

Returer inom E-handel av Mode: Produktrelaterade Returdrivare och deras Vinstpåverkan

Returer är ett hett ämne inom supply chain management då de innebär stora kostnader och ökad komplexitet för de försörjningskedjor som är särskilt utsatta. Ett typexempel är e-handel inom modebranschen, och det är just detta vi valt att titta närmare på i detta examensarbete. Studien visar samband mellan returfrekvens och produktrelaterade egenskaper såsom pris och försäljningstidpunkt, samt visar hur olika produktkategorier påverkas i framtidsscenarioer med ökande returer och varierande returfördröjning. Detta görs genom att analysera säljdata från ett svenskt modeföretag med hjälp av en simuleringsmodell underbyggd av en datastudie.

Datastudien riktar in sig på att ta reda på vilka samband det finns mellan returfrekvens och grundpris, reapris samt tidpunkten då en produkt säljs i förhållande till säljstarten. Dessutom undersöks ett par specialtyper av retur beteende; "retail borrowing", där kunder beställer en produkt i syfte att använda den vid ett visst tillfälle för att sedan returnera, och "multiple size ordering and returning", där en kund beställer flera storlekar av samma produkt för att prova och sedan returnera det som inte passar.

Resultaten från datastudien visar att det finns ett tydligt negativt samband mellan reapris och returfrekvens, vilket innebär att produkter returneras mycket mer sällan när priset är nedsatt. Det finns även ett samband med försäljningstiden, där produkter som säljs senare säljs till reapris i större utsträckning och även returneras mindre ofta. Något som var mer överraskande var att sambandet mellan försäljningstid och returfrekvens fortfarande var mycket tydligt även om man enbart tittar på produkter som sålts till fullpris. Kanske beror detta på att kunder köper mindre impulsivt i detta sammanhang, eller så är det för att det finns färre liknande produkter att välja mellan.

Simuleringsstudien delar in modeprodukter i kategorier enligt de tre parametrarna pris, returfrekvens och försäljningsperiodens längd. I simuleringsstudien jämförs resultaten i två olika typer av scenarier, där det första handlar om att öka returfrekvensen för alla produkter, medan det andra justerar returfördröjningen, för att se vilka kategorier som drabbas hårdast i olika scenarier. Resultaten visade att när det gäller ökad returfrekvens så är det produkter med lågt pris (upp till 499 SEK) som drabbas hårdast.

Detta beror troligen på att det är de fasta kostnaderna som hänger ihop med returer som spelar störst roll; transportkostnad, returhanteringskostnad samt ytterligare kostnader kopplade till att åter sälja produkten till nästa kund. Produkter med högre pris kan däremot i större utsträckning täcka dessa kostnader med sin högre vinstmarginal. I scenarierna med förändrad returfördröjning kunde inga tydliga resultat påvisas, vilket bland annat skulle kunna ha att göra med sambandet mellan senare försäljning och minskad sannolikhet för retur.

Resultaten som redovisas i arbetet kan användas både som inspiration till framtida forskning samt ge yrkesverksamma en bild av vilka egenskaper hos produkter som leder till returer, och ge en indikation om vilka typer av produkter man bör rikta in sig på när det gäller att minska och hantera returer.