

Handelsrådets projekt med koppling till besöksnäringen 2010-2015

Shoppande turister och evenemangsbesökare

Postdoc stipendium Erik Lundberg 2014

830 000kr 2015-12-01 tom 2019-01-30

Att köpa saker på semestern är en integrerad del av upplevelsen och handeln med varor är en viktig del av besöksnäringen. Nästan en tredjedel av turismkonsumtionen i Sverige går till konsumtion av varor.

Besöksnäringen är av stor betydelse för handeln liksom bra och attraktiv handel är viktig för besöksnäringen.

– Konsumtion av varor såsom souvenirer i form av hantverk, mat, alkohol, kläder och så vidare är betydelsefullt och skapar mening för besökaren, säger stipendiaten Erik Lundberg, ek. dr på Handelshögskolan vid Göteborgs universitet. Att ta med sig något konkret och fysiskt hem är viktigt för många som besöker främmande platser.

Studien kommer att genomföras i två olika delar där den första fokuserar på hur turist- och evenemangskonsumtion fördelas inom handeln, både geografiskt och när det gäller typ av besökare.

– Den andra studien ställer frågor kring vad shoppingen har för betydelse för besökarna, vad de efterfrågar, hur och var de vill konsumera, säger Erik. Tillsammans kommer dessa två delar att ge en större förståelse för fenomenet shopping i en turist- och evenemangskontext.

Planen är att genomföra studien i Göteborg som är en stad med många turister och besökare av olika slag. Erik är en del av forskningsmiljöerna vid Centrum för turism och Centre for Retailing på universitetet med många olika forskare som kan bidra med insikter och kunskap till projektet.

<http://www.hur.nu/forskning/stipendiater/erik-lundberg-post-doc-stipendiat-2015/>

Vad påverkar etableringen av handelsföretag?

Doktorandstipendium Özge Öner 2010

390 000kr 2010-09-01 tom 2013-02-28

Utvecklingen av och hur det går för handelsföretagen beror till stor del befolkningstätheten på lokal och regional nivå. Förändringar i strukturen och tillgängligheten har stor betydelse för lokalisering av handelsföretag. Sambanden mellan dessa parametrar kommer att undersökas av doktoranden Özge Öner.

Idag bor det fler människor i städer än på landsbygden för första gången i historien. Detta innebär att våra konsumtionsvanor har ändrats och de stora städerna är centra för shopping och inte produktion. Shopping har också blivit en allt viktigare del i ekonomin och är en betydande del av BNP idag.

Med detta som bakgrund kommer Özge Öner, som finns på Internationella Handelshögskolan i Jönköping, i sitt avhandlingsarbete fokusera på vid vilken regionstorlek vissa handelssektorer etableras och vilka handels- och tjänsteföretag som etableras i växande och krympande regioner. På ett dynamiskt plan undersöks om tröskeln för etablering har förändrats över tid och till sist studeras storlek på marknaden och förändringar i storleken i relation till förbättrad infrastruktur.

<http://www.hur.nu/forskning/stipendiater/ozge-oner-doktorandstipendiat-2010/>

Vad är en upplevelse?

Doktorandstipendium Niklas Gustafsson 2010

195 000kr 2010-10-01 tom 2011-09-31

Många konsumenter drivs av en önskan att uppleva saker och marknadsföring genom upplevelser växer. Det saknas dock forskning om vad upplevelser är och hur det kan användas inom marknadsföring.

Upplevelsebaserad marknadsföring har kommit starkt på senare år, men är fortfarande rätt så outforskat. Många traditionella forskningsperspektiv har svårt att fånga aspekter som är helt avgörande för konsumtion, exempelvis fantasier, drömmar, emotionella reaktioner, sensorisk påverkan och lek och fritidsaktiviteter. Niklas Gustafsson vill studera detta vidare och skapa förståelse och kunskap kring vad en upplevelse är och innebär.

– Syftet med min avhandling är att beskriva och förklara vad en upplevelse är samt visa exempel på hur företag inom handel och turism kan arbeta strategiskt med upplevelser och marknadsföring, förklarar Niklas som doktorer på Företagsekonomiska institutionen vid Stockholms universitet. I mina empiriska undersökningar har jag å ena sidan studerat hur företag resonerar för att skapa/producera upplevelsemöjligheter. Sedan kontrasteras deras sätt att resonera med insamlad data från konsumenternas upplevelser av samma miljö eller händelse.

Teoretisk modell

Avsikten är att generera en teoretisk modell som hjälper handelns och turismens intressenter att förstå principer för hur upplevelsemöjligheter skapas samt öka förståelsen för vad som skapar emotionella reaktioner och upplevt värde.

– Jag har omarbetat och anpassat en metod som psykologen och nobelpristagaren i ekonomi Daniel Kahnman hans kollegor tagit fram, berättar Niklas. Metoden heter i sin ursprungsform Day Reconstruction Method och har mig veterligen aldrig tidigare använts inom konsument- och marknadsföringsforskningen på detta sätt. Den metoden vill jag sprida bland konsumentforskare.

Resultaten blir intressanta både för handel- och turismbranschen som är tätt sammankopplade.

<http://www.hur.nu/forskning/stipendiater/niklas-gustafsson-doktorandstipendiat-2010/>

Statistik om handeln i Sverige utan kostnad

Stöd till HUI Research

Handeln i Sverige 2011-2015 3 985 212 kr

Handeln i Sverige 2016-2017 1 756 965 kr

Nu finns aktuell statistik om handeln från HUI Research fritt att ladda ner för alla med hjälp av finansiering från Handels Utvecklingsråd.

”Handeln i Sverige” är HUI:s äldsta produkt och är mycket uppskattad av såväl detaljhandlare, journalister, forskare, studenter och stadsplanerare. Nu finns hela databasen med bearbetad statistik tillgänglig för gratis nedladdning på www.handelnisverige.se.

– Det känns bra att kunna erbjuda detta utan kostnad eftersom det är viktiga siffror som kan fungera både som beslutsunderlag för detaljhandelsaktörer och som källa för forskning, sa Andreas Hedlund, kanslichef på Handels Utvecklingsråd när tjänsten presenterades i början av september. På så sätt bygger vi upp ny kunskap.

Viktiga index beskriver handeln runt om i landet

Nytt i årets upplaga är att faktorer som sysselsättning och turism tas upp. Det finns även flera olika nyckeltal som beskriver hur det ser ut i olika kommuner. Ett index tar upp hur handelns omsättning ser ut i en viss kommun. Om indexet är 100 så omsätter handeln precis så mycket som befolkningsunderlaget tillåter. De enda kommuner som kommer upp i siffror över 100 är turismkommuner. Stora och större städer samt glesbygd ligger kring 100 medan pendlingskommuner ligger i botten.

– Det finns kommuner som sticker ut från detta mönster som till exempel Järfälla och Huddinge. Båda är pendlingskommuner, men tack vare framgångsrika handelsplatser med Ikea som en avgörande faktor, har de en hög omsättning inom detaljhandeln, berättade Henrik Vestin, analytiker och projektledare för ”Handeln i Sverige” på HUI. För att ta del av dessa siffror och annan viktig statistik, gå till ”Handeln i Sveriges” hemsida.

<http://www.hur.nu/forskning/forskningsprojekt/fristaende-projekt/handeln-i-sverige-2011-2015/>