

för varje nivå inom nätverket. Returflödet planeras sällan utifrån information inom företaget utan är en reaktion på handlingar av kunder.

Tibben-Lembke et al. (2002) radar upp ett antal aspekter av returflödet som är dyrare än samma aspekt av utflödet. Transportkostnader är högre då varje transport innehåller färre produkter inom returflödet än för utflödet. Samma gäller för upphämtning, sortering och hantering då produkterna i returflödet ofta inte är lika standardiserade som i utflödet. Hanteringen kräver därför större arbetsinsats och försvårar möjligheten till standardiserade processer (Rogers et al., 2002).

2.3 Information

2.3.1 Informationsdelning

Festus, Olorunniwo och Xiaoming (2010) definierar samarbete mellan Supply Chain-partners som en relation mellan två eller fler individuella företag som karaktäriseras av öppenhet och förtroende där risk, kostnader och vinster är delade mellan parterna.

Informationsdelning är den information som görs tillgänglig partners emellan genom ett ömsesidigt avtal. Informationsdelning mellan Supply Chain-partners är viktigt för ett effektivt samarbete (Festus et al., 2010). Vidare menar de även att IT-system leder till bättre returflöde men att det inte finns någon korrelation mellan vilket IT-system företagen använder sig av och ett förbättrat returflöde. Om ett företag investerar i IT är det sannolikt att de redan har effektiva operativa processer (Festus et al., 2010).

2.3.2 Information inom returflödet

Det största problemet med returflödet är avsaknaden av snabb och precis information (Festus et al. 2010). Informationsflödet i retur är viktigare än i det utgående flödet för att informationen är viktigt för produktutveckling av hållbara produkter (Xianliang et. al, 2012). Genom att förstå sig på varför en produkt hamnar i returflödet går orsaken till returen att undvikas. Utöver det menar Xianliang et al. (2012) även att informationen från returflödet är mer dynamisk och oförutsägbar än det utgående flödet. Att samla informationen, analysera den och jämföra med informationen från utgående

logistikflödet är kritiskt för att öka de ekonomiska fördelarna i hela logistikkedjan. (Xianliang et al., 2012)

2.3.3 Informationens del inom produktutveckling

Nambisan (2010) hävdar att företags förmåga att överleva hänger till stor del på dess förmåga att introducera och utveckla innovativa produkter. Därför är information av yttersta vikt för ständig förbättring av produkter samt utveckling av nya vilket Xianliang et. al (2012) menar är i synnerhet sant för information från returflödet. Enligt Nambisan (2010) utgörs mer än en tredjedel av företags intäkter av försäljning av produkter och tjänster som inte fanns för fem år sedan. Sedan 90-talet har produktutveckling krävt mer och mer information vilket ställer högre krav på både informationsinhämtning och informationssystem. (Nambisan, 2010)

2.4 Teorisammanfattning

För att ge en uppfattning om vilket sammanhang forskningsområdet verkar inom ges en kort genomgång av Supply Chain Management. En del av Supply Chain Management är Returns Management vilket i stor utsträckning ämnar besvara den första frågeställningen. Nedan följer kort sammanfattning av teori uppdelat i vilken frågeställning den ämnar besvara.

2.4.1 Hur beskrivs informationshantering och hantering av returerna i den befintliga forskningen?

När ett företags produkter förs bakåt i flödet är det enligt Rogers et al. (2002) huvudsakligen tre saker ett företag bör arbeta med för att förbättra processerna och flödet. Dessa är: Avoidance, Gatekeeping och Reverse Logistics. Stock et al. (2006) menar att det finns två sorters returerna, de som går att undvika och de som är okontrollerbara. De kostnader som uppstår på grund av returerna är i många fall högre än motsvarande aktivitet i flödet ut från ett företag. Detta menar Rogers et al. (2002) beror på att returaktiviteter är reaktiva och uppstår på grund av en kunds aktion vilket komplicerar planerandet av dessa aktiviteter.

Informationsdelning inom företag och leverantörskedjor är viktigt för utveckling av produkter (Xianliang et al., 2012). Returflödet är mer dynamiskt och oförutsägbart än det utgående flödet vilket gör informationsflödet ännu viktigare. Enligt Nambisan (2010) är informationens del inom produktutveckling vital då ett företags förmåga att överleva utgörs till stor del av dess förmåga att utveckla innovativa produkter.

2.4.2 Hur väl överensstämmer det undersökta företagets returhantering med teorins förslag

För att besvara denna frågeställning används i stort sett hela teoriavsnittet då den utreder möjligheten att använda sig av teori i verkligheten.

3. Metod

Metodavsnittet ämnar beskriva vår process och de val vi gjort under arbetets gång. De olika metodaspekterna är disponerade enligt underrubrikerna nedan.

3.1 Forskningsstrategi

En deduktiv ansats användes vilket är att först ta fram teorier och därefter utföra observationer för att dra slutsatser utifrån det. För studier inom ekonomi är en kvantitativ insamlingsmetod vanligast (Bryman & Bell, 2015). Vi fokuserade därför mer på insamling och analys av siffror än kvalitativa data. Eftersom att studien är deduktiv och kvantitativ användes en positiv kvantitativ forskningsstrategi som enligt Bryman och Bell (2015) är den forskningsstrategi som lämpade sig bäst.

3.2 Forskningsmetod

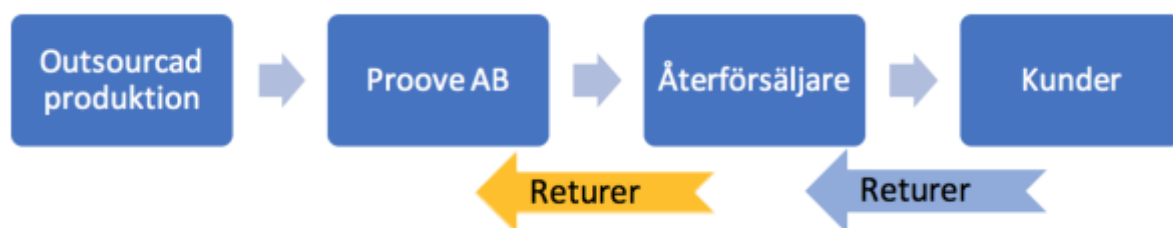
Vår frågeställning ämnar jämföra den insamlade teorin mot ett företag. Vi använde oss av en fallstudie vilket är en undersökning av ett eller flera företag. En fallstudie tillåter en mer djupgående undersökning än en bredare studie men är mindre lämplig för en generalisering av slutsatsen (Bryman & Bell, 2015). Tillvägagångssättet tillåter ett mindre strukturerat arbetssätt där både observationer och ostrukturerade intervjuer är vanliga inslag (Bryman & Bell, 2015). Anledningen till att vi valde att göra en fallstudie var att det tillåter ett mer semistrukturerat arbetssätt. En fallstudie av ett enskilt företag har enligt Bryman och Bell (2015) fördelen att kunna gå djupt in på komplexiteten och naturen av ett fall. Vi valde att göra en fallstudie på ett enskilt företag då vi tidigt i processen hade en tydlig bild av vad vi ville undersöka samt att Proove hade förutsättningar för en sådan studie.

3.3 Företagsbeskrivning

Fallstudien gjordes på företaget Proove AB som har tre olika affärsområden vilka är mobilskal och accessoarer, smarta hemlösningar och enklare elektronik. Företaget har både fått positiv publicitet då de blev utsedda till gasellföretag 2015 (DI, 2015-11-26)

men även negativ publicitet i form av artiklar om att företaget har farliga produkter (Boström, 2017).

Företagets omsättning har fördubblats mellan år 2011 och 2015 och resultatet för åren har ökat med 300 procent till 5,3 miljoner kronor år 2015 (Retriever Business, 2017). Försäljningspriserna på produkterna varierar mellan 10 till 2000 kronor/styck och majoriteten av produkterna produceras i Kina där Proove har sin leverantörsbas. Företagets lager samt kontoret för affärsområdena smarta hemlösningar och enklare elektronik är beläget i Falkenberg medan kontoret för affärsområdet mobilskal och accessoarer är beläget i Varberg. Företaget har tidigare främst varit ett tradingbolag men har påbörjat en resa mot fler egenutvecklade och mer förädlade produkter. Tradingdelen av företaget är nu ungefär 30 procent (Jonas Lundström, 2017).



Figur 2. Leverantörskedjan

Figuren ovan illustrerar leverantörskedjan för Prooves produkter där den orangea pilen är det returflöde som undersöks i studien.

3.4 Datainsamling

3.4.1 Primärdata

Det samlades in kvalitativa data i form av två semistrukturerade intervjuer, för intervjuguiden se bilaga 1. Bryman och Bell (2015) definierar semistrukturerade intervjuer som ett ramverk av öppna frågor som ger möjlighet till följdfrågor. Dessa genomfördes främst för bakgrundsbeskrivningen och för att få en bild av vad för problem företagets anställda upplevde att företaget hade. De som intervjuades var Jonas Lundström som är logistikansvarig och Andreas Gustafsson som är lageransvarig och ansvarar för det operativa arbetet med returer. Intervjuerna spelades in med Mattias

mobiltelefon efter att respondenterna klargjorde att det var OK. Patel & Davidsson (2011) menar att valet att spela in intervjun kan leda till att respondenterna känner sig mer osäkra men denna risk minimerades med att alla citat fick godkännas innan publicering av studien. Trots den risken valde vi att spela in för att inte riskera att glömma något i efterhand och att inspelningarna underlättade när intervjuerna senare transkriberades. För inhämtning av data från Proove har vi rest till deras kontor i Falkenberg och Varberg.

3.4.2 Sekundärdata

Den kvantitativa sekundärdata är insamlad från Prooves IT-system. Denna data är sekundär då den insamlats i annat syfte än att vara underlag för denna studie. Insamling skedde genom att deras IT-ansvarige exporterade den data vi behövde från deras IT-system till Excel-filer. Den data som efterfrågades var returerna under två års intervall (2015–2016) samt inköpen under samma tidsintervall. Data kopplad till dessa returerna och inköp som även efterfrågades var inköpspris, försäljningskostnad, vikt, volym, orsak till retur, hantering efter retur och produktgrupp.

Sekundärdata inhämtades även via elektroniska databaser tillhandahållna av Göteborgs Universitet. Majoriteten av sekundärdata består av vetenskapliga artiklar men även vissa tidskrifter användes. I vissa artiklar hittades nya sökord och innehöll även referenslistor som gjorde sökandet enklare. Enligt Bryman och Bell (2015) är möjligheten att söka sig vidare via referenslistor och sökord anledningen varför elektroniska databaser är ovärderliga.

3.5 Urval av fallföretag

Studien utformades till stor del utifrån det företag som valdes till fallstudien. De kriterier vi hade vid valet var att företaget skulle vara beläget i närheten av Göteborg, ha ett relevant problem samt vara beredda att dela med sig av den information vi ansåg krävdes. Från en början var tanken att uteslutande använda kvantitativa data i form av försäljnings- och returneringssiffror. Detta visade sig vara för smalt för att kunna dra några slutsatser kring och därför kompletterade vi detta med ett par intervjuer.

Respondenterna valdes utifrån deras position på företaget samt hur länge de varit anställda. Då studien arbetar utifrån antagandet att returhantering inte är ett fokusområde för växande företag var det viktigt att respondenterna arbetat på företaget under en längre period. För att få en större förståelse hur prioriteringar har sett ut under företagets utveckling var en längre anställningsperiod viktigt.

3.6 Beskrivning av utförande

Vi tog kontakt med Proove för att diskutera möjligheten att använda företaget till vår fallstudie. Efter ett första möte med den verkställande direktören stod det klart för oss att företaget uppfyllde de kriterier vi satt upp och att de var intresserade att ställa upp. Vi hade ytterligare ett möte med logistikchefen där eventuella problemområden diskuterades. Efter en ytlig litteraturgenomsökning och ett möte med Peter Rosén, Universitetslektor vid Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet, fastställde vi det område vilket studien skulle handla om.

Vid starten av skrivandet lades stort fokus vid teoriinhämtning och problemformulering. Tillsammans med vår handledare Ove Krafft och vår kontaktperson på företaget specificerade vi inriktningen på studien och de frågeställningarna vi kom att använda. Med hjälp av detta bestämde vi vad för data som behövdes för att besvara dessa. Vi har haft en kontinuerlig kontakt med Proove och veckovisa möten på deras kontor i antingen Varberg eller Falkenberg.

Bearbetning och analys av datamaterialet har gjorts i Göteborg och likväl större mängden av skrivandet. Majoriteten av arbetet med studien har gjorts gemensamt men mindre uppdelningar har förekommit.

3.7 Analys av insamlade data

3.7.1 Analys av kvantitativa data

Den kvantitativa data som använts har hanterats i Excel. Med hjälp av funktionen Vlookup har matchning av data från företagets utleveranser och företagets returer genomförts.

Genom att matcha artikelnumren i dokumenten har information om kalkylpris och produktgrupp överförts då detta inte fanns tillgängligt.

All data utanför tidsspannet år 2015 till 2016 och data tillhörande andra produktgrupper än 250, 300, 400, 450 eller 600 har tagits bort. De produktgrupper som valdes bort har fasats ut eller är under utfasning ur sortimentet. Beskrivning av de i studien ingående produktgrupper finns i tabell 1.

Tabell 1. Produktgrupper

Produktgrupp	Beskrivning
250	Telldus
300	El
400	Belysning
450	Smartline elektronik
600	Holdit

Telldus är företagets smarta hem-lösningar, Holdit är mobilaccessorier och väskor och Smartline är mobilladdare, batterier, skärmskydd och datakablage.

Data som har analyserats har inhämtats helåren 2015 och 2016. Vi valde denna tidsperiod för att analys av större datamängder minskar påverkan av tillfälliga avvikelser och därför blir genomsnittsvärdena mer generaliserbara.

Vi använder en gemensam tidperiod för både försäljning och returer då varorna inte har några serienummer och inte kan matchas. Vi kunde således inte fastställa hur stor del av försäljningen år 2015 som returnerades utan enbart avgöra hur många returer som kom in år 2015. Således kan produkter sålda ett år hamna som retur för ett annat år.

Efter sortering och rensning av data har vi använt oss av tabeller och diagram i Excel för att visualisera dessa data. Ett extremvärde har rensats bort efter att J. Lundström förklarade att det var en anomali vi kunde bortse ifrån då extremvärdet tillhörde en lagerinventering av extern part. Kvantitativa data har analyserats i relation till inhämtad kvalitativa data och de existerande teorierna inom tidigare forskning.

3.7.2 Analys av kvalitativa data

Analysen av den kvalitativa data har till största del gjorts genom att jämföra data från intervjuerna med de teorier som tagits upp i referensramen. Vi har även jämfört de kvantitativa data med de kvalitativa data för att stärka vad respondenterna har beskrivit. Då intervjuerna har fungerat mer som ett stöd till det datamaterial vi fick från Proove har

de inte analyserats i samma utsträckning som datamaterialet.

3.8 Reliabilitet och validitet

Bryman och Bell (2015) definierar reliabilitet inom kvantitativ metod som hur konsekventa mätmetoderna är över tid. En studie med hög reliabilitet kan genomföras vid ett senare tillfälle av andra forskare och komma fram till likvärdigt resultat. Validitet definierar Bryman och Bell (2015) som hur väl mätmetoderna faktiskt mäter det som det utsäger sig för att göra.

3.8.1 Reliabilitet

Alla kvantitativa data i denna studie, exempelvis antal returer, är insamlade av fallorganisationen. De har dessutom uttryckt att utförandet av dessa inhämtningar i vissa fall varit lågt prioriterade. Därför är det svårt att avgöra stabiliteten på datamaterialet då vi inte gjort inhämtningarna själva eller har möjlighet att kontrollera dem mot senare inhämtningar. Inhämtandet av data är i utförande inte komplicerat men tidskrävande vilket ibland lett till slarvigt utförda enligt företaget själva.

Även om merparten av den data som samlats in är av kvantitativ karaktär har även kvalitativa data i form av intervjuer samlats in. Bryman och Bell (2015) menar att den kan analyseras utifrån tillförlitlighet, överförbarhet, pålitlighet och konfirmering. Pålitlighet syftar till hur riktigt tillvägagångsättet av studien varit. Genom att planera och strukturera arbetet så mycket som möjligt med hjälp från handledare och teori har vi försökt hålla pålitligheten så hög som möjligt. Merparten av arbetet är av kvalitativ karaktär vilket innebär att andra författare med tillgång till samma datamaterial och med användning av samma metoder bör komma fram till samma resultat vilket visar på hög reliabilitet. Båda intervjuerna spelades in, transkriberades i sin helhet och respondenterna fick möjlighet att godkänna vår tolkning. På så vis har vi försökt att minska risken för bedömarfel (Patel & Davidson, 2003).

3.8.2 Validitet

Hög validitet innebär att mätverktyget faktiskt mäter det koncept som påstås (Bryman & Bell, 2015). För att undvika bristande validitet har begrepp där risk finns för annorlunda

tolkning tidigt definierats. Gällande intervjusituationen förklarade vi vår tolkning av begrepp innan begreppet användes för att säkerställa en gemensam förståelse av frågan. Trots de åtgärder vi vidtagit besitter vi som författare olika förkunskaper och förhållningssätt vilket påverkar tolkningen av intervjusvar och resultat från databehandling. Viktigt att ha i beaktning är att vi har behandlat frågeställningarna och teorin under lång tid vilket kan ha påverkat vår förståelse av forskningsområdet. Andra författare kan därmed, utifrån samma resultatdel, komma till andra slutsatser än vi gjort.

3.8.3 Generaliserbarhet

Då denna studie undersöker hur väl teori kan tillämpas i ett företag måste vad för typ av företag som menas klargöras. Företaget vi valt att undersöka är en producerande mellanhand som tillhandahåller varor till nordiska företag. Bryman och Bell (2015) menar att det är viktigt att resultatet av en kvantitativ studie är så generellt som möjligt för att kunna tillämpas på andra företag. Eftersom att vi studerat returerna från återförsäljarna menar vi att Prooves situation i det hänseendet är jämförbar med en mängd leverantörer till återförsäljare. Majoriteten av produkterna Proove tillhandahåller är lågvärdiga vilken kan påverka returhanteringen vilket gör att vi tror att jämförbarhet endast finns mellan företag som ligger inom samma segment. Det faktum att studien utgår från en fallstudie innebär att generaliserbarheten sannolikt inte är så hög (Bryman & Bell, 2015). Detta då även om konkurrenter till Proove måhända arbetar utifrån samma förutsättningar ser organisationen antagligen annorlunda ut.

3.9 Metodkritik

Resultatet bygger på enbart en fallstudie vilket gör att den data som inhämtats har sannolikt inte så hög generaliserbarhet och därmed hela studien. Om data hade inhämtats från fler företag skulle det ge mer trovärdighet till arbetet. En del teori som används i denna studie är inte specificerad till handel mellan två företag, denna studie avgränsar sig till handel mellan företag, därav kan viss teori vara mindre tillämpbar.

Det har endast genomförts två intervjuer på företaget och fler intervjuer hade ökat pålitligheten av den kvalitativa datamängd vi inhämtat. Proove är emellertid ett mellanstort företag och fler anställda med insyn i returhanteringen finns därför ej. Vid

genomförandet av en fallstudie med kvantitativa data rekommenderar Bryman och Bell (2015) att en hypotes bör användas. Hypotesen ska sedan testas för att se om den är godtagbar eller om den kan förkastas. Eftersom att vi har både kvantitativa och kvalitativa data samt en frågeställning som är mer kvalitativ än kvantitativ har vi valt att ej använda oss av detta. Det hade varit intressant att analysera de ekonomiska aspekterna mer i detalj och visa exempelvis returhanteringens påverkan på Prooves resultat. För att inte avslöja känslig information har vi dessvärre inte haft möjligheten att göra detta.

3.10 Forskningsetiska aspekter

Bryman och Bell (2015) tar upp fyra områden där etiska aspekter är aktuella. För att hålla denna studien så etisk som möjligt har vi förhållit oss till dessa under arbetets gång. Dessa fyra är:

1. Om studien skadar medverkande
2. Om studien saknar informerat samtycke
3. Om studien är integritetskränkande
4. Om studien undersökt vad den utgetts undersöka

3.10.1 Om studien skadar medverkande

Bryman och Bell (2015) menar att skada till medverkande kan syfta på en mängd olika saker, exempelvis skapande av stress eller möjligheten för medverkande att behålla sin anställning. För att minimera risken att orsaka skada för företaget har vi kontinuerligt varit i kontakt med dem gällande vilken typ av data vi använt och i vilket syfte. Exempelvis presenteras inga inköspriser utan endast genomsnitt av kalkylpriser. Bryman och Bell (2015) menar att anonymiteten av medverkande är av yttersta vikt att ära om så önskas. Respondenterna i studien har tillfrågats om de önskat vara anonyma och transkribering, citat och informella intervjuer har skickats till dem för godkännande. Gällande de kvantitativa data vi använt har både logistikchefen och den verkställande direktören för företaget varit medvetna om vilken data som använts i studien.

3.10.2 Om det saknas informerat samtycke

Bryman och Bell (2015) menar att informerat samtycke är av yttersta vikt, speciellt i en fallstudie där anställda kanske inte är medvetna om vilken roll vi som författare har. För

att minska risken att anställda delat med sig av information utan att veta vårt syfte hade vi i början av studien en presentation av oss och vad vi gjorde i vilket syfte för alla anställda. Vidare försökte vi att göra våra besök på arbetsplatsen så formella som möjligt med inplanerade möten och intervjuer med tydlig struktur. Då problemformuleringen till stor del gjordes tillsammans med företaget är risken för att de inte är informerade mycket liten.

3.10.3 Om studien är integritetskränkande

Om studien är integritetskränkande eller inte går hand i hand med om det finns informerat samtycke. När en medverkande ger samtycke ger denne samtycke till att dennes integritet på detta område är begränsat (Bryman & Bell, 2015). Det är dock viktigt att begränsningen håller sig till det området annars gör författaren sig skyldig till intrång på medverkarens integritet. Eftersom att vår studie i stor utsträckning berört kvantitativa data är risken för att vi kränkt en medverkandes integritet liten. I de intervjuer vi hållit har frågorna varit tydligt inriktade mot forskningsfrågorna och möjligheten att ej svara har givits respondenterna.

3.10.4 Om studien undersökt vad den utgetts undersöka

Bryman och Bell (2015) menar att forskare i sitt syfte att kontrollera medverkarens förståelse av studien ofta gör sig skyldiga till att bedra medverkarna. I vår studie sammanfaller våra intressen med företaget vi undersöker och vad studien ska undersöka kom vi fram till tillsammans med företaget. Vi är av uppfattningen att företaget är väl underförstådda med vad studien undersöker.

4. Resultat

Resultatet består av kvalitativa och kvantitativa data. Resultatet presenteras enligt följande struktur: returhantering, informationshantering och åtgärder. För att ge en överblick över datamaterialet följer nedan en översikt.

Detta är en översikt av de data Proove har bistått med. Tabell 2 visar en sammanslagning av dess samlade data av reklamationer och försäljning. Returer är produkter som har fraktats tillbaka till företaget och reklamationer är alla produkter som har reklamerats. Alla produkter som reklamerats returneras inte utan krediteras utan retur. Genomsnittspriset är baserat på kalkylpriset på alla försäljningar under tidsperioden år 2015 till 2016.

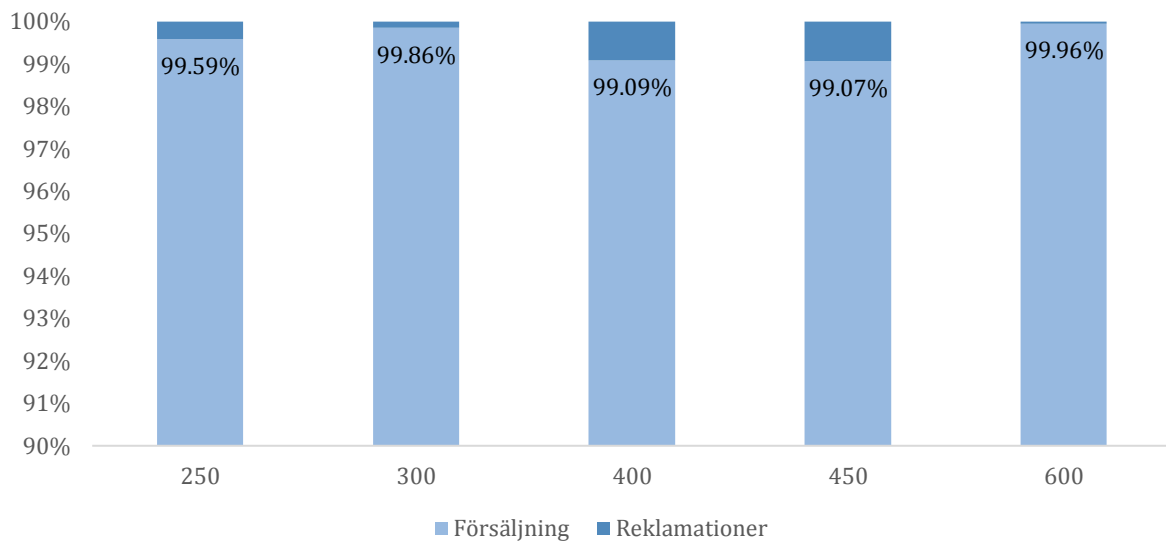
Tabell 2. Datasammansättning

Produktgrupp	Försäljning (antal)	Reklamationer (antal)	Returer (antal)	Genomsnittspris (kronor)
250	196 690	803	606	116
300	4 076 904	5 888	4 795	13
400	648 639	5 932	3 713	24
450	941 990	8 720	3 545	20
600	4 283 129	1 856	1 382	28
Total	1 0147 352	23 199	14 238	23

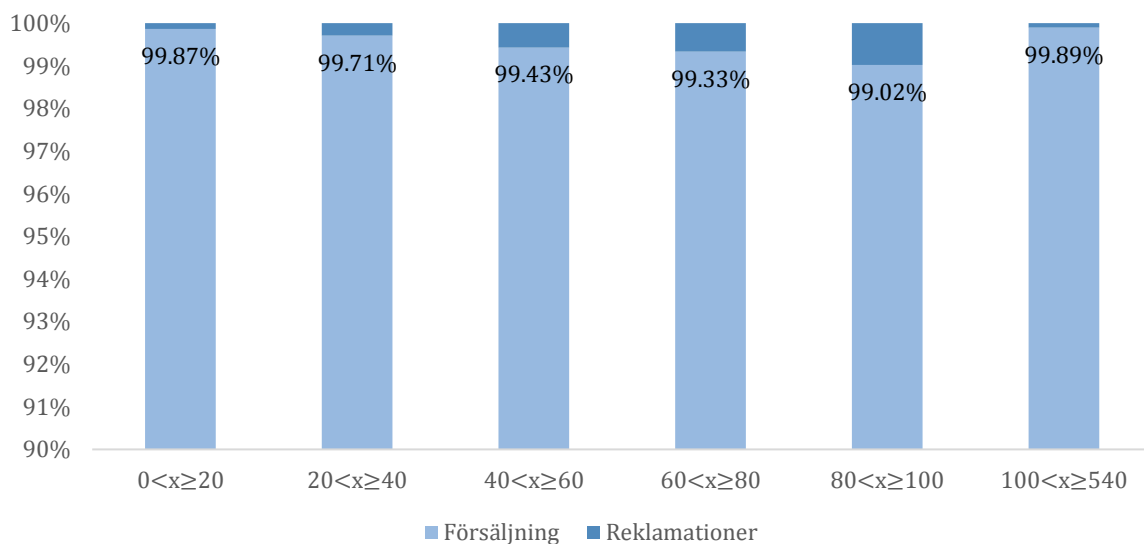
4.1 Returhantering

Ansvariga över returhanteringen är Jonas Lundström, logistikchef och Andreas Gustafsson, lagerchef. J. Lundström beskriver sin tjänst som övergripande ansvarig över alla flöden men i synnerhet företagets interna och externa flöden. A. Gustafsson arbetar operativt med företagets flöden där returhanteringen utgör cirka tio procent av hans effektiva arbetstid. De båda har varit anställda på Proove i drygt 15 år och har varit med under företagets förändringar genom åren. Således har de kunskap om hur företaget

arbetat historiskt med returhantering samt hur de arbetar med det i nuläget.



Figur 3. Andel reklamerade enheter av sålda enheter (produktgrupp)

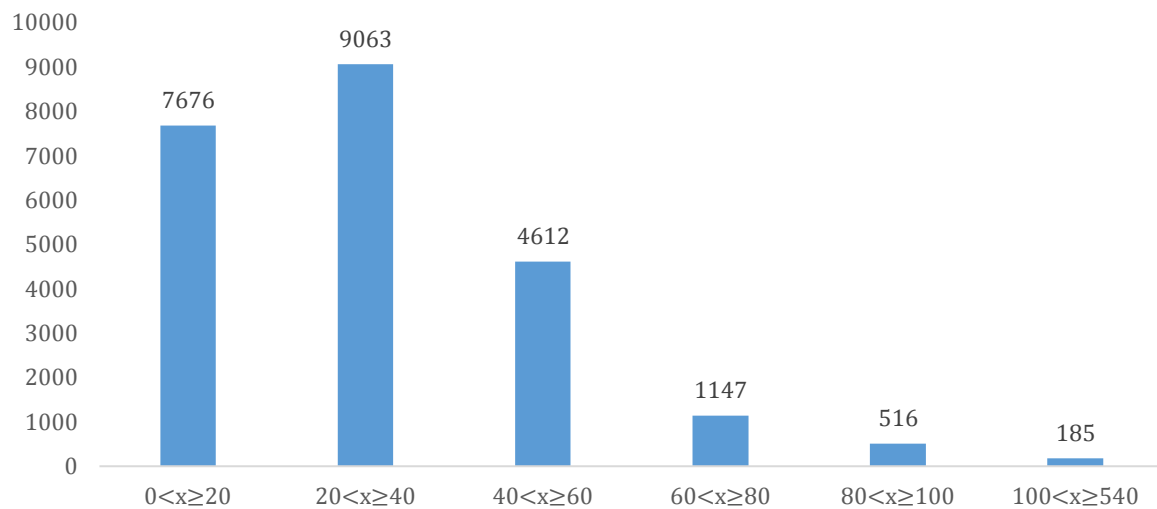


Figur 4. Andel reklamerade enheter av sålda enheter (prisintervall)

A. Gustafsson beskriver deras processer för returhantering som följande: vid reklamation levererar kunden tillbaka produkten med tillhörande underlag. Det sker även att Proove krediterar kunden utan att produkten returneras till Proove. Alla reklamationer som sker krediteras kund. A. Gustafsson förklarar att lågvärdiga produkter ändå inte skulle kontrolleras.

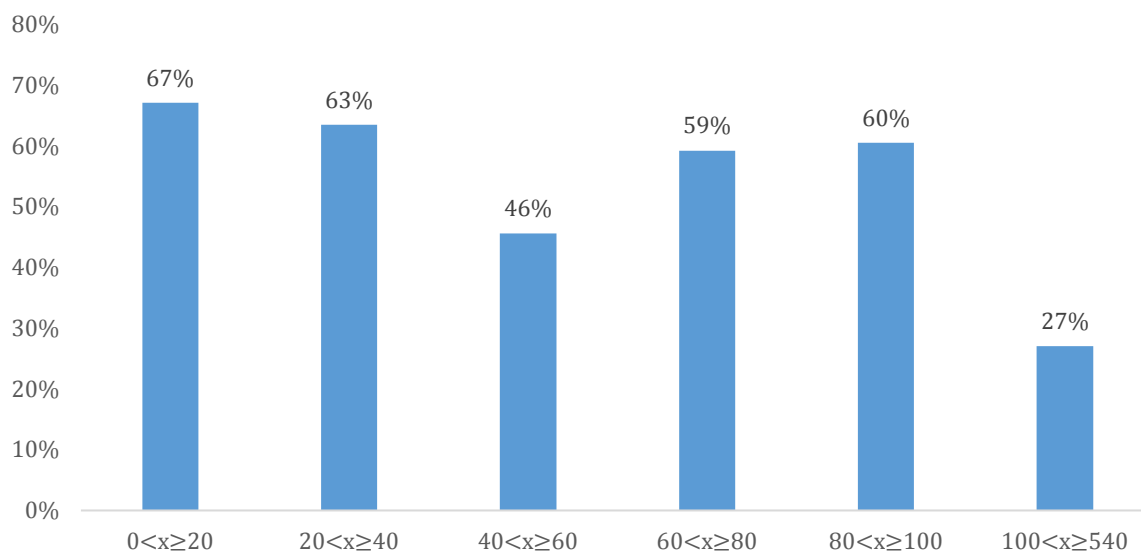
Andelen retur av total försäljningen anser både J. Lundström och A. Gustafsson vara låg

vilket de förklarar genom en stark närvaro vid fabrikerna i Kina. Av Prooves 50 anställda arbetar 24 stycken med kvalitetskontroller i Kina. J. Lundström förklarar att när deras produkter väl lämnat Kina är det väldigt svårt att returnera dem då processen att importera till Kina är väldigt komplicerad. Produkterna skiljer sig inte åt nämnvärt vilket även J. Lundström hävdar. Han förklarar att han tror att orsaken till de flesta returerna tillhör vissa batcher – alltså att produkterna i sig är lika sannolika att returneras men att det är vissa batcher som utgör problemet. Figur 3. och 4. visar att det inte heller finns någon nämnvärd skillnad i de olika prisintervallen.



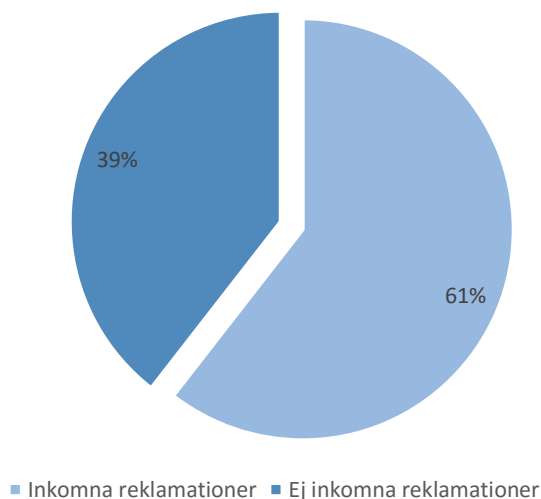
Figur 5. Antal reklamationer (prisintervall)

Figur 5. illustrerar fördelningen av reklamationer i prisintervall. Lägsta värdet är 0,01 kronor och högsta värdet är 535,72 kronor. Detta styrker A. Gustafsson uppfattning om att en stor majoritet av de produkter som reklameras består av lågvärdiga produkter.

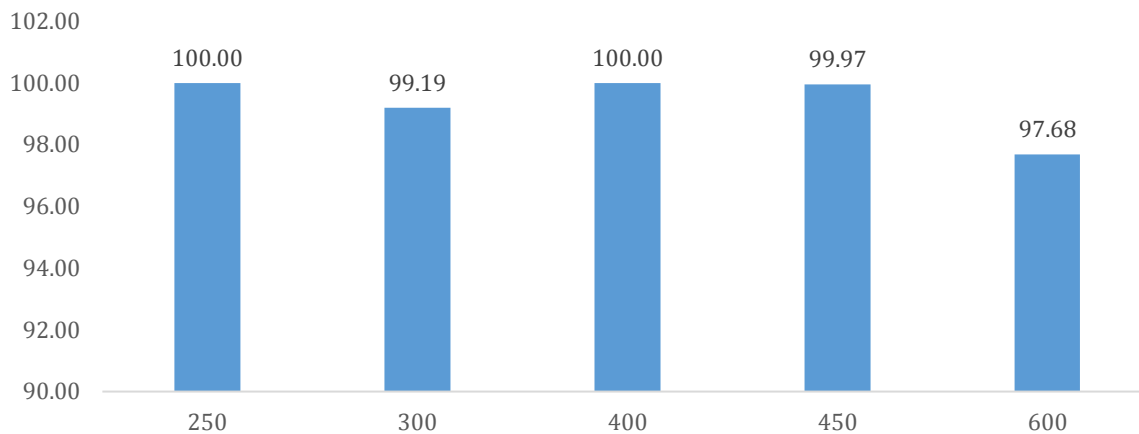


Figur 6. Ande reklamationer som levereras till Proove

Figur 6. visar hur stor del av reklamationerna som levereras till Proove, resterade krediteras utan returnering. A. Gustafsson menar att merparten av de returerna som krediteras utan returnering är lågvärdeprodukter. Andelen av reklamationerna som inte returneras tillbaka till Proove visas i figur 7.



Figur 7. Andel reklamationer som returneras

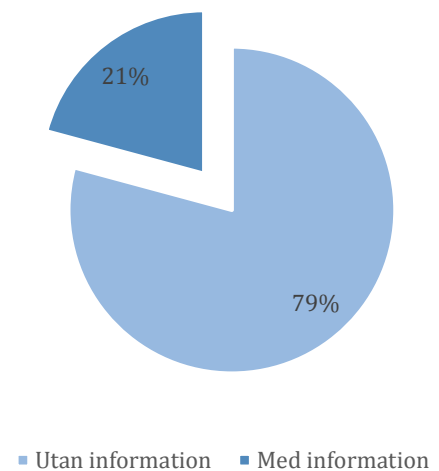


Figur 8. Andelen reklamationer som accepteras (produktgrupper)

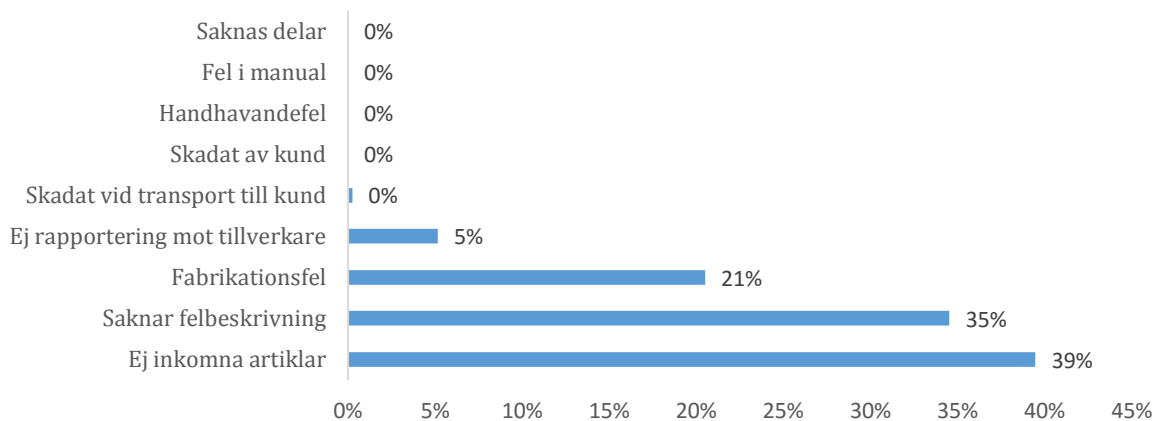
Figur 8 visar hur stor andel av alla reklamationförfrågningar till Proove som accepteras. De förfrågningar som inte accepteras blir ej krediterade av Proove.

4.2 Informationshantering

J. Lundström är av uppfattningen att en del av returerna beror på att kunderna inte förstår instruktionerna som medföljer produkten men att detta inte går att säkerställa på grund av brist på information. Detta är något som stöds av datamaterialet där 21 procent av reklamationerna har en orsak till reklamation, se figur 9. Figur 10. visar vilka orsaker som anges av kunderna och hur stor vardera delen utgör av totalen.



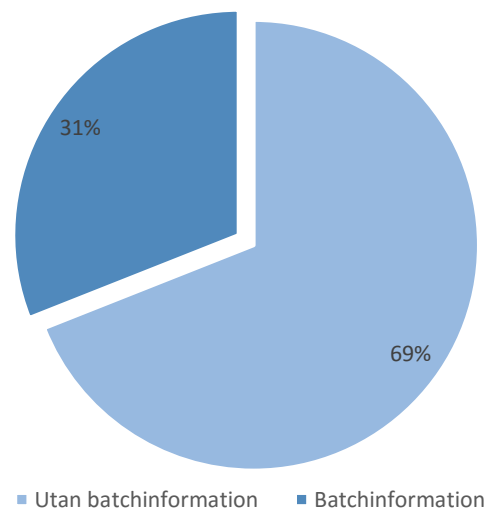
Figur 9. Reklamationer med/utan information



Figur 10. Reklamationsorsak

J. Lundström och A. Gustafsson menar att det värde som finns i returerna främst utgörs av den information som i dagsläget går förlorad. De är båda överens om att det finns besparingsmöjligheter i en förbättrad returhantering men att denna är underordnad de produktutvecklingsmöjligheter informationen innehåller. J. Lundström tillägger att möjligheten att få ekonomisk ersättning går förlorad då väldigt få produkter innehåller information om från vilken produktionsbatch produkten tillhör. Figur 11. visar hur stor andel av reklamationerna som innehåller information om produktionsbatch.

A. Gustafsson förklarar att tidigare ansatser har gjorts för att ta tillvara på information kopplat till returerna. J. Lundström utvecklar att detta mer eller mindre rann ut i sanden då den anställda som hade ansvar över detta sade upp sig. Efter uppsägningen används således den knappa informationen tillhörande returerna som registreras idag endast som underlag för att kreditera sina kunder.



Figur 11. Andel reklamationer med/utan batchinformation

Det händer ibland att vissa kunder bifogar mer utförlig information till varför reklamationen uppstod. Detta sker då i pappersform och A. Gustafsson menar att han inte har möjlighet att registrera informationen i deras informationssystem. Han sparar därför endast informationen i en pärm på lagret.

4.3 Åtgärder

J. Lundström och A. Gustafsson menar att det behövs mer resurser för att hantera returerna bättre och den resurs som är mest efterfrågad är arbetstid. Utöver arbetstiden saknas det rutiner i hanteringen och A. Gustafsson menar att han går på fingerkänsla när han väljer att förmedla informationen om produkter som reklamerats. Gällande informationssystem är J. Lundström nöjd med det system de har och tror inte att det är en brist i dess returhantering.

J. Lundström tror att det är möjligt att be dess kunder att klassificera anledningen till reklamation om det sker i förenklade former då han tillägger att det inte är många som vill lägga ner mycket tid på aspekter likt denna. Det finns inga standardiserade formulär eller rutiner för Prooves kunder att reklamera varor vilket leder till en stor variation av informationen som medföljer.

Tidigare har Proove haft en anställd som arbetar med reklamationer men efter denna person slutade har det inte gjorts några mer försök att reklamera till dess leverantörer. J. Lundström förklarar att det kanske inte är ekonomiskt försvarbart att returnera varor fysiskt på grund av transportkostnader till Kina. Däremot att reklamera utan fysiska returer i utbyte mot kreditering eller kvittera värdet på nästa beställning tror han är fullt möjligt till de leverantörer som ser på deras samarbete långsiktigt. För att leverantörerna ska acceptera reklamationförfrågningar kräver de ett batchnummer, något som J. Lundström poängterar att de inte alltid får tillbaka av sina kunder.

5. Analys

Likt föregående kapitel presenteras även analysen enligt följande disposition: returhantering, informationshantering och åtgärder.

5.1 Returhantering

En viktig del av Returns Management utgörs av aktiviteter för att förebygga returer. Detta kan ske genom att förbättra kvaliteten, tydliga instruktioner till produkten eller analys av returorsaken (Rogers et al., 2002). Proove arbetar med att säkerställa kvaliteten på sina produkter och nästan hälften av deras anställda arbetar med kvalitetskontroller i Kina. Proove menar själva att det är ett medvetet val att satsa på kvalitetsförhöjande aktiviteter delvis på grund av svårigheterna kring returnering till fabriker. Detta resulterar i att företaget har förhållandevis låga nivåer av returer. Det framgår emellertid att detta inte görs för att minska returerna utan snarare för att förbättra relationerna till sina kunder. Detta är ett genomgående tema från både intervjuer och analys av datamaterialet. Returhanteringen har tidigare inte haft som mål att förbättra produkter, sänka kostnader eller att effektivisera verksamheten. Returhanteringen har enkom varit ett ont måste där Proove tagit på sig kostnader och ansvar från både fabrik och kunder för att behålla goda relationer till dem. Huruvida dessa kostnader är försvarbart utifrån ett helhetsperspektiv är dessvärre inte något denna studie kunnat täcka in men utifrån ett strikt returhanteringsperspektiv bör de fördelas mellan de olika parterna.

Mollenkopf et al. (2007) menar att det ofta är stora kostnader förknippade med att tillåta reklamationssärenden utan att undersöka orsaken. Proove har som princip att alltid kreditera kunder oavsett orsak och utför ingen undersökning av produkterna som returneras. Figur 6. visar att majoritet av produkterna som reklameras inte returneras till Proove eller saknar felbeskrivning. Det innebär att Proove omöjligt kan ställa krav på vad som får och inte får returneras eller utvinna matnyttig information från returerna.

I Prooves försök att upprätta goda relationer och hålla sina kunder nöjda har de, som tidigare nämnts, tagit på sig ansvar utan att i sin tur kräva motprestationer eller

ersättning från både kunder och fabrik. Chen et al. (2004) hävdar att målet inom ett effektivt Supply Chain Management-arbete är att slå de förväntningarna sina kunder har. Chen et al. menar också att för att kedjan ska ses som långsiktig och konkurrenskraftig bör både vinster och risker delas. Det finns en risk att balansen mellan vinst och risk har gått förlorad i Prooves strävan till goda kundrelationer.

Värdet Proove ser i returerna utgörs nästan uteslutande av informationen kopplat till returen. Mollenkopf et al. (2007) menar att vissa produkter inte har högt värde nog att bära kostnaderna relaterade till returneringen. Detta innebär dock inte att informationen till varför produkten reklamerades från början är irrelevant, oavsett värdet på produkten. Proove har således stora informationskällor som i dagsläget inte utnyttjas i den utsträckning som är möjlig.

Stock et al. (2006) menar att vissa returer inte går att undvikas men att dessa ska hållas till ett absolut minimum. De accepterar kreditering utan returnering i enstaka fall. Enligt Mollenkopf et al. (2007) borde lågvärdiga produkter ej returneras om de inte dess värde kan bära kostnader förknippade med returhanteringen. Figur 6. visar att detta inte är fallet då inget tydligt samband finns mellan pris och returneringsandel.

5.2 Informationshantering

Festus et al. (2010) hävdar att det är viktigt med IT-system för att förbättra returhanteringen och dess informationsflöde men att det inte är av vikt vilket system företagen väljer att använda sig av. Proove har ett IT-system och J. Lundström tror inte att IT-system är ett problem för företaget vilket överensstämmer med teorin. För att få ut så mycket av IT-systemet krävs det dock att processer och rutiner inkluderar IT-systemet. I dagsläget är både processer och rutiner till stor del avskilda från andra funktioner av företaget och IT-systemet. Information från returer skapar förståelse till varför kunden reklamerar och kan användas för att utveckla produkterna så att reklamationerna minskar och intäkterna ökar (Xianliang et al., 2012).

Figur 10. illustrerar orsaksgrupper till reklamationen. Majoriteten av alla produkter saknar felbeskrivning och Xianliang et al. (2012) menar att samla informationen,

analysera den och jämföra med informationen från utgående logistikflödet är kritiskt för att öka de ekonomiska fördelarna i hela logistikkedjan.

Figur 10. visar den största orsaken till reklamation saknar information helt och den näst största medföljer information som inte registreras i företagets IT-system. A. Gustafsson sparar informationen i pappersform och är därför inte tillgänglig för personer som inte är fysiskt närvarande på företagsbyggnaden i Falkenberg. Anledningen "ej rapportering mot tillverkare" ger ingen information företaget kan använda. Dessa tre anledningar utgör 79 procent av alla returerna vilket visar på en stor brist inom deras informationshantering. De resterande 21 procenten består till största del av anledningen fabrikationsfel vilket i sig är en vag förklaring till vad som är felaktigt på produkten. Fördelningen illustreras i figur 9. Varför det är på detta viset är tidsbrist enligt A. Gustafsson som ansvarar för att registrera returerna och kreditera kunderna. Istället för att använda IT-systemen utsäger sig A. Gustafsson att han går på fingerkänsla, vilket indikerar att teorin skiljer sig från det verkliga arbetssättet.

När Proove köper varor köper de i batch och får med ett batchnummer kopplat till varan. batchnumret behövs för att kunna reklamera varorna till Kina. Detta batchnummer är inte kopplat till returerna och Proove kan därför inte reklamera vidare till sina leverantörer. Om varorna var kopplade till unika serienummer hade det varit enklare att jämföra försäljning och returerna. Utan serienummer går det inte att ta fram returerna för ett bestämt antal produkter. Informationen som används i nuläget sparas i dess enklaste form och används uteslutande som ett sätt spara krediteringar.

5.3 Åtgärder

5.3.1 Reklamera till leverantörer

Vid studiens genomförande reklamerades inga produkter av Proove till dess leverantörer. J. Lundström tror att de leverantörer som ser på deras affärssamarbete långsiktigt är villiga att acceptera reklamationer vilket stämmer överens med teorin. Chen et al. (2004) menar att längre relationer blir vanligare och leder till att parterna blir mer villiga att dela vinster och kostnader för att öka konkurrenskraften.

För att reklamation ska vara möjligt måste Proove kunna uppge det batchnummer som produkten tillhör. Enligt figur 11. är endast 31 procent av varorna kopplade till ett batchnummer i deras informationssystem. Proove gör inga försök att reklamera deras varor i nuläget vilket J. Lundström och A. Gustafsson förklarar med arbetsbrist men om de skulle börja reklamera med den informationen de har samlat in skulle de bara kunna reklamera 31 procent av alla möjliga returer. Chen et al. (2004) menar att samarbete Supply Chain-partners emellan är positivt för alla parter och kommunikationen här brister tydligt. Proove förser sina kunder med batchnummer men kräver inte det vid reklamation. De har heller inget sätt att följa en specifik vara i systemet då serienummer saknas. En åtgärd kan vara att införa serienummer på deras produkter.

5.3.2 Reklamationer till Proove

Ett problem är att informationen som medföljer reklamationerna till Proove är bristfällig. Proove har försökt att åtgärda detta med standardiserade returformulär mot deras kunder men majoriteten av kunderna fyller inte i dessa, exempelvis fyller endast 34 procent i vilken batch produkten tillhör. Dessa formulär är inte standardiserade och går inte att importera automatiskt till informationssystemet så även om kunderna fyllde i korrekt skulle inte informationen tas vara på. Således krävs både en förbättring i kommunikationen från kunder samt Prooves rutiner.

Rogers et al. (2002) menar att Gatekeeping-funktionen bör vara så tidigt i kedjan som möjligt. Personalen närmast slutkund i Prooves fall tillhör deras kunder. Denna person har få incitament eller kunskap för att agera Gatekeeper då denna person inte har kunskap om vad som är av värde att skicka tillbaka i kedjan.

Proove lägger i dagsläget stor vikt vid att göra sina kunder nöjda. Chen et al. (2004) förklarar fördelarna av ett nära samarbete med goda relationer inom leverantörskedjan som ökad vilja att dela vinster och risker. Således är det viktigt att eventuella åtgärder inte äventyrar de goda relationer Proove har med sina kunder idag

6. Slutsats & fortsatt forskning

Slutsatsen innehåller vår bedömning av hur väl teorin överensstämmer med Prooves returhantering. Då Proove utgör grunden för undersökningen lämnas även rekommendationer på åtgärder de kan ta för att förbättra sin returhantering. Slutligen kommer förslag på fortsatt forskning ges inom studiens berörda område.

6.1 Slutsats

6.1.1 Returhantering

Proove arbetar med Avoidance i viss utsträckning då de lägger stor vikt vid kvalitetskontroller. Dock använder de sig inte av reklimationsorsakerna i sin produktutveckling för att förebygga reklamationerna. Rogers et al. (2002) menar också att företaget bör ha tydliga policys och processer över hur de ska jobba med förebyggandet av reklamationer. Proove har inga standardiserade processer eller guidning från ledningen utan A. Gustafsson gör egna bedömningar från fall till fall. A. Gustafsson är ensam ansvarig även för vilka reklamationer som godkänns och inte. Detta överensstämmer inte med hur Rogers et al. (2002) menar att företag bör arbeta med Gatekeeping. Detta styrks även av hur stor del av alla reklamationer som godkänns, vilket visualiseras av figur 8.. Bedömningen att släppa igenom nästa alla reklamationer kan mycket väl vara korrekt, utan varken processer eller underlag är bedömningen omöjlig att göra. Utifrån studerad teori framgår det dock att någon form av kontrollering av reklamationer bör göras för att undvika kostnader.

6.1.2 Informationhantering

Proove använder sig av IT-system för att hantera dess retur vilket Festus et al. (2010) menar är viktigt. Teorin lyfter dock fram vikten av informationsinsamlingen till IT-systemen, vilket Proove gör i viss utsträckning. Dock visar figur 14. och 15. att informationen som samlas in knappt är användbar och många av fördelarna med IT-systemet går därmed förlorat. Möjligheten att använda sig av information för att

förebygga reklamationer genom proaktiv produktutveckling går således förlorad. Eftersom att stora delar av Prooves reklamationer saknar batchinformation går möjligheten att kräva ekonomisk ersättning av Prooves leverantörer i Kina förlorad.

6.2 Rekommendation till åtgärder

Proove bör utifrån studerad teori och empiri skapa ett standardiserat dokument som möjliggör automatisk registrering till deras informationssystem. Detta dels för att underlätta för personalen och dels för inte gå miste om information vid reklamation. Eftersom att vi identifierat bristen på information som det största problemet med Prooves returhantering bör fokus ligga på att åtgärda detta.

Vidare kan Proove undersöka om dess kunder är villiga att samla information i utbyte mot att returnera varorna. Detta skulle skapa en vinn-vinn-situation där kunderna får minskade transportkostnader och Proove får minskade administrationskostnader. Detta bör göras utan att kompromissa med kundnöjdheten och ger möjlighet till effektivare informationshantering och mer konkurrenskraftig leverantörskedja.

Proove kan även anställa en medarbetare med ansvar för returhanteringen. Detta skulle leda till en bättre insamling av information vilket kan möjliggöra en förbättrad produktutveckling och göra reklamation till dess leverantörer möjligt. Det skulle dock uppstå ökade personalkostnader och åtgärden bör undersökas närmare för att fastställa om det är ekonomiskt försvarbart. De bör även undersöka möjligheten att upprätta processer kring hur informationen skall förmedlas vidare i företaget.

6.3 Fortsatt forskning

Då studien endast undersöker ett företag finns det utrymme att undersöka fler företag för att stärka generaliserbarheten. Forskning kring returhantering hos små till mellanstora företag är inte lika utbredd som hos stora företag. Mer forskning av små och mellanstora företag vore därför intressant. Studien avgränsar sig till returer mellan företag och det hade varit intressant att även studera returhanteringen från konsumenter. Denna studie

har även avgränsats till ekonomiska aspekter av returhantering vilket lämnar miljöperspektivet utforskat.

Referenser

Böcker

Bryman, A., & Bell, E. (2015). *Business research methods* (4.th ed.). Oxford: Oxford Univ. Press.

Lumsden, K. (2012). *Logistikens grunder* (3., [utök. och uppdaterade] uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.

Nambisan, S., & SpringerLink. (2010). *Information technology and product development* (Annals of information systems). New York: Springer.

Patel, R., & Davidson, B. (2011). *Forskningsmetodikens grunder: Att planera, genomföra och rapportera en undersökning* (4., [uppdaterade] uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.

Svenska akademien. (2015). *Svenska akademiens ordlista över svenska språket* (Fjortonde upplagan. ed.). Stockholm: Svenska akademien.

Zuckerman, A., & Ebooks Corporation. (2002). *Supply chain management* (ExpressExec: Operations & Technology 06.04). Chichester: Capstone Publishing.

Muntliga källor

Lundström, Jonas. Logistikchef. Proove AB. 14-04-2017, Falkenberg.

Gustafsson, Andreas. Lagerchef. Proove AB. 14-04-2017, Falkenberg.

Rosén, Peter. Universitetslektor vid Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet. 23-01-2017, Göteborg.

Tidskrifter

Boström T. (2017, 26:e januari) Ännu en livsfarlig USB-laddare stoppas. *Expressen*. Hämtad 2017-04-17, från <http://www.expressen.se/dinapengar/kolla--har-du-farliga-elprylar-i-hemmet/>

(u.f) (2015, 26:e november) Årets Gaseller i Hallands län. *Dagens Industri*, s. 38–39.

Vetenskapliga artiklar

Chen, & Paulraj. (2004). Towards a theory of supply chain management: The constructs and measurements. *Journal of Operations Management*, 22(2), 119–150.

Chiu, C., Choi, Tsan - Ming, & Tang, Christopher S. (2011). Price, rebate, and returns supply contracts for coordinating supply chains with price-dependent demands. *Production and Operations Management*, 20(1), 81-91.

Dale S. Rogers, Douglas M. Lambert, Keely L. Croxton, & Sebastián J. García-Dastugue. (2002). The Returns Management Process. *The International Journal of Logistics Management*, 13(2), 1-18.

Diane Mollenkopf, Ivan Russo, & Robert Frankel. (2007). The returns management process in supply chain strategy. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 37(7), 568-592.

Festus O. Olorunniwo, Xiaoming Li, (2010) "Information sharing and collaboration practices in reverse logistics", *Supply Chain Management: An International Journal*, Vol. 15 Issue: 6, pp. 454-462, doi: 10.1108/13598541011080437.

Ilgin, M., & Gupta, Surendra M. (2013). Reverse logistics. *In Reverse supply chains: Issues and analysis* (pp. 1-60).

Ronald S. Tibben-Lembke, & Dale S. Rogers. (2002). Differences between forward and reverse logistics in a retail environment. *Supply Chain Management: An International Journal*, 7(5), 271-282.

Shi, X., Li, L.X., Yang, L. et al. *Inf Technol Manag* (2012) 13: 217. doi:10.1007/s10799-012-0116-y.

Stock, J., Speh, T., & Shear, H. (2006). Managing Product Returns for Competitive Advantage. *MIT Sloan Management Review*, 48(1), 57-62.

Tse, Y., & Tan, K. (2011). Managing product quality risk in a multi-tier global supply chain. *International Journal of Production Research*, 49(1), 139–158.

Webbsidor

European Commission. (2017) *What is an SME?* Hämtad 2017-04-18, från http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition_en

Sveriges ambassad. (u.å) *Handel Sverige - Kina* Hämtad 2017-04-18, från <http://www.swedenabroad.com/sv-SE/Ambassader/Peking/Handel--service-till-svenska-foretag/Handel-mellan-Sverige-och-Kina-Fakta-och-framjande/>

Statistiska centralbyrån. (u.å) *Svensk ekonomi är beroende av exporten*. Hämtad 2017-04-18, från <http://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/samhallets-ekonomi/export-och-import-av-varor-och-tjanster/>

WebFinance Inc. (2017). *Product development*. Hämtad 2017-04-12, från <http://www.businessdictionary.com/definition/product-development.html>

Bilaga 1.

Vi kommer ställa en rad kvalitativa frågor, är det OK om vi spelar in?

Studien kommer vara till största del kvantitativ, resultatet kommer baseras till stor del av data. Dock vill vi komplettera med er uppfattning av situationen, därför gör vi kortare intervjuer som kommer ta cirka 30 minuter.

Frågor

Skulle du kunna definiera din roll inom företaget samt vilka uppgifter du har?

Hur länge har du arbetat på Proove?

Kan du beskriva processen kring returer idag?

Vilka problem upplever du inom returhanteringen idag?

Varför tror du att de uppstår?

Upplever du att det är någon specifik produktgrupp som returneras mer än andra?

Ser ni något mönster kring returerna?

Vad händer med de produkter som returneras? Leder det till produktutveckling, vid transportskador följs det upp med transportör osv?

Vi definierar en effektiv returhantering som följande: "Allt som går att återanvända, återanvänds. Defekta produkter leder till uppföljning av producent, när kund inte förstår/vill För att få till en effektiv returhantering, vad tror du krävs? Arbetskraft? It-system? Processer/kunskap?

Ligger värdet i informationen kring returen, dvs, varför den är defekt eller i att kunna återanvända produkten?

Vad finns det för möjligheter att flytta över ansvaret för klassificering av retur till kund?

Vad finns det för möjligheter att returnera produkter till det producerande företaget?