

Returlogistik

Returlogistik och returhantering idag

Mattias Wenman

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Företagsekonomi
Identifikationsnummer:	3105
Författare:	Mattias Wenman
Arbetets namn:	Returlogistik -Returlogistik och returhantering idag
Handledare (Arcada):	Niklas Eriksson
Uppdragsgivare:	
<p>Sammandrag:</p> <p>Examensarbetet har som mål att introducera begreppet returlogistik för läsaren och redogöra över de delar som utgör returhanteringen. Arbetet har också som målsättning att visa på de fördelar som ett företag kan nå genom en effektiv returlogistik.</p> <p>Inom litteraturen kring logistik har returlogistiken länge haft en undanskymd roll. Detta har medfört att kunskapen om returlogistik fortfarande är väldigt bristfällig. Allt fler företag börjar dock intressera sig för de möjligheter som en effektiv returlogistik kan medföra. Bland de företag som varit först med att utveckla sin returhantering hittar man inom branscher var värdet på returerna är höga. Exempel på en sådan är elektronikbranschen. I takt med att elektronikprodukternas livscykel har krympt har även betydelsen för att snabbt kunna ta tillvara de returnerade produkterna ökat. Under de senaste åren har även möjligheterna att återanvända uttjänta elektronikdelar ökat. Detta har tvingat företagen till att utveckla program för att förhindra andra företag komma åt returerna.</p> <p>Med hjälp av en kvalitativ fallstudie visar examensarbetet vad returlogistiken innebär för ett företag inom elektronikbranschen och hur det påverkar deras arbete. Genom att placera in företaget i en nätverksmodell visar examensarbetet på vilka aktörer som är involverade i hanteringen av returerna samt vilka aktiviteter som utförs och med hjälp av vilka resurser.</p>	
Nyckelord:	returlogistik, logistik, aktörer, resurser, aktiviteter
Sidantal:	53
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	28.05.2010

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Business Management
Identification number:	3105
Author:	Mattias Wenman
Title:	Reverse logistics -Reverse logistics and return handling today
Supervisor (Arcada):	Niklas Eriksson
Commissioned by:	
<p>Abstract:</p> <p>The thesis aims to introduce the concept of reverse logistics for the reader and describe the elements making up the return handling. The work also aims to demonstrate the benefits that a company can achieve through an effective reverse logistics.</p> <p>In the literature on logistics, reverse logistics have long had a modest role. This has led to that the knowledge of reverse logistics is still very poor. More and more companies are starting to become interested in the opportunities that effective reverse logistics can bring. Among the companies that pioneered the development of returns management most of them can be found in industries where the value of return are high. One such example is the electronics industry. As the electronics product lifecycle has been shrinking, the importance to quickly take advantage of the returned products has increased. In recent years the possibility to reuse discarded electronics parts has increased. As a result of this, companies have been forced to develop programs for collecting their discarded products to prevent other companies from gaining access to them.</p> <p>Using a qualitative case study the thesis demonstrates what reverse logistics means for a company in the electronics industry and how it affects their work. By placing the company into a network model the thesis demonstrates the actors involved in the handling of returns, and which activities are carried out and what resources are used.</p>	
Keywords:	reverse logistics, logistics, actors, resources, activities
Number of pages:	53
Language:	Swedish
Date of acceptance:	28.05.2010

INNEHÅLL

1	INLEDNING	7
1.1	Problemområde	8
1.2	Syfte	10
1.3	Avgränsning	10
2	RETURLOGISTIK	11
2.1	Vad är returlogistik	12
2.2	Orsaker till returer	14
2.3	Aktörer – Resurser - Aktiviteter	17
2.3.1	<i>Aktörer</i>	19
2.3.2	<i>Resurser</i>	21
2.3.3	<i>Aktiviteter</i>	24
2.4	Sammanfattning	26
3	METODIK	28
3.1	Fallstudie	28
3.2	Forskningsmetodik	29
3.3	Datainsamling	30
3.4	Intervju	31
3.5	Validitet och reliabilitet	35
3.6	Sammandrag	36
4	EMPIRI	37
4.1	Val av fallföretag	37
4.1.1	<i>Fallföretaget</i>	38
4.1.2	<i>Returhanteringen inom företaget</i>	39
4.1.3	<i>Företagets åsikter kring returer</i>	41
4.2	Nätverksmodellen (ARA)	42
4.2.1	<i>Aktörer</i>	43
4.2.2	<i>Resurser</i>	44
4.2.3	<i>Aktiviteter</i>	44
4.3	Konklusion	45
5	SLUTDISKUSSION	48
5.1	Förslag till vidare forskning	49
5.2	Reflektioner	49
	Källor	50

Figurer

Figur 1. Förhållandet mellan aktörer, resurser och aktiviteter (uppgifter från en viss källa 2007).....	18
Figur 2. ARA enligt Persson Göran. (Logistik för konkurrenskraft 2007).....	19
Figur 3. Resurserna i ett bakåtflyde (2007).....	22
Figur 4. Metoden skapar en bild över fenomenet (Åsberg 2001).....	29
Figur 5. Datainsamlingsmetoder (Kumar s 118)	31
Figur 6. Aktörerna.....	43
Figur 7. Aktiviteter.....	45

Tabeller

Tabell 1. Den ekonomiska betydelsen av returlogistik (Stock 2001).....	9
Tabell 2. Skillnader mellan framåt- och bakåt drivna flöden (Tibben-Lembke & Rogers 2002 s.276).....	13
Tabell 3. Orsaker till retur (Rogers Dale, Tibben-Lembke Ronald. 1998 s. 13).....	15
Tabell 4. Aktiviteter kopplat till retur (Rogers & Tibben-Lembke 1998 s.10).....	25
Tabell 5. Sju steg inför en intervju (Kvale S 1996 s.88).....	33

1 INLEDNING

"Ginger Rogers did everything Fred Astaire did - only going backwards"

Detta citat används på ett flertal ställen inom litteraturen om returlogistik för att uttrycka den undanskymda roll som returlogistiken haft inom logistikvärlden. Uttrycket har sin grund i det faktum att de flesta anser att Fred Astaire var alla tiders bästa dansare. Vad som är mindre känt är att Ginger Rogers, som var Astaires danspartner, gjorde samma rörelser fast baklänges och i högklackat.

Mitt eget intresse för returlogistik började hösten 2005 i samband med en diskussion över möjliga rubriker för examensarbetet. Fastän det då ännu inte var aktuellt att börja skriva examensarbetet så började jag leta efter mera information kring ämnet men fann att litteraturen bestod av en handfull böcker och ett par artiklar som publicerats i diverse tidningar för logistik. Nu fyra år senare har mängden böcker som behandlar returlogistiken som ett ämne ökat flerfaldigt och en sökning på GoogleBöcker ger 62 träffar över böcker vars rubrik innehåller meningen "reverse logistics".

Bakom det ökade intresset för returlogistik ligger dels det faktum att lagstiftningen kräver en miljövänligare hantering av produktreturer. Antalet produktreturer har även ökat i och med att kunder idag förväntar sig de skall kunna lämna tillbaka en produkt till inköpsstället efter att produktens livscykel är tillända eller i samband med hon köper en ny motsvarande produkt. (Srivastava 2006 s. 524-525)

En annan orsak till det ökande intresse för returlogistik ligger i de möjligheter att med en effektiv returhantering kunna nå ekonomiska fördelar gentemot konkurrenterna genom att man med en fungerande returhantering ger företagen en möjlighet att fånga upp det största möjliga värdet hos de returnerade produkter eller ifall detta inte är möjligt, kan minimera kostnaderna som orsakas av returerna. (Srivastava 2006 s. 524-525)

Tillsammans har detta lett till att företag som tidigare inte ansåg returlogistiken som en viktig faktor nu har börjat se över hur deras returhantering sker och i vissa fall har företag även börjat ISO-certifiera sin returlogistik (Rogers & Tibben-Lembke 1998 s.4-5). Från att ha haft en undanskymd roll har returlogistiken nu börjat få en viktig strategisk roll inom företagen som kräver vidare forskning.

1.1 Problemområde

Returlogistik är något som alltid funnits inom logistik kedjorna men som även konstaterades i inledningen så är det först nu under de senaste åren som man har börjat fästa uppmärksamhet kring returerna. Rengel och Seydl konstaterar i sitt arbete *Completing the Supply Chain Model* att man inom litteraturen verkar ha förbisett det faktum att det även finns ett bakåtlöde inom logistik kedjorna. (Rengel & Seydl 2002 s. 2)

För att visa på betydelsen av returlogistiken har följande siffror från USA presenterats i en rapport av James R Stock där han framhäver den ekonomiska betydelsen av returlogistik.

Tabell 1. Den ekonomiska betydelsen av returlogistik (Stock 2001)

- Av den totala amerikanska brutto national produkten så står returlogistiken för mellan 0,5 – 1 %.
- 1999 var den totala on-line försäljningen i USA värd 20,2 miljarder dollar
- Medeltalet för returer i den amerikanska detaljhandeln är 5,6 % även om den varierar beroende på bransch och säsong.
- av de sålda varorna on-line för 5 miljarder dollar under julhandeln 1999 returades 12 %.
- inom e-handeln så skulle 95 % föredra att få returnera varorna till en fysisk plats, 43 % skulle alltid välja det alternativet om det var möjligt.
- 37 % av de som köpte på nätet höll sig ifrån att köpa eftersom processerna för att byta eller returnera varorna var så svåra, motsvarande andel för de som endast browsade var 54 %
- kostnaden för skötseln av en returnering kan ibland vara två till tre gånger kostnaden för utleveransen.
- returneringar beräknades kosta katalog och e-handeln 3,2 miljarder dollar år 2001.

Elektronikbranschen är ett speciellt område var returer har kommit att bli ett problem eftersom produkternas livscykel kan vara betydligt kortare än garantitiden. Detta leder till situationer där kunden kan returnera en produkt vars livscykel är till ändå men vars garanti trots detta fortfarande är i kraft. I boken *Going backwards – Reverse logistics trends and practices* poängterar författarna att dessa returer kan minska ett företags vinst upp till 25 % årligen. Dessa returer öppnar dock även för möjligheter att ta tillvara en del av värdet från returerna genom till exempel återanvändning (Rogers & Tibben-Lembke 1998 s.167).

1.2 Syfte

Eftersom returlogistiken är ett relativt nytt och okänt område inom logistiken så har jag som syfte med detta arbete valt att diskutera begreppet returlogistik för att läsaren skall få en bredare förståelse över vad returlogistik är . För att förklara de olika delar som utgör returlogistik kommer jag att använda Aktör-Resurs-Aktivitetsmodellen (ARA). Med hjälp av modellen kommer jag att visa vilka aktörer som verkar inom returlogistiken och vilka aktiviteter dessa utför och med vilka resurser samt hur dessa kombineras med varandra för att skapa en fungerande returlogistik.

Då returlogistiken är ett så nytt område för de flesta företag och många företag har ännu inte börjat se på den som ett speciellt område. Ett undantag från detta är elektronikbranschen eftersom värdet på deras returer ofta är höga och hanteringen av returer därför bör vara av prioritet för företagen. Därför har jag valt att som delsyfte undersöka hur hanteringen av returer är organiserad bland elektroniktillverkarna som verkar på den finländska marknaden. Detta görs med en fallstudie vid ett företag som befinner sig mellan elektroniktillverkarna och slutkunderna. Med undersökningen vill jag ta reda på vilka returer som företaget är involverade i, vad deras uppgift i returprocessen är samt deras åsikter och attityder till returlogistiken.

1.3 Avgränsning

Returlogistik omfattar som ämne ett mycket stort område eftersom det innehåller alla de delar där allt från information, råvaror till färdiga produkter går upp längs med flödeskedjan. På grund av ämnets omfattning så skulle det vara närmast omöjligt att i detta arbete försöka täcka hela returlogistiken. Jag kommer därför att ge en förenklad bild över returlogistiken som ämne för att läsaren skall få en klarare bild över vad som avses

med returlogistik och förklara de vanligaste aktiviteterna som är kopplade till returlogistiken och vilka resurser och aktörer som finns inom returlogistiken.

Vidare kommer jag att huvudsakligen koncentrera mig på returlogistiken ur ett affärs-
mässigt perspektiv och ta fasta på vilka fördelar som en effektiv och välplanerad retur-
logistik kan ge ett företag. Det betyder samtidigt att jag väljer att inte gå in på de krav
som lagstiftningen ställer på företagen då dessa inte är sådana som företagen i huvudsak
gör för att förstärka sin konkurrenskraft.

Mitt andra syfte är undersöka returlogistiken inom elektronikbranschen på den finländs-
ka marknaden. För att avgränsa detta område har jag valt att begränsa undersökningen
till ett företag vars verksamhet är att sälja reservdelar till kontors- och hemelektronik.
Undersökningen är därmed begränsad till deras del av returflödet. Detta innebär samti-
digt att undersökningen inte kommer att behandla de aktiviteter som sedan utförs för att
ta tillvara värdet från returer.

2 RETURLOGISTIK

I detta kapitel kommer jag först att definiera begreppet returlogistik för att visa på skill-
naderna mellan den normala, framåtdrivande logistiken och returlogistiken. Därefter
beskrivs de källor varifrån returflödet har sin början och på vilket sätt det går att ta till-
vara värdet från returer. Efter detta kommer jag att presentera Aktör-Resurs-Aktivitet
modellen för att med hjälp av denna förklara vilka aktörerna är inom returlogistiken
samt vilka aktiviteter som de utför och med hjälp av vilka resurser. Därefter kommer jag
att visa på de utmaningar som tillverkare av färgkassetter står inför och varför returlo-
gistiken är viktig för dem.

2.1 Vad är returlogistik

Enligt The Council of Logistics Management så definieras logistik som:

"the process of planning, implementing, and controlling the efficient, effective flow and storage of goods, services, and related information from point of origin to point of consumption for the purpose of conforming to customer requirements."

Returlogistiken innehåller samma begrepp fast bakvänt vilket då får att definitionen på returlogistik blir:

"The process of planning, implementing, and controlling the efficient, cost effective flow of raw materials, in-process inventory, finished goods and related information from the point of consumption to the point of origin for the purpose of recapturing value or proper disposal."

Detta betyder vanligtvis de logistiska aktiviteter som krävs för att flytta en vara från den tänkta slutkunden bakåt till ett led var varan kan återanvändas eller förstöras. Till returlogistiken kan även höra mer än endast transporten av varan. Till exempel kan man se återvinningen som en del av processen. För att klassas som returlogistik skall dock material eller gods skickas bakåt i flödeskedjan. Aktiviteter för att enbart minska transporter eller mängden förpackningsmaterial faller in under kategorin grön logistik. (Rogers & Tibben-Lembke 1998 s.2-3)

Gällande de praktiska skillnaderna mellan den framåtgående logistiken och returlogistiken så kan man se att medan den framåt drivna flödeskedjan till stor del baserar sig på förutseende och planering gällande kommande behov så saknas möjligheten till detta inom returlogistiken eftersom en retur vanligen har sin början med oförutsedda kundreturer. Detta leder till att returlogistiken är betydligt mer osäker jämfört med den framåt drivna logistiken. Det framåtgående flödet har sin början i en prognos över hur stor ef-

terfrågan en produkt kommer att ha. Produkten transporteras därefter till distributions centrum för att därifrån sedan fördelas ut till återförsäljarna. Vid alla dessa steg ligger prognoser som bakgrund till mängden produkter som behövs för att möta efterfrågan. Samtidigt finns det inom kedjan även information över inkommande produkter. Returlogistiken däremot saknar denna form av prognoser vilket leder till att kedjan aktiveras först i samband med inkommande returer. Ett annat problem inom returlogistiken är att man oftast saknar information över returererna. (Tibben-Lembke & Rogers 2002 s. 272-275)

Transporterna är en annan del som skiljer sig åt och vilken även är en betydande kostnadsplats inom returlogistiken. Inom den framåt drivna logistiken sker transporterna enligt en till många medan transporterna inom returflödet karaktäriseras av många till en. Skillnaden mellan transporterna framåt och bakåt ligger även i mängden som skickas per gång. Då produkter skickas framåt sker detta ofta så att man transporterar en större mängd varor samtidigt och går att stapla på en pall för transport vidare. Returer däremot är mer sällan lika enkla att ordna vilket ofta resulterar i att det enda som håller ihop en pall med returer är plasten omkring. Detta leder i sin tur till att returer är mera benägna att skadas vid transport och hantering än varor som går framåt. Som en generell regel kan man se returlogistik som driven av undantag vilket gör den mycket svår att överskåda och hantera. (Tibben-Lembke & Rogers 2002 s. 275-277)

Tabell 2. Skillnader mellan framåt- och bakåt drivna flöden (Tibben-Lembke & Rogers 2002 s.276)

Framåt	Bakåt
<ul style="list-style-type: none"> • Prognostisering relativt enkel • En till många transporter • Produktkvalitet enhetlig • Destination / routing klar • Standardiserade kanaler • Dispositions alternativ klara • Prissättningen relativt enhetlig 	<ul style="list-style-type: none"> • Prognostisering svårare • Många till en transporter • Produktkvalitet inte enhetlig • Produktförpackningen ofta skadad • Destinastion/routing oklar • Undantagsdriven • Dispositions alternativen inte klara

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Betydelsen av snabbhet känd • Kostnaderna för distributionen noga övervakad med hjälp av kostnadsprogram • Lagerhantering konsekvent • Produktlivscykeln hanterbar • Förhandlingar mellan parterna okomplicerad Marknadsföringsmetoder välkända • Real-tids information lätt tillgänglig för att spåra produkten | <ul style="list-style-type: none"> • Prissättning beroende på många faktorer • Snabbhet ses sällan som en viktig prioritering • Kostnaderna mindre synliga • Lagerhanteringen är inte konsekvent • Frågor kring produktlivscykeln mera komplex • Förhandlingar kompliceras av ytterligare överväganden • Marknadsföring kompliceras av flera faktorer • Processen svårare att överskåda |
|---|---|

2.2 Orsaker till returer

Orsaken till att en produkt returnerats kan vara många. Den som returnerar produkten kan vara antingen en konsument eller ett företag inom en distributions kedja. Beroende på vem det är som returnerar en produkt så varierar vanligen orsaken. Returer från företag inom en distributions kedja kan till exempel vara sådana varor som skadats vid transport eller hantering eller på grund av att företaget har för stora lager medan en konsument vanligen returnerar en produkt på grund av dålig kvalitet eller för bortskaffande av produkten. (Santhanam 2006 s.1-2) Bland de produkter som härstammar från en konsument finns även så kallade icke defekta defekter (non defective defectives) vilket innebär att kunden trots att en produkt varit defekt trots att den fungerar eller att kunden som argument för att få returnera en produkt påstått att den inte fungerat. (Rogers Dale, Tibben-Lembke Ronald. 1998 s.12-13)

Vid indelningen av orsaker bakom returer från konsumenter kan dessa även delas upp enligt var på livscykeln som produkten befinner sig. Ifall produkten fortfarande är användbar kan orsaken till att den returneras vara behov av service eller att tillverkaren återkallat produkten. Har dock produkten nått slutet på livscykeln kan orsaken till att konsumenten väljer att returnera produkten till tillverkaren vara att tillverkaren skall ta hand om produkten på ett korrekt sätt eller återta material från produkten. (Rogers Dale, Tibben-Lembke Ronald. 1998 s.12-13) Tabellen nedan listar de vanligaste orsakerna till returer gällande produkt och förpackning och beroende på ifall den som returnerar är konsument eller ett företag inom en distributions kedja.

Tabell 3. Orsaker till returer (Rogers Dale, Tibben-Lembke Ronald. 1998 s. 13).

	Inom flödeskedjan	Slutkonsument
Produkt	<ul style="list-style-type: none"> • Lagerbalanserade returer • Returer relaterade till marknadsföring • ”End of life” / säsongprodukt • Transport skador 	<ul style="list-style-type: none"> • Defekta / oönskade produkter • Garanti returer • Återkallningar • Miljömässiga orsaker
Förpackning	<ul style="list-style-type: none"> • Återanvändbara förpackningar • Förpackningar för flera transporter • Avfallshanterings krav 	<ul style="list-style-type: none"> • Återanvändning • Återvinning • Avfallshanterings begränsningar

Kundreturerna är till en del resultatet av att företag använder returer som konkurrensmedel genom de så kallade öppna köpen där man som kund kan välja att returnera en köpt vara och få sina pengar tillbaka ifall man inte är nöjd med den. Under de senaste åren har företagen valt att ta i bruk allt mer liberala policyn gällande en kunds rätt att returnera en vara. Detta har lett till att kunderna börjat lämna tillbaka varor som de köpt

även om det inte skulle vara något fel på varan. Denna ökning av returer ställer i sin tur hårdare krav på en effektiv returlogistik. För de företag som försöker skärpa sin policy angående returer har de visat sig att en åtstramning av retur policyn kan vara svårt att genomföra då konkurrenterna fortfarande har liberala returpolicyn. (Rogers Dale, Tibben-Lembke Ronald. 1998. s. 18 -21)

Betydelsen av en effektivare returlogistik har även uppkommit på grund av det faktum att en produkts livscykel tenderar att bli allt kortare och värdet på varan minskar desto längre den befinner sig i en flödeskedja, både den framåt drivna och bakåt drivna. Därför är det viktigt att returflödet sker så snabbt som möjligt för att man skall kunna återfå största möjliga värde av varan. (Rogers Dale, Tibben-Lembke Ronald. 1998 s. 167)

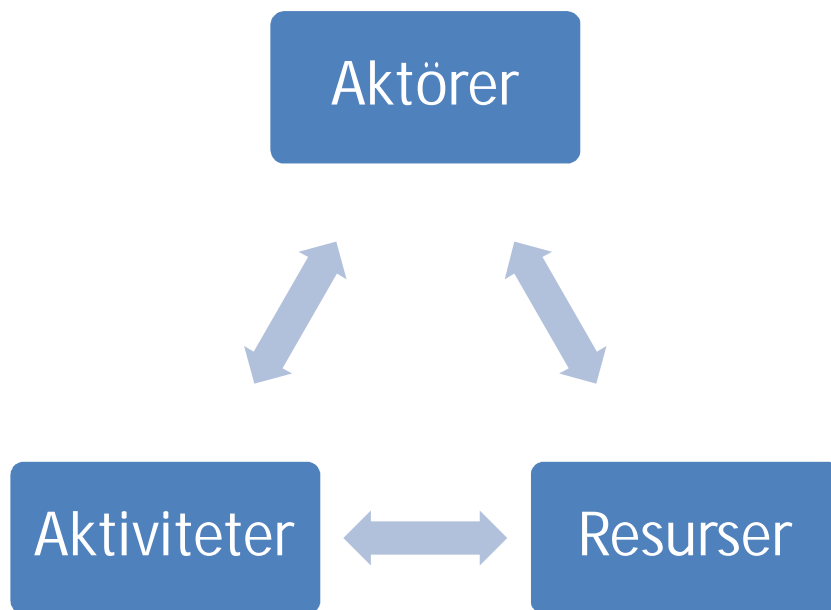
Ett annat område var returlogistik används för att stärka konkurrenskraften är den så kallade "clean channel" eller lagerbalanserade returer där tillverkare rensar sina kunders lager och därmed möjliggöra för kunderna att köpa in nya produkter. Detta medför att de kunder som sitter inne med stora lager av produkter som de inte kan sälja nu får möjlighet att köpa in det som deras kunder efterfrågar och på detta sätt öka kund tillfredställelsen samt generera intäkter för tillverkaren som annars skulle ha uteblivit. (Rogers Dale, Tibben-Lembke Ronald. 1998 s. 25)

Många företag väljer att skapa lösningar för returlogistiken som innefattar alla returer, också sådana som beror på fel leveranser. Dessa kunde istället undvikas genom bättre kontroll inom företaget. Lösningar för returlogistiken bör endast fokusera på sådana returer som man inte kan påverka. En hög produktkvalitet och en ändamålsenlig logistik påverkar också direkt antalet returer. Ett uttryck för en målsättning angående returer är "the best return is no return". Det mest effektiva sättet att minska på returer orsakade av kvalitetsfel är att se över produktkvaliteten samt den framåt drivna logistiken. (Stock James 2001 s.47-48)

Den mest effektiva lösningen för returlogistik är var både den framåtdrivna och bakåtdrivna logistiken kopplats samman till en helhet. Genom att flödet går genom samma kanaler och personer så skapas en synergi vilket bidrar till minskade kostnader samt ökad kundservice. Detta kan dock skapa problem eftersom de flesta distributionscentraler är gjorda enbart för hantering av framåtdrivna logistik vilket betyder att personalen saknar kunskap om hur de skall behandla returer, vart en retur skall skickas; till reparation, till tillverkaren eller annat. Detta medför att returer kan bli liggande istället för att skickas vidare uppåt i kedjan. (Rogers Dale, Tibben-Lembke Ronald. 1998 s.58-59)

2.3 Aktörer – Resurser - Aktiviteter

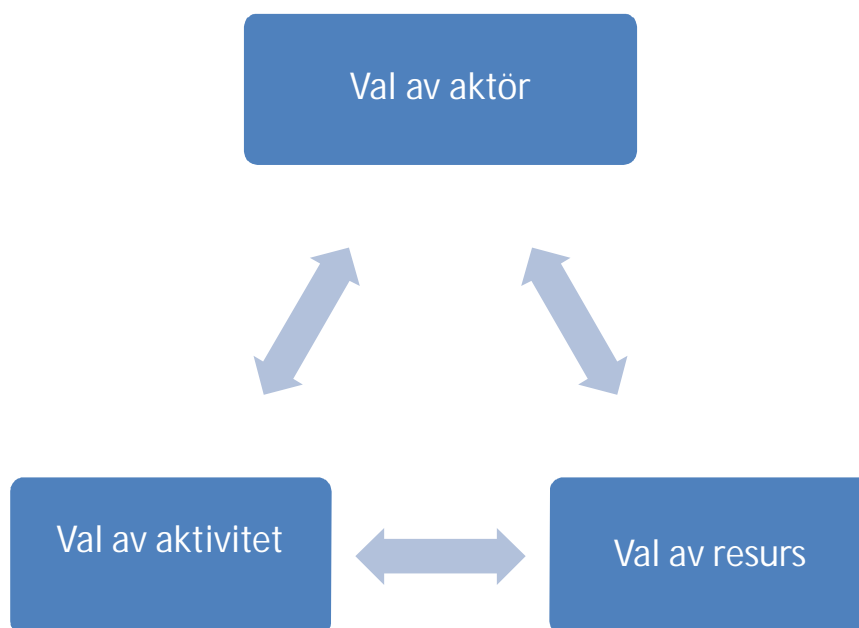
För att beskriva samt analysera returflödet har jag valt att använda mig utav aktivitet, resurs och aktörs-modellen som presenterats av Håkan Håkansson. Modellen är framtagen med syftet att vara ett hjälpmedel för att analysera företags inköpsverksamhet, det vill säga framåtdrivna logistik men som det redan konstaterats så innehåller även returlogistiken samma begrepp vilket gör att modellen även är användbar inom returlogistiken. Modellen baserar sig på att ett nätverk består utav tre sammankopplade delar; aktörer, resurser samt aktiviteter. (Gadde Lars-Erik & Håkansson Håkan s. 111–112)



Figur 1. Förhållandet mellan aktörer, resurser och aktiviteter (uppgifter från en viss källa 2007)

I boken Logistik för konkurrenskraft använder sig Göran Persson en liknande modell för att beskriva den omvända logistiken. Skillnaden mellan den omvända logistiken som Persson beskriver och den returlogistik som beskrivs i detta arbete är att i den omvända logistiken fokuserar företagen på att försöka minska mängden avfall och att returer är ett resultat av lagstiftade krav på tillverkarna gällande tillvaratagande av emballage och uttjänta produkter. Inom den returlogistik som detta arbete beskriver så har fokuset flyttat från att inte enbart minska mängden avfall utan till att i alla led kunna ta tillvara returernas maximala värde. En annan stor skillnad som kommer av detta är att inom den omvända logistiken så startar en retur från konsumenten medan en retur inom returlogistiken även kan ske inne i en flödeskedja.

Modellen består i likhet med Håkanssons modell utav tre delar: val av aktör, val av avfallsreduktionstyp och val av kanal. Under dessa rubriker finns olika valmöjligheter att välja mellan för att uppnå en lämplig kedja för företagets returer. Dessa kan dock jämföras med Håkanssons modell på så vis att val av kanal motsvaras av resurs och valet av avfallsreduktionstyp motsvarar val av aktivitet. Utgående från detta har jag nedan anpassat Perssons modell till de termer som Håkansson använder i sin ARA modell.



Figur 2. ARA enligt Persson Göran. (Logistik för konkurrenskraft 2007)

Jag kommer nedan att förklara Håkansson's modell närmare för att läsaren skall få en bredare uppfattning över vad som avses med aktörer, resurser och aktiviteter samt vilka dessa är inom returlogistiken. Efter det kommer jag att visa på vilka valmöjligheterna är.

2.3.1 Aktörer

Håkansson definierar aktörerna som de som kontrollerar eller äger resurserna och med hjälp av dessa utför aktiviteterna. Genom att kombinera aktiviteterna med resurserna så kan aktörerna skapa nya resurser eller omvandla befintliga resurser för att höja deras värde.

Den enskilda aktören i nätverket strävar till att utöka sin kontroll över nätverket vilket leder till att en annan aktör förlorar motsvarande kontroll. Detta leder till att det bland aktörerna inom ett nätverk skapas en konkurrenssituation där aktörerna genom samarbete med andra aktörer strävar till att skapa det bästa möjliga läge för sin egen del. (Hardegård 2007 s.9-10)

Aktörerna kan genom samarbete med andra aktörer välja att enbart koncentrera sig på en mindre del av de värdeskapande aktiviteterna i kedjan och därigenom specialisera sig på enbart den delen. (Nordin, Åsa. 2006 s. 6-7)

Dekkert et al har gjort följande försök till att dela upp och kategorisera de olika aktörerna som verkar i en returflödeskedja för att man skall kunna beskriva deras roller. (Rommert Dekker et al. s 19-27)

1. forward supply chain actors

Den första gruppen hör de aktörer som även verkar i den framåtdrivna flödeskedjan, det vill säga leverantörer, tillverkare, grossister och återförsäljare. (Dekker et al. s 19-27)

2. specialized reverse chain players

denna grupp hittar man aktörer som är specialiserade på returer och hanteringen av dessa. Till dem hör exempelvis företag som erbjuder tjänster inom returlogistik men även kommunala verk som tar tillvara avfall. (Dekker et al. s 19-27)

3. opportunistic players

Här hittar man exempelvis välgörenhetsorganisationer som tar tillvara returerna. (Dekker et al. s 19-27)

Detta betyder att vid valet av aktör finns det tre olika grupper med aktörer av vilka företaget kan välja mellan. I den första gruppen finns alla de aktörer som även verkar i den framåtdrivna flödeskedjan. I den andra kategorin finns till exempel specialiserade 3:e partslösningar som är företag vilka enbart sköter om andra företags retur. Till denna grupp hör även kommunala verk och som exempel nämns avfallshanteringen där kommunen samlar ihop och för vidare bostäders avfall. I den tredje gruppen finns exempelvis sådana välgörenhetsorganisationer som samlar in kläder och leksaker för välgörande ändamål.

2.3.2 Resurser

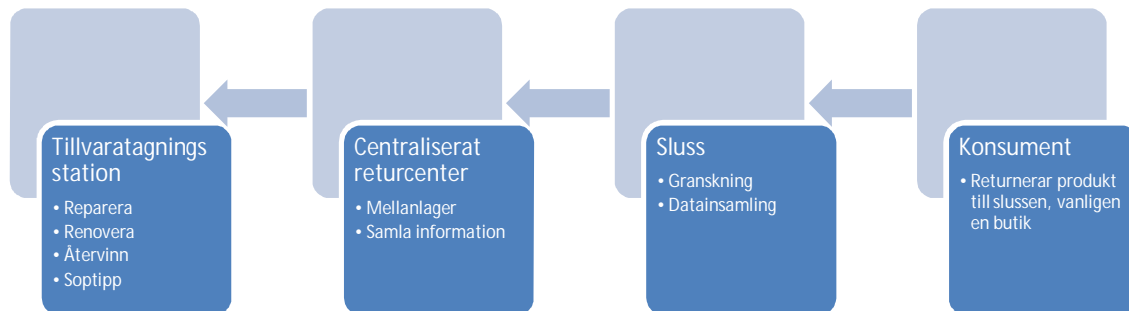
Resurserna är de medel som aktörerna har tillgång till och med vilka de utför aktiviteterna. Aktörerna kontrollerar resurserna genom direkt ägande eller genom samarbete med andra aktörer vilket i sin tur ger dem möjlighet att påverka resurserna. (Nordin, Åsa. 2006 s.8)

En resurs kan vara av materiell eller immateriell karaktär. typiska materiella resurser är maskiner medan immateriella är sådana som inte går att ta på, exempelvis kunskap eller en image.

De immateriella resurserna som kunskap och erfarenhet gör att två aktörer aldrig kan identiskt efterlikna varandra även om de materiella resurserna som finns att tillgå skulle vara samma. (Nordin, Åsa. 2006 s.8)

För att en resurs skall vara värdefull för aktören bör det dels finnas en efterfrågan för den just den resursen och dels bör resursen vara bättre än motsvarande resurser som

finns tillgängliga hos andra aktörer. (Nordin, Åsa. 2006 s. 9) Nedan en figur över de vanligaste resurserna i ett bakåtlöde. Pilarna mellan resurserna är transporter.



Figur 3. Resurserna i ett bakåtlöde (2007)

a) Sluss (Gatekeeper, GK)

Mottagningsplatsen där en vara genomgår en granskning för att bestämma ifall den skall sättas in i returflödet eller inte. GK är ofta lika med butiken dit slutkunden returnerar den vara hon köpt och var butiken kontrolleras enligt ett uppgjort schema om kriterierna för att kunden skall få returnera varan uppfylls, t.ex. produktens garanti är i kraft. Ifall kriterierna möts så går varan vidare till speciell distributions centraler varifrån de sedan går vidare till ett centraliserat returcenter. (Santhanam 2006 s. 15)

En undersökning som Xeptron, ett dataföretag baserat i USA låtit utföra visar på den betydelse och inverkan som slussen har för hela den fortsatta returhanteringen. Företaget hade upptäckt att hanteringen av deras returter fungerade ineffektivt och lät därför undersöka sin returlogistik för att se hur hanteringen av returter kunde göras mer effektiv. En av de viktigaste punkterna som framkom av undersökningen var att slussarna har

en nyckelroll för hela returhanteringen och för att den skall kunna fungera effektivt krävs det att de noggrant följer de anvisningar som getts samt att man ute på kontoren noga följer företagets policy gällande returer. (Albert et al. 2002)

b) Centraliserat returcenter (Centralized Return Centers, CRC)

Ett centraliserat returcenter fungerar som mellanlager där produkterna sorteras och lagras enligt behov. Genom att samla alla returnerade produkter till en central före vidare behandling kan man åstadkomma en högre lönsamhet jämfört med om de returnerade produkterna hade skickats vidare en och en. (Reverse logistics in the supply chain. s 50)

En annan fördel med centraliserade returcenter är möjligheten att upptäcka exempelvis konstruktionsfel i ett tidigt skede. Eftersom ett centraliserat returcenter hanterar returer från ett flertal slussar har de möjlighet att skapa användbar statistik utgående från den vid slussen inmatade informationen. Med hjälp av statistiken kan man sedan snabbt märka vanligt förekommande orsaker till returer och förhoppningsvis åtgärda dessa. (Rogers & Tibben-Lembke 1998 s. 56)

c) Tillvaratagnings station (Asset Recovery)

Från CRC skickas sedan produkterna till följande steg som är att analysera produkterna för att se vad som kan tas tillvara och vad som blir avfall (se tabell 2). (Santhanam s. 15-16)

Den huvudsakliga uppgiften för AR är därmed att försöka ta tillvara så mycket av de returnerade produkternas värde samt att minimera mängden som blir till avfall. (Rogers & Tibben-Lembke 1998 s. 66)

2.3.3 Aktiviteter

Med en aktivitet förstås att en aktör kombinerar sina resurser eller att flera aktörer tillsammans kombinerar sina resurser för att skapa nya resurser eller höja värdet på befintliga resurser.

Man kan skilja på två typer av aktiviteter beroende på deras karaktär. Transaktionsaktivitet där ägaren till resursen byts. Den andra typen av aktiviteter är de förändringsaktiviteter var resurserna omvandlas och förädlas. (Hardegård 2007 s.9-10)

Kombinerade tillsammans skapar dessa två olika typer av aktiviteter så kallade aktivitetscykler. Dessa aktivitetscykler ägs av ett flertal aktörer vilka genom att välja olika kombinationer strävar till att optimera aktivitetskedjan. (Hardegård 2007 s.9-10)

Beroende på den returnerade varan och dess kondition finns det olika möjligheter vart varan skickas, exempelvis till en outlet, säljare eller skänks till välgörenhet. (Tibben-Lembke & Rogers 2002 s. 9-10) Nedan en tabell som visar på de vanligaste alternativen för retur, fördelat på produkt och förpackning.

Tabell 4. Aktiviteter kopplat till retur (Rogers & Tibben-Lembke 1998 s.10).

Material	Returlogistisk aktivitet
Produkt	<ul style="list-style-type: none"> • Returnera till säljaren • Sälj på nytt • Sälj via outlet • Rädda (Salvage) • Reparera • Renovera • Tillverka nya produkter av de gamla • Återanvända produkter och deras komponenter • Återvinn • Soptipp
Förpackning	<ul style="list-style-type: none"> • Använd på nytt • Renovera • Återanvänd material • Återvinn • Rädda (Salvage)

Försäljning via outlet är ett vanligt alternativ för varumärkeskänsliga företag och betyder att tillverkaren tar tillbaka sin vara och sköter sedan själva om försäljningen i sin egen outlet butik. Fördelen med detta är dessutom att vinstmarginalen för företaget är högre än om varan skulle sålts via återförsäljare. (Rengel & Seydl 2002 s. 5)

Att tillverka eller renovera den returnerade varan är speciellt vanligt bland elektronikföretag och tillverkare av industrimaskiner. Detta går till så att tillverkaren tar tillbaka produkten och reparerar eller renoverar den till sådant skick att den går att sälja på nytt.

Kan medföra att kvaliteten på varan försämras jämfört med en helt ny motsvarande vara. (Rengel & Seydl 2002 s. 5)

Återvinning är ett alternativ som kommit fram tack vare regleringar som tvingat tillverkarna till att minska mängden material som går åt till att tillverka produkten samt att så långt det är möjligt, återanvända och återvinna produkten. (Rengel & Seydl 2002 s. 5)

Vanligen försöker företag att återanvända förpackningsmaterial så långt det är möjligt. Detta gäller speciellt här i Europa var företag enligt lag är skyldiga att ta tillbaka förpackningsmaterialet. (Rogers & Tibben-Lembke 1998 s.11) Exempel på var man återanvänder förpackningen är returlogistiken kring pantflaskor där flaskorna tvättas för att sedan sättas in i logistikflödet på nytt eller ifall det inte längre är möjligt så används returglas som råvarumaterial till andra produkter.

För utgångna säsongsvaror eller varor som fortfarande är användbara men kräver reparationer finns alternativet att donera dem till välgörenhet. (Rengel & Seydl 2002 s. 5)

Detta kan även användas inom marknadsföringen som i exemplet med Hanna Andersson, en butik för barnkläder som har startat ett program var man genom att skicka in sina gamla barnkläder får 20 % rabatt vid följande köp. De returnerade barnkläderna skänks därefter till hemlösa och andra välgörande ändamål. (Rogers & Tibben-Lembke 1998 s. 22-23) Det sista alternativet för alla returer är och bör vara att det hamnar på en soptipp som avfall (Rengel & Seydl 2002 s. 5).

2.4 Sammanfattning

Under de senaste åren har returlogistiken förvandlats från ett undangömt kapitel till ett nytt och intressant ämne inom litteraturen kring logistik. Trots detta är det väldigt få

som idag känner till exakt vad returlogistik är och vilka fördelar som en fungerande returlogistik har att ge ett företag. En stor del av intresset kommer från elektronikbranschen där det finns betydande inbesparingar att göra genom att kunna ta tillvara returnerade produkter i ett tidigt skede. Genom ett effektivt utnyttjat system för returerna kan företaget ta tillvara det värde som finns i dessa returerna.

I arbetet har jag med hjälp av ARA modellen diskuterat de olika delarna som utgör returlogistiken. Beroende av hur ett företag väljer att kombinera de till returlogistiken hörande aktörerna, resurserna och aktiviteterna kan de tillsammans skapa ett effektivt nätverk för hanteringen av returerna och på så vis skapa sig konkurrensfördelar. Genom att kombinera ett flertal aktivitetskedjor skapas ett komplett returhanteringssystem börjandes från kundreturen fram till tillvaratagningsstationen där det avgörs hur man på bästa sätt kan ta tillvara värdet i produkten, går den tillbaka till framåtflödet eller i sista hand om den går till soptippen (landfill).

Till följande kommer jag redogöra mina metodval och tillvägagångssätt för den undersökning som jag skall utföra.

3 METODIK

I detta kapitel kommer jag att redogöra begreppet metod och vad som avses med att forska enligt en metod. Därefter kommer jag att diskutera skillnaderna mellan en kvantitativ och kvalitativ metod för att se vilka skillnader det är mellan dessa. Detta för att sedan kunna avgöra vilken metod som är lämpad för den typ av undersökning som jag tänker göra. Efter att metoden är vald kommer jag att presentera olika typer av sätt att samla in data. Slutligen kommer jag att presentera mitt val av datainsamling och hur jag planerat att utföra min undersökning.

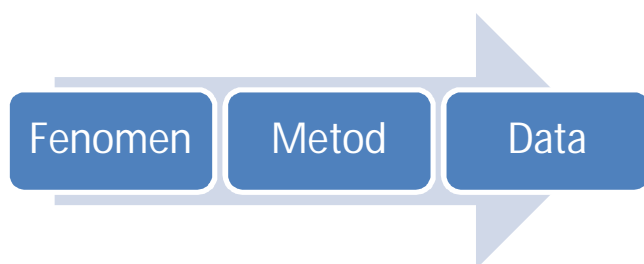
3.1 Fallstudie

Med en fallstudie som vetenskaplig ansats så avses att man ingående analyserar ett fenomen utgående från data baserat på ett individuellt fall. En fallstudie kan utföras då man antar att det fall som man undersöker är jämförbar med andra fall, och att de slutsatser som undersökningen kommer fram till skall gå att tillämpa på andra liknande fall. (Kumar 2005 s.113) En fallstudie är därmed ett sätt att förstå en större helhet av enskilda fall genom att ingående studera ett enda fall. (Gerring 2006 s.20) Fallstudier används ofta inom företagsekonomiska undersökningar gällande ämnen som exempelvis strategier var det kan vara svårt att enas om en gemensam linje. Därför försöker man med en fallstudie istället att öka förståelsen bland de inblandade.

Jag har valt att använda mig utav en fallstudie för att beskriva returlogistiken inom företag som verkar inom elektronikbranschen. En fallstudie tillåter mig att utföra undersökningen i ett företag för att förklara returlogistiken på ett sådant sätt att det även kunde stämma in i liknande företag inom samma bransch.

3.2 Forskningsmetodik

Genom att med hjälp av en undersökning kunna förklara ett fenomen krävs det att man utgår ifrån en metod med vilken man tolkar det undersökta fenomenet till data som man sedan kan presentera och som förklarar resultatet av ens undersökning. Meningen med metoden är således att den skall vara en beskrivning sättet som man utför empirin. Eftersom man med hjälp av metoden skall kunna spegla det undersökta fenomenet. Figur 4 nedan beskriver hur en metod används till att skapa data över ett fenomen.(Åsberg 2001 s.274)



Figur 4. Metoden skapar en bild över fenomenet (Åsberg 2001)

För att kunna avgöra vilken metod som passar ens syfte bäst börjar man med att välja mellan ett strukturerat eller ostrukturerat tillvägagångssätt för undersökningen. Det strukturerade tillvägagångssättet klassas vanligen som en kvantitativ undersökning och den ostrukturerade som en kvalitativ undersökning. Vilken av de två metoderna som man väljer att använda beror till stor del på vad det är som man vill undersöka samt i hurudan form man vill ha resultatet av undersökningen. En kvantitativ undersökning görs då man är intresserad av att kunna mäta och upprätta statistik resultatet av undersökningen. Exempel på detta är undersökningar som utförs för att exempelvis människors åsikter och attityder om någonting. Kumar framhåller i sin bok Research methodology att statistiken inte är en självklar del av en kvantitativ metod utan ett hjälpmedel för att fastställa och bekräfta resultatet i en undersökning. Vid en kvantitativ undersökning är upplägget för undersökningens utförande samt frågorna fastslagna på förhand

medan en kvalitativ undersökning kännetecknas av en större flexibilitet både vad gäller själva utförandet men även gällande frågorna. (Kumar 2005 s.12-13)

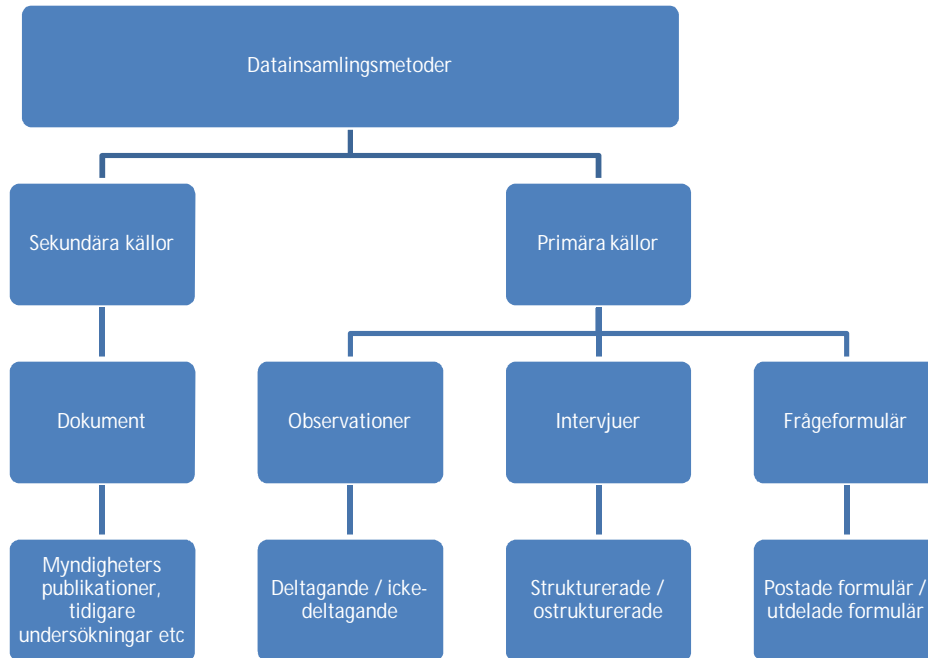
En kvalitativ undersökning görs då man är intresserad av en beskrivning över det undersökta fenomenet. Medan data som fås från en kvantitativ undersökning består av kvantiteter, det vill säga siffror som går att mäta och rangordna enligt skalor så består den data från en kvalitativ undersökning av beskrivande ord vilka inte kan rangordnas.(Kumar 2005 s.12) Exempel på kvantitativ data är därmed en persons ålder angett i antalet år ”15” medan motsvarande för kvalitativ data kunde vara ”tonåring”.

Valet mellan att utföra en kvantitativ eller kvalitativ undersökning var i mitt fall enkelt då syftet var att undersöka hur någonting utförs i ett företag och beskriva det. Undersökningen bygger därför på kvalitativa intervjuer där jag intervjuer med aktörer knutna till objektet för min undersökning. Intervjuerna skall sedan analyseras utgående från den teoretiska modellen över Aktör-Resurs-Aktivitets modellen som jag presenterat tidigare i arbetet.

3.3 Datainsamling

Insamling av data kan bestå av både primär- och sekundärdata (Figur 5). Skillnaden mellan dessa beror på vad som är källan till informationen. Primärdata består av förstahandsinformation som man själv samlat in från en primärkälla. Detta kan se genom intervjuer, observationer eller genom utskickade frågeformulär. Sekundärdata består däremot av sådan information som någon redan finns tillgänglig. Denna information kallas för sekundärkällor och kan bestå av exempelvis tidigare undersökningar eller dokument som myndigheter publicerat.(Kumar 2005 s.118-119) Användningen av sekundära källor bör dock göras med eftertanke. Validitet och reliabiliteten hos dessa källor kan varie-

ra. Vid användandet av sekundära källor är det därför även viktigt att ta i beaktande källans partiskhet.(Kumar 2005 s.141)



Figur 5. Datainsamlingsmetoder (Kumar s 118)

I min undersökning har jag valt att utföra intervjuer med anställda vid fallföretaget. Dessa utgör mina primärkällor.

3.4 Intervju

Intervjuer delas in i grupper om strukturerade och ostrukturerade intervjuer. Strukturerade intervjuer är intervjuer var man har en lista med förutbestämda frågor som intervjun följer. Frågorna kan ha både slutna och öppna svar. (Kumar s 126) Ett öppet svar ger respondenten möjlighet att med sina egna ord svara på frågan medan ett slutet svar betyder att det finns färdiga svarsalternativ av vilka respondenten väljer det han eller hon anser stämmer bäst in på frågan. Väljer man att använda sig utav slutna svar kan det vara en god idé att även sätta med ett alternativ var respondenten själv kan fylla in ifall

han eller hon inte hittar ett alternativ som stämmer överens med deras åsikt.(Kumar 2005 s.132) Strukturerade intervjuer kan ske ansikte mot ansikte men de kan även utföras över telefon. Med strukturerade intervjuer kommer samtliga frågor att ställas likadant åt alla respondenter vilket underlättar för senare jämförelser av resultaten.(Kumar 2005 s.126) Vid en intervju som görs för att få en djupare och mera detaljerad bild över något är en semi strukturerad intervju det lämplig. (Gillham 2001 s.19)

Fördelarna med att göra en intervju ligger bland annat i möjligheten att man då har möjligheten att klargöra frågorna och på så vis undviker man missförstånd som annars skulle kunna leda till felaktiga eller missvisande svar. Ifall intervjun görs personligen har den som utför intervjun samtidigt även möjlighet att kunna tolka den intervjuades kroppsspråk och av det kunna få ytterligare information. Intervjun ger även möjlighet att vid behov kunna gå djupare in på vissa av frågorna. Intervjuer kan dock vara väldigt tidskrävande beroende på hur stort antal intervjuer man tänker utföra och avstånden mellan respondenterna. (Kumar 2005 s.131)

En allmän fråga inför en intervju är hur många intervjuer man skall utföra. Svaret på detta är så många som det krävs för att få de svar man behöver. För att man skall kunna få generaliserbara resultat bör dock antalet inte vara för litet medan om antalet intervjuer är för många så finns det inte tid att analysera alla intervjuer. Beroende på vad syftet med intervjun är kan det ändå vara tillräckligt med en intervju medan man i ett annat fall kan bli tvungen att utföra flera intervjuer tills man får de svar som krävs för ens undersökning.(Kvale 2008 s.43)

För min intervju har jag valt att utföra en semistrukturerad intervju där jag följer en intervjuguide. Med en semistrukturerad intervju anser jag att det finns störst möjlighet att få fram den eftersträlvade informationen eftersom intervjun då följer ett schema med klara frågor samtidigt som respondenten relativt fritt kan formulera sina svar utgående från sitt synsätt.

Vid planeringen av intervjun har jag utgått ifrån de sju steg som Steinar Kvale beskriver i boken *Doing interviews*. Jag kommer här att presentera de olika stegen och redogöra hur jag planerar att utföra min undersökning.

Tabell 5. Sju steg inför en intervju (Kvale S 1996 s.88).

<p>1. Tematisering Formulering av syftet med undersökningen samt en beskrivning över ämnet som undersökningen behandlar.</p> <p>2. Design Planering av undersökningen utgående från hur man skall samla in den nödvändiga informationen.</p> <p>3. Intervjua Utför intervjuerna enligt en intervjuguide.</p> <p>4. Transkribering Förbered materialet från intervjun för vidare analys.</p> <p>5. Analys Välja analysmetod beroende på syftet med undersökningen.</p> <p>6. Verifiering Fastställa validiteten och reabiliteten över forskningsresultatet.</p> <p>7. Rapportering Framställning av forskningsresultatet.</p>

Inför planerandet av intervjun bör man kunna klargöra syftet med intervjun och vilken information som man är ute efter eftersom resten av planeringen kommer att basera sig på detta. Tematiseringen grundar sig på nyckelfrågorna vad, varför och hur. Med vad avses att man samlar in grunduppgifter om ämnet som skall undersökas. Varför är syftet med undersökningen, vad är det man vill få ut av den och slutligen hur skall man samla in informationen och analysera den. (Kvale 1996 s.98)

Hittills i arbetet har jag förklarat begreppet retur och returlogistik och med hjälp av en modell visat vilka aktiviteter som ingår i returlogistiken. Detta ligger sedan som grund för min undersökning av hur returlogistiken i praktiken är organiserad.

Insamlandet av informationen sker genom intervjuer med ett företag som är verksam inom elektronikbranschen och som har sitt kontor i Helsingfors. Valet av fallföretag gjordes genom bekvämlighetsurval eftersom jag hade tidigare kontakter till personer där. Dock skedde urvalet så att den bransch som företagen verkar inom är intressant eftersom mycket av litteraturen även innehöll exempel från andra företag inom elektronikbranschen.

Som stöd vid intervjutillfället hade jag en semistrukturerad intervjuguide som baserade sig på de forskningsfrågorna som finns i arbetets syftes förklaring, nämligen:

- Hurdana retur är företaget involverade i?
- Vilken är företagets uppgift i returprocessen?
- Finns det fördelar med att vara delaktig i andra företags returhantering?

Fördelen med att använda en semistrukturerad guide är att det ger intervjuaren möjlighet till att vid behov ställa följdfrågor samtidigt som den även har färdiga frågor som man behöver få svar på. Intervjuguiden bestod av fem huvudfrågor som följde en logisk ordning börjande med bakgrundsinformation över respondenten och företaget. Efter det hade jag sammanställt frågor som behandlade hanteringen av retur och slutligen respondenternas åsikter och attityder till returerna. Under dessa huvudfrågor hade jag ett antal underfrågor, dessa var dock inte alla nödvändiga att ställa utan fungerade som förslag på frågor.

Inför intervjun bör man försäkra sig om att respondenten är intresserad av att ställa upp på intervjun samt att det finns motivation att svara på frågorna. Det är även viktigt att respondenten förstår frågorna och vad som avses med dem. Vid undersökningar som strävar efter att ta fram faktauppgifter är det speciellt viktigt att respondenten verkligen

har den informationen som man är ute efter, det vill säga att det är rätt person som blir intervjuad. (Kumar 2005 s.140) Företaget som var jag utförde min undersökning kontaktades redan hösten 2009 för att höra ifall de var intresserade av att ställa upp på att bli intervjuade om deras hantering av returerna. Före intervjuerna presenterade jag teorin och mitt arbete i korthet för att på så vis försäkra mig om att vi båda har samma syn på frågornas innehåll.

Det följande steget efter det att intervjuerna är utförda är bearbetningen av materialet från intervjuerna för att underlätta vid analysen. En vanlig metod vid intervjuer är att man med en bandspelare spelar in intervjun för att sedan överföra den till skriftlig form för analys. Fördelen med att använda sig av en bandspelare är att man i efterhand kan spela upp intervjun. Nackdelen däremot är att den inte kan spara kroppsspråket. Ett annat alternativ är att intervjuaren skriver ner det väsentliga från intervjun efteråt med stöd av anteckningar som gjorts under intervjuens gång. En fördel med detta är att eftersom transkriberingen sker genast efter intervjun så kommer intervjuaren att komma ihåg kroppsspråket som respondenten hade vilket inte en bandad intervju kan notera. Vid mina intervjuer har jag valt att använda bandspelare eftersom det jag anser att det kommer att underlätta vid den senare transkriberingen och analysen. Samtidigt ger bandspelaren intervjuaren en större möjlighet att koncentrera sig på intervjun istället för att minnas vad respondenten svarat. Det sammanställda materialet från intervjuerna analyseras efteråt utgående från Aktör Resurs och Aktivitets modellen.

3.5 Validitet och reliabilitet

Validitet och reliabilitet är två viktiga begrepp inom forskningen. Eftersom man i en kvalitativ undersökning strävar till att på ett korrekt sätt beskriva ett fenomen är det viktigt att det även finns ett sätt att kontrollera att slutresultatet av undersökningen stämmer överens med verkligheten. (Silverman 2004 s.283) Med validitet avses att en undersökning verkligen tar fram den information som man är ute efter. Det vill säga att under-

sökningen mäter det den är ämnad att mäta. En metod för att uppnå validitet i en undersökning är att man har en logisk koppling mellan undersökningsfrågorna och syftet med undersökningen.(Kumar 2005 s.153-154) Med en hög reliabilitet avser man att undersökningen är fri från tillfälligheter och att samma resultat skulle fås ifall man gjorde undersökning en gång till (Silverman 2004 s.285). För att uppnå reliabilitet i arbetet har jag jämfört svaren som gäller hanteringen av returerna med de interna dokumenten som tillverkarna gett fallföretaget.

I en kvalitativ undersökning bör man vara medveten om den inverkan som respondenternas åsikter och attityder har på validiteten. Detta innebär enligt Cohen att man aldrig kan nå fullständig validitet. Undersökningen bör därför istället utgå från en nivå av validitet. Validiteten i en forskning kan delas mellan intern och extern validitet. Den interna validiteten är en beskrivning över hur väl resultaten av en undersökning speglar det undersökta fenomenet (Cohen 2000 s.105-107). Som forskare bör man försäkra sig om att den information som man samlat in och vilken slutsatserna av forskningen baserar sig på inte har påverkats av tillfälligheter i samband med insamlandet. Hur väl resultatet av en undersökning är i ett annat fall beskrivs med extern validitet.(Seale s.38-40) För att uppnå intern validitet i min undersökning använde jag mig utav respondent validering. Detta innebär att respondenterna i efterhand kontrollera mina slutsatser för att se om de stämmer överens med vad de avsett (Seale s.61).

3.6 Sammandrag

I detta kapitel har jag redogjort över hur mitt metodikval och hur jag planerade att utföra min undersökning med hjälp av en intervju. För grund för planeringen av intervjun har jag använt en modell som består av sju steg där man i varje steg beskriver hur man kommer att utföra intervjun fram till den senare analysen och presentationen. I följande kapitel presenterar jag resultatet av empirin och min analys.

4 EMPIRI

Till följande kommer jag att redovisa för den empiri som jag med hjälp av intervjuerna samlat in. Jag kommer att börja med en beskrivning av företaget och respondenterna för att läsaren skall få en uppfattning om företaget och vilka de respondenterna som jag intervjuat är. Dessa bakgrundsuppgifter är baserade på de två första frågorna i min intervjuguide. Därefter kommer jag att redogöra över företagets returhantering och företagets syn på returhantering. Redogörelsen sker med en deskriptiv analys vilket innebär att baserat på respondenternas svar så framställs svaren i form av en berättelse.

Efter den deskriptiva analysen kommer jag att med hjälp av ARA-modellen beskriva hur returerna är organiserade i de nätverk som framkommit genom intervjuerna.

4.1 Val av fallföretag

I den litteratur som teoridelen baserar sig på fanns det många exempel på företag som utvecklat sin returhantering och som ansåg den vara en naturlig del av deras strategi för ökad konkurrenskraft. Då jag började sondera efter lämpliga företag för min undersökning kom jag dock till den slutsatsen att returlogistik som den beskrivits i teorin inte ännu kändes igen bland de företag som jag hade kontaktat.

Lösningen på problemet med att hitta ett lämpligt fallföretag fanns i teoridelen. Där beskrevs två branscher där det höga värdet på returerna tvingat fram effektiva lösningar. Den första branschen var nätbutiker som på grund av mängden returer har tvingats till att effektivera returhanteringen. Den andra branschen var elektronikbranschen. Eftersom jag hade kontakter till ett företag inom den branschen så var valet enkelt att välja det för min undersökning.

4.1.1 Fallföretaget

För intervjun hade jag valt ett medelstort företag som främst säljer reservdelar till kontorsmaskiner och hemelektronik. Företagets huvudkontor finns i Norden och de har filialer i ca 10 andra länder, varav ett i Finland. Totalt sett har företaget ca 40 anställda. Bland deras leverantörer finns några av de största elektronik tillverkarna, vilket gjorde dem intressanta ur undersökningens synvinkel eftersom man kan utgå från att dessa bör vara medvetna om returernas värde och de möjligheter som återvinningen av material från returer kan ge. (Respondent 1)

Fallföretagets kunder består till största delen av olika serviceföretag som sköter om reparationer av kontorsmaskiner för både företag och privatpersoner. En annan, något mindre kundgrupp är återförsäljare av konsumentelektronik samt till en viss begränsning hör även privatpersoner till kunderna. Privatpersoners returer enligt dessa program sker dock inte via fallföretaget och dessa ingår därför inte i denna undersökning. (Respondent 2)

Eftersom företaget önskade vara anonymt kommer jag heller inte att nämna namnen på respondenterna utan enbart kalla dem för respondent 1 och respondent 2. För att bekräfta validiteten av intervjuerna, det vill säga att det är rätt personer inom företaget som intervjuats så kommer jag att kort beskriva respondenterna.

Respondent 1

Min första respondent har jobbat ett par år inom företaget. Eftersom företaget har så få anställda så är respondentens arbetsuppgifter mycket varierande och omfattande. Till de vardagliga uppgifterna hör att ta emot beställningar och förfrågningar av kunderna. Respondenten tar även emot inkommande leveranser och hanteringen av dem. Respondenten har en ingenjörsexamen från Arcada och intresset för elektronikbranschen gjorde att företaget kändes som en intressant arbetsplats efter studierna. (Respondent 1)

Respondent 2

Den andra respondenten fungerar som vd för den finländska filialen. Respondenten har jobbat ett flertal år inom företaget. Före detta har respondenten lång erfarenhet inom elektronikbranschen. Eftersom företaget har få anställda så är arbetsuppgifterna till stor del samma som för respondent 1. Utöver dessa har dock respondenten även till uppgift att sköta kundrelationerna. (Respondent 2)

4.1.2 Returhanteringen inom företaget

I frågeguiden var frågorna som gällde hanteringen av returerna uppdelade på två huvudfrågor. Den första huvudfrågan lød ”Vilka företags returhantering är ni en del utav?” och den andra huvudfrågan var ”Hur fungerar returhanteringen?”. Med den första frågan ville jag dels, som frågan lyder, veta vilka tillverkare som har organiserat sin returhantering så att fallföretaget är involverade. Förutom detta var avsikten med frågan även att se vilka typer av produkter det är som returneras. Den andra frågan hade som avsikt att ge en beskrivning över hur returhanteringen i praktiken fungerar då returerna kommer in till företaget. I samband med intervjuerna kom dessa två huvudfrågor dock att gå in i varandra så därför har jag valt att presentera svaren från dessa under en gemensam rubrik.

För tillfället är det två tillverkare som har speciella returprogram med syftet att de skall kunna ta tillvara materialet från returerna. I det första fallet gäller programmet alla typer av reservdelar medan det andra enbart gäller för att ta tillvara färgkassetter. Respondent 2 berättar att det för bland tillverkarna till stor utsträckning handlar om att förhindra så kallade piratföretag från att komma över deras förbrukade delar. Detta gäller speciellt tillverkarna av skrivare eftersom det inom den branschen finns många så kallade piratföretag vars affärsidé är att köpa in tomma färgkassetter som de sedan fyller med ny färg och säljer som nya. (Respondent 2)

Det förstnämnda returprogram som gäller alla typer av reservdelar innebär att kunden kan välja mellan att köpa en reservdel som är kopplad till returprogrammet eller en som inte hör till det. För att motivera kunden att välja retur alternativ är dessa lägre prissatta. I samband med att en kund väljer att köpa en sådan reservdel så förbinder sig kunden även att inom ett visst antal dagar returnera den utbytta delen till företaget. Ifall detta inte sker blir kunden tvungen att betala mellanskillnaden till en normalt prissatt reservdel. (Respondent 2)

Då kunden returnerat den utbytta delen kontrolleras det att det verkligen är rätt del som returnerats samt att den är i en sådan kondition som returprogrammet förutsätter, det betyder att den till exempel inte får ha synliga fysiska skador. Den returnerade delen bör även vara inne i samma förpackning som reservdelen levererades i för att den skall godkännas som en giltig retur. Godkänns delen som en retur så skickas delen vidare till tillverkaren. Även i detta skede finns en tidsgräns inom vilken delen bör skickas till leverantören för att undvika en avgift. (Respondent 1)

Det andra returprogrammet som fallföretaget är involverat i är ett returprogram för insamlande av tomma färgkassetter som en tillverkare av skrivare för proffsbruk har utvecklat för att samla in sina tomma färgkassetter. Detta returprogram gäller både för privatpersoner och för företag med större förbrukning av färger. Privatpersoners returer är dock fallföretaget inte involverade i (Respondent 2). De returnerade färgkassetterna sorterar och de olika materialen skiljs från varandra för vidare återvinning och återanvändning. (Respondent 1)

Programmet fungerar så att kunden som använder företagets skrivare beställer nya returlådor samt avhämtning av deras fulla returlådor, via tillverkarens hemsida. Fallföretaget får därefter informationen från tillverkaren och ordnar transporten av lådorna till sitt lager. Dessa samlas sedan ihop till en större mängd returlådor före de skickas vidare för tillvaratagning av materialet. (Respondent 1) Genom att samla ihop en större mängd re-

turlådor som sedan kan transporteras vidare samtidigt så minskar man samtidigt på antalet transporter (Respondent 2)

Förutom returerna som hör till tillverkarnas speciella returprogram är fallföretaget även en del av returkedjan då det gäller garantirelaterade returerna. Vid dessa returerna har de flesta leverantörerna ställt noggranna krav över vilken information som bör finnas med vid returneringen, som till exempel felkoder eller dylikt. Informationen om orsaken till returen baserar sig på de uppgifter som kunden lämnar. Den kontroll av delarna som görs då en retur anländer är att den undersöks för att se att den inte har några fysiska skador och att det är rätt del som returnerats. (Respondent 1)

Till dessa garantirelaterade returerna räknar företaget också de fall då kunden returnerar en reservdel som egentligen inte är söndrig. Orsaken till dessa kan enligt företaget vara att kunden trott sig beställt rätt del men som senare visat sig vara fel del. Under kategorin garantireturerna hör även de fall då produkten som levereras redan är söndrig, så kallade dead on arrival (DOA). (Respondent 1)

4.1.3 Företagets åsikter kring returerna

Detta var intervjuguidens sista huvudfråga. Med denna fråga ville jag veta hur respondenterna upplevde att hanteringen av returerna påverkade deras eget arbete. Med frågan ville jag även veta om företagets syn på returerna för att på så vis få ett svar på forskningsfrågan om vilka fördelarna med returhanteringen innebär för företaget.

Hanteringen av returerna ökar behovet av lagringsutrymme hos fallföretaget eftersom en del av returerna är sådana som skall skicka vidare i större partier och därför måste stå och vänta i lagret tills en viss mängd returerna har uppnåtts. Returerna orsakar även arbete

i samband med packningen i samband med den vidare transporten. Respondent 2 berättar att hanteringen av returerna kan innebära mycket arbete för företaget då alla produkter som returneras skall undersökas och i vissa fall är de även tvungna att packa om returerna eftersom de kunderna kan ha missförstått de anvisningar som tillverkaren gett. Lagringen av returerna medför även ökade lagerkostnader för fallföretaget. (Respondent 2)

Den i teorin nämnda prioriteringsfrågan gällande utgående varor och hanteringen av returerna stämde dock endast delvis in på returhanteringen i det företaget. Många av returerna kräver en hög prioritering eftersom företaget förlorar pengar ifall delarna inte returneras till tillverkaren inom en fastställd tidsgräns. (Respondent 1)

Att använda returhanteringen i samband med marknadsföringen har inte varit aktuellt för företaget. Programmen nämns vid samtal med nya kunder och man förklarar hur de fungerar eftersom till exempel nya företag inte alltid känner till dem. Eftersom även konkurrenterna har tillgång till samma eller liknande program så har det enligt företaget inte varit aktuellt att se det som ett speciellt konkurrensmedel. Respondent 1 nämner att det ändå kan vara ett slags stöd för kunderna att de kan ringa och fråga angående sina returerna till samma företag som de köpt delarna av. (Respondent 1)

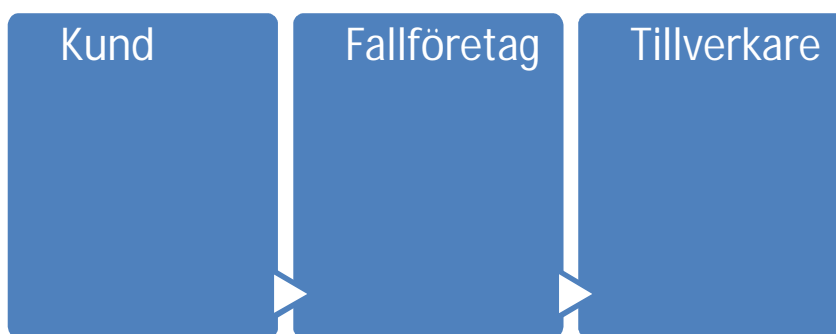
4.2 Nätverksmodellen (ARA)

Till följande kommer jag att analysera det undersökta företaget utgående från Aktivitets, Resurs och Aktörsmodellen som presenterades i teoridelen.

4.2.1 Aktörer

Enligt teorin om nätverksmodellen så kan en aktör bestå av ett enskilt företag eller organisation. Ett nätverk består således av ett flertal aktörer som utför aktiviteter genom att deras resurser kombineras.

I det nätverk som utgör returhanteringen i den utsträckning som jag undersökt i detta arbete finns ett flertal aktörer men av dessa är det främst tre stycken aktörer som jag valt att lyfta fram. Dessa är leverantören eller tillverkaren av elektronikprodukterna, företaget för min undersökning och som den tredje aktören kommer kunden som returnerar en vara. Utöver dessa finns det inom kedjan ett antal övriga aktörer men för att analysen skall vara mer överskådlig har jag valt att enbart fokusera på dessa tre.



Figur 6. Aktörerna

Dessa tre är placerade så i kedjan att fallföretaget fungerar som mellanhand mellan kunden och tillverkaren. Samma position har företaget även vid den normala, framåtdrivna försäljningskedjan. I de nätverk som utgör returhanteringen så är dock de aktiviteter som företaget utför mer varierande än vid den framåtgående försäljningen men mera om dessa aktiviteter senare.

4.2.2 Resurser

Som beskrevs i teoridelen så kan resurser bestå av både materiella och immateriella tillgångar. Dessa tillgångar ägs och kontrolleras av aktörerna i nätverket.

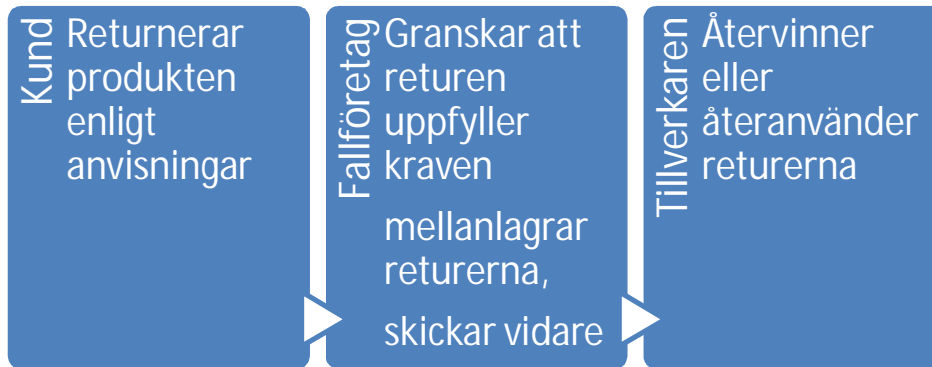
Resurserna inom den undersökta delen av returkedjan är främst materiella resurser men även immateriella resurser som kunskapen över produkterna kan anses vara värt att lyfta fram. Inom fallföretaget är det till stor del lagringsutrymmet som utgör den mest använda resursen.

Genom att tillverkaren använder sig av samma mellanhand som vid försäljningen kan de utnyttja de immateriella resurserna i form av kontakter som redan finns mellan fallföretaget och kunderna.

Av alla de returer som företaget var involverade i fungerade de som en sluss (gatekeeper) dit returen genomgick en första kontroll för att klargöra ifall den godkändes som en retur. För vissa av returerna användes företagens lagringsutrymme som ett centraliserat returcenter (Centralized Return Center) där de mellanlagrades före vidare transport. Dessa returer var dock sådana att de ytterligare fördelar som teorin tog upp gällande statistik över orsaker till returer med mera inte var lämpad.

4.2.3 Aktiviteter

Aktiviteterna som fallföretaget utför är mycket varierande då det gäller returer. Vilka aktiviteter som utförs är beroende på dels returprogrammet och dels på orsaken till returen. Här hittar man även skillnader i användningen av företagens resurser.



Figur 7. Aktiviteter

De vanligaste förekommande aktiviteterna hos fallföretaget är alla kopplade till logistiken och innebär lagring och insamling av returerna. Andra aktiviteter är förmedlingen av information gällande returerna från kunden till tillverkaren. Fallföretagets aktiviteter var som konstaterat varierande beroende på hur tillverkarens returprogram var utformat. Vid normala garantireturerna var aktiviteterna relativt få och likadana och där skilde sig de olika tillverkarna endast åt med mängden information de krävde gällande returerna. I fallet med returprogrammet för tomma färgkassetter var däremot antalet aktiviteter som fallföretaget utförde betydligt fler och även informationsgången skilde sig jämfört med de andra returerna.

4.3 Konklusion

De returerna som företaget är involverade i kan utgående från indelning i teorikapitlet delas enligt följande grupper:

- Märkesspecifika returprogram för återanvändning
- Garantirelaterade returerna
- Defekta produkter

Den första gruppen, de märkesspecifika returerna, är initierade av tillverkarna själva och har som syfte att förhindra andra företag från att komma åt det värde som finns i de förbrukade delarna. Detta stämde överens med den information som fanns i teoridelen gällande färgkassetterna. Värdet på exempelvis tomma färgkassetter är högt eftersom man enkelt kan fylla tomkassetterna med ny färg och sälja dem vidare.

Garantirelaterade returerna är fallföretaget naturligt delaktiga i på grund av sin roll som säljare av delarna. Fallföretagets uppgifter vid dessa returerna varierade mellan tillverkare. Vissa av tillverkarna ville i detta skede ha utförlig information om orsaken bakom garantireturen medan andra tillverkare inte krävde samma mängd information.

Till gruppen defekta produkter som företaget kommer i kontakt med hör DOA produkter (Dead On Arrival) samt icke defekta defekter. Hanteringen av dessa sker enligt samma rutiner som returerna relaterade till garantier vilket innebär att produkterna returneras till tillverkaren tillsammans med en felkod.

Litteraturen kring returlogistik nämner att ett av problemen vid hanteringen av returerna är den förpackning som produkterna returneras i. Produkter som kommer tillbaka i söndriga förpackningar, fel förpackning eller ingen förpackning alls gör att lagring och transporter av produkterna försvåras. Om produkterna inte är i rätt förpackning försvåras detta också för vidare hantering eftersom man inte vet vilken produkt det är som returnerats. Detta problem hade en tillverkare i undersökningen löst genom att den returnerade produkterna skulle returneras i samma förpackning som reservdelen kommit i. I fallet med programmet för färgkassetterna fick kunderna färdiga returlådor. Kontrollen att det verkligen är rätt produkt i lådorna sker då returerna kommer in till företaget eftersom returen bör vara korrekt då fallföretaget sedan skall skicka produkterna vidare till tillverkaren.

I teorikapitlet konstaterades att det finns fördelar med att returflödet sker genom samma kanaler som försäljningsflödet. Detta stämde överens med de flöden som fanns inom det undersökta företaget. Detta skapar enligt Rogers & Tibben-Lembke synergieffekter vilket leder till att kostnaderna för returhanteringen sänks samt att kundservicen stärks. De fördelar som respondenten ansåg fanns var att de känner kunderna och att det därför redan fanns klara kontaktkanaler.

Fallföretagets uppgifter vid returneringar var att de alltid agerade som en sluss med uppgiften att godkänna returen före den gick vidare till tillverkaren. Hur omfattande detta arbete är varierar mellan tillverkarna.

Mina konklusioner av undersökningen är att företagen har börjat inse värdet som ligger i returerna. I detta arbete har jag dock med avsikt valt att undersöka en sådan bransch där man sedan en längre tid tillbaka varit medveten om de utmaningar och möjligheter som ligger i en effektiv returhantering. Därför var det också väntat att tillverkarna hade färdiga program för hur de skulle få tillbaka sina produkter.

Utgående från de uppgifter jag samlat in är det främst tillverkarna som har nytta av programmen för returer. En betydande del av arbetet med dessa sker dock bland de företag som säljer delarna genom att det krävs tid och arbete vid hanteringen av returerna samt lagringsutrymme. De exempel på hur returlogistiken kunde öka lönsamheten genom hela kedjan, exempelvis möjligheter för elektronikbutikerna att returnera osålda produkter för att kunna köpa in nya och mera säljande produkter fanns inte.

5 SLUTDISKUSSION

Då jag valde att skriva mitt examensarbete om returlogistik var tanken att arbetet samtidigt skulle vara en presentation och en introduktion till ett nytt ämne inom logistiken. Ämnet som sådant var då så nytt att litteratur kring returlogistik endast bestod av några sidor i slutet av den befintliga logistiklitteraturen. Idag har mängden litteratur som behandlar returlogistik ökat avsevärt, vilket jag konstaterade redan i inledningen av arbetet. Fortfarande är i stort sett all litteratur skriven på engelska och den beskriver därmed returlogistiken sett från de engelskspråkiga ländernas synvinkel. Med detta arbete hoppas jag kunna ge en första insikt i returlogistiken ur ett finländskt perspektiv och den betydelse som returhanteringen kan haför företagets konkurrenskraft.

Eftersom arbetet skulle behandla ett nytt ämne så var mitt första syfte att ge läsaren en förklaring till vad returlogistik är och kort visa på vilka fördelarna returerna kan ge ett företag. Ämnet var samtidigt även nytt för min del vilket gjorde att det var intressant att leta efter information gällande returlogistik för att hitta relevanta källor till arbetet. Samtidigt kändes det också svårt att avgöra hur jag skulle avgränsa arbetets omfång. Av det material som jag fann hade det varit att göra ett betydligt mera omfattande arbete men valet föll ändå på att enbart ge en kortare och lättförståelig översikt över ämnet returlogistik. Detta mål anser jag att arbetet lyckats med och förhoppningsvis är även läsaren av samma åsikt.

Mitt andra syfte med arbetet har varit att med hjälp av en fallstudie visa hur returlogistiken kan ske inom ett företag i elektronikbranschen. För detta ändamål var valet av fallföretag var mycket lämpligt. Företaget säljer reservdelar till några av de största elektronikföretagarnas produkter. Detta medför att jag genom att undersöka ett enda företag fick exempel på ett flertal företags returhantering. Syftet med fallstudien var att undersöka vilka returerna företaget är involverade i, vilka företagens uppgifter är i returprocessen samt deras åsikter om fördelarna med att vara involverade i tillverkarnas

program för returhantering. Dessa mål uppnåddes och fallstudien gav en inblick i hur olika tillverkare har valt att organisera sin returhantering på olika sätt. Resultatet av fallstudien stöder huvudmålet med arbetet, att introducera returlogistiken och visa på dess betydelse för företagen.

5.1 Förslag till vidare forskning

Som konstaterat finns det fortfarande ytterst knapphändigt med information gällande returlogistik där ämnet behandlas ur ett nordiskt perspektiv. Förslag på vidare forskning kring ämnet är därför väldigt öppet. Under arbetets gång har jag dock gång på gång förundrats över avsaknaden av kvantitativ data gällande returer i de nordiska länderna. Detta skulle enligt min åsikt vara en mycket viktig del av den fortsatta forskningen kring returlogistik.

5.2 Reflektioner

Att ämnet fortfarande är nytt och okänt kom tydligt fram både före och under arbetets gång. Av de jag diskuterat ämnet med är de flesta av den åsikten att det är den framåtdrivna logistiken som är huvudsaken och returer är något som bara finns där bakom. Returerna finns trots allt där och de flesta företag kommer i något skede att bli tvugna att utveckla system för att hantera dessa effektivt. De tillverkare som undersökningen behandlade var alla stora utländska jättar som i många år redan hunnit utveckla sin returhantering. Därför anser jag det viktigt att nu lyfta fram returlogistiken för de företag som ännu inte insett returernas betydelse och möjligheter.

KÄLLOR

Albert, Wee Kwan Tan & Wei, Shin Yu & Kumar Arun. 2002, Improving The Performance Of A Computer Company In Supporting Its Reverse Logistics Operations In The Asia-Pacific Region, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, vol 33 nr 1, s59-74. Tillgänglig: Emerald. Hämtad 03.12.2009

Clive Seale , The quality of qualitative research

Dekker, Rommert & Fleischmann, Moritz & Inderfurth, Karl & Wassenhove, Luk N Van. 2004. Reverse Logistics - Quantitative Models for Closed-Loop Supply Chains. Springer. 436 s.

Esty, Daniel & Winston, Andrew. 2006, *Green to gold: how smart companies use environmental strategy to innovate*, Yale University Press, 366 s.

Gadde Lars-Erik & Håkansson Håkan. 1998, Professionellt inköp, 2 uppl., Studentlitteratur, 258 s.

Gerring, John. 2006, Case Study Research: Principles and Practice, Cambridge University Press, 278 s.

Gillham, Bill. 2001, *Research Interview*, Continuum International, 108 s.

Hardegård, Jesper. 2007, *Hållbar Nätverksutveckling*, C-uppsats, Luleå:

Luleå tekniska universitet.

Kirk, J. Miller, M.L. 1986, *Reliability and Validity in Qualitative Research*, SAGE Publications Inc, 86 s.

Kumar, Ranjit. 2005, *Research methodology: a step-by-step guide for beginners*, 2 uppl., Sage Publications Ltd, 352 s.

Kvale, Steiner. 2008, *Doing interviews*, Sage Publications Ltd, 160 s.

Kvale, Steiner. 1996, *InterViews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*, Sage Publications Ltd, 344s.

Nordin, Åsa. 2006, *Strategiska samarbeten inom tryckindustrin – ett sätt att skapa konkurrensfördelar?*, Magisteruppsats, Mittuniversitetet, Institutionen för samhällsvetenskap.

Rengel, Paloma & Seydl Christoph. 2002, *Completing the Supply Chain Model*,
Course paper, Stockholm: School of Business.

Rogers, D & Tibben-Lembke, R. 1998, *Going Backwards: Reverse Logistics Trends*

and Practices, University of Nevada:Reno Center for Logistics Management, 275 s.

Respondent 1. 2010, *Intervju om fallföretagets returhantering* [muntl.] 20.4.2010

Respondent 2. 2010, *Intervju om fallföretagets returhantering* [muntl.] 20.4.2010

Santhanam Rajagopala. 2006, *Methodology For Reverse Supply Chain Design In Consumer Electronics Industry*, Texas: The University Of Texas At Arlington.

Seale, Clive. 1999, *The Quality of Qualitative Research*, SAGE Publications Ltd. 224 s.

Silverman, David. 2004, *Qualitative Research: Theory, Method and Practice*, 2 uppl., Sage Publications Ltd. 390 s.

Srivastava Samir & Srivastava Rajiv.2006, Managing product returns for reverse logistics, Management Development Institute, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, vol. 36 nr 7, s. 524-546. Tillgänglig: Emerald. Hämtad 03.12.2009.

Stock, James. 2001. *Reverse Logistics in the Supply Chain*, businessbriefing, globalpurchasing and supply chain strategies. Tillgänglig: http://www.lomagman.org/reverselogistique/ReverseLogisticsintheSupplyChain7_J-stock.pdf 4 s. Hämtad 4.12.2009

Tibben-Lembke, R & Rogers, D. 2002, Differences between forward and reverse logistics in a retail environment, *Supply Chain Management: An International Journal*, vol. 7 nr 5, s. 271-282. Tillgänglig: Emerald. Hämtad 03.12.2009.

Åsberg, Rodney. 2001, *Pedagogisk Forskning i Sverige*, årg 6 nr 4 s 270–292.

BILAGA 1. INTERVJUGUIDE

Forskningsfrågorna:

- Hurudana returerna är företaget involverade i?
- Vilken är företagets uppgift i returprocessen?
- Finns det fördelar med att vara delaktig i andra företags returhantering?

Frågeguide:

1. Beskriv dina arbetsuppgifter/din roll i företaget

- Hur länge har du jobbat inom företaget?
- Vilka är dina tidigare erfarenheter eller utbildning inom branschen?
- Vilka är dina vardagliga arbetsuppgifter?

2. Presentation över företaget

- Grundat, bransch, omsättning, antal anställda, verksamma länder?
- Hur länge har ni varit verksamma i Finland?
- Vilka märken ni säljer/representerar?
- Vilka är era kunder?

3. Vilka företags returhantering är ni en del utav?

- Vilka är vanliga produkter som returneras?
- Sker företagets alla returerna genom er?
- I vilket skede började ni sköta om returerna?

4. Hur fungerar returhanteringen?

- Var kommer ert företag in i bilden?
- Praktiska arrangemang?
- Informationen kring returerna?
- Kontakter mellan företagen?

5. Tankar och åsikter kring returer

- Negativa delar med att vara en del av andra företags returhantering?
- Positiva delar med att vara en del av andra företags returhantering?
- Finns det saker som ännu kunde utvecklas gällande returhanteringen?
- Stöder det er övriga verksamhet?