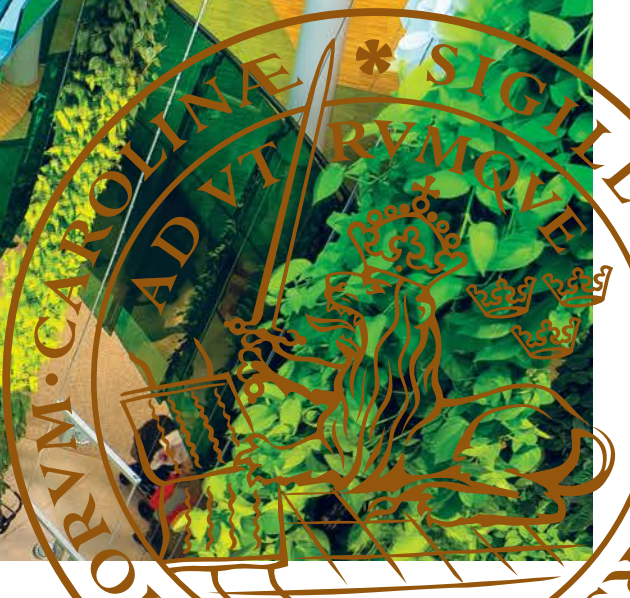




# Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet

VERKSAMHETSBERÄTTELSE | 2014





# Inledning

---

## Centrum för handelsforskning – det första året

Det är med stor glädje som vi på Centrum för handelsforskning ger ut denna skrift som signalerar vårt första år. Vi är stolta över vad vi gjort och startat under 2014! Från våra många intressenter i stat, kommun och näringsliv har vi också fått ett kvitto på att det vi gör är relevant och efterfrågat. Samtidigt som vi är medvetna om att Rom inte byggdes på en dag är vi övertygade om att vår strategi för att bygga detta handelscentrum är rätt väg att gå.



Vår ambition är att vara en tvärvetenskaplig forskningsmiljö av internationell toppklass med fokus på handel. Med vår forskningsinriktning och våra internationella samarbeten under uppbyggnad är vi på god väg. Vi har också som mål att bli en varaktig samlingspunkt för såväl forskare som praktiker med intresse för handelsforskning, med syftet att stärka och stimulera handelsforskningen nationellt. Våra forskarseminarier och workshops har hittills varit ett steg i den riktningen och här kommer vi att förstärka våra insatser framöver, liksom att vi under året blivit ett nav i kommunikationen kring forskning och näring kring handel. Att vi nu är sammanlagt ett drygt 30-tal forskare – de som är avlönade av Centrum och de som har affilierade projekt kopplade till andra enheter – tyder på att vi också lyckas samordna planerad och redan etablerad handelsforskning vid Lunds universitet.

Från den grund vi byggt under 2014 går vi under 2015 vidare och förstärker verksamheten både vad gäller samverkan med näringen och vad gäller att förstärka forskningssidan. Under 2015 kommer vi att intensifiera ansträngningarna att hitta finansiering för tiden efter de fem år som vår huvudfinansierare Handels Utvecklingsråd stödjer Centrum. För 2016 finns planer för start av nya forskningsinriktningar, väl kopplade till dagens fokusområden E-handel och Kunniga kunder.

Till sist, ett stort tack till Handels Utvecklingsråd för den basfinansiering man ger och den signal som nu sprids att detta är ett område värt att satsa på. Vi hoppas att du som läsare får nöje av denna årsberättelse och om du inte redan har träffat oss, ta kontakt så ser vi hur vi kan hitta ett fruktbart samarbete.

Med vänliga hälsningar

Ulf Johansson  
*Professor och centrumföreståndare*

# Händelser i centrum – ett axplock

## SIGNERINGEN – STARTEN

I oktober 2013 signerades avtalet mellan Handelns Utvecklingsråd och Lunds universitet för att starta Centrum för handelsforskning. Handelns Utvecklingsråds VD Andreas Hedlund och rektor Per Eriksson skrev under avtalet.

## INVIGNINGEN

I mars invigdes Centrum för handelsforskning. Representanter för handel, näringsliv, offentlig sektor och akademi samlades för att lyssna till invigningstal och paneldebatter. Kärnan i satsningen utgörs av forskare vid tre centrala enheter vid Lunds universitet; Lunds Tekniska Högskola, Ekonomihögskolan och Campus Helsingborg. Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet är ett tvärvetenskapligt excellenscentrum med fokus på forskning kring varuflödet och kundmötet – två avgörande delar för en fungerande och effektiv handel.



## MED GRÖNA ORD I PÅSEN

Hur uppfattas butikernas gröna erbjudanden av konsumenterna? Vilka gröna strategier och praktiker finns inom svensk detaljhandel? Detta talade Cecilia Fredriksson om när hon höll föredraget "Med gröna ord i påsen" på HUI Research och Handelns Utvecklingsråds frukostseminarium i Stockholm i april.

## HANDEL HELSINGBORG

Handel Helsingborg är ett samarbete mellan Campus Helsingborg och Familjen Helsingborg, som arrangerade workshopen *Shopping, upplevelse och plats – lär känna din besökare!* i april. På workshopen stod aktuell handelsforskning på agendan. Deltagare från åtta kommuner diskuterade framtidens handelsfrågor tillsammans med forskarna.

## ÖGAT BESTÄMMER

Ett nytt projekt om produktplacering och hur konsumenters erfarenhet styr den visuella uppmärksamheten vid beslut i butik knöts till Centrum för handelsforskning, genom en finansiering från Hakon Swenson Stiftelsen. Forskargruppen som utför ögonrörelsemätningar vid Humanistlaboratoriet vid Lunds universitet leder projektet.

## E-HANDELNS VÄRDESKAPANDE RETURPROCESS

Ett projekt finansierat av Handelns Utvecklingsråd affilierades till Centrum för handelsforskning. Det handlar om en av e-

handels största utmaningar: Att skapa en effektiv och tydlig returprocess. Projektet ledas av Daniel Hellström, docent vid Lunds Tekniska Högskola.

## UPPMÄRKSAMMAD FORSKNINGSARTIKEL

Professor Ulf Johansson har tillsammans med professor Johan Anselmsson publicerat en forskningsartikel med stort genomslag om varumärken och egna varumärken i livsmedelssektorn. En populärvetenskaplig version finns på Youtube.

## GÄSTFORSKNING VID UNIVERSITY OF STIRLING

Som ett led i centrums ambition att skapa internationellt partnerskap har professor Cecilia Fredriksson under 2014 varit gästforskare vid Stirling University i Storbritannien. Där har hon i samverkan med handelsforskare utarbetat ansökningar för framtida gemensam handelsforskning, samt studerat hur deras retail managementutbildningar är uppbyggda.

## FORSKNINGSINBLICK

Den 14 oktober höll Handelns Utvecklingsråd för tredje året i rad ett seminarium, *Forskningsinblick*, där ett axplock av svensk handelsforskning presenterades. Centrum för handelsforskning var representerat av föreståndaren, professor Ulf Johansson, som pratade om tredje vågens e-handel.

## CENTRUM FÖR HANDELSFORSKNING PÅ NRWC2014

Åtta forskare och fyra doktorander från Centrum för handelsforskning deltog och presenterade sin forskning på Nordic Retail and Wholesale Conference i Stockholm i november.

## NYA E-HANDELSLÖSNINGAR PRESENTERADES

På Förpackningslogistikens 20-årsjubileum i november presenterade Centrum för handelsforskningens logistikforskare de senaste resultaten och nya e-handelslösningar med PostNord.

## KEYNOTE PÅ FASHION THINKING

Professor Cecilia Fredriksson var keynote speaker på konferensen Fashion Thinking – theory, history, practice som hölls i oktober-november i Kolding, Danmark.

## LYCKAT SEMINARIUM OM MULTIKANAL

Centrum för handelsforskning hade detaljhandelns utmaningar i fokus när det i december arrangerade ett seminarium om utveckling av multikanalserbjudande. Ett sextiotial besökare slöt upp i Lund för att lyssna på huvudtalaren Martin Hansson, Global Retail and Expansion manager på IKEA Group och docent Jens Hultman vid Centrum för handelsforskning.

## CENTRUM FÖR HANDELSFORSKNING I RADIO OCH TV

Centrum för handelsforskning fick genom professor Cecilia Fredriksson möjlighet att reflektera kring årets julkapp i Radio P1:s uppesittarkväll strax innan jul. I mellandagarna sågs professor Annika Olsson i SVT:s Rapport kring kravmärkningens betydelse för livsmedelsförpackningar.



Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet är ett tvärvetenskapligt excellenscentrum med fokus på forskning kring varuflödet och kundmötet – två avgörande

delar för en fungerande och effektiv handel. Forskningen görs inom ramen för två övergripande teman, *Kunniga kunder* och *E-handel*, vilka presenteras nedan.

## Tema: Kunniga kunder

Dagens kunniga kunder ställer nya krav på samtida handel. Dessa krav innebär förväntningar på sortiment, service, tillgänglighet, logistik och kompetens. Kunder förväntar sig också information om ursprung och miljöpåverkan. Genom att studera relationen mellan olika praktiker i detaljhandeln kan kundmöte och varuflöde belysas med utgångspunkt i kunniga kunders krav på medskapande, information och insyn. Flödet av varor, tjänster och kunskap mellan dessa praktiker är av såväl ekonomisk som kulturell natur.

Forskargruppens övergripande kunskapsmål är att belysa handelns framtida kompetensbehov på en marknad med allt kunnigare kunder. Vilka krav på varuflödet ställer förväntningarna på ökad transparens? Krävs det nya affärs- och innovationsmodeller? Vilka nya krav ställer konsumenter i olika typer av handelssammanhang? Syftet är att belysa hur relationen mellan olika praktiker inom försörjningskedjan kan understödja kundens värdeskapande processer. Med försörjningskedjan avses hela flödet av varor, pengar och kunskap från produktion till konsumtion (och eventuellt återvinning). Med utgångspunkt från olika perspektiv på begreppet "kund" fokuserar forskargruppen ett antal värdeskapande processer som handlar om olika former av lärande och läroprocesser: "hur skapas vetande/kunskap om kunden?"

Under 2014 har forskargruppen arbetat med litteraturgenomgång, design av teoretiskt och metodologiskt ramverk, tvärvetenskapliga forskningsfrågor, fallstudier och insamling av empiri. Fokusgrupper som behandlar olika shoppingpraktiker har genomförts. Här undersöks betalningspraktiker in-store och vid on-line shopping, kunders krav på hållbarhet, kunders

returpraktiker och kunders digitaliserade shoppingpraktiker. Dessa temaområden är centrala för forskargruppen. Ökad kunskap om kunders shoppingpraktiker bidrar till att tydliggöra detaljhandelns framtida behov av kompetens. Allt kunnigare kunder driver på utvecklingen av till exempel nya system, teknik/teknologi, rutiner och utbildningar. Därför behöver handeln ligga i framkant och förstå kundernas praktik som hur och varför kunder gör som de gör, samt hur och varför de tänker som de gör om sin praktik.

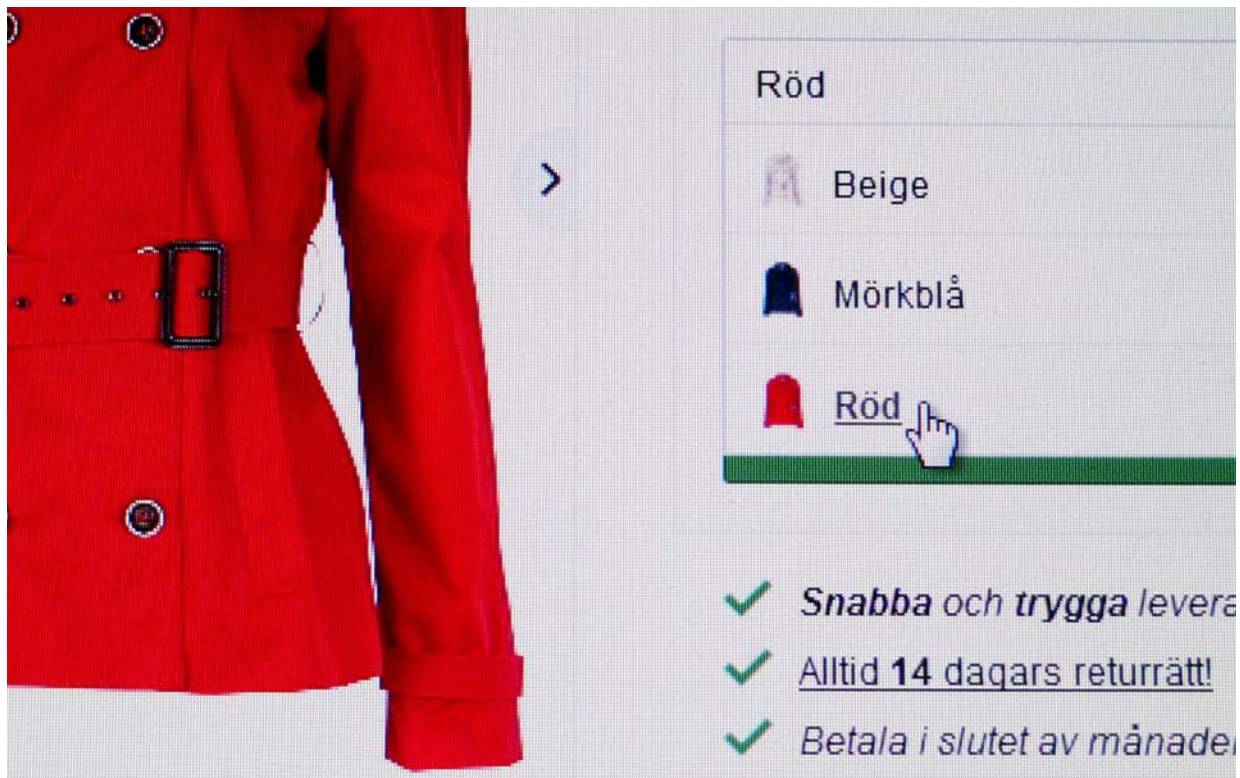
Några av de frågor vi söker svar på handlar om kunders betalningspraktik vid modeinköp både in-store och on-line, kunders returpraktik vid on-line modeshopping, konsekvenser av kunders hållbarhetskrav på shoppingpraktiker som spårbarhet, tillverkning, distribution, tillgänglighet samt kunders digitaliserade shoppingpraktiker med utgångspunkt från mobilpraktiken i butikskontexten.

Under året har forskargruppen presenterat sin forskning vid olika seminarier, workshops och konferenser. Forskargruppen har specifika kompetenser inom bland annat försörjningskedjor, logistik, e-handel, konsumentbeteende, konsumtionskultur, kvantitativa och kvalitativa metoder, värdeskapande, practice theory samt nya betalsystem. Kombinationen av olika ämnesområden innebär både möjligheter och utmaningar för forskningen. Den gemensamma ambitionen handlar om att, utifrån våra olika forskningsfrågor, belysa hur relationen mellan olika praktiker kan understödja kundens värdeskapande processer.

*Cecilia Fredriksson*



## Tema: E-handel



Den svenska detaljhandels affärsmodeller och affärsmönster genomgår sedan några år tillbaka en omfattande förändring. En allt större andel av detaljhandels kunder väljer att handla på nätet och de senaste åren har näthandeln med bland annat teknikprylar, kläder och heminredning ökat markant. Användning av ny teknik såsom smarta telefoner och surfplattor, tillsammans med ökad grad av teknisk mognad både bland kunder och handlare, har skapat nya förutsättningar för detaljhandeln att möta kunden i vardagen via fler kanaler än den fysiska butiken. Med hjälp av ny teknik påbörjar kunden ofta sitt köp innan den kommer in i butiken, och fortsätter även efter.

Vår litteraturgenomgång av forskning på området multikanal visar att handeln i butik och handeln på nätet kompletterar varandra – kunden väljer olika kanaler för olika syften. Om inte köpet genomförs på nätet så förväntar sig kunden ändå att kunna planera sitt köp genom att på förhand undersöka sortiment, lagersaldo och kunna få detaljerad produktinformation innan ett besök i en fysisk butik. Kunden rör sig fritt och snabbt mellan de olika kanaler som erbjuds i hela köpprocessen, och förväntar sig att detaljhandeln är beredd att kunna svara upp mot detta förändrade affärsmönster.

Att skapa en enhetlig och integrerad upplevelse i köpprocessen innebär dock en stor utmaning för detaljhandeln. Många av dess centrala frågor såsom service- och produktsortiment, prissättning, varumärke, bemanning och kompetens, varuflöde och returflöde behöver omvärderas och anpassas.

Forskargruppen som arbetar med e-handel vid Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet har under 2014 påbörjat en omfattande genomlysning av den svenska detaljhandeln, bland annat med utgångspunkt i följande frågor: Hur handlar konsumenter i det nya detaljhandelslandskapet? Hur rustad är detaljhandeln för att möta konsumenternas förväntningar och krav kring e-handel? Hur ser detaljhandels affärsmodeller för e-handel ut och hur arbetar detaljhandeln med e-handel som en strategisk fråga? Under 2014 har gruppen arbetat i flera olika delprojekt och har bland annat genomfört en enkät bland svenska detaljhandelsföretag med syfte att öka kunskapen om detaljhandels styrning och utveckling av e-handels- och multikanalserbjudande, genomfört en litteraturgenomgång av detaljhandels arbete med multikanalfrågor och även påbörjat arbetet med fallstudier där både konsumentbeteende och detaljhandels styrning och utveckling av e-handel står i fokus.

Forskargruppen, som är flerdisciplinär och består av både seniora och yngre forskare med varierande metodansatser har presenterat och förankrat sitt arbete genom att genomföra forskarseminarier. Under 2014 har gruppen även arrangerat en workshop på temat multikanal där ett 50-tal praktiker deltog och där huvudtalaren var Martin Hansson från IKEA. Under året har forskargruppen presenterat sin forskning på forskningskonferenser i såväl Sverige som i Finland, Storbritannien och Frankrike.

Jens Hultman

# Människorna i centrum

## STYRGRUPP

<b>CECILIA FREDRIKSSON</b>	PROFESSOR, CAMPUS HELSINGBORG
<b>JENS HULTMAN</b>	DOCENT, EKONOMIHÖGSKOLAN, CENTRUMKOORDINATOR
<b>ULF JOHANSSON</b>	PROFESSOR, EKONOMIHÖGSKOLAN, CENTRUMFÖRESTÅNDARE
<b>ANNIKA OLSSON</b>	PROFESSOR, LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA



Fr.v. Annika Olsson, Cecilia Fredriksson, Ulf Johansson, Jens Hultman.

## REFERENSGRUPP

<b>RENÉ ANDERSSON</b>	CSR-ANSVARIG, INDISKA
<b>ANDERS DAHLVIG</b>	FD VD IKEA, STYRELSELEDAMOT I BL.A. H&M
<b>JOHN DAWSON</b>	PROFESSOR EMERITUS VID UNIVERSITY OF EDINBURGH
<b>ÅSA GABRIEL</b>	DIREKTÖR HR, ICA-KONCERNEN
<b>KERSTIN GUSTAFSSON</b>	GATUDIREKTÖR, MALMÖ STAD
<b>PETER JELKEBY</b>	VVD, CLAS OHLSON
<b>THERESE MÖLLER</b>	HR-SPECIALIST, LAGAR & AVTAL, IKEA
<b>ROBERT OLSSON</b>	HR-CHEF, BERGENDAHL'S FOOD
<b>KARIN M EKSTRÖM</b>	PROFESSOR VID HÖGSKOLAN I BORÅS

## PROFESSORER

<b>CECILIA FREDRIKSSON</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>ULF JOHANSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>ANNIKA OLSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA

## FORSKARE

<b>CHRISTIAN FUENTES</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>DANIEL HELLSTRÖM</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>KLAS HJORT</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>JENS HULTMAN</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>ANETTE SVINGSTEDT</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>VERONIKA TARNOVSKAYA</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN

## DOKTORANDER

<b>PERNILLA DERWIK</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>NIKLAS JONSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>CARIN REHNCRONA</b>	CAMPUS HELSINGBORG

## AFFILIERADE FORSKARE

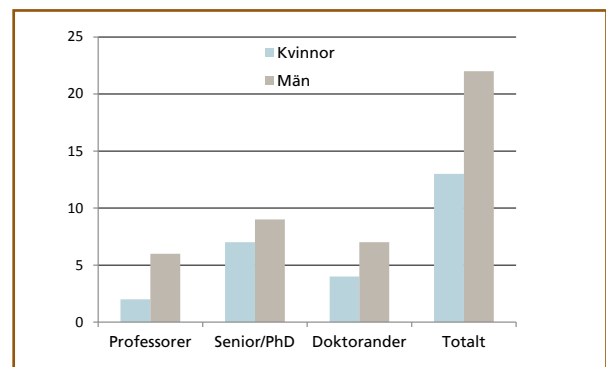
<b>JOHAN ANSELMSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>JON BERTILSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>MICHAEL BJÖRN</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>KRISTINA BÄCKSTRÖM</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>ULF ELG</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>LENA ESKILSSON</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>KERSTIN GIDLÖF</b>	HUMANISTISKA OCH TEOLOGISKA FAKULTETERNA
<b>MATS JOHNSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>MAGNUS LAGNEVIK</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>JONAS NORDSTRÖM</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>OLA THUFVESSON</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>SOFIA ULVER</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>ANNIKA WALLIN</b>	HUMANISTISKA OCH TEOLOGISKA FAKULTETERNA

## AFFILIERADE GÄSTPROFESSORER

<b>STEPHEN BRAMMER</b>	UNIVERSITY OF BIRMINGHAM, UK
<b>DANNIE KJELLGARD</b>	SYDDANSK UNIVERSITET, DANMARK

## AFFILIERADE DOKTORANDER

<b>DEVREM UMUT ASLAN</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>IDA DE WIT SANDSTRÖM</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>CARYS EGAN-WYER</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>STEFAN KARLSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>MARCUS KLASSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>KAJ-DAC TAM</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>FRANCISCO VALENCIA</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>JÖRGEN WETTBO</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN



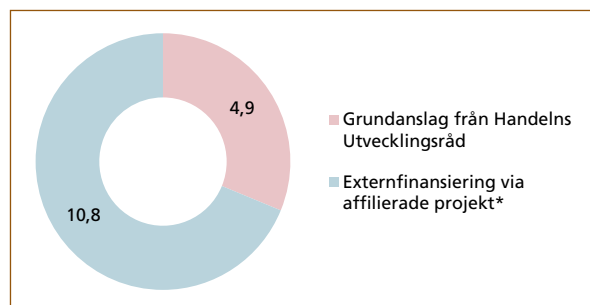


# Populärvetenskapliga presentationer och synlighet i media – ett axplock

Trend in food – Structural developments and future consumer behavior in Sweden	BSR (Baltic Sea Region) Food Cluster Network & Tekes, Helsingfors, Finland	januari	Ulf Johansson
Förpackningar från ett logistikperspektiv	Logistikernätverket Scania, Lund	februari	Daniel Hellström
I Interneteran – Har den fysiska butiken någon framtid?	Fastighetsmässan, Malmö	februari	Ulf Johansson
ReLog – nästa generation av logistik för handeln	Invigning av Centrum för handelsforskning, Lunds universitet, Lund	mars	Daniel Hellström
Konsumentreturer – en strategisk fråga för e-handeln?	ABG Sundal Kollier, Stockholm	mars	Klas Hjort
Lär känna din framtida kund och morgondagens landskronabo	Pyttlunch – lunchseminarium för företagare, Landskrona museum, Landskrona	april	Devrim Umut Aslan
Förpackningsdesign för hållbar butik	Slutpresentation Handels Utvecklingsråd, Stockholm	april	Annika Olsson
How are everyday decisions made?	KVIT symposium, Kognitionsvetenskap och informationsteknologi, Linköping	maj	Annika Wallin
Konsumentreturer inom e-handeln	Packbridge efter 3, Helsingborg	maj	Daniel Hellström
Föreställningar och myter om konsumtion	Forskarstafett under sommarenemanget Hx, Helsingborg	augusti	Cecilia Fredriksson
Incorporating user behaviour into packaging innovation	EuroPack Summit, Cascais, Portugal	september	Annika Olsson
Effektiva returprocesser	LOAD, Logistik- och netthandelsdagen Bring, Oslo, Norge	september	Klas Hjort
Snabb eller velig gäller i stort som smått	Intervju i Sydsvenskan 9 september	september	Annika Wallin
I Internets skugga – Framtidens affärsmodeller för den fysiska butiken (In-Store)	SRC:s (Scandinavian Retail Center) Supertrustdag, Arlanda	oktober	Ulf Johansson
I valet och kvalet	Vetenskapscafé, Halmstad	november	Annika Wallin
Rum för kreativitet och passion. Kvinnor och köpenskap in kustens kommers	Det älskade arbetet, Arbetets museum, Norrköping	november	Ida de Wit Sandström
Connoisseurship, snobbery and engagement: The cultivation trend's colonization of mundane consumption	Centrum för handelsforskning, Lund	december	Marcus Klasson
Hårdare krav på matförpackningar	Inslag i SVT Rapport, 30 december	december	Annika Olsson

## Finansiering

### FORSKNINGSANSLAG VID CENTRUM FÖR HANDELSFORSKNING (MSEK)



\*) Finansierade av Hakon Swenson Stiftelsen, Handels Utvecklingsråd, Helsingborgs handelsförening, Helsingborgs stad, Lunds universitet, Ragnar Söderbergs stiftelse, Vinnova och i form av externfinansierad doktorand.

# Publikationer

## TIDSKRIFTSARTIKLAR

Anselmsson, J & Johansson, U (2014) **Manufacturer brands versus private brands – Hoch's strategic framework and the Swedish food retail sector.** *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 24(2): 186-212

Anselmsson, J, Bondesson, N & Johansson, U (2014) **Brand image and customers' willingness to pay a price premium for food brands.** *The Journal of Product & Brand Management*, 23(2): 90-102

Anselmsson, J & Johansson, U (2014) **A comparison of customer perceived service quality in discount versus traditional grocery stores. An examination of service quality measurement scales in a Swedish context.** *International Journal of Quality and Service Science*, 6(84): 369-386

Bertoluci, G, Leroy, Y & Olsson, A (2014) **Exploring the environmental impacts of olive packaging solutions for the European food market.** *Journal of Cleaner Production*, 64(1): 234-243

Burt, S, Johansson, U & Dawson, J (2015) **International retailing as embedded business models.** Forthcoming in *Journal of Economic Geography*

Egan-Wyer, C, Muhr, S, Pfeiffer, A & Svensson, P (2014) **The ethics of the brand.** *Ephemera*, 14(1): 1-11

Elg, U, Ghauri, P & Schaumann, J (2014) **Internationalization through sociopolitical relationships: MNEs in India.** *Long Range Planning*. 2014. In press

Fuentes, C (2014) **Enacting green consumers: The case of the Scandinavian preppies.** *Culture Unbound: Journal of Contemporary Cultural Research*, 6: 963-977

Fuentes, C (2014) **Managing green complexities: Consumers' strategies and techniques for greener shopping.** *International Journal of Consumer Studies*, 38(5): 485-492

Fuentes, C (2014) **Green materialities: Marketing and the socio-material construction of green products, business strategy and the environment.** *Business Strategy and the Environment*, 23(2): 105-116

## KONFERENSARTIKLAR OCH ABSTRACTS

Aslan, DU (2014) **Recording consumer practices.** The 3rd Nordic Conference on Consumer Research (NCCR), Vaasa, Finland, 21-22 May 2014

Bertilsson, J, Egan-Wyer, C, Johansson, U, Klasson, M & Ulver, S (2014) **Nerdery, snobbery and connoisseurship: Developing conceptual clarity within the area of refined consumption.** Competitive paper at the 2014 Consumer Culture Theory Conference, Helsinki, 26-29 June 2014

Björn, M & Johansson, U (2014) **Shopping in cities in the future – consequences for retail.** Paper abstract accepted for presentation at the 4th Nordic Retail and Wholesale Conference (NRWC), Stockholm, 5-6 November 2014

Burt, S, Dawson, J & Johansson, A (2014) **Internationalization of retailing – embeddedness and business models.** Paper abstract accepted for presentation at Nordic Retail and Wholesale Conference (NRWC), Stockholm, 5-6 November 2014

Bäckström, K, Thufvesson O & Fredriksson C (2014) **Purchasing as an ongoing process: An exploration of consumers' practices in retail store settings.** Abstract presented at the 3rd Nordic Conference on Consumer Research (NCCR), Vaasa, Finland, 21-22 May 2014

Derwik, P & Hellström, D (2014) **Supply chain competence: A literature review.** In: The 26th NOFOMA annual conference on logistics and supply chain management research, Copenhagen, Denmark, 11-13 June 2014. Gammelgaard, B, Prockl, G, Kinra, A, Aastrup, J, Andreasen, PH, Schramm, HJ, Hsuan, J, Malouf, M & Wieland, A (eds.), 219-234

Egan-Wyer, C (2014) **Whatever happened to hobbies? Exploring leisure as employability-enhancing labour.** Paper presented at the 32nd Standing Conference on Organizational Symbolism, Utrecht, the Netherlands, 7-10 July 2014

Elg, U & Tajeddini, K (2014) **Enhancing organizational performance of international SMEs through inter-firm marketing collaborations.** 40th Annual Conference of the European International Business Academy (EIBA), Uppsala, Sweden, 11-13 December 2014

Elg, U & Hultman, J (2014) **CSR in retailing - coordinating corporate activities, store employees and consumers.** The 4th Nordic Retail and Wholesale Conference (NRWC), Stockholm, 5-6 November 2014

Fredriksson, C (2014) **Putting green words in your bag – On sustainable retail and value creating practices.** Abstract presented at the 3rd Nordic Conference on Consumer Research (NCCR), Vaasa, Finland, 21-22 May 2014

Fuentes, C (2014) **Cultural retail strategies go online: The socio-material scripts of e-tailing.** The 4th Nordic Retail and Wholesale Conference, NRWC, Stockholm, 5-6 November 2014

Fuentes, C & Hansson, N (2014) **Green shopping apps as market devices: materialities, competences and moralities.** The 4th Nordic Retail and Wholesale Conference, NRWC, Stockholm, 5-6 November 2014

Hjort, K & Hellström, D (2014) **Experiment on consumer behaviour in fashion E-commerce – experience and insights.** In: Nordic Conference on Consumer Research 2014, Vaasa, Finland, 21 May 2014. Berg, P (ed.), 1-6

Klasson, M (2014) **The nordic street food evolution: One food truck at a time.** Association for Consumer Research North American Conference, Baltimore, MD, USA, 23-26 October 2014

Svingstedt, A, Hellström, D & Hjort, K (2014) **Consumers' value creating processes in distribution services for online shopping.** The 4th Nordic Retail and Wholesale Conference, NRWC, Stockholm, 5-6 November 2014

Tarnovskaya, V (2014) **Re-inventing market orientation. Digital marketing practices of e-tailers in Sweden.** The 4th Nordic Retail and Wholesale Conference, NRWC, Stockholm, 5-6 November 2014

Thufvesson, O, Fredriksson C & Eskilsson, L (2014) **From consumer behaviour to urban behaviour. On the role of retail in the development of cities.** Abstract presented at the 4th Nordic Retail and Wholesale Conference (NRWC), Stockholm, 5-6 November 2014

Wettbo, J & Hultman, J (2014) **Walk the talk of sustainable business practices? – the case of ICA and its UN global compact membership.** The 4th Nordic Retail and Wholesale Conference, NRWC, Stockholm, 5-6 November 2014

Östberg, J, Ulver, S, Molander, S & Klasson, M (2014) **What's cooking? The different practices and meanings involved in the same consumption situation.** Special session at the 2014 Consumer Culture Theory Conference, Helsinki, Finland, 26-29 June 2014

## RAPPORTER

Fredriksson, C & Fuentes, C (2014) **Att sälja hållbara produkter: Detaljhandelsföretagens strategier för att skapa mening och värde för kunderna.** Handelsns Utvecklingsråds forskningsrapport: 2014:3

## BOKKAPITEL

de Wit Sandström, I (2014) **Det här bär sig inte, det här är det någon som finansierar. Företagande i kvinnomarginalen.** In: Andersson Cederholm, E & Sjöholm, C (eds.). Servicearbetets förvandlingar och förhandlingar. Lund: Institutionen för service management och tjänstevetenskaps skriftserie

Ulver, S, Bertilsson, J, Klasson, M, Egan-Wyer, C & Johansson, U (2014) **Emerging market (sub)systems and consumption field refinement.** NA - Advances in Consumer Research Volume 41, Botti, S & Labroo, A (eds.) Duluth MN, USA: Association for Consumer Research





**LUNDS**  
UNIVERSITET



**Handelns  
Utvecklingsråd**

Centrum för handelsforskning  
Lunds universitet  
Box 118  
221 00 Lund  
[www.handel.lu.se](http://www.handel.lu.se)