



Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet

VERKSAMHETSBERÄTTELSE | 2022



Rad Susie
vintage

Rad Susie
vintage

Storgården
Kv. Tigern 39-27



Inledning

Centrum för handelsforskning – 2022 det nionde året

Ni har nu i handen eller i mobilen/datorn den nionde upplagan av Centrum för handelsforskning vid Lunds universitets årsrapport. Det betyder att 2023 är vårt tionde år! Att vi har funnits i ett helt decennium gör mig både stolt och ödmjuk. Själv hade jag nog ingen tanke på det när vi startade 2014, då handlade det mera om att bygga en verksamhet med tyngdpunkt på både forskning och på att sprida forskningsresultaten på ett så bra sätt som möjligt. Tio år senare jobbar vi fortfarande med spridningen av forskningsresultat, mindre med att själva på Centrum generera forskning (det gör i stället forskarna som ingår i Centrums ledningsgrupp och Centrums affilierade forskare). Vi har heller ingen avsikt att lägga ned verksamheten varför det kommer att bli fler år för Centrum. Framtiden känns allt annat än säker men det känns också som om det vi gör uppskattas och det brukar vara en bra grund att bygga en framtid på.

Låt mig inledningsvis nämna ett par saker i rapporten som kan vara bra att titta närmare på (men du skall naturligtvis titta igenom hela rapporten, det är väl använd tid!)

- Tre doktorander med kopplingar till Centrum har under året försvarat sina doktorsavhandlingar framgångsrikt. Det är i bokstavsordning Karla Marie Batingan Paredes, Ebba Eriksson och Anna Spitzkat. Utgångspunkten i samtliga tre avhandlingar är en utmaning – eller möjlighet – för dagens detaljhandlare. I Karlas fall gäller det innovationsförmåga, i Ebbas fall hur livsmedelshandeln påverkas av skapandet av omnikanal, och slutligen i Annas



fall kring hur sociala media omformar kunders shopping. Lite längre fram i årsrapporten finns profiler att läsa för var och en av dessa.

- Forskare vid Centrum (med anslag från Handelsrådet) har under året publicerat två forskningsrapporter. Det är Pernilla Derwik och Daniel Hellström om Framgångsrik kompetensutveckling och Kristina Bäckström och Ulf Johansson kring Personalens roll i servicemötet. Läs mer på sida 12.
- När det kommer till universitets tredje uppgift – som numera kallas samverkan – har Centrum som vanligt varit aktiva (bl a med framträdanden i SVT Nyheter). Mer om detta längre fram men jag vill speciellt nämna Stefan Larsson som talat inför Riksdagen och dess Civilutskott om "Digitala konsumentmarknader: Trender, problem och utmaningar."
- Sist men inte minst vill jag nämna Kristina Bäckström, Carys Egan-Wyer och Emma Samsioe som under året arbetet med boken *The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing Will Transform Retail and Customer Experience*. Boken kommer att publiceras via open access vilket innebär att alla kan läsa och ladda ned boken utan kostnad. Bidragen i boken kommer från 33 forskare och 6 praktiker, 22 kapitel om allt från metaverse till veganism. Centrum har också tidigare givit ut böcker men denna är av ett mera ambitiöst slag och boken kommer att ges ut på Palgrave Macmillan och blir något att se fram emot. I början av oktober 2023 planerar vi att lansera boken med ett större event då vi också passar på att fira att vi nu är 10 år gamla som forskningscentrum.

När jag skrev inledningen till förra årsrapporten var vi mitt i pandemin. Nu känns det som vi är ur den (men osvuret är naturligtvis bäst). Själv känner jag att pandemin har satt sig i mig och hur jag agerar på ett ganska påtagligt sätt. Jag reser betydligt mindre men jag träffar ändå många människor. Onlinemöten har blivit en stor och viktig del av min vardag, och det är en förändring som är till det bättre. Pandemin har också på många sätt förändrat hur vi bedriver vår verksamhet med att sprida saker och ting från forskning och andra sammanhang. Här jobbar vi både med fysiska möten och med onlinemöten. Jag skulle vilja hävda att vi ännu inte riktigt hittat 'hem' här och riktigt förstår när vilken form är rätt och i vilken kombination. Men vi fortsätter att testa och lära oss!

Jag tror och hoppas att vi ses digitalt eller analogt under 2023!

Med bästa hälsningar

Ulf Johansson

Händelser i centrum – ett axplock

JANUARI – KOMPETENSUTVECKLING INOM HANDELN: MÖJLIGHETER OCH UTMANINGAR

Vid en workshop i januari presenterades resultaten från två forskningsprojekt vid Centrum för handelsforskning. Pernilla Derwik och Daniel Hellström presenterade resultat från ett pågående forskningsprojekt (nu avslutat) med fokus på hur informellt lärande går till i praktiken. De fokuserade på hur butikschefers lärande ser ut och hur organisationen kan stödja deras lärande. Kristina Bäckström och Ulf Johansson presenterade ett projekt i slutfasen om personalens roll i servicemötet. Kristina förklarade hur kraven från dagens kunder ser ut och hur kompetensutveckling kan stödja butikspersonal att hantera dessa. Katarina Stark, Frida Jarlbäck och Rickard Börjel från Systembolaget berättade hur Systembolaget jobbar med dessa frågor idag.



JANUARI – KONSUMENTPERSPEKTIV INOM E-HANDEL
E-handeln ökar i rekordfart. Kläder, böcker, hemelektronik, livsmedel – det mesta går att handla via e-tjänster och få levererat på flexibla sätt. Men hur kan tjänsterna anpassas mer utifrån konsumentens behov? Och samtidigt bibehålla fokus på hållbarhet i hela logistikkedjan? Dessa frågor m.m. diskuterades av John Olsson, doktorand i förpackningslogistik och forskare på centrum för handelsforskning när han presenterade sin licentiatuppsats på LTH i januari. Johns uppsats fokuserar på konsumentens perspektiv inom e-handeln för dagligvaruhandel och heter Exploring unattended delivery services in e-grocery retail: A consumer-centric perspective on last-mile logistics.

APRIL – BUTIKERNAS ROLL FÖR DEN UPPLEVDA TRYGGHETEN I MISSGYNNADE STORSTADSOMRÅDEN

Vår uppfattning om säkerheten i stadsmiljö är nära sammankopplad med de butiker som finns i området. Svårigheterna med att engagera olika intressenter för att öka den upplevda tryggheten diskuterades med forskare från Centrum för handelsforskning vid ett seminarium i april. Fokus låg särskilt på vilka grundförutsättningar som krävs för att få butiker att etablera sig i s.k. missgynnade områden med en låg nivå av upplevd trygghet, och på hur butiker bidrar till den upplevda tryggheten på dessa platser.

MAJ – HÅLLBAR E-HANDEL

I maj höll Lunds universitet sin andra tvärvetenskapliga hållbarhetskonferens, där 130 forskare från olika ämnesområden träffades för att dela med sig av sina kunskaper och diskutera sitt arbete. Flera forskare från Centrum för handelsforskning deltog i konferensen. Centrumets biträdande föreståndare Daniel Hellström presenterade tillsammans med Klas Hjort och John Olsson en studie om hållbar e-handel, där de betonar att man behöver använda sig av systemakupunktur för att skapa systemisk förändring när det gäller komplexa frågor som hållbarhet. Med hjälp av systemakupunktur kan forskare identifiera de centrala åtgärder som kan få störst inverkan på systemet som helhet. I studien identifieras åtta nyckelområden där det krävs förändring för att skapa en hållbar e-handel. Man betonar även behovet av en konsumentcentrerad strategi. Författarna drar slutsatsen att hållbara leveranser är nyckeln till en mer hållbar e-handel.



MAJ – OM RESILIENS I FÖRSÖRJNINGSKEDJOR

Resiliens handlar om förmågan att stå emot och klara av en förändring, samt återhämta sig och vidareutvecklas. Detaljhandelsföretagens motståndskraft har prövats hårt på senare år av ett antal störningar. Exempelen är många: Pandemin, Suezkanalen/transportcontainrar, överbelastning i hamnar, hamstringsbeteende, extrem volatilitet i efterfrågan, Brexit, brist på arbetskraft, geopolitiska konflikter samt konsekvenserna av klimatförändringar. I ett online-seminarium som ägde rum tisdagen den 24:e maj diskuterade fyra försörjningskedjesexperter ovanstående problematik och frågeställningar. Fokuset var att utforska frågan om detaljhandels försörjningskedjors resiliens vad gäller störningar i tillgång och efterfrågan (på produkter) och frågan om hur man kan hantera dylika framtida situationer på ett bättre sätt.



MAJ – E-HANDELN, RETURER OCH MILJÖPÅVERKAN

En konsekvens av den dramatiskt ökade digitala handeln är en stor mängd returer. Att 30-50% av kläderna som beställs returneras får oss att känna avsmak och uppfatta att returer är ett stort problem – förknippad med kostnader och negativ klimatpåverkan. Daniel Hellström och Klas Hjort från Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet presenterade ett nyanserat perspektiv på e-handeln, returer och miljöpåverkan vid ett frukostseminarium anordnat av Marknadsförningen i Helsingborgsregionen i maj.

MAJ – FRAMTIDENS KONSUMTION OCH KONSUMENTERNAS VÄLBEFINNANDE

Idéer om fysiskt och mentalt välbefinnande har länge kopplats samman med konsumtion och detaljhandel. Under ett hybridseminarium på Campus Helsingborg den 19:e maj diskuterade tre internationella forskare och en person från näringslivet hur vår framtida konsumtion kommer att krocka med vår inställning till kropp och själ. Alisa Minina Jeunemaître, biträdande professor i marknadsföring vid IPAG Business School i Paris, talade om kartläggning av marknadsekosystemet för digitala tjänster för mental hälsa. Sofia Ulver, docent på Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet, presenterade forskning om den potentiella krocken mellan konsumenters välbefinnande och sociala medier. Vitor Lima, biträdande professor i marknadsföring vid Audencia Business School, och Russell Belk, professor i marknadsföring vid Schulich School of Business i Kanada, talade om de etiska betänkligheterna när det gäller inoperering av mikrochip för betalning i den mänskliga kroppen. Slutligen berättade Sofia Norén, ansvarig för partnerskap hos Swish, om de snabba förändringarna inom betalningslandskapet och nya konsumentbeteenden.



MAJ – DOKTORANDSEMINARIUM OM FRAMTIDENS KONSUMTION

Efter seminariet om framtidens konsumtion och välbefinnande på Campus Helsingborg välkomnade Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet en grupp doktorander till en interaktiv föreläsning där man diskuterade idéer och frågor med koppling till framtidens konsumtion och den framtida detaljhandels former. Doktoranderna, som forskar om detaljhandel och konsumtion, gavs tillfälle att diskutera sitt arbete med en panel av internationella forskare, däribland Russell Belk, professor i marknadsföring vid Schulich School of Business, Vitor Lima, biträdande professor i marknadsföring

vid Audencia Business School, och Alisa Jeunemaître, biträdande professor i marknadsföring vid IPAG Business School.

JUNI – OUR FUTURE CITY

Kan mode någonsin bli hållbart? Hur ställer vi om till miljösamt e-handel? Vilken betydelse har handeln för utsatta områden? Det är några av de ämnen som flera av Centrum för handelsforskning forskare diskuterade på scen 7-10:e juni då Our Future City/H22 ägde rum i Helsingborg.

SEPTEMBER – HANDELSFORSKNING PÅ TURNÉ

I slutet av september reste fyra handelsforskare till Skottland för att diskutera hur den fysiska butiken förändras. De deltar i ett forskningsprojekt där nya butiksformat som show-room, planning stores och pop-up stores utforskas. Projektgruppen leds av Ulf Johansson, professor och föreståndare för Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet sedan åtta år. I gruppen finns också Carys Egan-Wyer och Kristina Bäckström från Centrum för handelsforskning och Jens Hultman, Höskolan Kristianstad. Alla fyra reste till University of Stirling för att analysera projektets resultat med en av Europas mest meriterade handelsforskare, professor Steve Burt.



OKTOBER – SERVICEMÖTET I BUTIKEN

I ett nyligen avslutat forskningsprojekt har Kristina Bäckström och Ulf Johansson studerat hur servicemötet i den fysiska butiken förändras till följd av nya kundbeteenden och ökad digitalisering. I oktober, vid Handelsrådets trendspaning presenterade de studiens resultat och reflekterade kring framtida utmaningar för handelns personal. Fokus riktades bland annat på följande frågor: Hur har servicemötet och personalens roll i butiken förändrats? Vilka nya utmaningar finns och hur kan handelsorganisationen hantera dessa? Vilka framtida utmaningar väntar handelns personal? Läs mer om projektet och rapporten på sida 12.



OKTOBER – FORSKNINGSEMINARIUM OM DEN ETISKA TENDEN I MODEBRANSCHEN

Måndagen den 10:e oktober träffades forskare och studerande med intresse för detaljhandel, marknadsföring och konsumtion för att fika och diskutera etik i modebranschen under ett forskningsseminarium på Ekonomihögskolan i Lund. Deltagarna kom från Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet, Köpenhamns handelshögskola och University of Manchester. Sofia Ulver höll en intressant presentation om hur begreppet "fetisch" har använts på olika sätt för att känneteckna (o)etisk konsumtion. Gästforskaren Jack Coffin och Carys Egan-Wyer från Centrum för handelsforskning presenterade tidigare forskning om hur man höjer marknadens genomsnittliga moral. De diskuterade även en kommande publikation om riskerna för de detaljhandelsföretag som vill använda moral som ett argument för att skilja sig från mängden.

NOVEMBER – NORDIC RETAIL AND WHOLESALE CONFERENCE

I mitten av november ägde den största Nordiska vetenskapliga retailkonferensen rum i Tammerfors, Finland. Ett hundratal forskare presenterade runt 80 arbeten, varav 10 utfördes av Centrets forskare. Kristina Bäckström, vår biträdande föreståndare, förärdades Best Paper Award för sin artikel New technology and in-store service encounters: An analysis of work experiences and coping behaviors among frontline employees.



DECEMBER – HANDELNS DAG 2022

Stefan Karlsson var en av talarna på Handels dag som denna gång ägde rum i Stockholm med publik på plats. Handels dag är en dag med på fokus på handeln för alla som jobbar i, med och kring handeln. Syftet är att sprida den kunskap och de goda idéer som genereras inom ramen för Handelsrådets verksamhet, såväl internt hos stiftarna som externt ut till marknaden och i forskarsamhället. Stefan presenterade sin forskning som handlar om möjligheter att göra returhanteringen både mer effektiv och mer kundanpassad.

DECEMBER – INFLUERARNAS MARKNAD, KONSUMTIONSKULTUREN, SAMHÄLLET OCH JURIDIKEN

Influencers, eller influerare, har blivit ett begrepp vi hör i alla möjliga sammanhang, både i negativa och vurmande termer. I december träffade forskare från Centrum för handelsforskning andra forskare från olika institutioner i Lund, Sverige och internationellt samt jurister, influerare och reklambyråer för att diskutera hur det står till med denna växande verklighet rent marknadsmässigt, juridiskt, sociokulturellt, samhällsligt och politiskt.

DECEMBER – BUSINESS AS UNUSUAL

När året närmade sig sitt slut presenterade 11 grupper av framstående studenter på masterprogrammet International Marketing and Brand Management sina innovativa tankar på ett problem som många samtida återförsäljare står inför, nämligen sina analyser av den framtida detaljhandels former ur ett "business as usual"-perspektiv. De ringade in de mest relevanta och omstörtande utmaningarna för handeln och använde ett antal verktyg och teorier från kursen för att göra prognoser om påverkan på detaljhandelsföretag under den närmaste framtiden. Några av grupperna hade samlat in data som underlag för sina prognoser, medan andra använde scenarier för att försöka förutse effekterna av olika trender inom handeln. Analyserna rörde så olika områden som lyxmode och bensinstationer. Studenterna presenterade sina idéer inför panelen av branschexperter från Retail House, Polestar, Boozt, JOY Store och COOP. Presentationerna ingick i slutuppgiften på kursen Multichannel Marketing, Retail & Internationalization.

Nya doktorer

I slutet av 2022 disputerade inte mindre än tre av Centrum för handelsforskning doktorander. Först ut var Ebba Eriksson från Lunds Tekniska Högskola som försvarade sin doktorsavhandling den 11 november. Den 1 december var det dags för Karla Marie Batingan

Paredes, också hon från Lunds Tekniska Högskola. Sist men inte minst försvarade Anna Spitzkat från Campus Helsingborg sin doktorsavhandling den 9 december. Du kan läsa om våra nya doktorer och deras forskning på följande sidor.

PROCESSER FÖR NÖDVÄNDIG INNOVATION

Inom detaljhandeln är innovationsförmåga en förutsättning för att överleva i längden, menar Karla Marie Batingan Paredes. Hon har studerat hur etablerade branschaktörer kan utveckla denna förmåga.

Karla Marie Batingan Paredes kommer ursprungligen från Filippinerna, där hon tog en kandidatexamen i livsmedelsteknik. Inför sina masterstudier valde hon att ta sig till Europa, och att inrikta sig på livsmedelsinnovation och produktdesign.

När hon nu är klar med även sin doktorsexamen, så har hon – åtminstone tillfälligt – lagt livsmedlen åt sidan. Istället har hon fördjupat sig i ämnet innovationsteknik. Men vad innebär då det?

– Det handlar om olika typer av innovation och värdeskapande i organisationer. Det behöver alltså inte nödvändigtvis vara teknisk innovation, vilket många associerar till, utan kan även röra sig om bland annat sociala frågor eller affärsmodeller, förklarar hon.

Hennes avhandling heter "Building innovation capability in retail", och ett nyckelord är "capability" – för hon är mycket intresserad av hur människor kan bli mer innovativa.

– Och hur organisationerna samtidigt kan bli modernare. Innovation blir allt mer av en nyckelfråga för detaljhandeln. Syftet med avhandlingen har varit att undersöka hur innovationsförmågan kan utvecklas hos stora, etablerade detaljhandelsaktörer med en traditionell organisation.

– Många av dessa bolag har en lång och framgångsrik historia inom butiksbaserad detaljhandel, och för deras del är det inte längre en fråga om de behöver förnya sig eller inte. Det är uppenbart att innovationsförmåga är avgörande för långsiktig överlevnad, säger hon.

För spelreglerna inom detaljhandeln håller på att förändras, och det går snabbt.

– Företagen kan mycket väl vara duktiga på utveckla organisationerna, så att verksamheten blir snabbare eller billigare. Men nu är det dags att se hur de kan göra saker annorlunda än tidigare.

Under pandemin var det många företag inom en rad branscher som var tvungna att börja tänka nytt, men även om Covidkrisen har passerat, så har inte behovet av att agera



på nya sätt försvunnit, menar Karla Marie Batingan Paredes. – Nyckeln är att inte bara reagera på kort sikt, utan också ha ett långsiktigt perspektiv, att reflektera över hur viktiga drivkrafter som digitalisering och hållbarhet formar detaljhandeln – och att anpassa sig till dessa förändringar.

Hon beskriver det som att företagen behöver "träna upp sina innovationsmuskler". Med relativt små muskler har de kunnat driva en gradvis utveckling, vilket varit fullt tillräckligt, men nu krävs det muskelkraft för att hantera den disruption som skakar om branschen.

Det betyder dock inte att den befintliga förmågan till kontinuerlig utveckling är överflödigt, utan själva nyckeln till att lyckas är kunna balansera och hantera olika aktiviteter på samma gång.

– Att optimera effektiviteten kommer alltid att vara viktigt, men det gäller att kombinera detta med långsiktig innovation som präglas av experimenterande och lärande. Därmed kommer det ofrånkomligen även att innebära ett högre risktagande och en större osäkerhet.

Risk och osäkerhet är sådant som en företagsledning vill undvika i möjligaste mån, och Karla Marie Batingan Paredes visar i sin avhandling att ett aktivt, disruptivt innovationsarbete lätt orsakar spänningar i organisationen.

– Då är det förstas viktigt att våga erkänna att spänningarna existerar, så att det går att ta fram lämpliga lösningar och metoder för att hantera dem, säger hon.

Text: Peter Wiklund

LIVSMEDELSHANDELNS TUFFA UTMANING

Dagens konsumenter förväntar sig att kunna handla mat effektivt och smidigt, både i butik och på nätet. Dessutom ska de beställda varorna levereras snabbt och enkelt till valfritt ställe. Det är högt ställda förväntningar, som har gett livsmedelshandlare något att bita i.

Ebba Eriksson började intressera sig för logistik och lager redan när hon läste till civilingenjör inom Industriell ekonomi vid Lunds Tekniska Högskola (LTH). När hon var klar med sin mastersexamen tog hon klivet över till näringslivet, men efter närmare två år som konsult ("man kan säga att jag fungerade som mellanhand mellan it-system och verksamhet") hade suget efter att komma tillbaks till akademien ökat rejält.

Hon ville doktorera och nappade därför direkt när Avdelningen för teknisk logistik vid LTH utannonserade en doktorandtjänst med fokus på logistik och lager. Eller mer specifikt: hur livsmedelshandeln påverkas av den aktuella omnichannel-omvandlingen.



– Från ett logistikperspektiv står begreppet "omnichannel" för att omvandla sin organisation, sina nätverk, och sina lager – eller investera i nya – för att möta kundernas förväntningar på en integrerad köppplevelse och samtidigt kunna bedriva en lönsam verksamhet, berättar Ebba Eriksson.

I jämförelse med andra sektorer har dagligvaruhandeln varit sent ute med att ge sig på e-handel, och de har onekligen sina speciella utmaningar kring logistik och lager. Inte minst finns det hårda regler kring matsäkerhet; de får inte bryta någon kylkedja på väg till konsumenten.

Dessutom har logistiknätverken och lagersystemen för livsmedel varit anpassade för en fysisk butiks behov, inte för att det ska gå smidigt att plocka ihop en e-handelsbeställning.

– Livsmedelshandeln har byggt upp egna logistiknätverk för butikerna, men det är svårt att dra nytta av det för e-handel eftersom det är så stora skillnader mellan butiks- och e-handelsordrar.



Runt år 2017 började de stora aktörerna erbjuda sina kunder att handla via webben, och de första åren växte verksamheterna stadigt, om än i rätt maklig takt. Våren 2020 innebar en stor förändring för tillväxttakten.

– De hade förväntat sig att kunna fortsätta växa organiskt, men pandemin tvingade dem att ta ett stort utvecklingskliv när så många ville undvika att handla i fysiska butiker. De behövde ställa om och fatta beslut om sådant som annars hade varit aktuellt först flera år senare.

Ebba Erikssons avhandling, "Exploring the omnichannel transformation of material-handling configurations and logistics capabilities in grocery retail", bygger på tre studier. I den första har hon fokuserat på hur manuella lager för e-handel designas, och den andra handlar om hur dagligvaruhandlare hanterar och lyckas med omvandlingen mot omnichannel.

– Jag undersökte vad det är som gör att man lyckas med en sådan förflyttning, till exempel vilka vägval som är viktiga, vilka dynamiska förmågor man besitter och hur man har omorganiserat sig.

Den tredje studien var inriktad på nästa steg, i form av investeringar i automationslager och vad som påverkar besluten kring detta.

– Det är uppenbart att det kräver stora volymer och ekonomiska muskler för att sälja mat online – med lönsamhet. Därför är det inte överraskande att det verkar ske en konsolidering av marknaden, som kommer domineras av färre men större aktörer.

När Ebba Eriksson nu har lagt arbetet med avhandlingen bakom sig kommer hon fortsätta vara verksam inom akademien.

– Jag är för närvarande med i ett projekt där vi studerar hur livsmedelsbranschen arbetar med krisberedskap. Dessutom är jag intresserad av att titta på hur man kan arbeta för att förbättra arbetsmiljön i högautomatiserade lager, berättar hon.

Text: Peter Wiklund

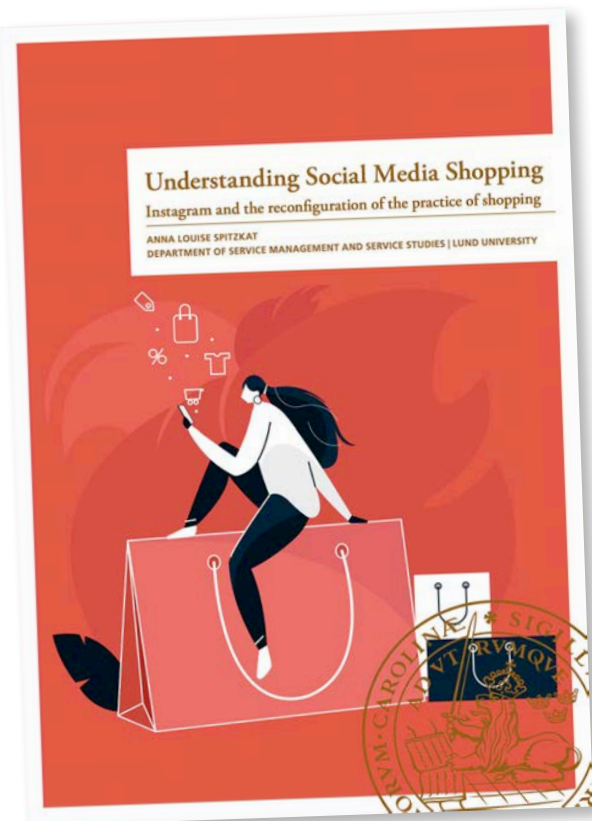
MÅNGFACETTERAD SHOPPING PÅ SOCIALA MEDIER

Den explosionsartade utvecklingen av sociala medier sedan millennieskiftet påverkar samhället på många olika sätt. Bland annat ser vi mer mångfacetterade shoppingsammanhang och nya roller för konsumenter.

Precis som man kan ana av hennes efternamn kommer Anna Spitzkat från Tyskland, där hon tog en kandidatexamen i företagsekonomi och digitala medier innan hon började leta efter ett bra detaljhandelsprogram. Efter att ha undersökt vad som fanns i några olika länder, föll valet på Lund och Institutionen för service management och tjänstvetenskap.

När hon skaffat sig även en masterexamen inledde hon ett doktorandprojekt som kombinerade hennes båda stora intressen: digitala medier och detaljhandel. Det har nu resulterat i avhandlingen *Understanding Social Media Shopping – Instagram and the reconfiguration of the practice of shopping*. Ämnet är alltså shopping i sociala medier, ett begrepp som kan kräva en kort förklaring:

– Jag ser det som ett relativt brett område. Det handlar alltså inte enbart om att köpa saker på sociala medier, utan här ingår alla slags aktiviteter som är kopplade till eller möjliggörs av sociala medier i ett shoppingsammanhang, säger Anna Spitzkat.



Hon konstaterar att det är ett komplext sätt att handla, där konsumenten först blir inspirerad för att sedan leta shoppingmöjligheter och de rätta varorna. Allt i sociala medier.

– Men det stannar inte vid köpet, utan en del av shoppingen är att kunna visa upp vad man har köpt. Då handlar det

mycket om att tala om vem man är och kanske mer målinriktat utveckla ett personligt varumärke.

På sociala medier är det alltså ingen tydlig gräns mellan att vara konsument och att främja konsumtion.

– Det blir ett ekosystem för shopping, där du kan köpa något och på samma gång marknadsföra det. Du påverkar eller vägleder andra människor i deras shopping, mer eller mindre medvetet.



De som gör det mer medvetet än genomsnittskonsumenten är förstås influerarna.

– De är en viktig grupp i det här sammanhanget, eftersom de allra flesta av dem vill göra just detta: kombinera shopping med att marknadsföra det de shoppar. Dessutom kan en influerare ha en tydlig påverkan på shoppingsituationer i fysiska butiker, till exempel genom att de visar upp vad de provar och väljer, säger Anna Spitzkat.

I dagens läge handlar shopping i sociala medier till stor del om aktiviteter på Instagram, men hon är övertygad om att det kommer att dyka upp nya plattformar och sammanhang framöver.

– Instagram är definitivt inte sista anhalten, så det skulle vara intressant att se hur vi kommer att konsumera i framtiden och vad som står på tur. Kanske är det Metaverse? Och kommer människor då vara beredda att för digitala artefakter inom denna metavärld för att bygga upp sina virtuella identiteter? Om just det blir ett område som Anna Spitzkat kommer att studera återstår att se. För närvarande är hon nyfiken på några andra aspekter av shopping i sociala medier som hon stötte på under arbetet med avhandlingen:

– Jag hade med de vanliga vardagskonsumenterna som går i influerarnas fotspår och de influerare som har lyckats bli etablerade. Men det finns en grupp däremellan, de som arbetar hårt för att få en influerarstatus. Dem skulle jag gärna undersöka.

– Jag är även intresserad av att titta närmre på hur influerare organiserar sig eller skapar strategier för att gemensamt få uppmärksamhet för sitt innehåll genom att påverka algoritmerna eller på annat sätt få mer inflytande och makt. Så det finns flera möjligheter för mig att gå vidare inom området, vi får se vad det blir framöver.

Text: Peter Wiklund

Den osäkra framtiden för detaljhandeln är något som diskuteras mycket. Under 2020 invigde Centrum för handelsforskning två framtidsorienterade teman, i syfte att vägleda vår forsk-

ning och rama in vår forskningsbaserade och praktikfokuserade verksamhet. Dessa teman fortsatte att vägleda vårt arbete under 2022.

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. 2020 lanserade vi ett ännu mer fördjupat temafokus på ämnet. Under 2021 och 2022 fortsatte vi att arbeta med viktiga frågor på detta tema. 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? Hur kommer nya butiksformat att passa in i kundresan?

I år reste forskare från Centrum för handelsforskning till Skottland för att diskutera några av de här frågorna med sina kollegor på University of Stirling. Tidiga rön tyder på att olika butiksformat ger upphov till nya värden. Man håller också på att utveckla en ny metod som går ut på att kunder kartlägger sig själva, vilket kan ge djupare insikter om hur nya butiksformat passar in i de nya och befintliga kundresorna.

Den framtida detaljhandelns former togs också upp av Kristina Bäckström och Ulf Johansson, som presenterade resultaten av ett nyligen avslutat forskningsprojekt om hur digitaliseringen har påverkat, och kommer att fortsätta att påverka, personalen i fysiska butiker. Kristina Bäckströms artikel om samma ämne fick ett varmt mottagande under Nordic Retail and Wholesale-konferensen, där den vann priset för bästa artikel. Och i december fick vi höra hur de studerande



på magisterprogrammet "International Marketing and Brand Management" resonerar, när de presenterade sina analyser av den framtida detaljhandelns former. De tog upp de mest relevanta och omstörtande utmaningarna för handeln och använde ett antal verktyg och teorier för att göra prognoser om hur detaljhandelsföretag kommer att påverkas under den närmaste framtiden.



Forskningen inom detta tema har också inriktats på hur man kan skapa mer motståndskraftiga leveranskedjor i framtiden. Detaljhandelns motståndskraft har verkligen satts på prov de senaste åren av ett antal geopolitiska, klimatmässiga och hälsorelaterade störningar i leveranskedjorna. Problem och lösningar diskuterades av fyra experter på leveranskedjor vid ett onlineseminarium som vi stod värd för i maj månad.

"Kommer vi att ta oss till butiken eller butiken till oss? Hur kommer nya butiksformat att passa in i kundresan?"

Under 2022 undersöktes den framtida detaljhandelns former i flera projekt med koppling till centrumet. Bland annat genomfördes ett projekt om flerkanalshandel där man försökte förstå vilka utmaningar som detaljhandelsföretagen möter på sin resa från ett till flera försäljningsformat. I ett annat projekt undersöktes hur man kan mäta och utvärdera nya butiksformat, t.ex. popup-butiker, showrooms och konceptbutiker, där direktförsäljning på plats inte är det främsta målet. Det pågår också projekt där man undersöker butikspersonalens roll i servicemötet och hur de kan utbildas för att bli mer förberedda på framtidens utmaningar. Ett flertal projekt fokuserar också på de logistiska och datarelaterade utmaningarna och möjligheterna för e-handel och plattformsbaserade detaljhandelsformat i framtiden.

Text: Carys Egan-Wyer

Tema: Framtidens konsumtion

Den framtida detaljhandels former är nära förknippade med de typer av konsumtion som blir aktuella i framtiden. De nuvarande konsumtionssätten – där detaljhandeln ansvarar för att sälja stora volymer av produkter och tjänster till konsumenterna – är inte hållbara. De är inte heller ansvarstagande. Så hur kommer konsumtionen att utvecklas? Vad blir viktigt för framtidens konsumenter? Kommer hållbarhet att fortsätta att forma utbudet i detaljhandeln? Hur kommer konsumenternas välbefinnande att påverkas av detaljhandelsföretagen? Och hur kommer den tekniska utvecklingen att påverka vår förmåga att konsumera mer hållbart och på sätt som bidrar till vårt välbefinnande? Dessa frågor står i centrum för temat Framtidens konsumtion.

”Kommer hållbarhet att fortsätta att forma utbudet i detaljhandeln? Hur kommer konsumenternas välbefinnande att påverkas av detaljhandelsföretagen?”

De här frågorna tas upp i olika forskningsprojekt med koppling till centrumet. Inom vissa läggs tonvikten på hållbarhet inom detaljhandeln, och man undersöker bland annat hur vi kan möjliggöra hållbara livsmedelsval genom socioekonomisk innovation, hur automatisering kan göra detaljhandeln mer hållbar och hur detaljhandeln kan förhålla sig till nya konsumtionsmönster, t.ex. antikonsumention. Forskare från centrumet deltar också i det nationella initiativet för hållbar e-handel, där offentliga, privata och akademiska intressenter strävar efter att omvandla e-handelssektorn till ett hållbart logistiksystem. Lärdomarna från samtliga projekt kommer att

hjälpa detaljhandelsföretagen att anpassa sig till framtidens konsumtionsmönster på positiva och hållbara sätt.

Centrumet stod värd för många workshoppar och seminarier på temat Framtidens konsumtion under 2022. John Olsson presenterade sina rön om framtiden för hållbar e-handel och behovet av systemakupunktur för att skapa systemisk förändring vid Lunds universitets tvärvetenskapliga hållbarhetskonferens som hölls i maj. Hållbarhet hamnade återigen på dagordningen när den internationelle akademikern Jack Coffin besökte oss för att diskutera företeelsen grönmalning. I december deltog centrumets forskare, tillsammans med forskare och yrkesverksamma från ett stort antal områden, i en diskussion om influerans påverkan på framtidens konsumtion.

I maj 2022 stod Centrum för handelsforskning värd för det andra seminariet i en serie på temat Framtidens konsumtion, där forskare och yrkesverksamma från detaljhandeln diskuterar olika perspektiv på konsumtionens och detaljhandels framtid. Den här gången tog man upp hur mentalt och fysiskt välbefinnande kommer att forma framtidens konsumtion och detaljhandel. Efter seminariet bjöds doktorander in för att fortsätta diskussionen under en interaktiv föreläsning med erfarna akademiker. Höjdpunkterna från alla fyra seminarier på temat *Framtidens konsumtion* kommer att presenteras i en bok som publiceras under 2023 av Palgrave Macmillan och i ett specialnummer av *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*.

Text: Carys Egan-Wyer



Ny rapport: Personalens roll i servicemötet

UTMANINGAR OCH FÖRÄNDRINGSARBETE FÖR HANDELNS PERSONAL

Handelns digitalisering har på senare år medfört stora förändringar för den fysiska butiken och de servicemöten som äger rum där. Utvecklingen av en multikanalhandel och nya digitala verktyg har förändrat kundernas behov och beteende, såväl som personalens roll i butiken.

I en rapport som publicerats 2022 förklarar Kristina Bäckström och Ulf Johansson hur personalens roll i dagens servicemöten har ändrats. Projektet finansierades av Handelsrådet och dess huvudsakliga syfte var att fördjupa vår förståelse för personalens roll i den fysiska butiken samt för de utmaningar som de möter i sitt arbete.

Studierna visade att ökad digitalisering och nya kundbeteenden har förändrat servicemöten och personalens arbete i flera hänseenden. Många beskriver exempelvis att kraven på service och tillgänglighet har ökat, samt att detaljerade produktkunskaper och personalens förmåga att erbjuda kundpassade lösningar har blivit allt viktigare. Samtidigt talar man på flera håll också om minskade resurser och svårigheter att leva upp till de krav och målsättningar som finns.



Resultatet visar att centrala utmaningar för dagens handelsföretag handlar om bland annat resurshandling och organisering av butiksarbete, utbildningsmöjligheter för personal, samt utveckling och implementering av nya digitala verktyg. Hela rapporten samt en sammanfattning finns på Centrum för handelsforskning hemsida.



Ny rapport: Framgångsrik kompetensutveckling

MEKANISMER FÖR INFORMELLT LÄRANDE

Ytterligare en populärvetenskaplig forskningsrapport lanserades av Centrum för handelsforskning under 2022. Denna har som avsikt att fungera som inspiration och utgöra underlag för diskussioner kring lärande på arbetsplatser.

Rätt kompetens är en grundläggande förutsättning för att både företag och samhället i stort framgångsrikt ska kunna möta existerande och kommande utmaningar. I dagens snabbt föränderliga värld är förmågan att utveckla och ställa om kompetens viktigare än någonsin. Det är uppenbart att kompetensutveckling är grundläggande i dagens kunskapsamhälle.

Nu publiceras en forskningsrapport som har som avsikt att fungera som inspiration och utgöra underlag för diskussioner kring lärande på arbetsplatser. Ur ett livslångt lärandeperspektiv är det väsentligt att man inte slentrianmässigt bara gör som man alltid har gjort, utan vidgar sina vyer och förstår den fulla potentialen som ligger i det informella lärandet. Framför allt är avsikten att forskningsresultaten ska fungera som en kunskapsinjektion för handelsföretag som vill stärka sin kompetensutveckling och arbeta mer aktivt med att främja det informella lärandet. Förhoppningsvis bidrar



forskningen i det långa loppet till en ökad konkurrenskraft för handelsföretag samt fler framgångsrika medarbetare som trivs på sin arbetsplats och därmed en ännu mer attraktiv bransch att jobba i.

Daniel Hellström och Pernilla Derwik, Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet är rapportens författare och leder forskningsprojektet *Framgångsrik kompetensutveckling på jobbet – informellt lärande i handeln*. Läs gärna rapporten eller sammanfattningen på Centrums hemsida.



Affilierade projekt – ett axplock

Centrum för handelsforskning är en nätverksorganisation där forskare kan träffas och dela kunskap. Vi 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.

Fossilfria leveranser: Branschöverenskommelse för e-handeln

Hösten 2021 samlades tio e-handelsföretag och tio transportörer till en workshop för att diskutera förutsättningarna för att forma en gemensam definition kring vad en fossilfri leverans är. Ett år senare blev en branschöverenskommelse klar och tillgänglig för påskrift hos Svensk Handel. Att bli en del av överenskommelsen är kostnadsfritt och baseras på ett avtal mellan e-handlare och transportör som i sin tur gör det lättare och mer transparent för konsumenter som e-handlar att välja en fossilfri leverans. Branschöverenskommelsen för fossilfria leveranser tydliggör begreppet fossilfri leverans samt kräver att andra miljömässiga begrepp som används i check-outen tas bort. Ett fåtal undantag görs för certifieringar såsom Svanens kommande märkning för hållbara e-handelstransporter.

För att transformera e-handeln till ett hållbart system behövs mer av den här sortens samverkan, där engagerade handlare och transportörer sluter upp tillsammans. Förhoppningsvis är branschöverenskommelsen för fossilfri leverans den första av många gemensamma konkreta policyinitiativ för en mer hållbar e-handel.

Projekttagare: Daniel Hellström, Josephine Darlington, Klas Hjort, Felicia Hökars

Projektid: 2021-2024

Finansier: Vinnova

Transporteffektivitet och fyllnadsgrad: Analys och åtgärdsförslag för ökat resursutnyttjande

Det övergripande syftet för hela projektet är att utveckla och operationalisera ändamålsenliga, tillförlitliga, åtkomliga och kostnadseffektiva effektivitetsmått (nyckeltal) för analys av det svenska godstransportsystemet. Dessa nyckeltal ska utvecklas med hänsyn till olika delsystems varierande förutsättningar och olika intressenters skilda behov och roller. Det övergripande målet med projektet är att generera ny nödvändig kunskap som möjliggör tillförlitlig utvärdering av det svenska godstransportsystemets transporteffektivitet och effektiviseringspotential samt framtagning av modeller och verktyg för att studera effektsamband som underlag för policyåtgärder för ökad hållbarhet.

Projekttagare: Daniel Hellström, Henrik Pålsson, Jessica Wehner, Sara Rogerson, Vendela Santén, Dan Andersson, Marta Gonzalez-Aregall

Projektid: 2021-2026

Finansier: Trafikverket

National Initiative for Sustainable E-commerce: Accelerate Innovation

För att nå de globala hållbarhetsmålen krävs att e-handelssektorn transformeras till ett hållbart logistiksystem. För att åstadkomma genomgripande systemförändring finns ett tydligt behov av en nationell kraftsamling som accelererar innovation kring denna komplexa samhällsutmaning. Målet för satsningen är skapa en framgångsrik samverkansarena och kompetenscenter för hållbar e-handelslogistik. Med missionen "Varje e-handelsleverans i Sverige ska vara hållbar och bidra till ett levande samhälle" som en konkret långsiktig målbild, kommer satsningen samla intressenter, offentliga som privata, för att tillsammans med ledande akademiska miljöer öka kunskaps- och erfarenhetsutbytet kring hur samhället kan uppnå en ökad effektivisering vid leverans av ehandlade varor och tjänster.

Projekttagare: Daniel Hellström, Josephine Darlington, Klas Hjort, Felicia Hökars

Projektid: 2021-2024

Finansier: Vinnova

Säkra och tillgängliga leveranser för äldre

Många brukare är oförmögna, eller som nu i pandemitider, ovilliga att ta sig till serviceombud eller själva öppna dörren för att ta emot leveranser som t.ex. dagligvaror. Detta medför att viktiga samhällsfunktioner inte är tillgängliga för alla. Genom att eliminera det personliga mötet vid t.ex. hemleveransen minimeras smittorisen samtidigt som flexibiliteten för vård- och omsorgsenheten ökar avsevärt vilket även möjliggör mer tid hos t.ex. vårdtagaren. På samma sätt kan andra varor som t.ex. hemsjukvården förser brukarna med levereras till ett uppkopplat leveransskåp i närheten av brukarens bostad vilket minimerar behoven att själva ta sig till olika serviceombud. Personalen från hemservice hämtar, med hjälp av en digital nyckel, varorna i leveransskåpet och tar med sig in till brukaren när de anländer. Det övergripande syftet med projektet är att undersöka och beskriva hur äldre i samhället upplever nya tjänster som mottagarfria matleveranser och på vilket sätt dessa tjänster kan utvecklas vidare för att öka tillgängligheten till andra viktiga samhällstjänster.

Projekttagare: Klas Hjort, John Olsson, Daniel Hellström

Projektid: 2021-2023

Finansier: Familjen Kamprads stiftelse

Mot sista kilometer-transporter med nollutsläpp i omnikanalshandel

Sista kilometer-transporter är ett framväxande forskningsområde som har börjat uppmärksammas alltmer av akademiker och yrkesverksamma, särskilt under de senaste fem åren. Den snabba ökningen beror främst på ökad urbanisering, befolkningstillväxt, e-handels utveckling, nya konsumentbeteenden, innovation och större fokus på hållbarhet. Det finns

många definitioner av "sista kilometer-transporter", men oftast avses den sista sträckan i en leveranskedja, från det sista distributionscentrumet till mottagarens valda destination.

Den sista kilometeren beskrivs ofta som en av de dyraste, ineffektivaste och mest förorenande delarna av leveranskedjan. Därför krävs en snabb och effektiv omställning till hållbarare sista kilometer-distribution. I nuläget vet vi inte mycket om hur vi ska kunna ställa om till nollutsläpp för den sista kilometeren, och därför krävs en mer djupgående förståelse för hur det ska gå till. Syftet med projektet är att bidra till en ökad förståelse av omställningen till nettonollutsläpp för sista kilometer-distribution i omnikanalshandel och dess effekter.

Projekttagare: John Olsson, Daniel Hellström, Henrik Pålsson
Projektid: 2018-2023

Detaljhandel och antikonsumention

Förr i tiden satte man likhetstecken mellan att vara en god konsument och en god medborgare. När man handlade stödde man lokala jordbrukare och nationella tillverkningsföretag och bidrog till den ekonomiska tillväxten (Cohen, 2003; Coskuner-Balli, 2020). I dag är en god medborgare en person som står emot sina impulser att konsumera. En del konsumenter bygger till och med upp sin identitet kring antikonsumention i stället för konsumtion.

Den här trenden har naturligtvis konsekvenser för detaljhandeln, men hur ska den reagera? Det är en särskilt intressant fråga för de detaljhandelsföretag vars affärsmodeller bygger på volym och onödig ersättning av föremål, t.ex. klädbutiker. Men för att förstå hur detaljhandeln kan bemöta antikonsumentionstrenden måste vi först förstå konsumenternas synvinkel. I detta projekt används kvalitativa metoder och ett sociokulturellt perspektiv för att förstå antikonsumentionstrender, med tanke på att konsumenternas val i butiken inte kan åtskiljas från livet utanför butiken eller från den bild av oss själva som vi vill visa upp för omvärlden.

Projekttagare: Carys Egan-Wyler
Projektid: 2021-2023
Finansier: Handelsrådet

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 omnikanallogistik. 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 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 omnikanalstransformation av lagerlogistik, speciellt avseende viktiga beslutsfaktorer och dynamiska förändringsförmågor.

De centrala forskningsfrågorna är följande:

1. Vilka beslutsfaktorer påverkar och motiverar olika logistikkonfigurationer under dagligvaruhandlars transformation mot omnikanallogistik?
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 omnikanalshandel?

Projekttagare: Ebba Eriksson, Joakim Kembro, Andreas Norrman
Projektid: 2020-2023
Finansier: Håkon Swenson stiftelsen

Klimat- och kostnadseffektiva förpackningar: beslutsfattandeverktyg

Förpackningar bidrar tveklöst till en enklare vardag. Förpackningar kan även hjälpa oss att minska koldioxidutsläppen och mängden avfall och därigenom spela en viktig roll för att skydda vår planet. Detta projekt fokuserar på förpackningarnas förmåga att skydda och skapa mervärde för produkter. Man måste dock även integrera utformnings-, utvärderings- och produktionsprocesserna för förpackningar om man ska lyckas med dessa uppgifter. Projektet syftar till att utveckla och sprida ny kunskap och ett nytt verktyg för beslutsfattande som kan hjälpa till att hantera de komplexa frågorna kring utformning och val av konsument- och transportförpackningar som är förenliga med en hållbar utveckling. Projektet bygger på designvetenskaplig forskning och har utformats tillsammans med IKEA, Tetra Pak och WWF.

Projekttagare: Henrik Pålson, Daniel Hellström
Projektid: 2020-2023
Finansier: Familjen Kamprads stiftelse

Flerkanalshandel

I det här projektet vill man få förståelse för de utmaningar som detaljhandelsföretag ställs inför på sin resa från en enda försäljningskanal till s.k. flerkanalshandel. Utmaningarna uppkommer på många olika områden och rör allt ifrån hur handeln ska organiseras till hur en order bäst kan uppfyllas. En fallstudie av IKEA:s försäljning pågår, och den första delen av den studien kommer att publiceras inom kort.

Projekttagare: Ulf Johansson, Jens Hultman, Jonathan Reynolds, Steve Burt, John Dawson
Projektid: 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

Projektid: 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

Projektid: 2020-2023

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 ska-

par 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 Roese, Karla Marie Batingan Paredes, Sofia Ritzen, Annika Olsson, Ulf Johansson

Projektid: 2019-2022

Finansiär: Vinnova

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, 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.

Den fysiska butiken fortsätter att förändras och flera handelskedjor har arbetat fram och testat nya butiksformat som show-room, pop-up stores etc. Dessa format skall komplettera den traditionella fysiska butiken och skapa möjlighet för anpassning till nya kundbehov. Medan den traditionella butiken utvärderas på försäljning, är inte de nya formaten det och måste utvärderas och styras på nya sätt. Men vilka då? Och hur? Detta projekt avser att ge svar på dessa frågor genom studier av etablerade och nya företag.

Projekttagare: Ulf Johansson, Jens Hultman, Steve Burt, Carys Egan-Wyer

Projektid: 2019-2023

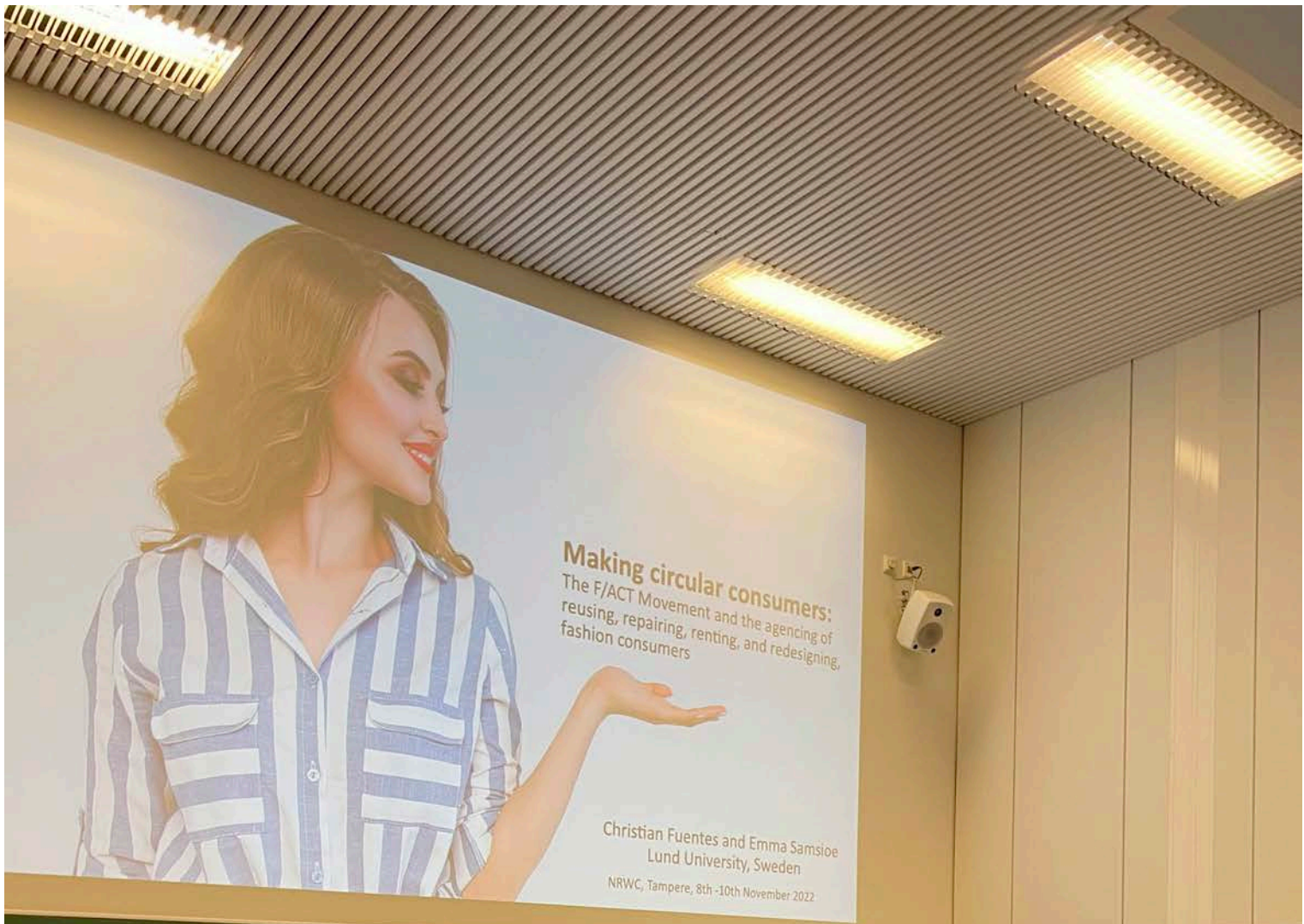
Finansiär: Handelsrådet

Mot hållbara leveranskedjor – en undersökning av förpackningseffektivitet

Detta projekt syftar till att belysa de volym- och vikt förluster som orsakas av förpackningar och som uppkommer utmed hela leveranskedjan. Man försöker också uppskatta storleken på förlusterna.

Projekttagare: Noor Faizawati Badarudin, Daniel Hellström, Henrik Pålsson

Projektid: 2019-2022



Människorna i centrum

STYRGRUPP

ULF JOHANSSON	EKONOMIHÖGSKOLAN, CENTRUMFÖRESTÅNDARE	REEMA SINGH	EKONOMIHÖGSKOLAN
KRISTINA BÄCKSTRÖM	CAMPUS HELSINGBORG, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE	HENRIK STERNBERG	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
CARYS EGAN-WYER	EKONOMIHÖGSKOLAN, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE	ANETTE SVINGSTEDT	CAMPUS HELSINGBORG
DANIEL HELLSTRÖM	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE	VERONIKA TARNOVSKAYA	EKONOMIHÖGSKOLAN
KLAS HJORT	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE	OLA THUFVESSON	CAMPUS HELSINGBORG
EMMA SAMSOIE	CAMPUS HELSINGBORG, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE	BURAK TUNCA	EKONOMIHÖGSKOLAN
		SOFIA ULVER	EKONOMIHÖGSKOLAN
		YULIA VAKULENKO	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
		ANNIKA WALLIN	HUMANISTISKA OCH TEOLOGISKA FAKULTETERNA
		PHILIP WARKANDER	CAMPUS HELSINGBORG
		ERIK WENGSTRÖM	EKONOMIHÖGSKOLAN

AFFILIERADE FORSKARE

JOHAN ANSELMSSON	EKONOMIHÖGSKOLAN
BRITT ARONSSON	CAMPUS HELSINGBORG
DEVIRIM UMUT ASLAN	CAMPUS HELSINGBORG
JON BERTILSSON	EKONOMIHÖGSKOLAN
CECILIA CASSINGER	CAMPUS HELSINGBORG
JAVIER CENAMOR	EKONOMIHÖGSKOLAN
ANNETTE CERNE	EKONOMIHÖGSKOLAN
PERNILLA DERWIK	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
IDA DE WIT SANDSTRÖM	CAMPUS HELSINGBORG
ULF ELG	EKONOMIHÖGSKOLAN
LENA ESKILSSON	CAMPUS HELSINGBORG
CECILIA FREDRIKSSON	CAMPUS HELSINGBORG
CHRISTIAN FUENTES	CAMPUS HELSINGBORG
KERSTIN GIDLÖF	HUMANISTISKA OCH TEOLOGISKA FAKULTETERNA
CLARA GUSTAFSSON	EKONOMIHÖGSKOLAN
NILS HOLMBERG	CAMPUS HELSINGBORG
FARRUKH JAVED	EKONOMIHÖGSKOLAN
STEFAN KARLSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
JOAKIM KEMBRO	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
STEFAN LARSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
MATTHIAS LEHNER	THE INTERNATIONAL INSTITUTE FOR INDUSTRIAL ENVIRONMENTAL ECONOMICS, IIIEE
JONAS NORDSTRÖM	EKONOMIHÖGSKOLAN
ANDREAS NORRMAN	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
ANNIKA OLSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
HENRIK PÅLSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA

AFFILIERADE DOKTORANDER

MARIANA LOPEZ DAVILA	THE INTERNATIONAL INSTITUTE FOR INDUSTRIAL ENVIRONMENTAL ECONOMICS, IIIEE
EBBA ERIKSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
PRAHALAD KASHYAP HARESAMUDRAM	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
RÉKA INES TÖLG	CAMPUS HELSINGBORG
MARCUS KLASSON	EKONOMIHÖGSKOLAN
RUI LIU	CAMPUS HELSINGBORG
ANNABELL MERKEL	CAMPUS HELSINGBORG
MICOL MIELI	CAMPUS HELSINGBORG
JOHN OLSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
KARLA MARIE PAREDES	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
CARIN REHNCRONA	CAMPUS HELSINGBORG
HOSSAIN SHAHRIAR	EKONOMIHÖGSKOLAN
ANNA SPITZKAT	CAMPUS HELSINGBORG
AXEL WELINDER	EKONOMIHÖGSKOLAN
JÖRGEN WETTBO	EKONOMIHÖGSKOLAN

GÄSTFORSKARE

ARNO DE CAIGNY	IÉSEG SCHOOL OF MANAGEMENT
KATHERINE CASEY	KENT BUSINESS SCHOOL
JACK COFFIN	UNIVERSITY OF MANCHESTER
KATHERINE DUFFY	UNIVERSITY OF GLASGOW
ELEONORA PANTANO	UNIVERSITY OF BRISTOL

TOTALT ANTAL KVINNOR: 31, TOTALT ANTAL MÄN: 31

Finansiering

FORSKNINGSANSLAG VID CENTRUM FÖR HANDELSFORSKNING

Centrum för handelsforsknings basfinansiering från Handelsrådet på 5 miljoner per år gick ut 2018 och under 2022 hade vi en finansiering på 1 miljon från Lunds universitet. 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

Stadskärnan bör bli en kommunal valfråga	Sydsvenskan	Januari	Johan Anselmsson
Digitala konsumentmarknader: Trender, problem och utmaningar	Riksdagen: Civilutskottet	Februari	Stefan Larsson
Konsumentens förtroende för handelns datainsamling	Forskarfrukost, Retail house, Stockholm	Februari	Stefan Larsson
Shopping efter pandemi	Ekonomihögskolan, Lund	Mars	Johan Anselmsson
Hantverk: Organisering mot mainstream	Ekonomihögskolan, Lund	April	Carys Egan-Wyer
Attraktions- & drivkraftsanalys av Lunds stadskärna	Handelsföreningen i Lund	April	Johan Anselmsson
Forskarnas dom: Ut med plasten ur e-handeln – välj detta istället	E-handel tidning	April	Daniel Hellström
För att nå stjärnorna: Effekten av leveransupplevelse på användarbetyg och recensioner	Retail Tech 2022, Kistamässan, Stockholm	April	Yulia Vakulenko, Daniel Hellström
Marknadsföreningen i Helsingborgsregionen	Ökad e-handel och fler returer – hållbart för miljön?	Maj	Daniel Hellström, Klas Hjort
Mode, konsumtion och cirkuläritet	Framtidsvecka, Circle Centre och Hållbart universitet, Lund	Maj	Carys Egan-Wyer
Leveransupplevelsen – Vad är viktig för konsumenten	Forskarfrukost, Retail House, Stockholm	Maj	Daniel Hellström
Framtiden för hållbar urban matlogistik	Our Future City/H22, Helsingborg	Maj	Yulia Vakulenko, Klas Hjort
Antikonsumtion, detaljhandel och hållbarhet	Hållbarhetsveckan, Lunds universitet	Maj	Carys Egan-Wyer
Logistiktrender 2022	Catena Fastigheter	Maj	Daniel Hellström, Klas Hjort
Tredjepartskakor	Intervju, Eftermiddag i P4 Malmöhus	Maj	Stefan Larsson
Så påverkas utsatta områden av en aktiv handel	Our Future City/H22, Helsingborg	Juni	Cecilia Cassinger, Ola Thufvesson
Forskarseminarium: Leveransupplevelsen - vad är viktigt för konsumenten?	Retail House, Stockholm	Juni	Daniel Hellström
Helsingborgsdeklarationen	Stadsmässan H22, Helsingborg	Juni	Klas Hjort, Daniel Hellström, John Olsson, Pernilla Derwik
Kan mode någonsin bli hållbart?	Our Future City/H22, Helsingborg	Juni	Carys Egan-Wyer
Fast fashion – shoppingen som skapar konflikt	Dagens Nyheter	Juni	Carys Egan-Wyer
Vägen till en hållbar e-handel	Our Future City/H22, Helsingborg	Juni	Daniel Hellström
Forskarseminarium: Digital marknadsföring	Retail House, Stockholm	September	Burak Tunca
Förpackningar och Etiketter: Möjligheter till samverkan mellan Etikettgruppen och LTH	Branschnätverk Etikettgruppen, Sverige	Oktober	Daniel Hellström
Justera plattformsaffärsmodeller: Digitala hälsoplattformar i reglerade branscher	Management of Innovation and Technology	Oktober	Javier Cenamor

AI Governance - Sociala normer och tvärvetenskapliga behov	Presentation, MIRAI 2.0 R&I Conference, Fukuoka, Japan	November	Stefan Larsson
Hållbar urban logistik – matchande utmaningar och lösningar	Smart City Business Forum, Spanien	November	Klas Hjort, John Olsson
Ny rapport: Hälften föredrar AI-kundtjänst framför människor	SVT Nyheter	December	Stefan Larsson

Aktuella frågor

”Stadskärnan bör bli en kommunal valfråga.”

Ny rapport: Hälften föredrar AI-kundtjänst framför människor

PUBLICERAD 17 DECEMBER 2022

Fast fashion – shoppingen som skapar konflikt

9
jun

OUR FUTURE CITY/H22 Så påverkas utsatta områden av en aktiv handel

Forskarnas dom: Ut med plasten ur e-handeln – välj detta istället



Publikationer

VETENSKAPLIGA ARTIKLAR

Biedenbach, G., Biedenbach, T., Hulten, P. & Tarnovskaya, V. (2022) **Organizational resilience and internal branding: investigating the effects triggered by self-service technology**. *Journal of Brand Management*, 29(4) 420-433

Cassinger, C. and Thufvesson, O. (2022) **Enacting safe places – a study of (im)balancing acts in everyday city centre management**, *Journal of Place Management and Development*, 0(0)

Cenamor, J. (2022) **Use of health self-management platform features: The case of a specialist ehealth app**. *Technological Forecasting and Social Change*, 185, 122066

Coffin, J. & Egan-Wyer, C. (2022) **The ethical consumption cap and mean market morality**. *Marketing Theory*, 22(1) 105-123

Denver, S., Christensen, T., Nordström, J., Ditlevsen, K., Jensen, J. D. & Sandøe, P. (2022) **Dietary priorities and consumers' views of the healthiness of organic food: purity or flexibility?** *Organic Agriculture*, 12(2) 163-175

Denver, S., Christensen, T., Nordström, J., Lund, T. B. & Sandøe, P. (2022) **Is there a potential international market for Danish welfare pork? - A consumer survey from Denmark, Sweden, and Germany**. *Meat Science*, 183, 108616

Elg, U. & Welinder, A. (2022) **Sustainability and retail marketing: Corporate, product and store perspectives**. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64(0) 102810

The results from the survey with the city centre managers show that safety is not being a prioritised issue in Swedish cities.

Cassinger, C. and Thufvesson, O. (2022) Enacting safe places – a study of (im)balancing acts in everyday city centre management, *Journal of Place Management and Development*

Eriksson, E., Norrman, A. & Kembro, J. (2022) **Understanding the transformation towards omnichannel logistics in grocery retail: a dynamic capabilities perspective**. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 50, (8/9) 1095-1128

Essén, A., Frishammar, J. & Cenamor, J. (2022) **Entering non-platformized sectors: The co-evolution of legitimacy debates and platform business models in digital health care**. *Technovation*, 0(0)

Fuentes, C. & Fuentes, M. (2022) **Infrastructuring alternative markets: Enabling local food exchange through**

patchworking. *Journal of Rural Studies*, 94, 13-22

Fuentes, C., Samsioe, E. & Östrup Backe, J. (2022) **Online food shopping reinvented: developing digitally enabled coping strategies in times of crisis**. *International Review of Retail Distribution & Consumer Research*, 32(2) 130-150

Haresamudram, K., Larsson, S. & Heintz, F. (2022) **Three Levels of AI Transparency**. *Computer*, 0(0)

Hultman, J. & Egan-Wyer, C. (2022) **Physical retailing vs. physical distancing—an empirical study of Swedish retail adaptations in the wake of Covid-19**. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 32(2) 201-220

Hunter, E., Norrman, A. & Berg, E. (2022) **Quantifying differences in alternative food network supply chain activities and their relationship with socio-economic outcomes**. *International Food and Agribusiness Management Review*, 25(1) 83-101

There is consensus in current literature that stakeholders must collaborate to obtain sustainable freight systems.

Kervall, M. & Pålsson, H. (2022) Barriers to change in urban freight systems: a systematic literature review. *European Transport Research Review*, 14(1) 29

Johansson, U. (2022) **Editorial for first issue of international review of retail, distribution and consumer research, 2022**. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 32(1) 1-2

Katsela, K., Pålsson, H. & Ivernå, J. (2022) **Environmental impact and costs of externalities of using urban consolidation centres: a 24-hour observation study with modelling in four scenarios**. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 25(12) 1542-1563

Kembro, J., Eriksson, E. & Norrman, A. (2022) **Sorting out the sorting in omnichannel retailing**. *Journal of Business Logistics*, 43(4) 593-622

Kembro, J. & Norrman, A. (2022) **The transformation from manual to smart warehousing: An exploratory study with Swedish retailers**. *International Journal of Logistics Management*, 33(5) 107-135

Kervall, M. & Pålsson, H. (2022) **Barriers to change in urban freight systems: a systematic literature review**. *European Transport Research Review*, 14(1) 29

Koch, C. & Ulver, S. (2022) **Plant versus Cow: Conflict Framing in the Ant/Agonistic Relegitimization of a Market**. *Journal of Macromarketing*, 42(2) 247-261

Olsson, J., Hellström, D. & Vakulenko, Y. (2022) **Customer experience dimensions in last-mile delivery: an empirical study on unattended home delivery**. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 0(0)

Olsson, J., Osman, M. C., Hellström, D. & Vakulenko, Y. (2022) **Customer expectations of unattended grocery delivery services: mapping forms and determinants**. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 50(13) 1-16

Prataviera, L. B., Norrman, A. & Melacini, M. (2022) **Global distribution network design: exploration of facility location driven by tax considerations and related cross-country implications**. *International Journal of Logistics*, 25(7) 1067-1090

Pålsson, H. & Sandberg, E. (2022) **Adoption barriers for sustainable packaging practices: A comparative study of food supply chains in South Africa and Sweden**. *Journal of Cleaner Production*, 374, 133811

Pålsson, H. & Sandberg, E. (2022) **Packaging paradoxes in food supply chains exploring characteristics, underlying reasons and management strategies**. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 52(11) 25-52

Samsioe, E. & Fuentes, C. (2022) **Digitalizing shopping routines: Re-organizing household practices to enable sustainable food provisioning**. *Sustainable Production and Consumption*, 29 (January) 807-819

Silva, N. & Pålsson, H. (2022) **Industrial packaging and its impact on sustainability and circular economy: A systematic literature review**. *Journal of Cleaner Production*, 333, 130165

Southerton, D. & Fuentes, C. (2022) **Special section: Digital platforms and sustainable food consumption transitions**. *Sustainable Production and Consumption*, 29, 805-806

Sternberg, H., Liñan Jimenez, I., Prockl, G. & Norrman, A. (2022) **Tragedy of the facilitated commons: A multiple case study of failure in systematic horizontal logistics collaboration**. *Journal of Supply Chain Management*, 58(4) 30–57

Sullivan, K. R., Rennstam, J., & Bertilsson, J. (2022) **Sycomorphism in city branding: The case of Amazon HQ2**. *Marketing Theory*, 0(0)

Sörum, N. & Fuentes, C. (2022) **How sociotechnical imaginaries shape consumers' experiences of and responses to commercial data collection practices**. *Consumption Markets and Culture*, 0(0)

Tarnovskaya, V., Melén Hånell, S. & Tolstoy, D. (2022) **Proactive Corporate Sustainability via Social Innovation—A Case Study of the Hennes & Mauritz Grand Challenge in Bangladesh**. *Sustainability*, 0(0)

Tarnovskaya, V., Tolstoy, D. & Melén Hånell, S. (2022) **Drivers or passengers? A taxonomy of multinationals'**

approaches to corporate social responsibility implementation in developing markets. *International Marketing Review*, 39(7) 1-24

Vakulenko, Y., Arsenovic, J., Hellström, D. & Shams, P. (2022) **Does delivery service differentiation matter? Comparing rural to urban e-consumer satisfaction and retention**. *Journal of Business Research*, 142, 476-484

KONFERENSARTIKLAR OCH ABSTRACTS

Bäckström, K. & Egan-Wyer, C. (2022) **Customer journeys in the new retail landscape: A qualitative study of customer value and new retail store formats**. *Nordic Wholesale and Retail Conference*, Tammerfors, Finland

Bäckström, K. (2022) **New technology and in-store service encounters: An analysis of work experiences and coping strategies among frontline employees**. *Nordic Wholesale and Retail Conference*, Tammerfors, Finland

Changing attitudes towards more transparency and dialogue at the factory level coevolved through concerted action orchestrated by H&M at the industry level.

Tarnovskaya, V., Melén Hånell, S. & Tolstoy, D. (2022) *Proactive Corporate Sustainability via Social Innovation—A Case Study of the Hennes & Mauritz Grand Challenge in Bangladesh*. *Sustainability*

Derwik, P. & Hellström, D. (2022) **Accelerating competence development in retail practice: Learning activities and initiatives to support informal learning at work**. *Nordic Wholesale and Retail Conference*, Tammerfors, Finland

Egan-Wyer, C. & Bäckström, K. (2022) **Customer journey self-mapping: a qualitative method for evaluating new store formats**. *Nordic Wholesale and Retail Conference*, Tammerfors, Finland

Fuentes, C. & Samsioe, E. (2022) **Making circular consumers: The F/ACT Movement and the agencing of reusing, repairing, renting, and redesigning, fashion consumers**. *Nordic Wholesale and Retail Conference*, Tammerfors, Finland

Hellström, D., Olsson, J. & Hjort, K. (2022) **Transition Towards Sustainable E-Commerce: A Design Thinking Approach. Knowledge for Sustainable Development** – *Lund University Research Conference*, Lund, Sverige

Rehncrona, C., Cassinger, C. & Thufvesson, O. (2022) **The role of retail establishments for perceived safety in deprived urban environments**. *Recent Advances in Retailing and Consumer Science*, Baveno, Italien

Rehncrona, C., Cassinger, C. & Thufvesson, O. (2022) **The relationship between retail stores and public safety in disadvantaged areas in Sweden**. *Nordic Wholesale and Retail Conference*, Tammerfors, Finland

BÖCKER OCH AVHANDLINGAR

Batingan Paredes, K. M. (2022) **Building innovation capability in retail: Towards a systematic and sustained approach to innovation in large retail organizations.** PhD Thesis. Lund Media-Tryck

Eriksson, E. (2022) **Exploring the omnichannel transformation of material-handling configurations and logistics capabilities in grocery retail.** PhD Thesis. Lund Media-Tryck

Spitzkat, A. (2022) **Understanding Social Media Shopping: Instagram and the reconfiguration of the practice of shopping.** PhD Thesis. Lund Media-Tryck

BOKKAPITEL

Elg, U., Jonsson, A. & Tarnovskaya, V. (2022) **IKEA: Expanding in Russia.** I: Ghauri, P. & Cateora, P. (red.). International Marketing. McGraw-Hill, s. 515-520

Rehncrona, C. (2022) **Payment Systems as a Driver for Platform Growth in E-Commerce: Network Effects and Business Models.** I: Ertz, M. (red.) Handbook of Research on the Platform Economy and the Evolution of E-Commerce. IGI Global

RAPPORTER

Bäckström, K. & Johansson, U. (2022) **Personalens roll i servicemötet: Utmaningar och förändringsarbete för handelns personal.** Handelsrådet

... det finns exempel där digitala lösningar kan användas i större utsträckning för att frigöra personalresurser, exempelvis självscanning, självutcheckning och smarta skärmar.

Bäckström, K. & Johansson, U. (2022) Personalens roll i servicemötet: Utmaningar och förändringsarbete för handelns personal. Handelsrådet

Derwik, P. & Hellström, D. (2022) **Framgångsrik kompetensutveckling - mekanismer för informellt lärande.** Handelsrådet

Fuentes, C., Samsioe, E. & Östrup Backe, J. (2022) **Matkonsumtion under pandemin: Digitala plattformar och nya matpraktiker.** Lunds universitet

Olander Roese, M. & Batingan Paredes, K. M. (2022) **Innovation i handeln: en utvecklingsresa.** Lund: Lunds universitet

Tunca, B. & Anselmsson, J. (2022) **Lund Digital Marketing Insights Survey 2022.** Lund University School of Economics and Management

Tunca, B. & Anselmsson, J. (2022) **Lund Digital Trust Survey 2022.** Lund University School of Economics and Management

Tunca, B. & Anselmsson, J. (2022) **Of Swedes & Facebook 2022.** Lund University School of Economics and Management

WORKING PAPERS

Anselmsson, J. (2022) **Tillväxten av nya användare för Amazon.se har mattats av det senaste halvåret, men tillväxtpotentialen är fortfarande stor bland generation Y och Z (Digital Competences of Swedish Brands.** Working report series; No. 2022:1). Ekonomihögskolan, Lunds Universitet



LUNDS
UNIVERSITET



Centrum för handelsforskning
Lunds universitet
Box 118
221 00 Lund
www.handel.lu.se