



LUND UNIVERSITY

Centre for Retail Research at Lund University

Annual Report 2023

Egan-Wyer, Carys; Johansson, Ulf

2024

Document Version:

Förlagets slutgiltiga version

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Egan-Wyer, C., & Johansson, U. (2024, apr. 30). Centre for Retail Research at Lund University: Annual Report 2023. Centre for Retail Research at Lund University.

Total number of authors:

2

General rights

Unless other specific re-use rights are stated the following general rights apply:

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Read more about Creative commons licenses: <https://creativecommons.org/licenses/>

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

LUND UNIVERSITY

PO Box 117
221 00 Lund
+46 46-222 00 00



Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet

VERKSAMHETSBERÄTTELSE | 2023





Inledning

Centrum för handelsforskning – 2023 det tionde året

Du bläddrar i eller läser nu Centrum för handelsforskning vid Lunds universitets 10:e årsrapport. För alla oss som varit inblandade från början känns detta smått överkligt. I vår snabbväxande värld är 10 år en evighet. Det måste tyda på att vi gör något rätt och fyller ett behov!

Vi jobbar fortfarande med att både bedriva forskning och sprida forskningsresultaten på så bra sätt som möjligt. Den senare delen förtjänar att nämnas lite extra för den gör oss unika. Vi sprider inte bara vår forskning till de organisationer som deltagit i den, vi jobbar med ett öppet spridande av kunskap där alla kan ta del av det vi för fram.

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 göra några nedslag och nämna några saker som du kan läsa mer om längre fram i rapporten.

I mars hade vi fokus på varuförsörjningskedjor och last-mile delivery. Vi arrangerade ett välbesökt webinarium som bl.a. handlade om hur denna utmaning för många organisationer kan transformeras. George Maglaras från University of Stirling gästade oss och pratade vid ett annat seminarium i mars om den osäkra tid vi lever i och dess konsekvenser för detaljhandelns försörjningskedjor. I mars följdes George Maglaras av Jens Nordfält, professor i strategisk retailing, University of Bath. Jens pratade om den fysiska butikens roll i framtidens

detaljhandel, och ett annat tema var hur våra mobiltelefoner påverkar våra kundresor.

I maj hade vi den världsledande forskaren Heleen Buldeo Rai från forskningsgruppen Mobilise vid Vrije Universiteit i Bryssel. Heleen pratade bland annat för våra supply chain studenter på Campus Helsingborg och träffade kollegor i Lund för att diskutera pågående gemensamma projekt.

I juni släppte vi en rapport med den engelska titeln - Retail as Unusual – och vi höll också ett webinarium på samma tema i juni. Arbetet kring hur man i detaljhandeln kan hantera de nya och väldigt utmanande förhållandena som inflation, svängig tillgång till produkter, geopolitiska hot i närområdet etc var tema här och ursprunget en masterkurs under hösten 2023. I juni gästade också Dr. Haozhe Chen, från Iowa State University i USA Lund och presenterade bl.a. från ett pågående projekt kring utmaningar med att engagera konsumenter i den cirkulära ekonomin. Precis innan sommaruppehållet i juni ägde också Consumer Culture Theory Conference rum i Lund. Cirka 300 forskare från hela världen deltog och Centrumafilierade Sofia Ulver var en av arrangörerna.

Hösten var också fylld med aktiviteter som började redan i september när John Olsson försvarade sin doktorsavhandling om e-handelsleveranser utifrån ett konsumentperspektiv. Mycket görs redan nu men mer behövs och John är tydlig med att detaljhandelns roll måste bli mera aktiv. Läs mer på sidan 6. I november fick våra internationella marknadsföringsstudenter en utmaning av våra live case företag – Skånemejerier och TePe – som handlar om shopper marketing utmaningar för dessa organisationers produkter. Våren 2024 kommer en rapport som sammanfattar resultaten av dessa



livecase och också lärande för shopper marketing på ett mera övergripande plan.

Som nämndes ovan var 2023 Centrums tionde år, och en del av er känner väl till det för ni var med och firade i november. Vi hade fest i Magle Konserthus i Lund, och hade samtidigt en boklansering. Läs mer på sidan 4. I november gästades vi



också av Ashleigh Logan McFarlane från Napier University, i Edinburgh. Hon presenterade bl.a. forskning kring hur nya sorters beteenden på sociala media formar marknader av olika slag. Slutligen, de två seminarier som avslutade året. Det ena handlade om kundresor där bl.a. Patrick Stoopendahl presenterade resultat från sin kommande doktorsavhandling. I december var Cecilia Cassinger, Ola Thufvesson, och Jonas Nordström alla talare på Handelns dag i Stockholm. Och sist av allt är det värt att nämna att Klas Hjort och John Olsson besökte Smart City Expo World Congress i Barcelona som en del av delegationen från Helsingborg. Mer om detta kommer under 2024 i form av bl.a. ett seminarium i Centrums regi.

När jag sitter och skriver detta – 24:e februari – är det två år sedan Ryssland invaderade Ukraina. Förutom den mänskliga katastrof det är så är det något som i grunden förändrat hur människor i vårt närområde ser på sin framtid. Och framtiden är – vilket är tänkvärt – en funktion av hur vi upplever nutiden, någon annan bild av framtiden har svårt att vinna fotfäste. Här kan man bara hoppas på att jag 2025, när jag introducerar vår 11:e årsrapport, kan ha fokus på något annat än krig och elände. Låt oss hoppas!

Jag tror och hoppas att vi ses digitalt eller analogt under 2024!

Med bästa hälsningar

Ulf Johansson
Professor och centrumföreståndare

Tio års handelsforskning

I oktober 2023 firade Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet sitt tioårsjubileum. Vi markerade tilldragelsen med en fest på Magle konserthus i Lund, där Centrums föreståndare, professor Ulf Johansson, reflekterade över dess etablering och främsta resultat. Vi lanserade också vår senaste bok om *The Future of Consumption* och festens gäster fick uppleva framtiden med shopping i virtuell verklighet, robothund för leveranser, och en legomodell som demonstrerade framtida leveransmöjligheter för sista milen. I samband med Centrums tioårsjubileum ombads konsumtionsforskarna Carys Egan-Wyer och Emma Samsioe att beskriva utvecklingen inom handelsforskningen de senaste tio åren.

– I en av våra senaste rapporter kallar vi det "Retail as unusual". Det finns inget normalläge längre inom handeln, inget "Business as usual". Allt har blivit mer osäkert, säger Carys Egan-Wyer, universitetslektor i marknadsföring på Ekonomihögskolan vid Lunds universitet.

Tillsammans med Kristina Bäckström är Carys Egan-Wyer och Emma Samsioe redaktörer för den nyligen publicerade antologin *The Future of Consumption*, som lyfter fram tre megatrender inom handel.

– Teknologi, hållbarhet och konsumentens välmående står alla i fokus, förklarar Emma Samsioe, biträdande universitetslektor i tjänstevetenskap på Samhällsvetenskapliga fakulteten vid Lunds universitet. Vår utgångspunkt var de ämnen som forskare och praktiker har diskuterat på Centrums seminarier de senaste åren. Men vi har också bidrag från USA och Australien, så det är en intressant bredd på materialet.

Trender inom handel

Ämnena som tas upp i boken är framåtriktade men trenderna påverkar redan nu i hög grad såväl handel som handelsforskning. Kapitlen fokuserar på ett brett urval av ämnen, från att köpa sig lycka till överproduktion och den fysiska butikens framtid i den digitala tidsåldern.

– Vi har länge studerat hur digitaliseringen påverkar handeln. Men vissa saker som var nyheter för tio år sedan är standard nu, som att kunna hämta upp sina beställningar i paketskåp, säger Carys Egan-Wyer. – Kundupplevelsen har alltid varit viktig inom handelsforskningen och kommer att fortsätta vara viktig, tillägger Emma Samsioe.

Mycket ändrades under pandemin

Pandemin ledde till ökat fokus på mentalt och fysiskt välmående och detta avspeglades i vår konsumtion. Pandemin förändrade också många forskares möjligheter att bedriva sin forskning. Metoder behövde anpassas och en del projekt skiftade fokus när forskarna inte längre kunde gå till fysiska butiker och intervjua kunder eller personal.



– I somliga fall blev vi tvungna att helt och hållet ändra våra planer och belysa nya och relevanta frågor, som hur pandemi-restriktioner påverkade de fysiska butikerna. Snabba anpassningar gjorde det möjligt för oss att fånga en del viktiga data om detta, förklarar Carys Egan-Wyer.

– Det fanns nog många i allmänheten som trodde att pandemin skulle bli ett tillfälle för samhället och konsumenterna att tänka om och ändra våra attityder till konsumtion, tillägger Emma Samsioe. Men vi är nog inte riktigt där ännu, i alla fall inte just nu.

Pandemin spred en hel del ljus över de globala försörjningskedjorna, och dessa har i hög grad fortsatt att stå i fokus med all den geopolitiska oron i världen. – Som ett resultat har inställningen till globalisering och handel ändrats något, säger Carys Egan-Wyer. Den var mer positiv för tio år sedan, avslutar hon.

FEM TRENDER INOM HANDELSFORSKNINGEN

1. Från multikanal till omnikanal. För att säkerställa att kunden får en sömlös och enhetlig shoppingupplevelse, oavsett om kunden exempelvis växlar mellan att handla i ett företags fysiska butik, via webbplatsen eller företagets app.

2. Från fokus på gröna miljöfrågor inom handeln till social och ekologisk hållbarhet och i vissa fall anti-konsumtion.

3. Från digitalisering inom innovation och teknologi till AI, metaversum och dataanalys.

4. Logistik och returer har ändrats från fokus på effektiv hantering av returer till kundupplevelsen gällande leveransen, dvs. hur företag kommunicerar olika transportalternativ till kunden.

5. Både pandemin och geopolitisk oro har gett mer utrymme för mentalt och fysiskt välmående inom konsumtionen men har också orsakat störningar i den globala försörjningskedjan.

Fokus på evenemang – ett axplock

MARS – NYTÄNKANDE OM UPPFYLLENDE OCH SISTA MILEN-LEVERANS

I mars stod Centrum för handelsforskning som värd för ett 90 minuters webinarium om omvandlingen av sista milen-leveranser. Tre utmärkta talare belyste flera olika teman som håller på att förändra leveranstjänster radikalt, nämligen hållbarhet, en sömlös kundresa, och leveransupplevelsen. Webinariet kickstartades av den internationella gästforskaren Heleen Buldeo Rai från Vrije Universiteit i Bryssel, som presenterade sitt arbete om e-handels inverkan på miljön. Baserat på de studier hon har gått igenom drog Heleen slutsatsen att inköp online allmänt sett ger ett mindre koldioxidavtryck än inköp i butiken, men bara för dem vars livsstil är bilberoende. Näst i tur var Yulia Vakulenko från Centrum för handelsforskning, som beskrev sin studie av 100 miljoner beställningar, betyg och bedömningar från Amazon US, där resultaten belyser den avgörande vikten av e-handels logistik för skapandet av en positiv e-konsumentupplevelse. Slutligen diskuterade John Olsson, doktorand i förpackningslogistik, vikten av att skapa en förstklassig sista milen-upplevelse utan att ge avkall på lönsamheten.

existera under överskådlig framtid men att den kommer att förändras på många sätt. Han beskrev ett antal studier om butikers roll som inspirationskälla och även vad som händer när kunder använder sina mobiltelefoner. I alla dessa fall visar hans resultat motsatsen mot vad vi skulle ha kunnat vänta oss. Inspiration är bättre än rabatter på att leda till köp, och mobilanvändning leder till längre shoppingrundor och till att kunden spenderar mer pengar under butiksbesöket.



MARS – HANDEL I OSÄKERHETENS TIDSÅLDER

George Maglaras från University of Stirling i Storbritannien besökte Centrum för handelsforskning i mars 2023. Under besöket presenterade George pågående forskning om effekterna på handeln av ökande osäkerhet i handels försörjningskedjor och vad handlare kan göra för att de ska bli mer motståndskraftiga. Georges presentation inspirerade en djupgående och kreativ diskussion bland de församlade akademikerna och följdes av en traditionell svensk lunch i Helsingborg. Följande dag fortsatte George på samma tema med en gästföreläsning om servicelogistik för studenter vid Campus Helsingborg.



MARS – INSPIRERANDE ELLER SÄLJORIENTERAD KOMMUNIKATION I BUTIKEN

Efter seminariet för yrkesverksamma presenterade Jens Nordfält mer av sin forskning på ett seminarium för Centrums affilierade forskare vid Campus Helsingborg. Jens beskrev en nyligen publicerad artikel där han utförde flera olika fält- och laboratorieexperiment för att gräva djupare i hur inspirerande, jämfört med säljorienterad, kommunikation i butiken påverkar vad som spenderas. Hans resultat tyder på att det är viktigt att aktivera konsumtionsmåluppfyllelse.



MARS – DEN FYSISKA BUTIKEN I EN DIGITAL VÄRLD

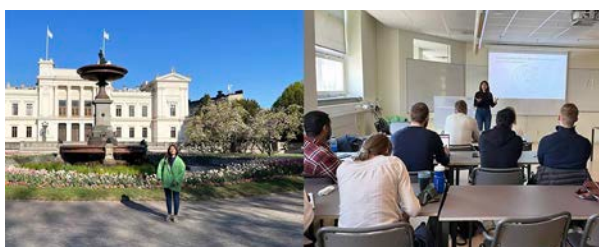
Professor Jens Nordfält från University of Bath i Storbritannien har också besökt Centrum för handelsforskning och den 27 mars höll han ett välbesökt online-seminarium för yrkesverksamma om fysiska butikers roll i en alltmer digital värld. Jens var säker på att den fysiska butiken kommer att fortsätta

APRIL – CENTRUM PÅ TURNÉ

Centrums ledningsgrupp var inbjuden till Stirling University i Storbritannien i april 2023. Gruppen tillbringade flera dagar på universitetet som är välkänt för sin handelsforskning, och utbytte idéer och erfarenheter med forskare vid universitetet.

MAJ – LEDANDE LOGISTIKFORSKARE PÅ BESÖK

I maj hade Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet nöjet att stå som värd för Heleen Buldeo Rai från forskningsgruppen Mobilise vid Vrije Universiteit Brussel, Belgien. Under sin vistelse fick Heleen tillfälle att besöka såväl Lund som Campus Helsingborg och leda seminarier där hon presenterade sin forskning om e-handel, urban logistik och hållbarhet. Heleen höll också en föreläsning om hållbar hantering av försörjningskedjan för masterstudenter vid Campus Helsingborg. Och hon lyckades träffa många av våra kollegor för att diskutera pågående projekt och potentiella framtida samarbeten. - Vi är så tacksamma att Centrum för handelsforskning fick i gång detta, förklarar forskaren i förpackningslogistik Yulia Vakulenko. Och vi ser fram emot framtida besök och samarbeten med Heleen!



JUNI – HANDEL SOM (O)VANLIGT

Under ett timslångt webinarium diskuterade forskare och gäster huvudresultaten från en ny rapport som undersöker utmaningarna med handel i en tid av extrem osäkerhet. Rapporten Retail as Unusual identifierar de viktigaste störande utmaningarna i makromiljön under de senaste åren och diskuterar konsekvenserna för organisationer inom handeln. Analyserade branscher sträcker sig från livsmedelshandel till bensinstationer. Deltagarna i webinariet fick lära sig om de mest störande utmaningarna och hur de kan mildras.

JUNI – ENGAGERA KONSUMENTER I DEN CIRKULÄRA EKONOMIN GENOM FÖRSÖRJNINGSKEDJAN

Dr Haozhe Chen från Iowa State University i USA besökte Centrum i juni och presenterade ett pågående projekt om att engagera konsumenterna i den cirkulära ekonomin. Den cirkulära ekonomin har ådragit sig mycket intresse under den senaste tiden men än så länge har inte tillräckligt med forskning utförts för att undersöka hur man på ett effektivt sätt kan engagera konsumenterna i initiativ inom cirkulär ekonomi. Dr Chens studie söker rätta till detta. Studien syftar till att skapa bättre förståelse av hur konsumenterna ser på den cirkulära ekonomin och ger meningsfulla förslag på hur man kan uppmuntra konsumenterna att bli aktiva deltagare i den cirkulära ekonomin.

JUNI – KONFERENS OM KONSUMENTKULTUR

Många av Centrums affilierade forskare och internationella gäster presenterade sin pågående forskning på konferensen om Consumer Culture Theory (CCT) som ägde rum i Lund under sommaren. Sofia Ulver, Peter Svensson och Jakob Östberg ledde konferensen där flera hundra konsumtions- och marknadsföringsforskare från hela världen deltog.

SEPTEMBER – JOHN OLSSONS DOKTORSDISPUTATION

Konsumenterna blir alltmer medvetna om klimatförändringen och kräver allt högre hållbarhetsstandarder inom handeln. Handeln, som är en ytterst viktig länk mellan producenter och konsumenterna och spelar en väsentlig roll för produktions- och konsumtionsmodeller, strävar efter att finna innovativa lösningar för att minska sin miljöpåverkan. Men trots pågående hållbarhetsinitiativ inom handeln fordras mer genomgripande förändringar för att begränsa klimatförändringen och dess inverkan. Detta är vad John Olsson, doktor i förpackningslogistik vid LTH, hävdar i sin doktorsavhandling. Den 29 september 2023 försvarade John med framgång sin avhandling, Last-mile logistics services in retail: A consumer-centric approach, vid LTH. Opponenten var Chee Yew Wong, professor i Supply Chain Management, från Leeds University Business School i Storbritannien.

NOVEMBER – UTMANINGAR INOM SHOPPER MARKETING

In november fick studenterna på mastersprogrammet i International Marketing and Brand Management chansen att höra om handelsutmaningar i verkliga livet som upplevts av Skånemejerier och TePe Oral Hygiene Products. Studenterna fick höra detaljerade presentationer från varumärkes- och kategorichefer om verkliga handelsrelaterade utmaningar inom deras kategorier. De arbetade sedan i smågrupper för att identifiera lösningar på utmaningarna med hjälp av de teorier och modeller de lärt sig inom programmet. Före vinterlovet fick varumärkes- och kategoricheferna ta del av förslag till insatser inom shopper marketing för att ta itu med dessa utmaningar. De intressantaste lösningarna kommer att samlas i en kort antologi redigerad av Carys Egan-Wyer, Ulf Johansson och Martin Moström. Den publiceras i början av 2025.



NOVEMBER – INFLUERARE, BLOGGENTREPRENÖRER, MAMMOR OCH FESTIVALBESÖKARE

Vi hade det stora nöjet att få välkomna Ashleigh Logan McFarlane från Napier University i Edinburgh till Centrum i november. På ett seminarium för Centrums forskare i Helsingborg presenterade Ashleigh sin forskning om hur nya sorters beteenden på sociala medier formar marknaden. Hon deltog också i paneldiskussionen vid firandet av vårt tioårsjubileum.



NOVEMBER – FIRANDE AV 10 ÅRS HANDELSFORSKNING

Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet firade sitt tioårsjubileum och publiceringen av en ny bok om konsumtionens framtid med ett dubbelt evenemang i november. 100 personer, inklusive lokala och internationella forskare, yrkesverksamma inom handel, studenter och vänner kom samman med Centrums affilierade forskare på Magle konserthus i Lund för att markera de tio åren sedan etableringen. Mats Johansson och Andreas Hedlund var närvarande som representanter för Handelsrådet som stod för den initiala finansieringen av Centrum år 2014. - Det var verkligen trevligt att få höra en överblick över Centrums historia av professor Ulf Johansson, kommenterade en av gästerna. Den stora legomodellen som demonstrerade potentiella framtida underjordiska sista milen-leveranser slog också starkt an på publiken. Det gjorde också robottunden för leveranser som vandrade omkring på partyt. Ett litet antal gäster hade turen att få uppleva framtidens handel i en virtuell verklighetsbutik. Och alla fick veta lite om den nya boken under en paneldiskussion om konsumtionens framtid, som inkluderade internationella gästforskare från Centrum så väl som ledande representanter för yrkesverksamma inom handeln.



NOVEMBER – ATT FÅNGA SAMTIDENS KOMPLEXA KUNDRESOR INOM HANDELN

Vid ett forskningsseminarium i november presenterade Centrums forskare arbeten om samtida kundresor ur ett antal olika tvärvetenskapliga perspektiv. I en tidsålder av omnikanalhandel, där konsumenterna sömlöst rör sig mellan online och offline beröringspunkter är det avgörande för handlare att förstå dessa invecklade kundresor om de ska ha framgång på en konkurrensutsatt marknad. Detta seminarium förde samman ledande tänkare och forskare (inklusive Patrik Stoopendahl, Carys Egan-Wyer, Yulia Vakulenko och Ulf Johansson) för en diskussion om de senaste forskningsresultaten, metoderna och insikterna om hur man på ett effektivt sätt fångar, kartlägger och optimerar dessa komplexa kundresor.

DECEMBER – HANDELNS DAG

Cecilia Cassinger, Ola Thufvesson och Jonas Nordström var bland talarna på Handels dag i Stockholm. Handels dag är ett tillfälle där handlare och alla som arbetar inom handelssektorn kan ta del av kunskap och bästa praxis som utarbetats inom forskningsprojekt som finansierats av Handelsrådet. Cecilia och Ola presenterade resultat från sin forskning om hur man kan öka tryggheten inom handel i utsatta områden, medan Jonas diskuterade hur konsumenter kan uppmuntras att göra hållbarare val.

DECEMBER – SMART CITY EXPO WORLD CONGRESS

Smart City Expo World Congress är världens ledande evenemang för smarta och hållbara storstäder, där aktörer från näringslivet, universitetsvärlden och storstäderna möts för att driva på utvecklingen mot smarta och hållbara storstäder. Klas Hjort och John Olsson från Centrum för handelsforskning deltog i årets kongress i Barcelona, som medlemmar av Helsingborgs stads delegation. De gjorde en djupdykning i framtidens smarta storstad och de tekniska innovationer som kommer att forma våra storstäder och deras handelsmöjligheter. Exempel inkluderade smart infrastruktur för laddning, innovativa fordon för mobilitet och leveranser i stadsområden, sensorer och kamerasystem, såväl som digitala tvillingar och cybersäkerhetssystem.



En konsumentfokuserad strategi för sista milen

“Det som verkligen intresserar mig är att kunna forska om olika aspekter av hållbarhet: ekonomiska, sociala och miljömässiga. Detta är områden där jag skulle vilja kunna bidra med min forskning.”

Man skulle aldrig gissa när man pratar med John Olsson att han bara har bott i Sverige några få år. Men fastän John växte upp i Tyskland har han ärvt både sitt svenska efternamn och sitt utmärkta uttal av sin far.

Efter fullbordade kandidat- och mastersstudier i Tyskland bestämde sig John för att fortsätta sin utbildning i Växjö och så småningom vid Avdelningen för förpackningslogistik vid Lunds universitet där han som doktorand forskade om sista milen-logistik.

– När vi pratar om sista milen i dessa sammanhang menar vi den sista delen av försörjningskedjan, dvs. från den sista distributionskanalen till slutkunden, förklarar John.



Spola framåt några år till september 2023 och John har just med framgång försvarat sin doktorsavhandling Last-mile logistics services in retail: A consumer-centric approach.

Att förstå sista milen har blivit allt viktigare under de senaste åren, med den ökade volymen e-handel. Vid handel i fysiska

butiker tar kunden typiskt hand om sista milen-distributionen själv genom att forsla hem den inköpta varan från butiken. Vid e-handel är tre huvudaktörer inblandade i ett inköp: e-handlaren, slutkunden och den så kallade logistiktjänsteleverantören, dvs. personen som ansvarar för någon form av varutransport.

– När man köper något från en e-handlare som har sitt centrala lager i exempelvis Tyskland finns det bra lösningar för transporten av varorna från lagret till en terminal i exempelvis Malmö. Nästa steg – ut till kunden – är mer komplicerat och det är viktigt att genomföra det på ett sätt som är så kostnadseffektivt som möjligt. Samtidigt är det viktigt att minimera påverkan på miljön och samhället, förklarar John. Så därför är det här som de stora sista milen-utmaningarna finns. I att hitta en balans mellan prispress och bland annat miljöpåverkan.



Trots pågående hållbarhetsinitiativ inom handeln fordras ytterligare forskning för att begränsa klimatförändringen och dess inverkan. Faktum är att sista milen-leverans har beskrivits som den kostsammaste, minst effektiva och mest föroreande delen av försörjningskedjan. Johns avhandling, som drar samman resultaten av fyra artiklar från fyra olika studier, bör därför vara ytterst välkommen. Genom att utforska förändringar i konsumenternas perspektiv på sista milen lägger Johns arbete en viktig grund för hållbarare affärsmodeller.

Text: Peter Wiklund & Carys Egan-Wyer

Tryggare handel i utsatta områden

Handel kan spela en viktig roll för samhällsgemenskapen, något som inte får tillräckligt med uppmärksamhet inom handelsforskning och praxis enligt Cecilia Cassinger, docent i strategisk kommunikation vid Lunds universitet.

Cecilia är en av författarna till en forskningsrapport, utgiven 2023, om nya samarbetsformer för att göra handeln i utsatta områden tryggare. Rapporten sammanfattar resultaten från ett forskningsprojekt, finansierat av Handelsrådet, som syftade till att förbättra vår förståelse av handelns platsspecifika aspekter. Projektet fokuserade på handel i områden som Polisen klassificerar som utsatta och inkluderade tio utsatta områden i sju kommuner runt om i Sverige.

– För närvarande finns det 59 utsatta områden i Sverige. Enligt Polisen karakteriseras utsatta områden av en kombination av problem, exempelvis brist på resurser, brottslighet och en tystnadskultur, förklarar Cecilia.



Projektet fokuserade på hur handelsanställda uppfattar tryggheten på arbetsplatsen och hur detta påverkade deras arbete. Det tittade också på hur man kan främja tryggare handel i utsatta områden. Cecilia Cassinger och hennes medförfattare arbetade med kvalitativa metoder såsom deltagande observation, etnografiska promenader och djupintervjuer med chefer och anställda i livsmedelsbutiker, exempelvis Ica, Willys och Coop.

– Vi undersökte hur handlare samarbetar runt trygghetsfrågor och hur de anställda upplever tryggheten i sitt dagliga arbete, säger Cecilia. Vi fann att butiksanställda i dessa områden tvingas handskas med väldigt mycket som ligger utanför deras arbetsbeskrivning. Allt från att försöka kontrollera oroligheter till att göra HLR på offer för våldshandlingar. Som regel finns det inte tillräckligt många säkerhetsvakter på plats i de shoppingcenter där butikerna ligger, vilket har följden att de anställda tvingas ta ansvar för väldigt mycket.

Forskningsresultaten tyder på att personalen upplever en hög grad av otrygghet på arbetsplatsen. En del står inte ut med det i längden och väljer att byta arbetsplats. De som stannar kvar utvecklar strategier för att handskas med våldsamma och hotfulla situationer och känner att deras arbete bidrar till att göra området bättre.



– Vissa butiker har en strategi att bygga länkar till invånarna i området genom att rekrytera personal lokalt och stödja lokala fotbollslag, säger Cecilia. Om det finns risk för oroligheter kan det vara en fördel att känna sina kunder. Det kan ha en lugnande inverkan och minska risken för hotelser och våld.

Resultaten tyder också på att livsmedelsaffärer i marginaliserade och i vissa fall stigmatiserade områden kan bli viktiga sociala aktörer. Handelns samhällsbärande funktion är något som inte lyfts fram tillräckligt mycket i tidigare forskning, enligt Cecilia Cassinger. Livsmedelshandeln spelar en viktig roll för samhällsgemenskapen och bör involveras mera i projekt avsedda att förnya utsatta områden.

Text: Peter Wiklund & Carys Egan-Wyer

Handelns framtid är alltid ett hett ämne. För att vägleda vår forskning och rama in våra forsknings- och praktikfokuserade aktiviteter lanserade Centr-

um för handelsforskning två framtidsorienterade teman år 2020. Dessa teman tjänade fortfarande som vägledning för vårt arbete under hela 2023.

Tema: Framtida handelsformer

Redan år 2018 anordnade Centrum för handelsforskning en serie workshoppar om den fysiska butikens framtida form och funktion. År 2020 lanserade vi ett nytt tema som skulle låta os fokusera ännu mer djupgående på detta ämne. Under hela 2023 har vi fortsatt att arbeta med viktiga frågeställningar på detta tema. Vad är framtiden för det vi kallar detaljhandel? Vilka former kommer den att ta, hur kommer den att styras, vad kommer den att erbjuda? Vad blir påverkan av digitaliseringen och vilka element kommer att fortsätta vara analoga? Kommer vi att förflytta oss till butikerna eller kommer de hem till oss? Hur kommer nya butiksformat att passa in i kundresan?

I år rundade forskare från Centrum för handelsforskning av ett forskningsprojekt om utvärdering av nya butiksformat med en resa till University of Stirling i Skottland, där de diskuterade sina resultat med lokala experter. Resultaten, som kommer att publiceras under 2024, tyder på att olika typer av butiksformat levererar nya sorters värden och att olika butiksformat passar in i olika sorters kundresor.

"... den fysiska butiken kommer att fortsätta existera under överskådlig framtid..."

Handelsformer stod också i fokus när professor Jens Nordfält från University of Bath i Storbritannien besökte Centrum. Vid ett välbesökt online-seminarium för yrkesverksamma inom handeln presenterade Jens sin forskning om fysiska butikers roll i en alltmer digital värld. Jens var säker på att den fysiska butiken kommer att fortsätta existera under överskådlig fram-

tid men att den kommer att förändras på många sätt inte bara på grund av e-handel och digitalisering i butiken utan också under påverkan av hur kunder interagerar med sina mobiler medan de shoppar. Goda nyheter för handeln är att fast vi kanske väntade oss att mobilanvändning skulle leda till att kunden spenderar mindre pengar under butiksbesöket visar studier att det i själva verket leder till längre shoppingrundor och till att kunden spenderar mer.

Forskning inom detta tema har också fokuserat på hur försörjningskedjor kan göras mer motståndskraftiga. Handelns motståndskraft har utsatts för svåra prövningar under de senaste åren genom ett antal geopolitiska, klimat- och hälsorelaterade störningar i försörjningskedjorna. Dessa problem och potentiella lösningar diskuterades av dr George Maglaras, som besökte Centrum för att presentera sin forskning först i mars och sedan i juni då vi lanserade en rapport om utmaningarna för handeln i en tid av extrem osäkerhet, Retail as Unusual.

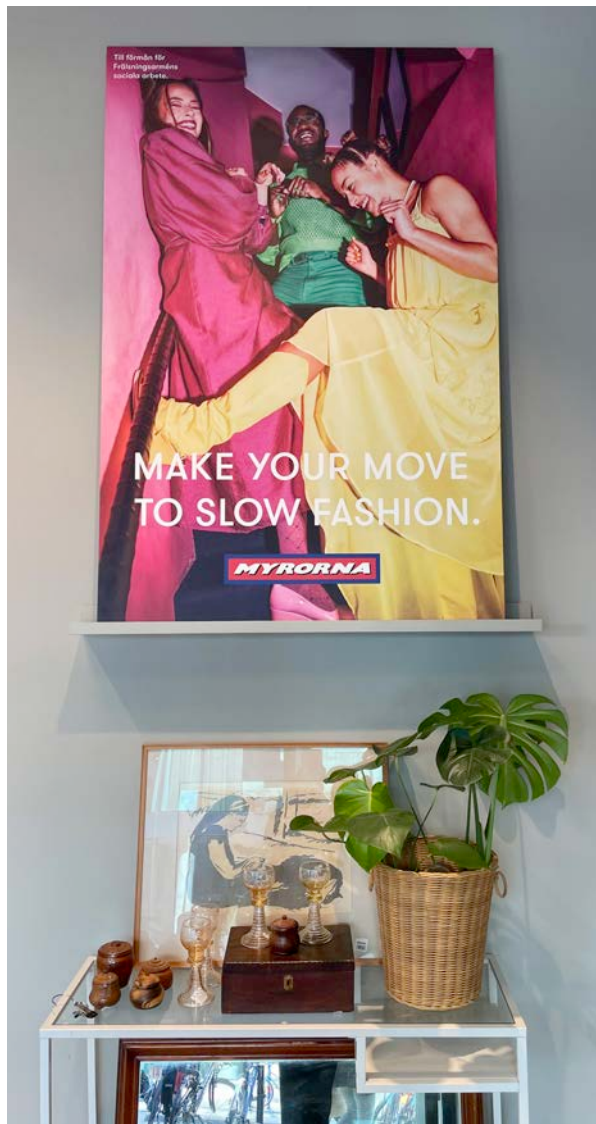
Under 2023 har också flera projekt med anknytning till Centrum utforskat framtida handelsformer. Exempelvis avser ett projekt om inverkan av automatisering och ny teknologi att ge rekommendationer för hur handlare bäst kan ta itu med automatiseringsprojekt och implementering av smart lagerhållning. Och många projekt fokuserar på logistiska och datarelaterade utmaningar och möjligheter hos framtida e-handels- och plattformsbaserade handelsformat.

Text: Carys Egan-Wyer



Tema: Framtidens konsumtion

Detaljhandelns framtid är nära förbunden med de sorters konsumtion som kommer att äga rum i framtiden. Nuvarande konsumtionsmodeller – där detaljhandeln ansvarar för att sälja stora mängder av produkter och tjänster till konsumenterna – är inte hållbara och inte heller ansvarsfulla. Hur kommer då konsumtionen att utvecklas? Vad kommer att vara viktigt för framtidens konsumenter? Kommer hållbarhetsmålen att fortsätta forma handelns utbud? Och hur påverkar handlarna konsumenternas välmående? Och hur kommer den tekniska utvecklingen att påverka vår förmåga att konsumera mer hållbart och på sätt som ökar vårt välmående? Detta är frågor som står i fokus för temat framtidens konsumtion.



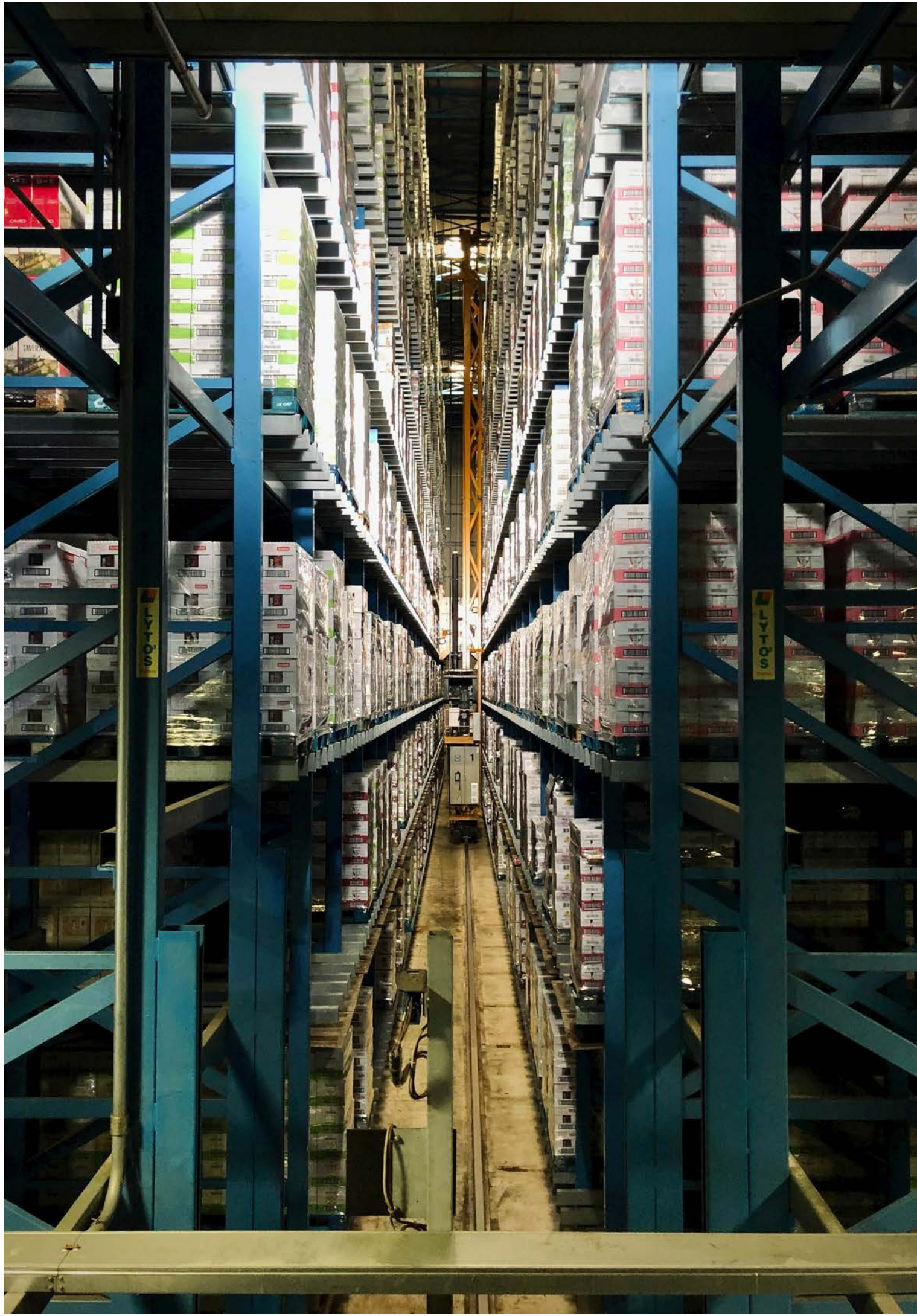
Dessa frågor behandlas i olika forskningsprojekt länkade till Centrum. Somliga fokuserar på hållbarhetsfrågor inom handeln och undersöker exempelvis hur man kan minska onödig förpackningsvolym och vikt för att göra försörjningskedjorna mer hållbara, hur man kan uppmuntra nollutsläpp för sista milen-logistiken, eller hur man kan främja fossilfria leveranser och returerna. Under 2023 har ett nytt projekt undersökt hur butiker kan användas som logistiknoder i framtidens cirkulära ekonomi. Lärdomar från alla dessa projekt kommer att hjälpa handeln att handskas med framtida konsumtionstrender på ett positivt och hållbart sätt.

"Under 2023 har ett nytt projekt undersökt hur butiker kan användas som logistiknoder i framtidens cirkulära ekonomi."

Under 2023 har Centrum stått som värd för ett stort antal forskningsseminarier på temat framtidens konsumtion. Heleen Buldeo Rai från forskningsgruppen Mobilise vid Vrije Universiteit Brussel i Belgien besökte oss i maj och presenterade forskning om e-handel, urban logistik och hållbarhet. Hållbarhet stod åter på dagordningen, den här gången i samband med hantering av den cirkulära försörjningskedjan, när dr Haozhe Chen från Iowa State University i USA besökte Centrum i juni. Och i september försvarade John Olsson sin doktorsavhandling som belyser innovativa sätt att minska miljöpåverkan av sista milen-logistiken.

I oktober 2023 lanserade Centrum sin efterlängttade bok *The Future of Consumption*, som publicerats av Palgrave Macmillan med ekonomiskt stöd från Hakon Swenson-stiftelsen och biblioteken vid Lunds universitet. Antologin utforskar hur teknologi, hållbarhet och välmående kommer att omvandla handeln och kundupplevelsen inom en nära framtid. Den kombinerar akademiska och praktiska perspektiv på framtida konsumtionstrender, med individuella kapitel författade av en ledande forskare inom fältet eller en yrkesverksam inom handeln som redan arbetar med sikte på framtidens konsumtion. *The Future of Consumption* finns med öppen tillgång vilket innebär fri och obegränsad åtkomst via vår webbplats. Vi lanserade boken vid ett mycket välbesökt evenemang där en panel av handels- och konsumtionsexperten diskuterade bokens viktigaste resultat.

Text: Carys Egan-Wyer



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.

Cirkulär ekonomi och hållbar konsumtion: Butikens framtida roll som cirkulär logistiknod

Idag konsumerar vi långt mer än vad vår planet klarar och samhället står inför en stor utmaning att ställa om till hållbar konsumtion. Handeln är en viktig aktör för att lyckas med denna omställning och flera företag testar olika cirkulära modeller. Gemensamt och avgörande för dessa projekt är att butiken spelar en nyckelroll för att komma nära slutkund och möjliggöra cirkulära flöden. Med andra ord transformeras butikens roll till, så kallade, cirkulära logistiknoder för att hantera inte bara marknadsföring/sälj utan också plock av online-order, returhantering, reparationer, uthyrning och second-handförsäljning. Trots den snabbt ökade relevansen är området hittills relativt outforskat.

Vi adresserar detta gap och bidrar till teori och praktik genom att undersöka hur butiker kan användas som cirkulära logistiknoder. Forskningsprojektet genomförs i nära samarbete med handelsföretag som tagit en ledande roll inom denna transformation. För att förstå möjligheter och utmaningar med transformationen intervjuas även ett stort antal berörda aktörer så som kommuner, stadsplanerare, teknologileverantörer och fastighetsägare. Detta möjliggör en djupare förståelse för vad som krävs för att använda och skala upp butiken som cirkulär logistiknod. Studien ger värdefull kunskap och vägledning genom att identifiera drivkrafter, utmaningar och lösningar, samt insikter hur arbetsplatser, processer, och teknologi förändras för att stödja cirkulära flöden. Det bidrar även till kunskap hur det omgivande samhället påverkas och kan bidra för att underlätta transformationen mot hållbar konsumtion och cirkulär ekonomi inom handeln.

Deltagare: Joakim Kembro, Ebba Eriksson, Monica Mora Chaves

Projekttid: 2023-2026

Finansiär: Hakon Swenson Stiftelsen

Förändrad konsumtion i kristider: Effekter av stigande priser på livsmedel, energi och boende

Under senare tid har vi sett kraftigt stigande priser på b.l.a. livsmedel och energi samt högre räntor, vilket har urholkat konsumenternas köpkraft. Vi kommer att studera hur det påverkar handelns aktörer och livsmedelskonsumtionen. Genom att analysera detaljerad scanner-data för perioden januari 2020 till juni 2023 har vi möjlighet att studera konsumtions-skiften inom och mellan varugrupper, för konsumenter i olika regioner i Sverige. Till exempel hur det påverkar försäljningen

av egna märkesvaror, ekologiska och svenskproducerade varor. Vi kommer även att utvärdera hur konsumtionsförändringarna påverkar folkhälsan.

Deltagare: Jonas Nordström, Christian Jørgensen, Rebecca Swärd

Projekttid: 2023-2025

Finansiär: Handelsrådet

Transformerade logistiknätverk för cirkulär ekonomi och hållbar konsumtion inom svensk handel

Samhället står inför en stor utmaning att ställa om till hållbar konsumtion. Handeln är viktig för att lyckas med denna omställning och flera företag testar nu olika modeller för cirkulära flöden. Men medan pilotimplementeringar ökar framkommer många utmaningar med att skala upp de olika initiativen. Framför allt uppstår utmaningar med att nå lönsamhet och att få logistik och materialhanteringen att fungera.

Projektet adresserar dessa utmaningar och undersöker hur logistiknätverk bör designas och vilka typer av materialhantlings noder och informationssystem som krävs för att stödja en transformation till och uppskalning av cirkulär handel.

Deltagare: Joakim Kembro, Ebba Eriksson

Projekttid: 2023-2025

Finansiär: Handelsrådet

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.

Deltagare: Daniel Hellström, Josephine Darlington, Klas Hjort, Kristoffer Skjutare

Projekttid: 2021-2024

Finansiär: Sveriges innovationsmyndighet (Vinnova)

Smarta och fossilfria retur

Returer har länge betraktats som ett nödvändigt ont i e-handelssektorn. Det stora antalet returleder dock till ekonomiska svårigheter för många detaljhandelsföretag. Därför strävar man efter att begränsa returerna och effektivisera returprocessen. En led i detta arbete är att digitalisera returprocessen för att skapa ett bättre flöde och få större kontroll över kostnaderna. I projektet undersöks även hur vi kan omvandla dagens linjära ekonomi till en cirkulär ekonomi där resurser återanvänds eller delas. Vi har två liknande returflöden där vi vill begränsa dagens retur, men samtidigt bygga system som ökar det cirkulära returflödet. Ett av flödena har främst ett internt, företagsbundet fokus på kostnader och lönsamhet, medan det andra är inriktat på miljön, hållbarhet och omställning. Projektet ska ge insikt i hur man kan öka lönsamheten samtidigt som man undviker att skada miljön.

Deltagare: Klas Hjort, Daniel Hellström

Projekttid: 2023-2023

Finansiär: Triple F (Fossil Free Freight)

Transporteffektivitet och fyllnadsgrad: Analys och åtgärdsförslag för ökat resursutnyttjande

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.

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

Projekttid: 2021-2026

Finansiär: Trafikverket

Satsningen för framtidens hållbara e-handel: Kraftsamling som accelererar 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 där CLOSER och ReLog ingår ett strategiskt samarbete för att binda samman kompetenser och gemensamt driva forsknings- och innovationsprojekt. Kraftsamlingen är en helt unik samverkansmiljö där två nationellt starka kunskapsnoder integreras och skapar en sammanhållande nod med en vetenskaplig och behovsbaserad projektverkstad, som tar ett helhetsgrepp på e-handelsn möjligheter och utmaningar.

Deltagare: Daniel Hellström, Josephine Darlington, Klas Hjort, Kristoffer Skjutare

Projekttid: 2021-2024

Finansiär: Sveriges innovationsmyndighet (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 tillgängligheten till viktiga samhällsfunktioner inte är tillgängliga för alla. Genom att eliminera det personliga mötet vid t.ex. hemleveransen minimeras smittorisken samtidigt som flexibiliteten för vård- och omsorgsenheten ökar avsevärt vilket även möjliggör mer tid hos t.ex. vårdtagaren. På samma sätt kan andra varor levereras 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 motagarfria matleveranser och på vilket sätt dessa tjänster kan utvecklas vidare för att öka tillgängligheten till andra viktiga samhällstjänster.

Deltagare: Klas Hjort, John Olsson, Daniel Hellström

Projekttid: 2021-2023

Finansiär: 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 kilometern 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 kilometern, och därför krävs en mer djupgående förståelse för hur det ska gå till. Syftet med avhandlingen är att bidra till en ökad förståelse av omställningen till nettonollutsläpp för sista kilometer-distribution i omnikanalshandel och dess effekter.

Deltagare: John Olsson, Daniel Hellström, Henrik Pålsson

Projekttid: 2018-2023

Handel och antikonsumtion

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 tillverknings-

företag och bidrog till den ekonomiska tillväxten. Idag är en god medborgare en person som står emot sina impulser att konsumera. En del konsumenter bygger till och med upp sin identitet kring antikonsument 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 antikonsumenttendensten måste vi först förstå konsumenternas synvinkel. I detta projekt används kvalitativa metoder och ett sociokulturellt perspektiv för att förstå antikonsumenttrender, 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.

Deltagare: Carys Egan-Wyer

Projektid: 2021-2023

Finansiär: 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 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.

Projektdeltagare: Ebba Eriksson, Joakim Kembro, Andreas Norrman

Projektid: 2020-2023

Finansiär: 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.

Projektdeltagare: Henrik Pålson, Daniel Hellström

Projektid: 2020-2023

Finansiär: Familjen Kamprads stiftelse

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.

Projektdeltagare: Joakim Kembro, Andreas Norrman

Projektid: 2020-2023

Finansiär: Handelsrådet

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

Projektets utgångspunkt är att den fysiska butiken förändras och flera handelskedjor testat 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 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.

Projektdeltagare: Ulf Johansson, Jens Hultman, Steve Burt, Carys Egan-Wyer, Kristina Bäckström

Projektid: 2019-2023

Finansiär: Handelsrådet

DIOR



Människorna i centrum

STYRGRUPP

ULF JOHANSSON	EKONOMIHÖGSKOLAN, CENTRUMFÖRESTÅNDARE
KRISTINA BÄCKSTRÖM	CAMPUS HELSINGBORG, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE
CARYS EGAN-WYER	EKONOMIHÖGSKOLAN, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE
DANIEL HELLSTRÖM	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE
KLAS HJORT	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE
EMMA SAMSIOE	CAMPUS HELSINGBORG, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE

AFFILIERADE FORSKARE

JOHAN ANSELMSSON	EKONOMIHÖGSKOLAN
BRITT ARONSSON	CAMPUS HELSINGBORG
DEVIM UMAT 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
EBBA ERIKSSON AHRE	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
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
JOAKIM KEMBRO	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
STEFAN LARSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
MATTHIAS LEHNER	THE INTERNATIONAL INSTITUTE FOR INDUSTRIAL ENVIRONMENTAL ECONOMICS, IIIIE
RUI LIU	HUMANISTISKA OCH TEOLOGISKA FAKULTETERNA
MICOL MIELI	CAMPUS HELSINGBORG
JONAS NORDSTRÖM	EKONOMIHÖGSKOLAN

ANDREAS NORRMAN	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
ANNIKA OLSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
HENRIK PÅLSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
HENRIK STERNBERG	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
ANETTE SVINGSTEDT	CAMPUS HELSINGBORG
VERONIKA TARNOVSKAYA	EKONOMIHÖGSKOLAN
OLA THUFVESSON	CAMPUS HELSINGBORG
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 DOKTORANDER

PRAHALAD KASHYAP	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
HARESAMUDRAM	
RÉKA INES TÖLG	CAMPUS HELSINGBORG
MARCUS KLASSON	EKONOMIHÖGSKOLAN
ANNABELL MERKEL	CAMPUS HELSINGBORG
MONICA MORA CHAVEZ	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
JOHN OLSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
CARIN REHNCRONA	CAMPUS HELSINGBORG
HOSSAIN SHAHRIAR	EKONOMIHÖGSKOLAN
PATRIK STOOPENDAHL	EKONOMIHÖGSKOLAN
JÖRGEN WETTBO	EKONOMIHÖGSKOLAN

GÄSTFORSKARE

HELEEN BULDEO RAI	VRIJE UNIVERSITEIT BRUSSEL
ARNO DE CAIGNY	IÉSEG SCHOOL OF MANAGEMENT
KATHERINE CASEY	KENT BUSINESS SCHOOL
JACK WAVERLEY	UNIVERSITY OF MANCHESTER
KATHERINE DUFFY	UNIVERSITY OF GLASGOW
ASHLEIGH LOGAN-MCFARLANE	EDINBURGH NAPIER UNIVERSITY
GEORGE MAGLARAS	UNIVERSITY OF STIRLING
JENS NORDFÄLT	UNIVERSITY OF BATH
ELEONORA PANTANO	UNIVERSITY OF BRISTOL
FRANCESCA SERRAVALLE	UNIVERSITY OF TURIN

TOTALT ANTAL KVINNOR: 31, TOTALT ANTAL MÄN: 32

Finansiering

FORSKNINGSANSLAG VID CENTRUM FÖR HANDELSFORSKNING

Centrum för handelsforsknings basfinansiering från Handelsrådet på 5 miljoner per år gick ut 2018 och under 2023 hade vi en finansiering på 1 miljon kr 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

Nya EU-regler ska hindra att returnerade varor för över 200 miljarder slängs varje år	Intervju, tidningen Market, Sverige	Januari	Klas Hjort
Intervju om generativ AI ur konsumentperspektiv	Ekonominyheterna, TV4, Sverige	Januari	Stefan Larsson
Hållbarhet i ett bredare perspektiv	Presentation, Network Trust Logistics konferens, Helsingborg, Sweden	Januari	Klas Hjort
Hållbar turism i framtidens städer	Presentation, Folkuniversitetet, Sverige	Februari	Cecilia Cassinger
Att göra det viktigt: den samhälleliga relevansen av forskning om varumärken, konsumtion och platser	Workshop, Helsingborg, Sverige	Mars	Cecilia Cassinger & Jon Bertilsson
Lärme mekanismer, aktiviteter och initiativ på arbetsplatsen	Presentation, Competensum AB, Helsingborg, Sverige	Mars	Pernilla Derwik
Cirkulära textilier – Kan teknologi skala och konsumentbeteende förändras tillräckligt snabbt?	Webinarium, Ekonomihögskolan, Lunds universitet Sverige	April	Carys Egan-Wyer
Hur det är att vara forskare och influencer?	Malmö International School Karriärmässa 2023, Sverige	April	Carys Egan-Wyer
Hur svenska invånare navigerar globala medicinska marknader	Blogg, BMJ Förlagsgrupp	Maj	Rui Liu
Forskarmötet – en podd från Handelsrådet	Podd, Handelsrådet, Sverige	Maj	Cecilia Cassinger
Så kan du slippa acceptera cookies	Vetenskapsradion På Djupet, Sveriges Radio, Sverige	Maj	Stefan Larsson
Antikonsumtion och hållbarhet inom detaljhandeln	Presentation, Handelsrådet, Sverige	Maj	Carys Egan-Wyer
The art of navigating in uncertain retail terrain	Trendspaning, Handelsrådet, Malmö, Sverige	Maj	Ulf Johansson
Forskarmötet – en podd från Handelsrådet	Podd, Handelsrådet, Sverige	Maj	Carys Egan-Wyer
AI, robotik, juridik, normer och transparens	Seminarium, Meijis universitet, Japan	Juni	Stefan Larsson
Handel som ovanligt	Seminarium, Lunds universitet, Sverige	Juni	Carys Egan-Wyer, Ulf Johansson
Förändring och ledarskap	EFL Hotspot nätverksevenemang, Lunds universitet, Sverige	Juni	Ulf Johansson
Uppfattningar om AI och robotik i Japan och Sverige	Keynote, AI Lund, Sverige	Augusti	Stefan Larsson
Transformation av returhanteringsprocessen inom e-handel	Keynote, Svensk Handel: D-Logistik, Göteborg	September	Klas Hjort, Daniel Hellström
E-handelsförpackningar: Big data, stjärnor och mer	Presentation, Logistics & Automation: Framtidens Logistikarena, Kistad	Oktober	Yulia Vakulenko, Daniel Hellström, Henrik Pålsson
Upplev framtiden: Virtual reality shopping	Utställning, Firande av 10 års handelsforskning, Lund.	Oktober	Hossain Shahriar
Beslutsstöd för klimat- och kostnadseffektiva förpackningar	Presentation, EMPACK: The Future of Packaging, Kistad	Oktober	Daniel Hellström, Henrik Pålsson

D-logistik: Returer – nyckeln till en hållbar omställning	Nyhetsartikel, Svensk Handel	Oktober	Klas Hjort, Daniel Hellström
Analysera verkliga ögonspåringsdata med hjälp av realistiska beräkningsmodeller för kognition	Presentation, eSSENCE: The e-Science Collaboration, Uppsala	Oktober	Annika Wallin, Kerstin Gidlöf
Stefan Larsson intervjuad för inslag i Vetenskapsradion Nyheter: Tyskland och Frankrike bromsar EU:s väg mot AI-regler – står still	Sveriges Radio, Sverige	November	Stefan Larsson
Mobilitet – Vägen till framtidssäker urban logistik – vart leder den?	Presentation, Smart City Företagsforum, Barcelona, Spanien	November	Klas Hjort
Makt, politik och artificiell intelligens	Paneldebatt, Standing Group on Knowledge and Policies Online Seminar Series: Power, Politics and Policy of Artificial Intelligence, Sverige	November	Stefan Larsson
Lundaforskare erkända för cirkulär affärsmodell för textilier	Presentation, Future by Lund, Sverige	December	Daniel Hellström, John Olsson
Grundmodellerna inom AI och den europeiska regleringen av ett rörligt mål	Presentation, International Conference on Artificial Intelligence: Risks, Regulations and Roadmaps, Köpenhamn, Danmark	December	Stefan Larsson
Integrerade ekosystem: Vägen till framtidens smarta och hållbara städer?	Blogg, Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet	December	Klas Hjort, John Olsson
Svensk dagligvaruhandel: sluta gnälla! Var transparent istället!	Blogg, Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet	December	Ulf Johansson





Retail as unusual

RETAILING IN A TIME OF EXTREME UNCERTAINTY



Edited by:

Carys Egan-Wyer
Ulf Johansson
Martin Moström



Publikationer

VETENSKAPLIGA ARTIKLAR

Bäckström, K. (2023). **New technology and in-store service encounters: an analysis of coping practices and work experiences among frontline employees.** The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 33(5), 494-518.

Cassinger, C., & Thufvesson, O. (2023). **Enacting safe places – A study of (im)balancing acts in everyday city centre management.** Journal of Place Management and Development, 16(1).

Cassinger, C., & Ågren, K. (2023). **Continuity and discontinuity in the historical trajectory of the commercialising of cities: Storying Stockholm 1900-2020.** Business History, 65(8), 1390-1460.

Denver, S., Nordström, J., & Christensen, T. (2023). **Plant-based food – Purchasing intentions, barriers and drivers among different organic consumer groups in Denmark.** Journal of Cleaner Production, 419, 138256.

Derwik, P., & Hellström, D. (2023). **Successful competence development for retail professionals: investigation of key mechanisms in informal learning.** International Journal of Retail & Distribution Management, 51(13), 33-46.

Edenbrandt, A. K., & Nordström, J. (2023). **The future of carbon labeling - Factors to consider.** Agricultural and Resource Economics Review, 12, 120.

Fuentes, C., & Fuentes, M. (2023). **Making alternative proteins edible: market devices and the qualification of plant-based substitutes.** Consumption and Society, 2(2), 200-219.

Thus, a successful store manager focuses on employees and makes them feel like important cogs in the wheel.

Derwik, P., & Hellström, D. (2023). Successful competence development for retail professionals: investigation of key mechanisms in informal learning. International Journal of Retail & Distribution Management, 51(13), 33-46.

Helm, M., Malikova, A., & Kembro, J. (2023). **Rooting out the root causes of order fulfilment errors: a multiple case study.** International Journal of Production Research (Accepted/In press).

Hirvonen, N., Jylhä, V., Lao, Y., & Larsson, S. (2023). **Artificial intelligence in the information ecosystem: affordances for everyday information seeking.** Journal of the Association for Information Science and Technology, 1-14.

Jönsson, M., Maubert, E., Merkel, A., Fredriksson, C., Nord-

berg Karlsson, E., & Wendin, K. (2024). **A sense of seaweed: Consumer liking of bread and spreads with the addition of four different species of northern European seaweeds. A pilot study among Swedish consumers.** Future Foods, 9, 100292.

Karlsson, S., Oghazi, P., Hellström, D., Patel, P. C., Papadopoulou, C., & Hjort, K. (2023). **Retail returns management strategy: an alignment perspective.** Journal of Innovation & Knowledge, 8(4), 1-10.

Kervall, M., & Pålsson, H. (2023). **A Multi-Stakeholder Perspective on Barriers to a Fossil-Free Urban Freight System.** Sustainability (Switzerland), 15(1), 186.

Liu, R. (2023). **Care in the air? Atmospheres of care in Swedish pharmacies.** Journal of Material Culture, 28(3), 409-425.

Loodin, H., & Thufvesson, O. (2023). **Which architectural style makes an attractive streetscape? Aesthetic preferences among city centre managers.** Journal of Urban Design, 28(1), 25-43.

The two streetscapes that city centre managers deemed most attractive are those that feature buildings from before 1910.

Loodin, H., & Thufvesson, O. (2023). Which architectural style makes an attractive streetscape? Aesthetic preferences among city centre managers. Journal of Urban Design, 28(1), 25-43.

Norrmann, A., & Prataviera, L. B. (2023). **Revisiting postponement: The importance of cross-functional integration to understand tax implications in global supply chains.** Journal of Business Logistics, 44(4), 693-718.

Olsson, J., Hellström, D., & Vakulenko, Y. (2023). **Customer experience dimensions in last-mile delivery: an empirical study on unattended home delivery.** International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 53(2), 184-205.

Otterbring, T., Folwarczny, M., & Gidlöf, K. (2023). **Hunger effects on option quality for hedonic and utilitarian food products.** Food Quality and Preference, 103, 104693.

Paredes, K.M.B., Olander Roese, M. & Johansson, U. (2023) **Drivers of organisational ambidexterity in retailing: an exploratory multiple case study.** International Journal of Retail & Distribution Management, 51(13), 1-15.

Pålsson, H., & Olsson, J. (2023). **Current state and research directions for disposable versus reusable packaging: a systematic literature review of comparative studies.** Packaging Technology and Science, 36(6), 391-409.

Pålsson, H., & Hellström, D. (2023). **Packaging innovation scorecard**. *Packaging Technology and Science*, 36(11), 969-981.

Schaumann, J. M., & Tarnovskaya, V. (2023). **Market shaping MNCs in emerging markets - stakeholder engagement and the role of embeddedness**. *Industrial Marketing Management*, 114, 64-79.

Sörum, N., & Fuentes, C. (2023). **How sociotechnical imaginaries shape consumers' experiences of and responses to commercial data collection practices**. *Consumption Markets and Culture*, 26(1), 24-46.

Sullivan, K., Rennstam, J., & Bertilsson, J. (2023). **Sycomorphism in city branding: The case of Amazon HQ2**. *Marketing Theory*, 23(2), 207-223.

KONFERENSARTIKLAR OCH ABSTRACTS

Cassinger, C., & Eksell, J. (2023). **Consuming the city: Spatial implosion-explosion in urban spectacles**. *Consumer Culture Theory Conference 2023 (CCTC2023)*, Lund, Sverige, Juni 2023.

Cassinger, C., & Gyimóthy, S. (2023). **Finding and making place in consumer culture theory research**. *Consumer Culture Theory Conference 2023 (CCTC2023)*, Lund, Sverige, Juni 2023.

Cassinger, C., & Thufvesson, O. (2023). **Lucky Cat: Place branding in vulnerable areas**. *Annual Conference of the International Place Branding Association*, Helsingborg, Sverige, Oktober 2023.

Egan-Wyer, C., & Bertilsson, J. (2023). **Saving the social legitimacy of marketing: Creating a utopian sustainable future through the concerted use of marketing theory and practice**. *Consumer Culture Theory Conference*, Lund, Sverige, Juni 2023.

Hammarlin, M-M., & Ulver, S. (2023). **Dystopian Marketplace: Exploring the Monetization of Conspiracy Culture**. *Consumer Culture Theory Conference 2023 (CCTC2023)*, Lund, Sverige, Juni 2023.

Hellström, D., & Olsson, J. (2023). **Let's go thrift shopping: exploring circular business model innovation in fashion retail**. *18th Academy of Innovation, Entrepreneurship, and Knowledge Conference (ACIEK)*, Madrid, Spanien, Juni 2023.

Kavaratzis, M., Pasquinelli, C., Medway, D., Cassinger, C., De Jong, M., & Hanna, S. (2023). **Marketing for better cities: Setting the agenda for responsible, inclusive, smart and equitable places**. *Academy of Marketing Science Annual Conference (AMS)*, New Orleans, USA, Maj 2023.

Mont, O., Lehner, M., Richter, J. L., & Plepys, A. (2023). **Sustainable lifestyle choices in food and their rebound effects**. *5th SCORAI, 21st ERSCP, and Wageningen University Conference: Transforming Consumption-Production Systems Toward Just and Sustainable Futures*, Wageningen, Neder-

länderna, Juli 2023.

Olsson, J., & Hellström, D. (2023). **Logistics services as a catalyst for circular business model innovation**. *NOFOMA 2023*, Helsingfors – Espoo, Finland, Juni 2023.

BÖCKER OCH AVHANDLINGAR

Bäckström, K. (ed.), Egan-Wyer, C. (ed.), & Samsioe, E. (ed.). (2023, Oct 4). **The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing will Transform Retail and Customer Experience**. Palgrave Macmillan. 383 p.

Ghuri, P. N. (ed.), Elg, U. (ed.), & Melén Hånell, S. (ed.). (2023, Oct 2). **Creating a Sustainable Competitive Position: Ethical Challenges for International Firms**. Emerald Group Publishing Limited. 336 p. (International Business and Management; vol. 37)

We have learned to think of ourselves as consumers, rather than citizens, in a variety of situations.

Bäckström, K. (ed.), Egan-Wyer, C. (ed.), & Samsioe, E. (ed.). (2023, Oct 4). *The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing will Transform Retail and Customer Experience*. Palgrave Macmillan. 383 p.

Heide, M., & Svingstedt, A. (2023, Feb 10). **Strategiskt lyssnande: Så blir chefer och medarbetare bättre på att lyssna**. Liber.

Larsson, S. (ed.), Tanqueray, L. (ed.), Söderlund, K. (ed.), & Haresamudram, K. (ed.). (2023, May 12). **Smart City Governance – AI Ethics in a Spatial Context: Selected Essays from 2022/2023**. Lund: Institutionen för teknik och samhälle, Lunds universitet. 76 p.

Olsson, J. (2023, Aug 21). **Last-mile delivery services in retail: a consumer-centric approach**. Lund: Förpackningslogistik, Lunds universitet. 97 p. Doktorsavhandling.

BOKKAPITEL

Askanius, T., & Ulver, S. (2023). **Selling Far-Right Extremism: New Forms of Far-Right Merchandise and Online Consumer Subcultures in Sweden**. In: *Violent Extremism: A Nordic Outlook*. Lexington Books.

Bäckström, K., Egan-Wyer, C., & Samsioe, E. (2023). **Introduction: The Future of Consumption**. In Bäckström, K., Egan-Wyer, C., & Samsioe, E. (eds.), *The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing will Transform Retail and Customer Experience* (p. 1-18). Palgrave Macmillan.

Bertilsson, J., Sullivan, K., & Rennstam, J. (2023). **A critical typology of "good place branding": Lessons from place-branding expertise**. In Mabillard, V., Pasquier, M., & Vuignier, R. (eds.), *Place branding and marketing from a*

policy perspective: Building effective strategies for places (p. 213-226). London: Routledge.

Cerne, A., & Elg, U. (2023). **When Institutional Logics Collide: How International Firms Navigate Sustainability Values in Global Markets**. In Ghauri, P. N., Elg, U., & Melén Hånell, S. (eds.), *Creating a Sustainable Competitive Position: Ethical Challenges for International Firms* (p. 1-8). Emerald Group Publishing Limited. (International Business and Management; vol. 37).

Egan-Wyer, C., Valentin, S., & Parsmo, Å. (2023). **When Is it Worth Investing in the Personal Service Encounter?** In Bäckström, K., Egan-Wyer, C., & Samsioe, E. (eds.), *The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing will Transform Retail and Customer Experience* (p. 345-358). Palgrave Macmillan.

Elg, U., & Ghauri, P. N. (2023). **Towards a Global Sustainability Approach: Challenges and Opportunities for Multinationals**. In Ghauri, P. N., Elg, U., & Melén Hånell, S. (eds.), *Creating a Sustainable Competitive Position: Ethical Challenges for International Firms* (p. 11-31). Emerald Group Publishing Limited. (International Business and Management; vol. 37).

Fredriksson, C., Merkel, A., & Säwe, F. (2024). **Trending Seaweed: Future Opportunities in Retail?** In Bäckström, K., Egan-Wyer, C., & Samsioe, E. (eds.), *The future of consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing will Transform Retail and Customer Experience* (p. 145-158). Palgrave Macmillan.

Larsson, S., & Haresamudram, K. (2023). **Consumer Trust and Platformised Retail Personalisation**. In Bäckström, K., Egan-Wyer, C., & Samsioe, E. (eds.), *The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing will Transform Retail and Customer Experience* (p. 77-94). Palgrave Macmillan.

Larsson, S., Haresamudram, K., Högborg, C., Lao, Y., Nyström, A., Söderlund, K., & Heintz, F. (2023). **Four Facets of AI Transparency**. In Lindgren, S. (ed.), *Handbook of Critical Studies of Artificial Intelligence* (p. 445-455). Edward Elgar Publishing.

Lehner, M., Richter, J. L., & Mont, O. (2023). **Digitalization: A Potential Tool for Sustainable Consumption?** In Bäckström, K., Egan-Wyer, C., & Samsioe, E. (eds.), *The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing will Transform Retail and Customer Experience* (p. 189-204). Palgrave Macmillan.

Norrman, A., & Olhager, J. (2023, Mar 11). **Global Supply Chain Management**. In J. Sarkis (ed.), *The Palgrave Handbook of Supply Chain Management* (p. 1-36). Palgrave Macmillan. 36 p.

Närvänen, E., Fuentes, C., & Mesiranta, N. (2023). **The assembling of circular consumption: A sociomaterial practice approach**. In Lehtimäki, H., Aarikka-Stenroos, L., Jokinen, A., & Jokinen, P. (eds.), *The Routledge Handbook*

of Catalysts for a Sustainable Circular Economy (p. 535-549). Taylor & Francis.

Shahriar, H. (2023). **Into the Metaverse: Technological Advances Shaping the Future of Consumer and Retail Marketing**. In Bäckström, K., Egan-Wyer, C., & Samsioe, E. (eds.), *The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing will Transform Retail and Customer Experience* (p. 55-75). Palgrave Macmillan.

Thufvesson, O., & Umut Aslan, D. (2023). **Can Future Shopping Experiences Be Present in the Past?** The Case of a Local High Street. In Bäckström, K., Egan-Wyer, C., & Samsioe, E. (eds.), *The Future of Consumption: How Technology, Sustainability and Wellbeing will Transform Retail and Customer Experience* (p. 359-372). Palgrave Macmillan.

Rokka, J., & Ulver, S. (2023). **Consumer Identity Work: Identity and Consumption**. In Arnould, E. J., Thompson, C. J., Crockett, D., & Weinberger, M. F. (eds.), *Consumer Culture Theory: 2nd Edition* (p. 15-32). SAGE Publications.

RAPPORTER

Andersson, A., & Nordström, J. (2023). **Hållbarhetsmärkning - möjligheter och svårigheter**. AgriFood Fokus, 2023:8. 25 p.

Cassinger, C., Thufvesson, O., Rehncrona, C., & Silbersky, U. (2023). **Nya samarbetsformer för främjande av trygg handel i utsatta områden**. Handelsrådet. 36 p.

Egan-Wyer, C. (red.), Johansson, U. (red.), & Moström, M. (red.). (2023). **Retail as Unusual: Retailing in a time of extreme uncertainty**. Centrum för handelsforskning, Lunds universitet. 40 p.

Kembro, J., & Norrman, A. (2023). **Ett strategiskt avstamp: Nyckelbeslut för att investera i och utveckla ett höga-automatiserat lager**. Handelsrådet, 2023:1. 56 p.

Norrman, A., & Näslund, D. (2023). **Longitudinell mätning av förändringsarbete – från initiering via institutionalisering till effektmål**. Lunds Tekniska Högskola, Lunds universitet. 85 p.

Vakulenko, Y. (2023). **Parcel locker policy: review and future directions**. Lunds universitet. 38 p.

WORKING PAPERS

Anselmsson, J. (2023) **Öka andelen hållbar konsumtion genom att fokusera på rätt hållbarhetsmål i varumärkesarbetet**. Digital Competences of Swedish Brands: Working report series, Ekonomihögskolan, Lunds universitet, 2023:1.



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