

# Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet

VERKSAMHETSBERÄTTELSE | 2020





# Inledning

---

## Centrum för handelsforskning – det sjunde året

För oss precis som för många andra har 2020 varit ett speciellt år. Corona har utmanat oss, på många olika sätt. En omedelbar effekt var att det var svårare att få kontakt med och göra empiriska studier med företag i branschen. En annan var att det gick inte att prata om många andra frågor än Corona under en ganska lång period. Själva led vi också av Corona-effekten. Det var synligt i att vi ställde in vår första workshop för året, en planerad första workshop med en ny kader av internationella gästforskare där vi skulle prata om framtidens handel. Vår första reflex – precis som många andras – var att ställa in och hoppas på att framtiden skulle bli ljusare och att vi skulle kunna hålla workshopen då på vanligt sätt (träffas irl). Vi lärde oss dock ganska snabbt att det var svårt att se när det skulle gå att genomföra traditionella face 2 face workshops, vi fick istället – som många andra – lära oss att jobba digitalt. Och det har vi gjort under året i många olika sammanhang.

Vårt första webinarium genomfördes med konsulterna Åsa Parsmo och Sofia Valentin. Temat var kundmötet (ett forskningsprojekt med Kristina Bäckström som ansvarig) och svårigheten för många organisationer att leva upp till sina ambitioner om personliga kundmöten, samtidigt som man är dålig på att i butiken arrangera för mera 'mekaniska' kundmöten (=hjälpa kunden klara sig själv). På samma tema arrangerade sedan jag och Kristina Bäckström, också med Åsa Parsmo och Sofia Valentin (och Johan Lidenmark från Intersport) ett webinarium i oktober.



I maj deltog jag i ett direktsänt webinarium tillsammans med Johan Anselmsson – affilierad till Centrum – kring Corona (det första i Ekonomihögskolans Morning talks) och hur det påverkat handeln så långt. Vi kunde konstatera att väldigt mycket hänt för handeln på kort tid, inte minst kunde vi redan då se e-handels tillväxt och vi talade också om vem som tjänar på Corona och vem som får det svårare.

Under året har flera forskare affilierade till Centrum disputerat, alla inom Förpackningslogistik. Pernilla Derwik försvarade sin doktorsavhandling om kompetens i supply chain-frågor. Yulia Vakulenko försvarade sin doktorsavhandling om last mile delivery och kundperspektiv. Stefan Karlsson disputerade på en doktorsavhandling om returhantering inom e-handeln. I oktober genomförde vi ett antal workshops med de internationella gästforskare som vi knutit till Centrum. Här arrangerade vi de workshops som skjutits från våren kring Framtidens handelsformer respektive konsumtion, och även en workshop kring publikation för doktorander inom handel. I samband med detta hade också Centrums nya referensgrupp – Practise leaders group – sitt första möte 2020. I gruppen diskuterade vi utmaningar som praktiken står inför och hur forskare kan bidra till att flytta dessa frågor framåt samt också de projekt som forskare vid Centrum bedriver forskning inom.

Sist men inte minst vill jag nämna ett event där vi kopplade ihop utbildningsverksamheten vid Lunds universitet med praktiken. Den 18 december fick 12 studentgrupper presentera det som de arbetat med under en kurs i multikanal och retail management under hösten, nämligen hur framtidens handelsformer kommer att se ut. En praktikerpanel bestående av representanter för både stora och små retailföretag lyssnade till presentationerna och gav feedback utifrån sina perspektiv. Detta var mycket lyckat och en typ av event som vi kommer att göra mer av framöver.

Många är de som gärna ville hoppat över 2020 eller se det som ett år med parentes om. Jag ser det annorlunda och jag ser det som en nystart, inte minst för handeln, där vårt lärande inom många områden, t ex digitalisering, accelererades.

Låt oss hoppas att vi lär oss lika mycket under 2021!

Med bästa hälsningar

Ulf Johansson  
*Professor och centrumföreståndare*

# Händelser i centrum – ett axplock

## FEBRUARI – PAST ACHIEVEMENTS AND FUTURE PROMISES IN LAST MILE LOGISTICS RESEARCH

I detta seminarium presenterade John Olsson resultat från en systematisk litteraturstudie av Last Mile Logistics samt pågående empiriska studier som utforskar nya praktiker inom Last Mile Logistics. Vilka förväntningar har konsumenter på hemleverans utan kvittens och hur påverkar förväntningarna den faktiska upplevelsen? Resultaten bygger på en studie tillsammans med NoWaste Logistics där deras E-Drop Service testas på tio hushåll i Helsingborgs stad.

## APRIL – ÄR DET RIMLIGT ATT SATSA PÅ DET PERSONLIGA KUNDMÖTET I DEN FYSISKA BUTIKEN?

Vid Centrum för handelsforsknings första webinar – som arrangerades tillsammans med CXFirst – presenterades intressanta resultat kring personalens roll i den fysiska butiken. Dels gjorde vi detta utifrån Ulf Johanssons och Kristina Bäckströms forskning kring personalen och kundmötet (pågående studie), dels berättade Sofia Valentin och Åsa Parsmo om deras arbete med personlig och mekanisk försäljning och personalens roll (avslutad studie). Utgångspunkten var att många kedjor framhäver personalen i butiken som central i kundmötet. En lovvärd ambition men kan man leva upp till det och är det en vettig strategi? Det var temat för webinariet som också mycket kom att handla om det som måste komplettera den personliga försäljningen, nämligen den mekaniska försäljningen.



## MAJ – UTMANINGAR FÖR HANDELN – FRÅN CORONA OCH IN I FRAMTIDEN

I maj hölls det första avsnittet av Ekonomihögskolans nya seminarier på webben, Morning talks. Centrum för handelsforsknings föreståndare Ulf Johansson och affilierade forskaren Johan Anselmsson diskuterade tillsammans med Eleni Cronström hur detaljhandeln har påverkats av det nya coronaviruset och dess efterverkningar. Bland annat diskuterades allmänna trender i handeln, hotet från Amazon och andra next-day delivery retailers, hur butiker kommer se ut efter corona, vissa positiva effekter av viruset etc.

## SEPTEMBER – EUROPEISK KONFERENS KRING DETALJHANDEL

Forskare från Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet deltog och presenterade sina forskningsresultat på en onlinekonferens i somras. Konferensen var 5:e årgången av CERR – en europeisk colloquium kring detaljhandel – och bestod av 72 presentationer. Vissa forskare var på plats i Valencia men de flesta deltog digitalt från olika länder. En volym med de bästa artiklarna publiceras i International Journal of Retail & Distribution Management 2021.

## SEPTEMBER – EXPLORING COMPETENCE AND WORKPLACE LEARNING IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Supply chain management handlar om styrning av processer från inköp och produktion till distribution, med syftet att skapa en sammanhängande och högpresterande försörjningskedja. Kort uttryckt handlar det om att balansera utbud och efterfrågan inom och utanför organisationen. I september disputerade Pernilla Derwik, doktorand i Förpackningslogistik vid LTH, med en avhandling som vill öka förståelsen för behovet av kompetens inom området supply chain management – kompetens som visat sig vara en av nyckelfaktorerna för ökad konkurrenskraft och framgång i organisationer.

## OKTOBER – PUBLICERINGSWORKSHOP FÖR DOKTORANDER

Under en tre timmars interaktiv workshop inbjöds internationella doktorander att lära sig mer om publicering i internationella fackgranskade tidskrifter för detaljhandel och konsumtion. Strategier för publicering och artikelskrivning diskuterades, liksom centrala moment i granskningsprocessen. Workshopen leddes av centrets biträdande föreståndare Emma Samsioe, och deltagarna fick feedback på sina oavslutade projekt av centrets gästforskare Eleanora Pantano och Jens Nordfält.

## OKTOBER – SELF-SERVICE LAST MILE DELIVERY: E-CONSUMER PERSPECTIVE ON SERVICE RENOVATION

Om du bor i Sverige har du troligtvis handlat online minst en gång den senaste månaden. Hur ofta inköp görs online varierar i olika delar av världen, men den globala statistiken ligger nära den svenska – minst någon gång i månaden. I takt med att e-handeln ökar måste också en större mängd paket levereras, och infrastrukturen håller på att anpassa sig för att klara av att hantera ökningen av leveranser. En anpassning är självbetjäningstjänster inom e-handeln, och för att få bättre förståelse för hur konsumenter och distributörer påverkas av tjänsterna har Yulia Vakulenko, doktorand i Förpackningslogistik vid LTH, studerat konsumentperspektivet och e-handels "sista-mils-leverans" i sin avhandling "Self-service Last Mile Delivery: E-consumer perspective on service renovation." Den 8 oktober försvarade Yulia Vakulenko sin avhandling. Opponent var professor David B. Grant, Finland.

## OKTOBER – HANDELNS BETYDELSE FÖR UPPLEVD TRYGGHET

Ett nytt forskningsprojekt finansierat av Handelsrådet ska under två år undersöka handelns betydelse för upplevd trygghet i utsatta områden. Projektet följer pågående samarbetsprojekt för ökad trygghet och levande stadsmiljö i Stockholm/Järfälla, Malmö, Helsingborg, Jönköping och Kristianstad. I oktober medverkade projektdeltagarna Ola Thufvesson och Carin Rehnrona i en panel om trygghetsstrategier i svenska städer tillsammans med aktörer inom handel och stadsutveckling under Lunds universitets framtidsvecka.



## OKTOBER – RETAIL PRACTICE LEADERS GROUP MEETING

I oktober höll Centrum för handelsforskning sitt första Retail practice leaders group möte, som består av ledande representanter för den svenska detaljhandeln. På dagordningen fanns ett informationsutbyte om detaljhandelsforskningen och de aktuella frågor som detaljhandeln står inför i verkligheten. Centrets ledningsgrupp presenterade några av de viktigaste pågående forskningsprojekten inom detaljhandel på centret. Under samtalets gång påpekade detaljhandelns representanter att många av centrets forskningsämnen matchade dagordningen på deras styrelsemöten, vilket bekräftar att vår forskning är relevant för praktiska utövare och inte enbart för detaljhandelsforskningen.

## OKTOBER - FRAMTIDA TEMAN INOM DETALJHANDELSFORSKNING

Hur kommer framtidens detaljhandel att se ut? Hur mäter vi framgång för en butik? Kommer vi fortfarande att tänka på oss själva som konsument? Dessa frågor ställdes av sex internationella forskare som (virtuellt) besökte Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet i oktober. Tisdagen den 6 oktober diskuterade detaljhandelsforskarna Jens Nordfält från University of Bath, Eleanora Pantano från University of Bristol och Arno de Caigny från IÉSEG School of Management den framtida detaljhandelns former. Onsdagen den 7 oktober flyttades fokus till konsumtionens framtid, och tre konsumtionsforskare – Jack Coffin från University of Manchester, Katie Casey från University of Kent och Kat Duffy från University of Glasgow – diskuterade hur detaljhandel och hållbarhet kan komma att interagera i framtiden.

## NOVEMBER – PERSONALENS ROLL I FRAMTIDENS FYSISKA BUTIK

Den fysiska butiken är föremål för omfattande förändring. Servicemötet i butiken är i förändring och butikspersona-

len står inför betydande utmaningar. Därför arrangerade Centrum för handelsforskning ett onlineseminarium kring personalens roll i framtidens fysiska butik den 12 november. Först ut var Sofia Valentin och Åsa Parsmo från Customer Experience First som arbetar med stora internationella detaljhandelskedjor kring kund- och säljmöten i fysisk butik. Näst ut var Johan Lidenmark, Chief Digital Officer hos Intersport, som delade sina erfarenheter av att jobba med kundmötet och personalen. Ulf Johansson och Kristina Bäckström var sist ut och presenterade resultaten från projektet där de studerat fem svenska företag och personalens roll vid kundmöten.



## NOVEMBER - STRATEGI FÖR RETURHANTERING

I takt med att detaljhandeln digitaliseras har konsumentreturer ökat dramatiskt. Det kan ses som en naturlig följd av att konsumenten inte har möjlighet att se, ta och känna på produkten innan de fattar ett köpbeslut. I elektronisk handel med kläder är andelen produkter som kommer tillbaka ofta 30-50 procent, vilket leder till höga kostnader och betydande påverkan på företagets processer. Stefan Karlsson är doktorand i Förpackningslogistik vid LTH och affilierad forskare på Centrum för handelsforskning. Han disputerade i november med avhandlingen Towards Returns Management Strategies in Internet Retailing. Genom att studera konsumentreturer från två olika håll, dels från konsumentperspektivet men också från företagets synvinkel, har forskningen som mål att hjälpa företag att etablera en effektiv strategi för returhanteringen. Opponent var professor Jakob Rehme vid Linköpings universitet.

## DECEMBER – HUR KOMMER DEN FYSISKA BUTIKEN ATT SE UT OM FEM ÅR?

Torsdagen den 17 december presenterade 12 grupper av enastående studenter från masterprogrammet International Marketing and Brand Management sina framtidsvisioner för den fysiska butiken inför en expertpanel med representanter från bland annat IKEA, ICA, Intersport, CX First, Retail House och Väla köpcentrum. Presentationerna var en del av slutuppgiften i kursen Multichannel Marketing, Retail & Internationalization och fokuserade på framtiden för den fysiska butiken; hur den kommer att se ut och hur den kommer att drivas. Hela panelen var imponerade av studenternas visioner och en person i panelen kommenterade att hela evenemanget var som en tidig julklapp för alla med ett intresse för detaljhandel!

# Nya doktorer

## RETURER – INTE BARA ETT NÖDVÄNDIGT ONT

Stora mängder returer är ett gissel för många e-handlare, som ofta reagerar med att försöka minimera kostnaderna. Men det är ett för snävt tankesätt – rätt hanterad blir returmöjligheten en värdefull del av hela affären, menar Stefan Karlsson.

Direkt efter att Stefan Karlsson tagit sin mastersexamen inom ekonomi och juridik började han arbeta på Oriflame. Året var 1993 och han har sedan dess hunnit jobba inom bolaget i ett antal olika hörn av världen.



Han är sedan 2014 affilierad forskare vid Centrum för handelsforskning och har fokuserat på returhanteringsstrategier inom e-handeln i sin avhandling som lades fram i höstas: "Towards Returns Management Strategies in Internet Retailing".

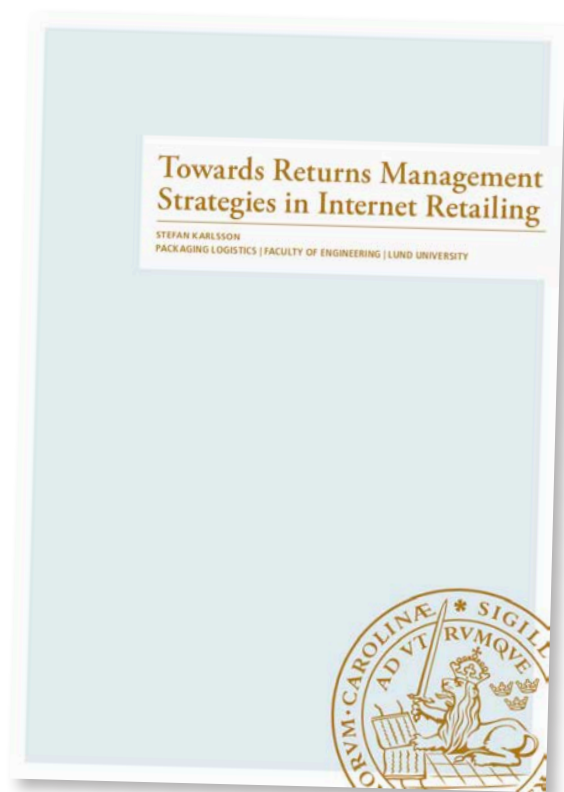
– Jag har suttit med i ledningsgruppen på Oriflame, och vi fick i likhet med många andra bolag som säljer snabbrikliga konsumentvaror tampas med frågan om hur digitaliseringen skulle påverka affärsmodellen. Jag tyckte att vi hade för dåliga beslutsunderlag, inte minst när det gällde returer, säger han.

Inom vissa branscher – framför allt "fast fashion"-mode – kan det numera vara så mycket som 30-50 procent av de beställda varorna som returneras, berättar Stefan Karlsson.

– I vissa fall är det till och med över 50 procent. Ett av huvudproblemen är dock att dagens e-handelsföretag sällan vet vilka kostnadskonsekvenser dessa returer för med sig.

Enligt Stefan Karlsson fattar många företag suboptimerade beslut när de inte känner till de rätta kostnaderna, och konsekvensen blir att de resonerar i stil med att "vi gör det svårt att returnera, då sjunker kostnaderna". Det är fel tänkt, menar han.

– De måste angripa frågan om returer på ett annat sätt. Bland annat gäller det att förstå vilka produkter som returneras, och varför. För alla kunder som returnerar är inte olönsamma kunder, utan tvärtom visar forskningsstudier att returnerande kunder genererar mer vinst till e-handlare än de som inte returnerar.



En generös returpolicy kan dessutom vara ett effektivt sätt att få konsumenten att känna förtroende för butiken och därmed fatta ett köpbeslut.

– Jag har sett att det alltför ofta saknas samordning mellan å ena sidan marknad och sälj, och å andra sidan logistikavdelningen. Det måste finnas en helhetssyn, vilket gör att returhanteringsstrategin är en fråga som bör hamna på ledningsnivå.

Stefan Karlsson lyfter även fram att strategin måste samspela med företagets mål, något som också placerar frågan hos ledningen.

– Är man ett företag som till exempel propagerar starkt för ökad hållbarhet, då blir det svårt att motivera att låt säga vart tredje paket ska skickas fram och tillbaka.

Samtidigt finns det allt bättre möjligheter att göra returhanteringen både mer effektiv och mer kundanpassad genom att använda digitala lösningar i högre grad än i dag.

– Med rätt systemstöd kommer det också att gå att analysera returerna, och på det sättet kunna vässa hanteringen. För en sak är säker: vi konsumenter kommer inte att sluta returnera en del av det vi köper på nätet.

Text: Peter Wiklund

## SJÄLVSERVICE FÖR E-HANDELNS LEVERANSER

**E-handelns attraktionskraft ökade i rasande snabb takt under 2020. I ett sådant läge gäller det att logistiken fungerar och bidrar till en bra kundupplevelse.**

Yulia Vakulenko inledde sina akademiska studier i St Petersburg i forna hemlandet Ryssland, där hon tog en mastersexamen inom fastighetsekonomi. Mot slutet av utbildningen var hon utbytesstudent i Sverige och lockades efter sin examen att flytta hit.

Väl här tog hon sig an en ny mastersutbildning, nu med inriktning på supply chain management. För omkring sex år sedan blev hon affilierad forskare vid Centrum för handelsforskning och i höstas var det dags för henne att lägga fram sin avhandling: "Self-service Last Mile Delivery: E-consumer perspective on service renovation".

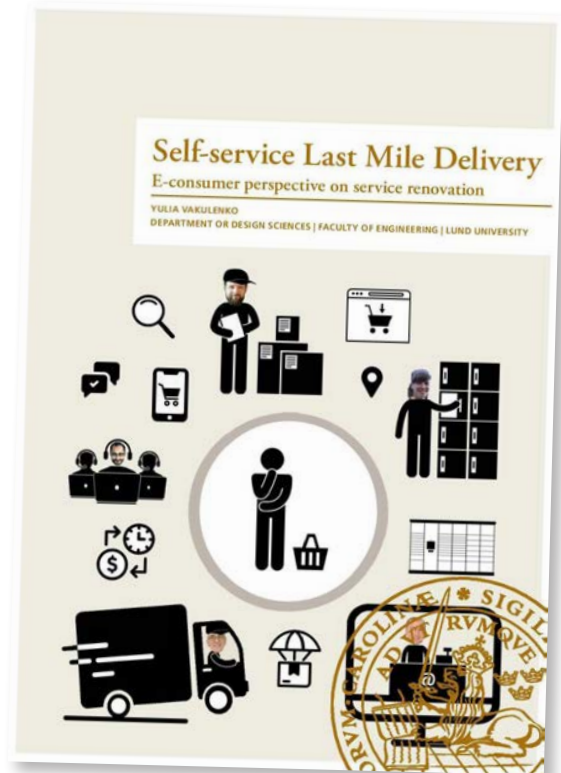


– I arbetet med avhandlingen har jag rört mig i ett gränsland mellan förpackningslogistik och marknadsföring, vilket har varit väldigt intressant eftersom det är ett relativt utforskat område, säger hon.

Hennes fokus har legat på självservicefunktioner inom e-handeln, och i synnerhet då paketleveranser till "smarta skåp" som kunden öppnar med en engångskod. I Sverige är Instabox en av de mest kända fristående aktörerna på marknaden, medan flera av de stora kedjorna har sina egna lösningar.

– Självservice är inget nytt. Det har funnits länge och i olika former. Uttagsautomater för kontanter är en sorts självservice, likaså möjlighet att registrera sina varor med en handscanner i livsmedelsbutiker.

Paketskåpen började dyka upp på den svenska marknaden för ungefär fem år sedan, och har använts i relativt begränsad omfattning fram till förra året. Pandemin har gjort att e-handeln skjutit snabbt i höjden, samtidigt som paketskåpen erbjuder ett relativt smittsäkert sätt att hämta ut leveranserna.



– Men det är inte servicefunktionen i sig som jag är intresserad av, utan hur den kan påverka kundupplevelsen, säger Yulia Vakulenko.

Hon berättar att kundupplevelsen kan mätas i form av funktionella, emotionella, ekonomiska och sociala värden, som alla kan vara positiva eller negativa.

Enkelt uttryckt kan man säga att det funktionella värdet med en leverans till ett paketskåp kan vara att det upplevs positivt att varan går att hämta nära hemmet. Det emotionella värdet skulle kunna vara att det känns bra att få sköta det på egen hand – förutsatt att leveransen kommer som planerat. Det ekonomiska värdet kan handla om att andra leveransalternativ inte är gratis, eller att det kostar pengar – kanske en bussbiljett – att ta sig till ett utlämningsställe istället för till paketskåpet.

– När det gäller det sociala värdet så är vi väldigt olika. På ett utlämningsställe för paket kan vi ofta behöva stå i kö, och en del tycker att det kan vara trevligt – en stund i alla fall – för då kan de småprata med de andra som väntar. Vissa personer blir istället frustrerade av behöva ägna tid åt att köa, istället för att kunna vara hemma och umgås med familjen.

Dessa olika värden samverkar sedan och skapar en helhetsupplevelse hos kunden. Något som enligt Yulia Vakulenko kan ha stor betydelse för många e-handlare.

– Även om det inte är e-handlarna som sköter leveranserna så är det många kunder som har svårt att skilja mellan aktörerna, och klandrar handlarna om varorna inte kommer som utlovat.

Text: Peter Wiklund

Redan före Covid-19-pandemin var den osäkra framtiden för detaljhandeln något som diskuterades mycket. Centrum för handelsforskning har invigt två nya framtidsorienterade teman i

år, i syfte att vägleda vår forskning och rama in vår forskningsbaserade och praktikfokuserade verksamhet under 2020 och framåt.

## Tema: Den framtida detaljhandelns former

**Form och funktion för framtidens fysiska butik är ett hett ämne och Centrum för handelsforskning höll tre workshops på området under 2018.** Höjdpunkterna från dessa publiceras i en bok som lyfter fram erfarenhet, hållbarhet och digitalisering som centrala perspektiv. 2020 lanserade vi ett ännu mer fördjupat temafokus på ämnet. Hur ser framtiden ut för det vi kallar detaljhandel? Vilka former kommer den att ta, hur kommer den att styras, vad kommer att erbjudas? Hur kommer den att påverkas av digitaliseringen och vilka element kommer vi att även fortsatt vilja ha analogt? Kommer vi att ta oss till butiken eller butiken till oss? Är det de gamla aktörerna som fortfarande kommer att driva detaljhandeln eller kommer nya aktörer att ta över? Frågorna är många, liksom svaren.

I oktober anordnade centret en workshop online där några svar började utarbetas med hjälp av våra internationella gästforskare. Jens Nordfält från University of Bath presenterade sin forskning om digitaliseringen av den fysiska butiken, och Eleanora Pantano från University of Bristol diskuterade framväxandet av chattbotar som kundbiträden i onlinehandeln. Slutligen beskrev Arno de Caigny från IÉSEG School of Management vikten av att mätvärden för e-handel, sociala medier, kundkontakt och taktik för stimulering av flerkanals-

försäljning används i utvärderandet av butikers effektivitet i en detaljhandelsmiljö med en mångfald av kanaler.

Ett flertal projekt med kopplingar till centret undersöker även den framtida detaljhandelns former. Till exempel ett projekt om flerkanalig detaljhandel, som syftar till att förstå de utmaningar som detaljhandlare möter på sin resa för att

**”Kommer vi att ta oss till butiken eller butiken till oss? Är det de gamla aktörerna som fortfarande kommer att driva detaljhandeln eller kommer nya aktörer att ta över?”**

expandera sitt försäljningsformat till flera kanaler. Ett annat projekt undersöker hur det går att mäta och utvärdera nya butiksformat, till exempel popup-butiker, showrooms och konceptbutiker, där huvudsyftet inte är direkt kontantförsäljning till kund i butiken. Det finns även ett projekt som undersöker butikspersonalens roll i servicemötet, och flera projekt som fokuserar på logistiska och datarelaterade utmaningar och möjligheter i framtidens detaljhandelsformat som baseras på e-handel och plattformar.





## Tema: Framtidens konsumtion

Framtiden för konsumtion är nära förknippad med den framtida detaljhandels former. De nuvarande konsumtionssätten – där detaljhandeln ansvarar för att sälja stora volymer av produkter och tjänster till konsumenter – är inte hållbara. Inte heller är de ansvarstagande. Konsumtion skapar problem för samhället och miljön – särskilt i de länder där detaljhandels produkter sourcas. Vad betyder det för hur konsumtionen kommer att utvecklas? Vad blir viktigt för framtidens konsumenter? Kommer hållbarhet att bli en viktigare faktor i de beslut som kunden fattar? Vad kommer ansvarstagande konsumtion att innebära i en vidare bemärkelse? Hur är det med delningsekonomin och andra utvecklingar inom hållbar konsumtion? Dessa är fokusfrågor på temat Framtidens konsumtion.

**“Konsumtion skapar problem för samhället och miljön – särskilt i de länder där detaljhandels produkter sourcas. Vad betyder det för hur konsumtionen kommer att utvecklas?”**

Frågorna behandlas i ett flertal forskningsprojekt med kopplingar till centret. Ett viktigt projekt studerar förhållandet mellan hållbarhet, marina livsmedelsresurser och en cirkulär biobaserad ekonomi. Ett annat projekt studerar olika sätt att möjliggöra hållbara livsmedelsmetoder genom socioteknisk innovation. Ett tredje undersöker automatiseringens effekter på detaljhandels hållbarhet. Flera projekt fokuserar även på hur förpackning och last mile-logistik kan göras mer miljövänlig. 2021 påbörjas även ett nytt projekt med fokus på detaljhandel och antikonsumention.

Många insikter om framtidens konsumtion kommunicerades vid en workshop i oktober, där tre internationella konsumtionsforskare diskuterade hur detaljhandel och hållbarhet kan komma att interagera i framtiden. Jack Coffin från University of Manchester presenterade sin pågående konceptforskning som undersöker möjligheten att konfigurera om konsumenter till väktare av en mer hållbar framtid. Katie Casey från University of Kent diskuterade sitt empiriska arbete på ekobyar och beskrev hur konsumentkollektiv av det slaget utmanar nyliberala idéer om val, värde och ägande. Slutligen beskrev Kat Duffy från University of Glasgow ett aktionsforskningsprojekt där hon undersökt möjligheten att genom mindfulness utmana överkonsumtionen av fast fashion. Denna workshop var välbesökt av forskare från olika discipliner.



## Möt våra internationella forskare

2020 bjöd centret in sex internationella forskare inom detaljhandel och marknadsföring för ett tvärvetenskapligt forsknings-samarbete om detaljhandel. Trots att forskarna inte kunde resa till Lund som det var tänkt deltog våra internationella kolleger i ett flertal work-

shops och seminarier online, bidrog med ny kunskap och nya perspektiv om utvärderandet av detaljhandelns nya former, digitalisering, artificiell intelligens, framtiden för konsumtion med mera.



**Arno De Caigny** är docent i affärsanalys på IÉSEG School of Management i Frankrike. Arnos huvudsakliga forskningsintressen är kundbedömning, kundbevarande, maskininläring och big data. Han har publicerats i internationella fackgranskade tidskrifter såsom European Journal of Operational Research, Decision Support Systems och International Journal of Forecasting. Han har även praktisk erfarenhet från finansbranschen och rådgivning.



**Katherine Duffy** är lektor i Management på Adam Smith Business School vid University of Glasgow. Hennes expertområden är konsumtion, marknader och samhälle, kläder och hållbarhet, digitalisering och marknadsföring på sociala medier. Kats forskning har ett övergripande fokus på konsumentbeteenden och digital marknadsföring. Just nu fokuserar hon på digitaliseringen av hållbar klädkonsumtion.



**Katherine Casey** är lektor i marknadsföring vid Kent Business School. Katies forskning utgår från kritiska traditioner och har en inriktning mot konsumentkulturteori. Hennes forskningsintressen så här långt berör hållbar konsumtion, produktion och kassering, konsumtionsetik, samhällsinitiativ, alternativ livsmedelskonsumtion och alternativa livsmedelsnätverk. Hennes forskningsintressen ligger i skärningspunkten mellan politik och marknadsföring, där konsumtionen blir politisk och där politiken blir synlig i vardagen.



**Jens Nordfält** är professor i management på University of Bath. Bland hans senaste forskning märks arbeten om hur den fysiska butiken digitaliseras för att kunna konkurrera med andra handelsalternativ i en värld där digitaliseringen ökar. Bland hans senaste publikationer märks artikeln The Future of Retail i Journal of Retailing.



**Jack Coffin** är lektor i modemarknadsföring vid University of Manchester. Hans forskning bygger på att studera skärningspunkten mellan omedvetna processer, rumsliga strukturer och posthuman politik. Denna kombination har lett till så vitt skilda ämnen som platsmarknadsföring, hållbarhet, underrepresenterade konsumenter och social marknadsföring i eran efter Covid.



**Eleonora Pantano** är docent i marknadsföring på brittiska University of Bristol och har författat ett flertal böcker, bland annat Smart Retailing: Technologies and Strategies (2019), Technology and Innovation for Marketing (2019), Internet Retailing and Future Perspectives 2nd edition (2017). Hennes forskning handlar främst om utvecklandet av nya kundlösningar för bättre analyser, strategier och management i detaljhandeln, med en tonvikt på den roll som spelas av artificiell intelligens, emotionell analys och maskininlärningsalgoritmer.



# Affilierade projekt – ett axplock

Centrets verksamhet har sen 2019 delvis förändrats. Vi driver inga egna forskningsprojekt utan är en nätverksorganisation som arrangerar forskningsseminarier och workshops samt stöttar nätverkande och ansökningar om forskningsmedel från forskare (från Lunds universitet) kring handel. Här hittar du ett axplock av våra affilierade forskningsprojekt.

## Towards zero emission last mile distribution in omni-channel retail

Last mile logistics is an emerging research area with growing interest from scholars and practitioners, especially over the past five years. The rapid growth is mainly driven by increasing urbanization and population growth, e-commerce development, changing consumer behavior, innovation, and growing attention to sustainability. Many definitions of last mile logistics exist, yet a common view is that it concerns the last stretch of the supply chain from the last distribution center to the recipient's preferred destination point. The last mile is often described as one of the most expensive, inefficient, and polluting parts of the supply chain. Therefore, a fast and efficient transition towards more sustainable last mile distribution is required. Little is known about the transition towards zero emission last mile distribution, therefore a more comprehensive understanding of this transition is required. The aim of this dissertation project is to contribute to enhanced understanding of the transition towards net-zero emission last mile distribution in omni-channel retail and its effects.

*Projekttagare:* John Olsson, Daniel Hellström, Henrik Påls-son

*Projektid:* 2018-2023

## Digital healthcare platforms to the needs of elderly patients

The research project aims to explore the key drivers and barriers of adoption of platform-based health services for elderly patients with complex needs, and how healthcare providers can use different types of platforms to better fulfill the needs of such patients. The research team will draw upon the platform approach (Thomas et al., 2014). At least in theory, different digital platforms enable improved coordination among the different agents involved in health care, e.g. public authorities, platform owners, doctors and patients (Aceto et al., 2018). However, despite the emergence of these platforms, many patients and doctors are not fully exploiting their potential benefits and call for subsequent improvements in health care services (Mann et al., 2015). The research team will study platforms developed by old and new entrants to the healthcare industry such as Kry, MinDoktor etc. to analyze the different configuration of platform designs and how they create different prerequisites for data-driven service improvement and innovation.

*Projekttagare:* Javier Cenamor, Johan Frishammar, Anna Essén

*Projektid:* 2020-2022

*Finansiär:* Familjen Kamprads stiftelse

## Dagligvaruhandelns lagerlogistik: Beslutsfaktorer och dynamiska förändringsförmågor vid transformation mot omnikanal

Transformationen mot omnikanaler innebär att handelsföretag måste designa sina nätverk och hanteringsnoder situationsanpassat till olika kontexter. Även om det inte finns någon bästa lösning, har vi observerat att sortering får en allt viktigare roll i omnikanal-logistik. I dagligvaruhandlars OFC används sortering för att hantera olika typer av målkonflikter och avvägningar mellan olika hanteringsaktiviteter, men också för att hantera olika typer av logik styrs av t.ex. den sändande noden, hanteringspunkten, butiker, fordon samt konsumenter. Man måste därför besluta när olika typer av sortering passar bäst, och hur den bäst utförs i olika situationer. En annan aspekt gäller varför olika typer av sortering bör automatiseras och vilken typ av automatisering som passar olika typer av sortering. Olika automationslösningar som passar bäst i olika sammanhang. Dagligvaruhandlare väljer därför olika framtida logistiklösningar, men också olika typer av implementeringar och utrullningsplaner. Intressant är att förstå de skäl som styr olika transformationsplaner, samt de olika utmaningar och fördelar som de medför.

Denna studie syftar alltså till att utveckla kunskap om dagligvaruhandelns omnikanal-transformation av lagerlogistik, speciellt avseende viktiga beslutsfaktorer och dynamiska förändringsförmågor.

De centrala forskningsfrågorna är följande:

1. Vilka beslutsfaktorer påverkar och motiverar olika logistik-konfigurationer under dagligvaruhandlars transformation mot omnikanal-logistik?
2. Vad påverkar när olika typer av sortering är bäst, och vilken typ av automatisering är lämplig för sortering i olika situationer?
3. Hur påverkar olika dynamiska förändringsförmågor transformationen av lagerlogistik i förändringen mot omnikanal-handel?

*Projekttagare:* Ebba Eriksson, Joakim Kembro, Andreas Norrman

*Projektid:* 2020-2022

*Finansiär:* Håkon Swenson stiftelsen

## Climate and Cost Effective Packaging: A Decision-Support Tool

There is no doubt that packaging is a part of making a better everyday life. Packaging can also help to cut carbon emissions and generate less product waste, playing an important role in keeping the planet healthy. In overall, this project will em-

phasise that packaging protect and adds value to products, but it is necessary to integrate the processes of designing, evaluating and producing packages, in order to successfully fulfil these tasks. The purpose of this project is to develop and disseminate new knowledge and a novel decision-support tool to tackle the complex issue of managing the design and selection of consumer and transport packaging for sustainable development. The project is based on design science research, co-creation with IKEA, Tetra Pak and WWF.

*Projekttagare:* Henrik Pålson, Daniel Hellström  
*Projekttid:* 2020-2022  
*Finansiär:* Familjen Kamprads stiftelse

### **Multichannel Retailing**

This project is about understanding the challenges that retailers go through on their journey from using mainly one channel for selling, to multiple channels for selling. The challenges are in many of areas for a retailer, from how operations are organized to the logistics of fulfilment. A case study of IKEA retail is ongoing and currently we are in the process of publishing the first part of that study.

*Projekttagare:* Ulf Johansson, Jens Hultman, Jonathan Reynolds, Steve Burt, John Dawson  
*Projekttid:* 2014-2022  
*Finansiär:* Företagsekonomiska institutionen, Ekonomihögskolan, Lunds universitet

### **Framgångsrik kompetensutveckling på jobbet – informellt lärande i handeln**

Kompetensutveckling av anställda är en nödvändig förutsättning för företag att framgångsrikt möta morgondagens krav och utmaningar. Dessutom bidrar kompetensutveckling till att de anställda trivs bättre, helt enkelt för att vi växer som människor när vi lär oss något nytt och mår bra när vi känner att vi behärskar det vi förväntas klara av. Tyvärr upplever många handelsanställda att de inte får den kompetensutveckling som de behöver. Majoriteten av den kompetensutveckling som trots allt sker handlar om informellt lärande på jobbet. Kunskapen kring lärande på jobbet är dessvärre mycket begränsad och potentialen till förbättringar är omfattande.

Projektets syfte är att utforska hur informellt lärande går till i praktiken, och sprida kunskap kring hur olika lärandemetoder kan bidra till kompetensutveckling. Målet är att tillsammans med medverkande företag och dess anställda, identifiera framgångsrika lärandemetoder och på så sätt förbättra både kompetensförsörjning och möjligheterna att varje individ kan nå sin fulla potential, samt för företag att framgångsrikt stödja sådant lärande på jobbet. Forskningsprojektet kretsar kring att förstå "hur" snarare än "vad" man lär sig, och fokus ligger på mekanismerna för lärandet. Lärande är en komplex process som sker i samverkan med sin omgivning, och lärandemekanismerna är det som hjälper oss att förstå hur själva lärandet går till. Ett utmärkande drag i projektet är att vi studerar lärandet i specifika professioner och inte generellt i en organisation eller för en individ, eftersom olika professioner har olika kompetensbehov och därmed sina egna

unika bakomliggande lärandemekanismer.

*Projekttagare:* Daniel Hellström, Pernilla Derwik  
*Projekttid:* 2020-2022  
*Finansiär:* Handelsrådet

### **Automationens påverkan på handelns lönsamhet, konkurrenskraft och hållbarhet**

Studien undersöker den snabbt ökande implementationsgraden av automatiserade lager och dess påverkan på handelns lönsamhet och konkurrenskraft samt hur det bidrar till ett hållbart arbetsliv och samhälle. Projektet utvecklar ramverk för beslutsstöd och ger rekommendationer hur handelsföretag bör ta sig an automationsprojekt och implementering av smarta lager. Det bidrar också med kunskapsutveckling kring personalens roll och behov av framtida kompetenser i automatiserade lager.

*Projekttagare:* Joakim Kembro, Andreas Norrman  
*Projekttid:* 2020-2022  
*Finansiär:* Handelsrådet

### **Innovation i handeln: ledning, organisering och styrning för långsiktig konkurrenskraft**

Syftet med forskningsprojektet är att bidra till att öka handelns innovativa förmåga med särskilt fokus på hur man skapar förutsättningar för en kombination av handelns pågående operativa fokus med ständiga förbättringar, hög effektivitet och korta ledtider med ett mer strategiskt, innovativt fokus för att säkerställa långsiktigt värde och konkurrenskraft. Målet med projektet är att utveckla kunskap kring ledning, organisering och styrning av strategisk innovationsledning i samspel med den operativa verksamheten med särskilt fokus på struktur, mätetal och kultur.

*Projekttagare:* Malin Olander Røese, Karla Marie Batingan Paredes, Sofia Ritzen, Annika Olsson, Ulf Johansson  
*Projekttid:* 2019-2021  
*Finansiär:* Vinnova

### **Marine food resources for new markets**

The project addresses the relationship between sustainability, marine food resources, and a circular bio-based economy. We are interested in different ways of developing the added value of algae as a marine resource in a bio-based economy. The project's overarching objective is to develop sustainable and secure processes for easing flows of sustainable consumption practices along the entire chain, from raw material to consumer.

*Projekttagare:* Cecilia Fredriksson, Filippa Säwe, Eva Nordberg Karlsson, Charlotta Turner, Annabell Merkel, Thamani Freedom Gondo, Madeleine Jonsson  
*Projekttid:* 2019-2021  
*Finansiär:* Formas

### **Att framtidssäkra den fysiska butiken via nya butiksformat – hur utvärdera nya butiksformat?**

Projektets utgångspunkt är att den fysiska butiken förändras

och flera handelskedjor testar nya butiksformat som show-room, pop-up-stores etc. Dessa format kompletterar den traditionella fysiska butiken och ger möjlighet för anpassning till nya kundbehov. Den traditionella butiken utvärderas på försäljning, men de nya formaten måste utvärderas och styras utifrån andra variabler. Men vilka då? Och hur? Detta projekt ger svar på dessa frågor genom studier av etablerade och nya handelsföretag samt kunder i Sverige och i Storbritannien.

*Projekttagare:* Ulf Johansson, Jens Hultman, Steve Burt

*Projektid:* 2019-2021

*Finansier:* Handelsrådet

### **DATA/TRUST: Tillitsbaserad personuppgiftshantering i den digitala ekonomin**

Detta projekt studerar hur man i handeln bäst bygger och bibehåller kundens tillit för datadrivna och individualiserade tjänster, och vilken grad av transparens som är praktiskt möjlig och lämplig för extensiv insamling och användning av individers data. Projektet leds av docent Stefan Larsson vid Lunds universitet, i samverkan med tankesmedjan Fores och en referensgrupp med bl.a. ekonom och digitaliserings-expert Anna Felländer och representanter från Svensk Handel, Konsumentverket, SEB, Dustin, Sveriges Konsumenter och IT&Telekomföretagen.

*Projekttagare:* Stefan Larsson

*Projektid:* 2018-2021

*Finansier:* Handelsrådet, Fores

### **Personalens roll i servicemötet: Utmaningar och förändringsarbete för handelns personal**

På senare år har ökad digitalisering och nya handelskanaler förändrat butikens förutsättningar; med ökad kunskap och förändrade beteende hos kunderna som följd. Vi vet redan att personalens roll är avgörande för kundernas upplevelser, till det positiva eller till det negativa. Men vi behöver mer kunskap om vilka utmaningar personalen ställs inför i mötet med dagens kunder. I detta forskningsprojekt riktas fokus mot personalens roll under servicemötet i den fysiska butiken: Hur ser kraven från dagens kunder ut och hur kommer dessa till uttryck i butiken? Vilka förutsättningar har personalen – och vilka förutsättningar behöver de – för att kunna möta nya kundkrav och kundbeteenden? Detta är frågor som projektet kommer att utforska, genom studier i 5 stora svenska detaljhandelsföretag från olika branscher. Studien innebär datainsamling i butik, men också på central nivå i organisationen – för att få kunskap om de organisatoriska förutsättningar som har betydelse för personalens förmåga att hantera dagens servicemöten.

*Projekttagare:* Ulf Johansson, Kristina Bäckström, Jens Nordfält

*Projektid:* 2018-2020

*Finansier:* Handelsrådet

### **Customer Expectations of Unattended Home Delivery Service in Grocery Retail**

Omni-channel retail has grown tremendously in recent years,

particularly in the grocery sector, making Sweden the Nordic country with the largest online presence. The rapid growth poses challenges to last mile deliveries, which are often described as complicated, costly and inefficient. Therefore, various emerging technologies and innovations have been explored in recent years, particularly with regards to goods reception solutions. These solutions include among for example self-service technologies, smart locks, collection and delivery points, and reception boxes. Despite the growing body of literature, previous research does not capture how the customers create expectations, experience and eventually value in relation to such technology. Thus, this research project aims to explore, understand and report consumers' expectations of unattended delivery systems.

*Projekttagare:* Mary Catherine Osman, Daniel Hellström, John Olsson, Yulia Vakulenko

*Projektid:* 2019-2020

### **Towards Sustainable Supply Chain Practices – Investigating Packaging Efficiency**

The purpose of this project is to highlight the volume and weight losses created by packaging and occurring along the entire supply chain, and makes assessments of their magnitude.

*Projekttagare:* Noor Faizawati Badarudin, Daniel Hellström, Henrik Pålsson

*Projektid:* 2019-2022

### **Operatörsneutrala paketautomater för ökad service och tillgänglighet i gles- och landsbygder**

*Projekttagare:* Klas Hjort, Daniel Hellström, Per-Olof Hedvall, Yulia Vakulenko, Patrik Rydén

*Projektid:* Började 2020

*Finansier:* Tillväxtverket

# Människorna i centrum

## STYRGRUPP

<b>ULF JOHANSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN, CENTRUMFÖRESTÅNDARE
<b>KRISTINA BÄCKSTRÖM</b>	CAMPUS HELSINGBORG, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE
<b>CARYS EGAN-WYER</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE
<b>DANIEL HELLSTRÖM</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE
<b>KLAS HJORT</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE
<b>EMMA SAMSOE</b>	CAMPUS HELSINGBORG, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE

<b>MALIN OLANDER ROESE</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>ANNIKA OLSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>HENRIK PÅLSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>HENRIK STERNBERG</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>ANETTE SVINGSTEDT</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>VERONIKA TARNOVSKAYA</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>OLA THUFVESSON</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>BURAK TUNCA</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>SOFIA ULVER</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>YULIA VAKULENKO</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>ANNIKA WALLIN</b>	HUMANISTISKA OCH TEOLOGISKA FAKULTETERNA
<b>PHILIP WARKANDER</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>ERIK WENGSTRÖM</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>HANNA WITTRÖCK</b>	SAMHÄLLSVETENSKAPLIGA FAKULTETEN

## AFFILIERADE FORSKARE

<b>JOHAN ANSELMSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>BRITT ARONSSON</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>JON BERTILSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>MICHAEL BJÖRN</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>JAVIER CENAMOR</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>ANNETTE CERNE</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>PERNILLA DERWIK</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>IDA DE WIT SANDSTRÖM</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>ULF ELG</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>LENA ESKILSSON</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>CECILIA FREDRIKSSON</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>CHRISTIAN FUENTES</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>KERSTIN GIDLÖF</b>	HUMANISTISKA OCH TEOLOGISKA FAKULTETERNA
<b>CLARA GUSTAFSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>NILS HOLMBERG</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>JOHAN JANSOON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>MATS JOHNSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>STEFAN KARLSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>JOAKIM KEMBRO</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>MAGNUS LAGNEVIK</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>STEFAN LARSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>MATTHIAS LEHNER</b>	THE INTERNATIONAL INSTITUTE FOR INDUSTRIAL ENVIRONMENTAL ECONOMICS, IIIIE
<b>JONAS NORDSTRÖM</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>ANDREAS NORRMAN</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA

## AFFILIERADE DOKTORANDER

<b>DEVIRIM UMUT ASLAN</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>EBBA ERIKSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>MARCUS KLASSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>RUI LIU</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>ANNABELL MERKEL</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>MICOL MIELI</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>JOHN OLSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>KARLA MARIE PAREDES</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>CARIN REHNCRONA</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>HOSSAIN SHAHRIAR</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>ANNA SPITZKAT</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>AXEL WELINDER</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>JÖRGEN WETTBO</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN

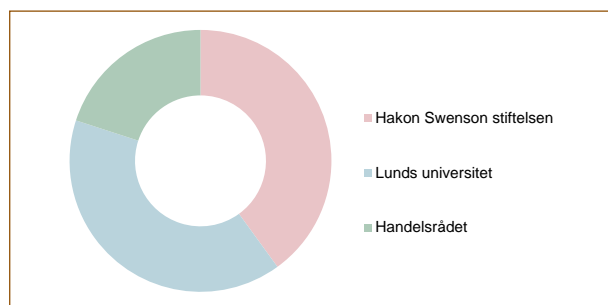
## GÄSTFORSKARE

<b>ARNO DE CAIGNY</b>	IÉSEG SCHOOL OF MANAGEMENT
<b>KATHERINE CASEY</b>	KENT BUSINESS SCHOOL
<b>JACK COFFIN</b>	UNIVERSITY OF MANCHESTER
<b>KATHERINE DUFFY</b>	UNIVERSITY OF GLASGOW
<b>JENS NORDFÄLT</b>	UNIVERSITY OF BATH
<b>ELEONORA PANTANO</b>	UNIVERSITY OF BRISTOL

TOTALT ANTAL KVINNOR: 29, TOTALT ANTAL MÄN: 34

# Finansiering

## FORSKNINGSANSLAG VID CENTRUM FÖR HANDELSFORSKNING

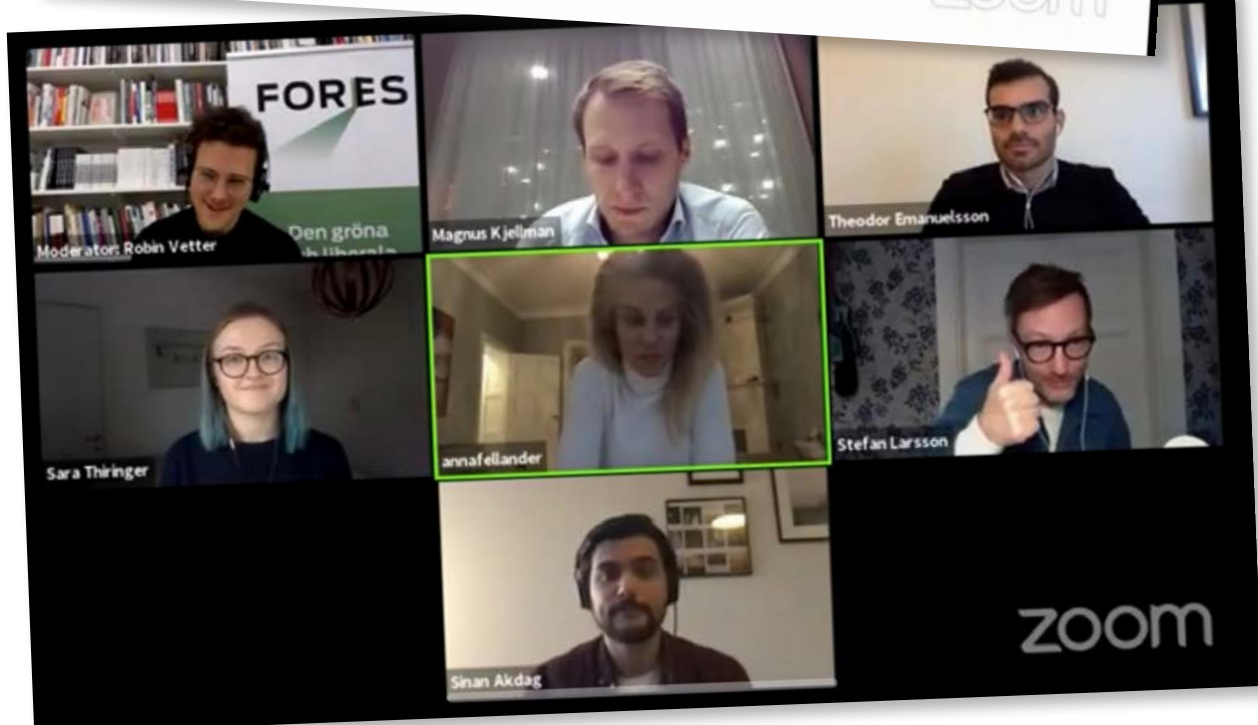


Centrum för handelsforsknings basfinansiering från Handelsrådet på 5 miljoner kr per år gick ut 2018 och under 2020 hade vi en finansiering på cirka 2,5 miljoner kr per år från Hakon Swenson stiftelsen, Lunds universitet och Handelsrådet. Dessa pengar använde vi för att arrangera forskningsseminarier och workshops samt stötta nätverkande och ansökningar om forskningsmedel kring handel.

# Populärvetenskapliga presentationer och synlighet i media – ett axplock

Reinventing Returns Management in Retail	Nordic Future Mobility Summit 2020, Palo Alto, USA	Januari	Daniel Hellström
Framgångsrik kompetensutveckling på jobbet	Handelsrådet	Januari	Daniel Hellström
Personalens roll i den fysiska butiken	Forskarfrukost arrangerat av Retail house, Stockholm	Februari	Kristina Bäckström
Bygga och utveckla plats genom mänskliga minnen	Presentation på Nacka kommun	Februari	Ola Thufvesson
Expert: Därför är Sverige ett lätt byte för trollfabriker	Intervju med Svenskt Näringsliv för fPlus nyheter	Februari	Sofia Ulver
Seaweed transformations on innovative markets	Presentation på Etnologiska institutionen, Stockholms universitet	Februari	Cecilia Fredriksson
Returer inom e-handel – dess miljöpåverkan och framtida utveckling	Mobilitet 2020, Oslo	Februari	Daniel Hellström
Food Trends: Structural developments and future consumer behavior in Sweden	Presentation på Foodwest Oy, Tampere, Finland	Februari	Ulf Johansson
Rädslans geografi	Skånska möten, Hässleholm	Februari	Ola Thufvesson
Corona skyndar på det kontantlösa samhället	Dagens Industri	Mars	Carin Rehncrona
Så påverkar Digitaliseringen mötet i butik	Unionen	April	Kristina Bäckström
Vi riskerar att få helt tomma stadskärnor	Sydsvenskan	Maj	Ulf Johansson
Utmaningar för handeln – från Corona och in i framtiden	Morning talks, Lund University School of Economics and Management	Maj	Ulf Johansson
Grundpelarna i framgångsrikt förändringsarbete	Executive Foundation Lund webinarium	Maj	Ulf Johansson
Rundabordsamtal: E-handelns möjligheter genom coronakrisen	Media Evolution, Malmö	Juni	Daniel Hellström
Så pressar Amazon priserna – kan slå ut mängder av e-handlare	Aftonbladet	Augusti	Johan Anselmsson
Stefan Larsson kommenterar att Amazon lanserar svensk sajt och riktar sig än mer mot svenska marknader.	Sveriges Radio – Dagens Eko	Augusti	Stefan Larsson
Amazon kan ta mer än 50 procent av svenska e-handeln	Affärsvärlden	Augusti	Johan Anselmsson
Krafter i rörelse	Framtidsveckan 2020, Lunds universitet	Oktober	Ola Thufvesson & Carin Rehncrona
Trots kritiken – Amazons varumärke stärks i Sverige	Dagens Handel	November	Johan Anselmsson & Burak Tunca
Sustainability is never black and white	Centrum kommenterar, Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet	November	Carys Egan-Wyer
Paneldiskussion: Shaping The Future Together	Top Packaging Summit 2020	November	Annika Olsson & Daniel Hellström
När skall handel ta Covid-19 på allvar?	Centrum kommenterar, Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet	December	Ulf Johansson
Incorporating customer value into e-commerce last mile delivery	Centrum kommenterar, Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet	December	Yulia Vakulenko
Svenskar underkänner handelns insamling av kunddata	Sveriges Radio – Dagens Eko	December	Stefan Larsson

Missnöjet bubblar – kunderna skeptiska till handelns datainsamling	Market	December	Stefan Larsson
Tillit eller tvång? Kundens förtroende för handelns datainsamling	Lansering av rapport hos Fores	December	Stefan Larsson
Så kan e-handeln fixa returerna	Supply Chain Effect	December	Stefan Karlsson, Daniel Hellström, Klas Hjort & Pejvak Oghazi
Framtidens hållbara e-handel: kritiska områden som bidrar till systemeffekter	VD-Träff Livsmedelsakademin och Pack-bridge	December	Daniel Hellström
On strategic alliances	Presenting education, research and innovation collaboration opportunities for IKEA's Development and Innovation Network	December	Daniel Hellström & Klas Hjort
Digitalisation and returns management: Latest insights from research	NetWork Trust Logistics and Sourcing	December	Daniel Hellström & Klas Hjort





# Publikationer

## VETENSKAPLIGA ARTIKLAR

Ahlqvist, A., Norrman, A. & Jahre, M. (2020) **Supply Chain Risk Governance: Towards a Conceptual Multi-Level Framework**. *Operations and Supply Chain Management: An International Journal*. 13 (4) 382-395

Batwa, A. & Norrman, A. (2020) **A framework for exploring blockchain technology in supply chain management**. *Operations and Supply Chain Management*. 13 (3) 294-306

Bertilsson, J., Rennstam, J. & Sullivan, K. (2020) **Mimicry and artistry: Place branders' construction of "good" branding**. *Communication and Language at Work* 7(1) 73-85

Bocken, N., Smeke Morales, L. & Lehner, M. (2020) **Sufficiency Business Strategies in the Food Industry - The Case of Oatly**. *Sustainability*. 12 (3) 824

Prataviera, L.B., Norrman, A. & Melacini, M. (2020) **Global distribution network design: exploration of facility location driven by tax considerations and related cross-country implications**. *International Journal of Logistics*.

Burt, S, Dawson, J, Johansson, U & Hultman, J (2020) **The changing marketing orientation within the business model of an international retailer – IKEA in China over 10 years**. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*.

Elg, U., Hultman, J. & Welinder, A. (2020) **Competing corporate sustainability perceptions in a global retail organization**. *International Journal of Retail & Distribution Management*.

**...meal box devices contributed to the promotion of modes of sustainable food consumption by enabling the consumption of more vegetarian foods and ecological products, ...**

Fuentes, C. & Samsioe, E. (2020) *Devising food consumption: complex households and the socio-material work of meal box schemes*. *Consumption Markets and Culture*. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 29(1) 1-22

Fredriksson, C. (2020) **I andra hand - en frågelista om alternativa handelsplatser**. *Upptecknaren: Nytt från Folklivsarkivet*. 13, 41-46

Fredriksson, C. & Säwe, F (2020) **Att ta en tugga av havet. Om blå åkrar, grön ekonomi och den smarta tångens svåra resa**. *Kulturella perspektiv - svensk etnologisk tidskrift*. 4 (29) 70-75

Frennesson, L., Kembro, J., de Vries, H., Van Wassenhove, L. & Jahre, M. (2020) **Localisation of logistics preparedness in international humanitarian organisations**. *Journal of*

*Humanitarian Logistics and Supply Chain Management*.

Fuentes, C. & Samsioe, E. (2020) **Devising food consumption: complex households and the socio-material work of meal box schemes**. *Consumption Markets and Culture*.

Hasselström, L., Thomas, J-P., Nordström, J., Cervin, G.M., Ny-lund, H.P. & Gröndahl, F. (2020) **Socioeconomic prospects of a seaweed bioeconomy in Sweden**. *Scientific Reports* 10, 1610

Katsela, K. & Pålsson, H. (2020) **Viable business models for city logistics: Exploring the cost structure and the economy of scale in a Swedish initiative**. *Research in Transportation Economics*.

**Overall, the financial evaluation of the six-month pilot implementation showed that both private goods and municipal goods generated profit (on average for the private goods).**

Katsela, K. & Pålsson, H. (2020) *Viable business models for city logistics: Exploring the cost structure and the economy of scale in a Swedish initiative*. *Research in Transportation Economics*.

Kembro, J.H. & Norrman, A. (2020) **Warehouse configuration in omni-channel retailing: a multiple case study**. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*. 50 (5) 509-533

Kembro, J.H. & Norrman, A. (2020) **Which future path to pick? A contingency approach to omnichannel warehouse configuration**. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*. (Accepted/In press)

Larsson, S. (2020) **On the Governance of Artificial Intelligence through Ethics Guidelines**. *Asian Journal of Law and Society*. (Maj) 1-23

Larsson, S. & Heintz, F. (2020) **Transparency in artificial intelligence**. *Internet Policy Review*. 9, (2) 1-16

Lehner, M., Mont, M., Mariani, G. & Mundaca, L. (2020) **Circular Economy in Home Textiles: Motivations of IKEA Consumer in Sweden**. *Sustainability (Switzerland)*. 12, 5030

McFarlane, A. & Samsioe, E. **#50+ fashion Instagram influencers: cognitive age and aesthetic digital labours**. *Journal of Fashion Marketing and Management*. 24 (3) 399-413

Mieli, M. & Zillinger, M. (2020) **Tourist information channels as consumer choice: the value of tourist guidebooks in the digital age**. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 20 (1) 28-48

Nordström, J., Thunström, L., van 't Veld, K., Shogren, J.F. & Ehmke, M (2020) **Strategic ignorance of health risk:**

**its causes and policy consequences.** Behavioural Public Policy. 1-32

Nordström, J., Shogre, J.F. & Thunström, L. (2020) **Do parents counter-balance the carbon emissions of their children?** PLoS ONE. 15 (4)1-16. e0231105.

Norrman, A. & Wieland, A. (2020) **The development of supply chain risk management over time: revisiting Ericsson.** International Journal of Physical Distribution and Logistics Management. 50 (6) 641-666

Oghazi, P., Karlsson, S., Hellström, D., Mostaghel, R. & Sattari, S. (2020) **From Mars to Venus: Alteration of trust and reputation in online shopping.** Journal of Innovation & Knowledge.

Osanami Törngren, S., Moriuchi, E., Adolfsson, C., Nyström, M. & Ulver, S. (2020) **Comparing Preferences towards Multiracial Advertising in Sweden and the US - Exploration through Eye-Tracking.** Genealogy.

Osanami Törngren, S. & Ulver, S. (2020) **Who Is Marketised in Colour-Blind Sweden? Racial and Ethnic Representation in Swedish Commercials 2008–2017.** Genealogy 4 (4)

Rehncrona, C. & Thufvesson, O. (2020) **Physical Store Development in the Era of Digitalization: Experiential Learning in Collaboration with City Center Management.** Journal for Advancement of Marketing Education. 27 (2) 17-21

Svingstedt, A., Corvellec, H. & Samsioe, E. (2020) **The normality of industrial and commercial waste: Economic, Technical and Organizational barriers to waste prevention.** Detritus. 13, 3-11

Tunca, B. & Yanar, E. (2020) **Women's Luxury Products as Signals to Other Women.** Journal of Marketing Behavior. 4 (2-4) 227-238

Ulver, S. & Askanius, T. (2020) **Market Radicalization: Exploring Reversed Co-optation in Far-Right Consumer Culture.** Advances in Consumer Research. 47

Ulver, S. & Laurell, C. (2020) **Political Ideology in Consumer Resistance: Analyzing Far-Right Opposition to Multicultural Marketing.** Journal of Public Policy & Marketing. 39 (4) 477-493

#### KONFERENSARTIKLAR OCH ABSTRACTS

Burt, S., Egan-Wyer, C., Hultman, J., Johansson, U., Beckman, A. and Michelsen, C. (2020) **Creative Concept or Watered-Down Version? Factors that influence how new store formats contribute to a retail portfolio.** 6th Colloquium On European Research In Retailing (CERR), Valencia, Spanien (online pga Corona)

Eriksson, E. & Norrman, A. (2020) **Transitioning to omnichannel in grocery retail. A dynamic capabilities approach.** 6th Colloquium On European Research In Retailing (CERR), Valencia, Spanien (online pga Corona)

Rehncrona, C. (2020) **The complementarity of online retailers' payment, delivery and return services.** 6th Colloquium On European Research In Retailing (CERR), Valencia, Spanien (online pga Corona)

Rehncrona, C. & Thufvesson, O. (2020) **Digital natives' buying habits across channels – Evidence from consumer diaries.** 6th Colloquium On European Research In Retailing (CERR), Valencia, Spanien (online pga Corona)

**Thus, the argumentative focus is on betrayal; that is, the brands' national roots are presented as betrayed when the brands engage in multicultural advertising.**

Ulver, S. & Laurell, C. (2020) Political Ideology in Consumer Resistance: Analyzing Far-Right Opposition to Multicultural Marketing. Journal of Public Policy & Marketing. 39 (4) 477-493

Ulver, S. (2020) **Brands in Counter-Democracy: Why Brands are (Not) the Problem.** CBS-LUSEM Conference: Talking about consumers and brands, Copenhagen, Danmark (online pga Corona)

#### BÖCKER OCH AVHANDLINGAR

Derwik, P. (2020) **Exploring competence and workplace learning in supply chain management.** Doktorsavhandling. Lund: Media-Tryck

Månsson, M., Buchmann, A., Cassinger, C. & Eskilsson, L. (red.). **The Routledge Companion to Media and Tourism.** London, New York: Routledge

Karlsson, S. (2020) **Towards returns management strategies in internet retailing.** Doktorsavhandling. Lund: Media-Tryck

de Wit Sandström, I., Malmström, B. & Bergström, M. (red.) (2020) **1666. 1999. 2000. 2020. Campus Helsingborg 20 år.** Helsingborg: Lunds Universitet

Vakulenko, Y. (2020) **E-consumer perspective on service renovation.** Doktorsavhandling. Lund: Media-Tryck

Warkander, P. (2020) **Danius och modet.** Göteborg: Hoc Press

#### BOKKAPITEL

Andersson, M. & de Wit Sandström, I. (2020) **Hur är det här tjänstevetenskap?** I: de Wit Sandström, I., Malmström, B. & Bergström, M. (red.) 1666. 1999. 2000. 2020. Campus Helsingborg 20 år. Helsingborg: Lunds Universitet, 196-201

Bardhi, F., Eckhardt, G.M. & Samsioe, E. (2020) **Liquid luxury.** I: Morhart, F., Wilcox, K. & Czellar, S. (red.). Research Handbook on Luxury Branding. Edward Elgar Publishing: Research Handbooks in Business and Management series.

Eskilsson, L., Månsson, M., Nilsson, J-H. & Zillinger, M. (2020) **Tourist information search in the age of mediatization.** I: Månsson, M., Buchmann, A., Cassinger, C. & Eskilsson, L. (red.). The Routledge Companion to Media and Tourism. London, New York: Routledge, 382-391

Fredriksson, C. (2020) **Mitt campus mellan konsumtionshistoria och vardagsliv.** I: de Wit Sandström, I., Malmström, B. & Bergström, M. (red.) 1666. 1999. 2000. 2020. Campus Helsingborg 20 år. Helsingborg: Lunds Universitet, 309-319

Jansson, J. (2020) **Circular economy and sustainable consumption: Suggestions for ethical marketing.** I: Eagle, L., Dal, S., De Pelsmacker, P. & Taylor, C. R. (red.). The SAGE Handbook of Marketing Ethics. SAGE Publications.

Larsson, S. (2020) **Vad innebär digitalisering och autonoma teknologier för individer och samhälle?** I: Det demokratiska samtalet i en digital tid: En antologi om desinformation, propaganda och näthat. Stockholm: Den statliga kommittén Nationell satsning på medie- och informationskunnighet och det demokratiska samtalet, 15-30

**På frågan om det är ok att företag delar kunders personliga information med andra företag svarade hela 4 av 5 (79%) "Nej, aldrig".**

Larsson, S., Emanuelsson, T. & Thiringer, S. (2020) Tillit eller tvång? Konsumenters förtroende för handelns datainsamling. Fores. 120 s.

Liu, R. & Lundin, S. (2020) **Medicines in the grey market: A sociocultural analysis of individual agency.** I: Hansson, K. & Irwin, R. (eds.). Movement of knowledge: Medical humanities perspectives on medicine, science, and experience. Lund: Nordic Academic Press, 233-258

Månsson, M., Cassinger, C., Eskilsson, L. & Buchmann, A. (2020) **Introduction: In the juncture of media convergence and tourism - towards a research agenda.** I: Månsson, M., Buchmann, A., Cassinger, C. & Eskilsson, L. (red.). The Routledge Companion to Media and Tourism. London, New York: Routledge, 1-9

Olsson, A. (2020) **En smältdegel för kunskap och innovation.** I: de Wit Sandström, I., Malmström, B. & Bergström, M. (red.) (2020) 1666. 1999. 2000. 2020. Campus Helsingborg 20 år. Helsingborg: Lunds Universitet, 7-23

Ulver, S., Huntzinger, A., Lindblom, K., Olsson Björk, E. & Paus, E. (2020) **The Social Ethics of Craft Consumption - The case of craft beer in a regulated market.** I: Capiello, R. & Maehle, N. (red.). Case Studies in the Beer Sector. Elsevier: Consumer Science and Strategic Marketing.

Warkander, P. (2020) **Helsingborg, inte en självklar mo-destad.** I: de Wit Sandström, I., Malmström, B. & Bergström, M. (red.) 1666. 1999. 2000. 2020. Campus Helsingborg 20 år. Helsingborg: Lunds Universitet, 309-319

## RAPPORTER

Andersson, S. & Nordström, J. (2020) **Odlade alger – ett framtidshopp?** Agrifood Policy Brief: 4. 7 s.

Larsson, S. (2020) **Dataekonomier: Om plattformar, tredjepartsaktörer och behovet av transparens på digitala marknader.** Konkurrensverket uppdragsforskningsrapport 2020/4, 136 s.

Larsson, S., Emanuelsson, T. & Thiringer, S. (2020) **Tillit eller tvång? Konsumenters förtroende för handelns datainsamling.** Fores. 120 s.

Svingstedt, A., Corvellec, H. & Samsioe, E. (2020) **Att förebygga verksamhetsavfall.** Re:Source, Lunds universitet. 34 s.

Thufvesson, O. (2020) **Strategier för att skapa en attraktiv plats. En perfekt plats.** Rapport från forskningsprogrammet "Framtidens fysiska mötesplats". 4 s.

## WORKING PAPERS

Anna Kristina Edenbrandt, Carl Johan Lagerkvist & Jonas Nordström (2020) **Interested, indifferent or active information avoider of climate labels: Cognitive dissonance and ascription of responsibility as motivating factors.** AgriFood Economics Centre, s. 1-30, 30 s. (AgriFood-WP; nr. 2020:1).

