

Handelsrådets inspel för svensk forskningspolitik

Handelsrådet utgörs av arbetsmarknadens parter på handelsområdet: Handelsanställdas Förbund, Svensk Handel, KFO, Unionen och Akademikerförbunden. Tillsammans representerar Handelsrådet det privata näringslivets största bransch. Inför regeringens arbete med kommande forskningsproposition önskar Handelsrådet framföra följande ståndpunkter om handelns roll i samhällsutvecklingen och dess behov av resurser för forskning och innovation.

Handeln en viktig del i samhällsutvecklingen

Handeln är med sina drygt 580 000 sysselsatta den största arbetsgivaren i det privata näringslivet och står för elva procent av BNP. Likaså genererar handeln ungefär elva procent av skatteintäkterna till offentlig sektor. Handeln är den mest internationella av alla branscher i näringslivet och befinner sig i en stark digitaliserings- och globaliseringsprocess. Nya affärsmodeller ersätter gamla, och en strukturomvandling pågår i hög takt, där nya kundbeteenden, ny teknik och en hård internationell konkurrens ställer helt andra krav än för bara tio år sedan. Handelns aktörer spelar samtidigt en viktig roll för samhällsutvecklingen i allt från framtidens städer och hållbara transporter, till förutsättningarna för cirkulär ekonomi och välfärd i vid bemärkelse. Handeln har gått från att agera mellanhand åt industri och konsument till att vara uppdragsgivare till industrin utifrån kundens behov.

Trots handelns storlek som arbetsgivare och betydelse för samhällsutvecklingen är de statliga forskningsresurserna relaterade till handelssektorn försvinnande små. En kartläggning av handelsforskningen i Sverige åren 2010-2014 visade att endast 0,4 procent av de statliga forskningsresurserna gick till handelsrelaterad forskning och att Handelsrådet med en budget på 20-25 miljoner kronor var den i särklass största privata finansiären. Handelsrådet stod därmed för 30 % av den totala finansieringen av handelsrelaterad forskning. I jämförelse med andra branscher framstår resurserna till handelsforskning närmast som en vit fläck. Att handel och konsumtion av varor och tjänster är en central del i flera stora samhällsutmaningar understryker behovet av mer forskning, innovation och långsiktighet i branschen. För att Sverige ska kunna ligga i framkant och på forskningsfronten behövs mer resurser och anpassade strukturer för forskning och innovation i det svenska näringslivets största bransch.

Handelsrådets krav i sammanfattning

- Handelns utmaningar och möjligheter måste prioriteras när det gäller långsiktig statlig finansiering av forskning och innovation. Det gäller bland annat satsningar på strategiska innovationsområden.
- Handelsnäringen måste i högre grad finnas representerad i statliga råd och nätverk kopplade till statliga satsningar på forskning och innovation.
- Handelns utmaningar, möjligheter och interaktion med kringliggande samhällsfunktioner behöver i högre grad än idag få genomslag vid prioritering av olika tvärvetenskapliga satsningar.
- Säkerställa att det finns resurser prioriterade till handels- och tjänstenäringarna inom befintlig institutsstruktur.
- Befintlig FoI-infrastruktur riktad mot produktionsindustrin måste tillgängliggöras även för handelsföretag.
- För att främja handelsforskningen inom akademien och för att öka långsiktigheten inom handeln så behövs en särskild satsning på yngre forskare med fokus på handel, av typ forskarskola eller liknande, i paritet med andra områden.
- Eftersom de statliga forsknings- och innovationssatsningarna på handelsområdet är eftersatta kan det även krävas andra typer av satsningar såsom teknikplattformar och samverkanskluster för att aktivt främja nyttoaspekterna av forsknings- och innovationsresultaten.

Handelns spelplan är förändrad

Förutsättningarna för branschens aktörer förändras kontinuerligt och handeln har under en lång period befunnit sig i en strukturomvandling som påverkar hela näringen. Digitalisering, ny teknik, internationalisering, ökade krav på hållbarhet samt branschglidning är exempel på processer och trender som påverkar och driver utvecklingen i handeln. Ökad kunskap om de nya förutsättningar som strukturutvecklingen medför är därför av stort intresse för branschen och för samhället i stort.

Det som tidigare enkelt gick att dela upp i parti- och detaljhandel är idag betydligt mer komplext. Med den ökande digitaliseringen inom handel med en växande E-handel så utvecklas nya affärsmodeller. Den fysiska butiken blir alltmer digital och e-handeln utvecklar nya koncept kring popup-butiker och showrooms för att fysiskt möta kunderna. Kunderna förväntar sig en sömlös upplevelse mellan olika köpkanaler och varumärket måste kännas som detsamma oavsett i vilken kanal de handlar.

Det sker en vertikal integration där gränserna mellan produktion, parti- och detaljhandeln suddas ut. Många företag integrerar idag delar av produktionsprocessen i den egna koncernen vilket tidigare hanterades av externa underleverantörer och distributionskanaler.

Handelsrådet ser också hur det blir allt vanligare med branschglidningar mellan olika tjänstenärings. Det tydligaste exemplet är mellan restaurang och dagligvaruhandel där det idag blir allt svårare att veta vad som är en butik eller ett café.

Globaliseringen i kombination med e-handel och nya betallosningar har också medfört att sällanköpsvaruhandelns förutsättningar ändrats i grunden de senaste åren. Det som på konsumentnivå för tio år sedan i stort sett var en inhemsk marknad är nu i stället en global marknad. Med några tryck på mobilen kan varje konsument jämföra priser och klicka hem varor från i stort sett hela världen. Konkurrensen för sällanköpsvaruhandel är därmed hårdare än någonsin. Detta accentuerar också behovet av att ligga i framkant när det gäller innovation och nya affärsmodeller.

En ytterligare aspekt av digitaliseringen inom handeln är den snabba utvecklingen mot ett kontantlöst samhälle. Men vad händer den dagen elen slutar att fungera? Hur fortsätter Sverige att vara ett attraktivt turistland?

Samhället vill att hela Sverige ska leva och vi vill ha attraktiva och säkra stadsmiljöer. Då behövs en livskraftig och fysiskt närvarande handel i hela landet. Med fler konsumenter som väljer e-handel, och med ökad e-handel även från utlandet blir detta allt svårare att uppnå. Det ställer ökade krav på den kommunala stadsplaneringen, på fastighetsägares långsiktighet, på handlares affärsmodeller och erbjudanden, men också på forskningen om vad som är effektiva hållbara framtidslösningar.

Tiden då hållbarhet var något företag kunde ägna sig åt vid sidan av sin ordinarie verksamhet är sedan länge förbi. Miljöhänsyn och hållbarhet är idag något av det viktigaste ett företag kan engagera sig i och för den som gör det bra, blir det till viktig konkurrensfördel. Hållbarhetsarbetet blir alltmer tongivande, en möjlighet men också en utmaning i både företags och konsumenters vardag.

Handelns strukturomvandling medför nya krav på kompetenser inom handeln. Behovet av akademiskt utbildade personer är nu på historiskt högsta nivå. Det gäller bland annat på IT-området och inom logistiken. Nya arbetsuppgifter, ökad automatisering, ökad digitalisering och växande e-handel och partihandel medför också att nya arbetsmiljöfrågor uppstår inom handeln.

Den förändrade spelplanen för handeln kräver omtag på forsknings- och innovationsområdet. Som Handelsrådet konstaterat inledningsvis är dock forskningsresurserna kring handeln närmast att betrakta som en vit fläck i jämförelse med andra branscher. Ett liknande mönster gäller handelns representation i statliga råd och nätverk kopplade till forskning.

Forskningsstiftelsers- och forskningsmyndigheters utlysningar och forskningssatsningar behöver därför i högre grad tillgodose handelns förutsättningar och behov. Idag uppmärksammas inte handeln i tillräcklig utsträckning av de statliga forskningsfinansiärerna.

Forskningsmyndigheter såsom Formas, VINNOVA och Forte behöver utveckla sina utlysningar så att de blir mer nyanserade och attraktiva även för forskare som studerar

ekonomiska och samhällsvetenskapliga forskningsfrågor såsom handel. Här vill handelsnäringsen bidra med initiativ för att utveckla branschsamverkan och bistå med att synliggöra intressanta forskningsområden för handelsnäringsen. Det är särskilt viktigt när det gäller Forte; trots att handelsnäringsen sysselsätter drygt en halv miljon människor i Sverige så finns knappt någon pågående handelsnära forskning som finansieras av den myndighet som har ansvar för arbetsmiljö.

Handelsrådets krav:

- Handelsnäringsens utmaningar och möjligheter måste prioriteras när det gäller långsiktig statlig finansiering av forskning och innovation. Det gäller bland annat satsningar på strategiska innovationsområden.
- Handelsnäringsen måste i högre grad finnas representerad i statliga råd och nätverk kopplade till statliga satsningar på forskning och innovation.
- Handelsnäringsens utmaningar, möjligheter och interaktion med kringliggande samhällsfunktioner behöver i högre grad än idag få genomslag vid prioritering av olika tvärvetenskapliga satsningar.

Institutens struktur måste tydligt omfatta handeln

Handels- och tjänstenäringsen måste göras till prioriterade områden inom dagens institutssektor, framför allt inom RISE behöver branschernas storlek och roll lyftas fram. Dagens strukturer är alltför produktionsstyrda och inriktade på industri medan det i samhället är efterfrågan och marknaden som styr och beställer. Handelsrådet anser dock inte att några nya och separata strukturer ska byggas upp för handeln. Den befintliga forsknings- och innovationsinfrastruktur som idag finns inom akademien, måste även marknadsföras och tillgängliggöras för handelsnäringsens företag.

Handelsrådets krav:

- Säkerställa att det finns resurser prioriterade till handels- och tjänstenäringsarna inom befintlig institutsstruktur.
- Befintlig FoI-infrastruktur riktad mot produktionsindustrin måste tillgängliggöras även för handelsnäringsens företag.

Mer forskning lägger grunden för det kompetenslyft som behövs inom handeln

Handeln har länge varit en bransch där personer med framåtanda och driv kunnat börja arbeta och sedan skapa sig en karriär baserat på sina erfarenheter och företagsinterna utbildningar. Så kommer det delvis fortsätta framöver. Men handelsnäringsens digitala transformation har fört med

sig att handelsföretag allt oftare är i behov av spetskompetens som inte finns eller kan utvecklas inom den egna medarbetarkåren och som dessutom kräver högre utbildning.

För att handelns kompetensbehov ska kunna tillgodoses behövs såväl högre utbildning med handelsinriktning, som forskning inom området. Eftersom det torde finnas ett samband mellan de forskningsinriktningar som finns på en viss institution och utbildningsinnehållet i de kurser som erbjuds på samma institution, blir det än viktigare att främja verksamhetsnära forskning inom handeln som kan bidra till att få ut ny kunskap och innovation i branschen.

För att långsiktigt kunna höja statusen för forskning och högre utbildning inom handeln behövs satsningar på yngre forskare. Handelsrådet har under 2018 och 2020 finansierat ett kurspaket och nätverk för doktorander inom Retail i hela Norden, men för att kunna höja kvaliteten och att lyfta statusen på svensk handelsforskning är det av yttersta vikt att handeln även får sin rättmätiga del av statliga forskningssatsningar. Handelsrådet ser därför positivt på den satsning på företagsforskarskolan INSiDR med fokus på digital handel¹ som KK-stiftelsen gjorde 2018. För att handelsnäringen ska komma i paritet med jämförbara branscher krävs dock fler sådana initiativ.

Handelsrådets krav:

- För att främja handelsforskningen inom akademien och för att öka långsiktigheten inom handeln så behövs en särskild satsning på yngre forskare med fokus på handel, av typ forskarskola eller liknande, i paritet med vad som finns på andra områden.

Handelns förutsättningar att växa i forskningssammanhang behöver stärkas

Statliga forskningsfinansiärer måste få kännedom om att handeln inte har samma etablerade mötesplatser och nätverk där forskare och näringsliv kan interagera; till exempel saknar handeln sådana teknikplattformar och samverkanskluster som energi- och industrinäringen har. Ibland betraktas handeln i forskningsfinansieringssammanhang som en del av industrin när handelsföretagen integrerat bakåt i kedjan och även kontrollerar vissa tillverkningsprocesser. Då ser man dock inte att väldigt knappa resurser i den typen av forskning berör själva handelsverksamheten. Det vill säga att inom ett och samma företag så finns både industri och handel, till exempel inom större företag som IKEA, ICA och H&M, vilket betyder att det i viss statistik ser ut som att ”handeln” tilldelas resurser till FoU som inte berör själva handeln. Ett exempel på detta är projekt inom IKEA:s material- och möbeltillverkning som ingår i olika statliga forskningssatsningar.

¹ <https://www.hb.se/Forskning/Forskningsportal/Projekt/Industrial-Graduate-School-in-Digital-Retailing-INSiDR/>

Satsningar på Strategiska innovationsområden (SIO) är ett annat exempel där främst branscher som redan har uppbyggda strukturer i akademien och mellan akademi och näringsliv gynnas. För en mindre forskningsmogen näring som handeln behövs andra former av strategiska innovationssatsningar som på ett mer grundläggande sätt bidrar till kunskapsuppbyggnad och utveckling av infrastruktur mellan akademi och näringsliv.

Handelsrådets krav:

- Eftersom de statliga forsknings- och innovationssatsningarna på handelsområdet är eftersatta kan det även krävas andra typer av satsningar såsom teknikplattformar och samverkanskluster för att aktivt främja nyttoaspekterna av forsknings- och innovationsresultaten.

Samverkan och ökad kunskap om handeln ger bättre utväxling på nedlagda resurser

Handelns nya spelplan gör att det finns ett växande behov av att bredda handelsforskningen och att söka samarbete över gränserna till andra näringar och vetenskapliga discipliner. Det öppnar för en bredare finansieringsbas och större möjligheter för ökade medel till handelsforskning. Genom samverkan med nya aktörer går det att skapa forskningsprojekt som attraherar andra finansiärer än de som traditionellt förknippas med handelsforskning. Av stor vikt är dock att myndigheter och stiftelser har kännedom om handelns roll och storlek i samhället. Vår erfarenhet är tyvärr att det finns stora brister här.

För att lösa samhällets utmaningar krävs också samverkan mellan olika discipliner med både ett samhällsvetenskapligt och ett naturvetenskapligt fokus. Det behövs fler tvärvetenskapliga satsningar och den naturvetenskapliga sidan måste förstå att resultaten måste komma ända fram till marknad och lönsamhet för att bli en verklig innovation.

Den 8 maj 2019 ordnades en workshop där Handelsrådet samlade nästan 70 personer från hela handelsbranschen (näringsliv, akademi och offentlig verksamhet) för att diskutera handelns utmaningar och möjligheter i ett långsiktigt perspektiv utifrån temat ”Handelns förändrade spelplan”. Några viktiga forsknings- och innovationsområden (i alfabetisk ordning) som framkom; *Beredskap och säkerhet i handeln, Branschglidning och nya hållbara affärsmodeller, Framtidens mötesplats – både fysiskt och digitalt, Framtidens kunderbjudande – beteende och upplevelse, Handeln i en hållbar samhällsplanering, Hållbar datahantering och värdeskapande ur kunddata, Hållbar handel i global konkurrens, Logistik och sömlös handel och Långsiktig kompetensförsörjning i handeln.*

Vanliga begrepp inom handeln

B2B är en förkortning av business-to-business och avser handel som sker mellan företag.

B2C är en förkortning av business-to-consumer och avser handel som sker från företag till konsument. Traditionella butiker inom detaljhandeln faller under denna kategori.

Dagligvaruhandel är den del av detaljhandeln som i huvudsak säljer livsmedel, drycker och tobak samt hygienartiklar (s.k. dagligvaror).

Detaljhandel är i huvudsak inriktad på försäljning till privatkonsumenter. Detaljhandel kan bedrivas via en fysisk butik men också på torg och via postorder eller Internet (e-handel). Detaljisten gör vanligen sina inköp av varor, ofta i större volym, direkt från producenter eller via partihandlare för att sedan sälja varorna till konsumenter. Detaljhandeln delas in i dagligvaruhandel och sällanköpsvaruhandel.

E-handel/näthandel är handel som sker över Internet eller andra datornätverk, exempelvis via mobiltelefon, persondator eller surfplatta. Inom handeln avses handel med varor, där själva köpeavtalet har ingåtts via internet från något teknisk plattform. En förbokning eller reservation via nätet, men där produkten betalas i butik räknas inte som e-handel i statistiken.

Handel är ett samlingsbegrepp för de verksamheter där man utbyter varor, tjänster och kapital utan att dessa bearbetas. Inom både parti- och detaljhandeln är det samtidigt vanligt med olika tjänster som adderar värde till de varor som säljs.

Konsumtion är den slutliga förbrukningen av varor och tjänster.

Omnikanalhandel avser handlare som erbjuder försäljning både i fysisk butik och via nätet.

Partihandel är ett inköpsled mellan varuproducenter och detaljhandeln. Begreppet är brokigt och många aktörer i mellanledet definierar sig inte som partihandlare utan som exempelvis grossister eller inköpsorganisationer. Oavsett beteckning har de dock vanligen gemensamt att de inte levererar till privatpersoner utan enbart till företag.

Sällanköpsvaruhandel avser, som begreppet antyder, varor som handlas mer sällan än dagligvaror. De största branscherna inom sällanköpsvaruhandeln är beklädnadshandeln och handel med hemutrustning, exempelvis möbler och vitvaror, respektive fritidsvaror exempelvis leksaker, böcker och elektronik.

En **tjänst** är en aktivitet eller funktion som tillför värde till en mottagare, utan att i sig innebära att ett bestående fysiskt objekt med eget värde tillförs mottagaren.

Varor är objekt som (direkt eller indirekt) ökar nyttan för innehavaren. Varor kan delas in i råvaror, halvfabrikat och produkter efter graden av förädling.