

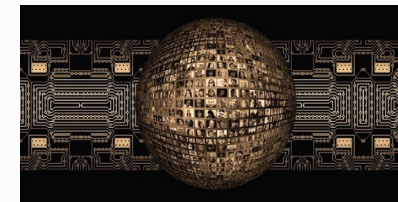
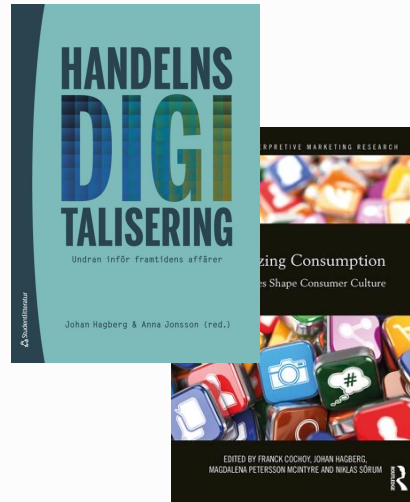


GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

Digitala plattformar och handelns strukturuomvandling

JOHAN HAGBERG





E-handels
framväxt

Handels
digitalisering

Digitala
plattformar

Plattformar?



Huvudsida
Introduktion
Deltagarportalen
Bybrunnen
Senaste ändringarna
Slumpartikel (–bot)
Ladda upp filer
Stöd Wikipedia
Kontakta Wikipedia
Hjälp

På andra projekt
W Ordbok

Skriv ut/exportera
Skapa en bok
Ladda ned som PDF
Utskriftsvänlig version

Verktyg
Sidor som länkar hit
Relaterade ändringar
Specialsidor

Inte inloggad

Diskussion

Bidrag

Skapa konto

Logga in

Artikel

Diskussion

Läs

Redigera

Redigera wikitext

Visa historik

Sök på Wikipedia

Scrolla inte förbi det här.

i Det här är inte den första gången vi stör dig, men 98 % av våra användare bidrar inte. Många tänker att de ska lämna ett bidrag senare, men glömmer sedan bort det. Den här tisdagen ber vi dig hjälpa oss i vår fortsatta utveckling. Allt vi ber om är 30 kr, eller vad du har råd med, för att säkra Wikipedias framtid. Snälla, scrolla inte förbi det här. Om du är en av de få användare som stöder oss är vi djupt tacksamma.

Välj en betalmetod

VISA

AMEX

PayPal

Plattform kan syfta på:

- Plattform – för på- och avstigning vid spårfordon se [Perrong](#)
- Plattform (datorteknik) – ett system av maskinvara och operativsystem
- Plattform (roman) – en av den franske författaren [Michel Houellebecq](#)
- Bilplattform – en standardiserad uppsättning av grunddelar till en bil som används i flera olika bilmodeller
- Helikopterplattform – en plan yta främst avsedd som landningsplats för helikoptrar
- Oljeplattform – en plattform för produktion av petroleumprodukter
- Produktionsplattform – en flytande eller fastsatt plattform
- Plattformsspel – en genre inom tv- och datorspel
- Valplattform – en lista med ett antal punkter som ett politiskt parti vill försöka genomföra under nästkommande mandatperiod, se [valprogram](#)

Wiktionary har en ordboksartikel om *plattform*.

Kategori: [Förgreningssidor](#)

Plattformer?

"En plattform är en verksamhet som bygger på att möjliggöra värdeskapande interaktioner mellan externa företag och konsumenter. Plattformen tillhandahåller en öppen, deltagande infrastruktur för dessa interaktioner och fastställer ramarna för dem. Plattformens övergripande syfte: att fullfölja matchningar mellan användare och underlätta utbytet av varor, tjänster eller social valuta, och därigenom möjliggöra värdeskapande för alla deltagare." (översatt från Parker m.fl., 2016, p.5).

Plattformer?

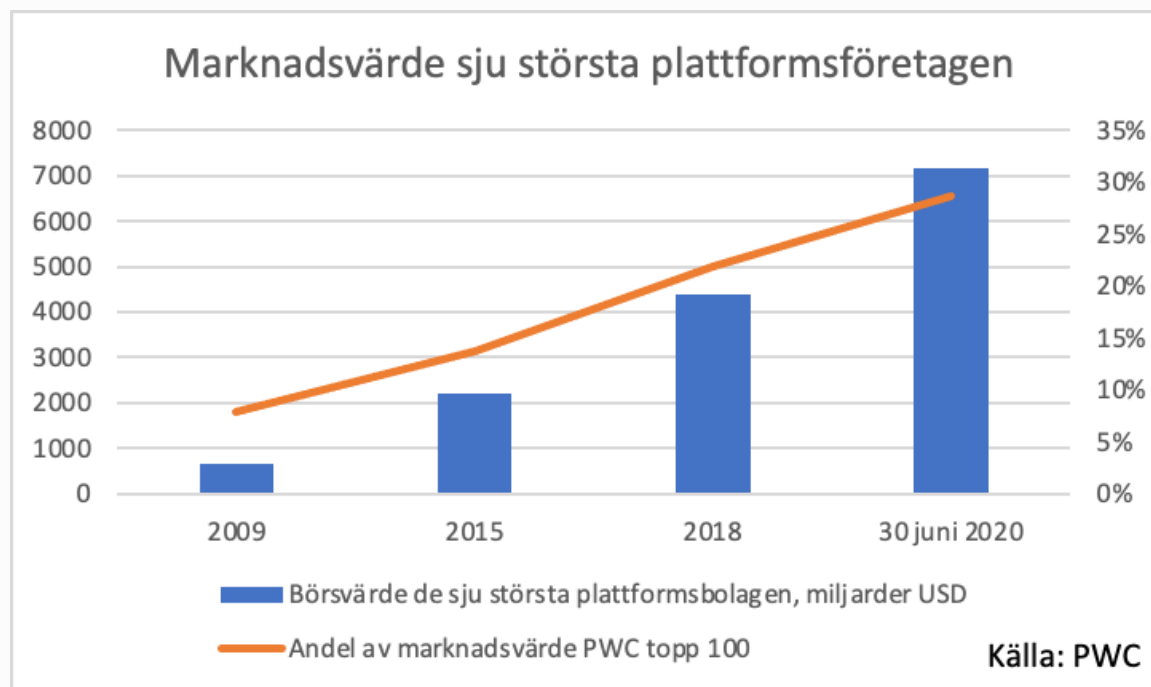
Klassiska exempel:

- Dagstidningar (annonsörer och prenumeranter)
- Mässor (utställare och besökare)
- Köpcentrum (butiker och konsumenter).



Digitala Plattformer?

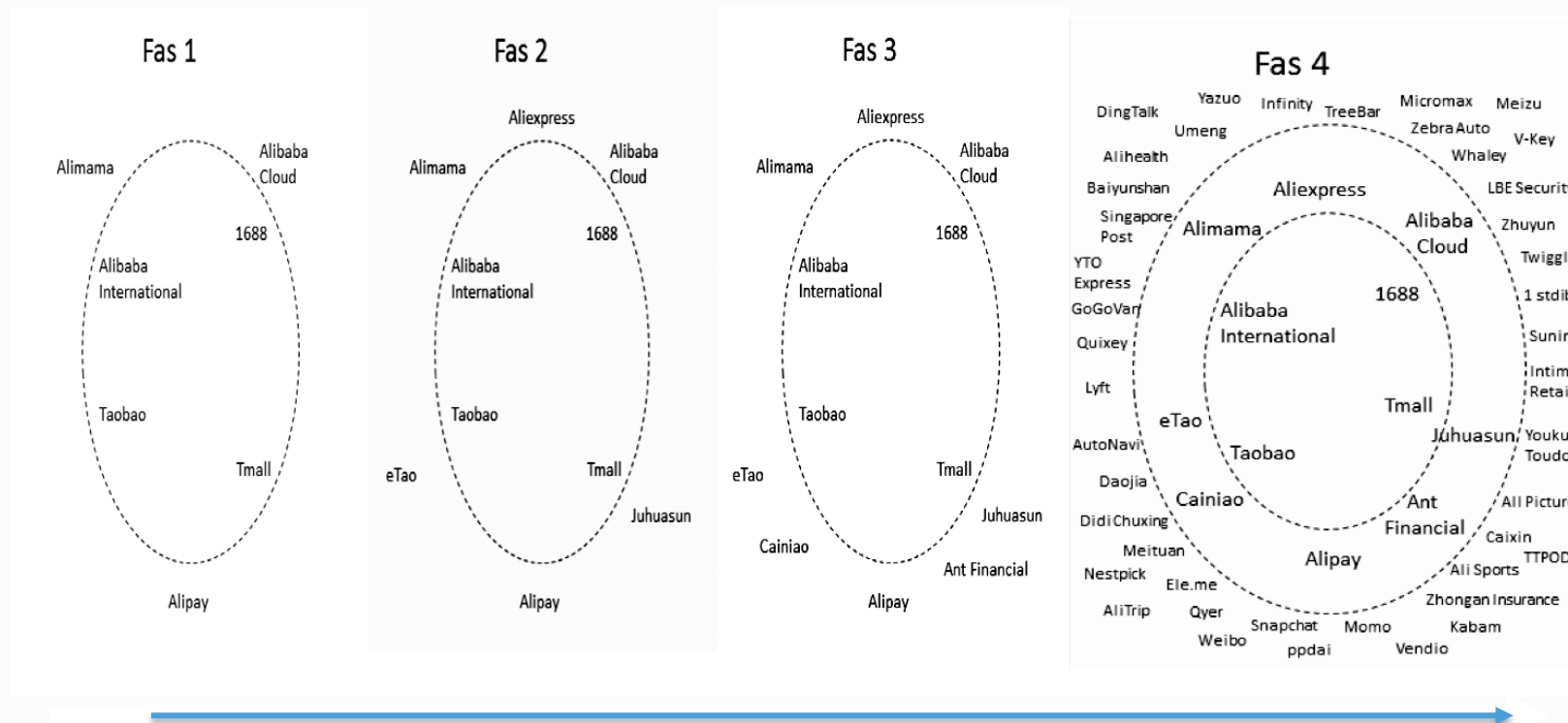
- Räckvidd
- Modularitet
- Skalbarhet
- Bekvämlighet
- Effektivitet
- Omfattning



Källa: PWC Global top 100 companies by market capitalization.

*Apple, Microsoft, Amazon, Alphabet, Meta, Tencent, Alibaba

Alibaba – ett ekosystem under ett drygt decennium



Källa: Greeven & Weiwei, Business Ecosystems in China, 2018

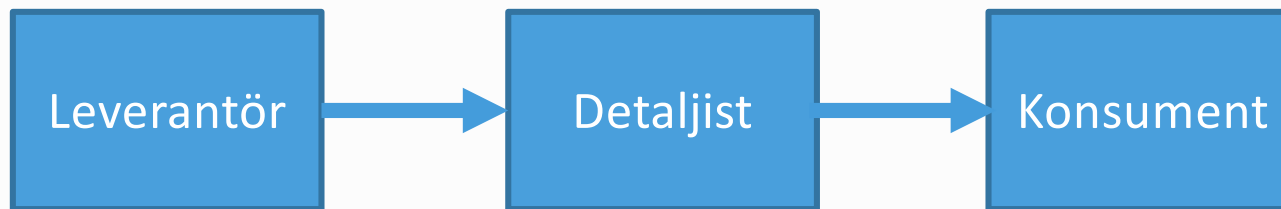
Digitala plattformar

- Intermediering
- Två- eller flersidiga
- Affärsmodell
- Digital teknik
- Infrastruktur
- Nätverkseffekter

Nätverkseffekter

- Direkta
- Indirekta
- “Tippning”
- “Multihoming”
- Inlåsnings

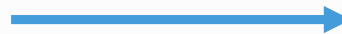
“Detaljhandelslogik”



“Plattformslogik”

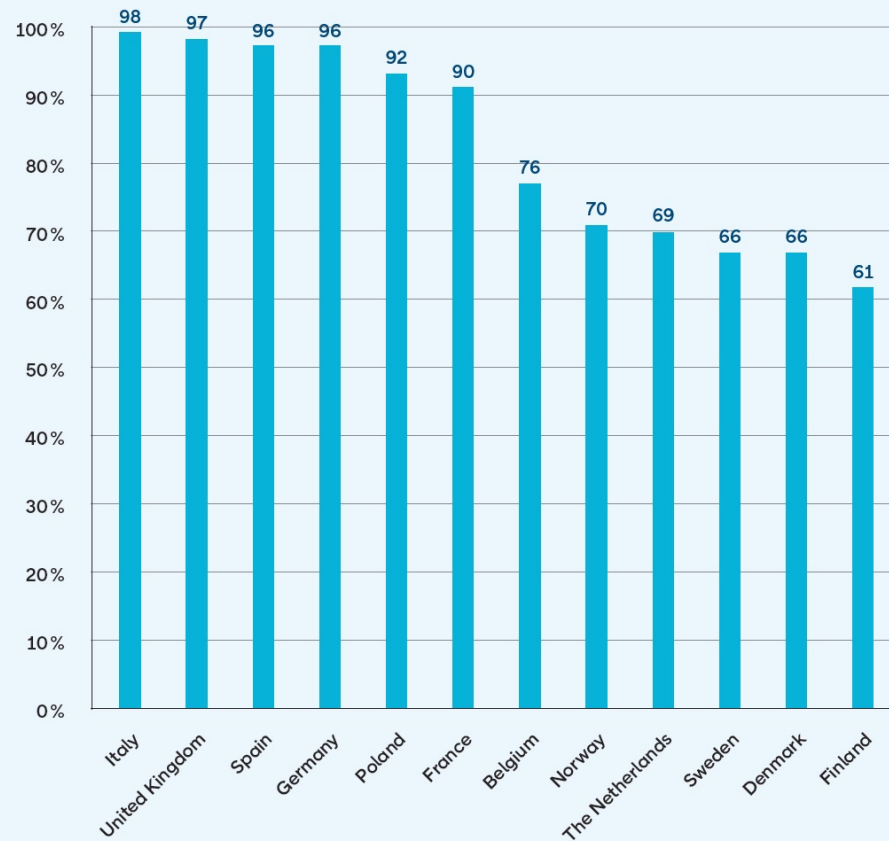


	Separata	Integrerade
Digital	E-handel till konsument	Digitala plattformar och marknadsplatser
Fysisk	Enskilda butiker	Köpcentrum Handelsområden Kedjebildning



Percentage who have made purchases from a marketplace during the year

Basis: Have shopped online



POSTNORD • E-COMMERCE IN EUROPE 2021

Källa: Postnord (2021)

Use of Marketplaces: Changes from the previous year in percentage points

Basis: Have shopped online



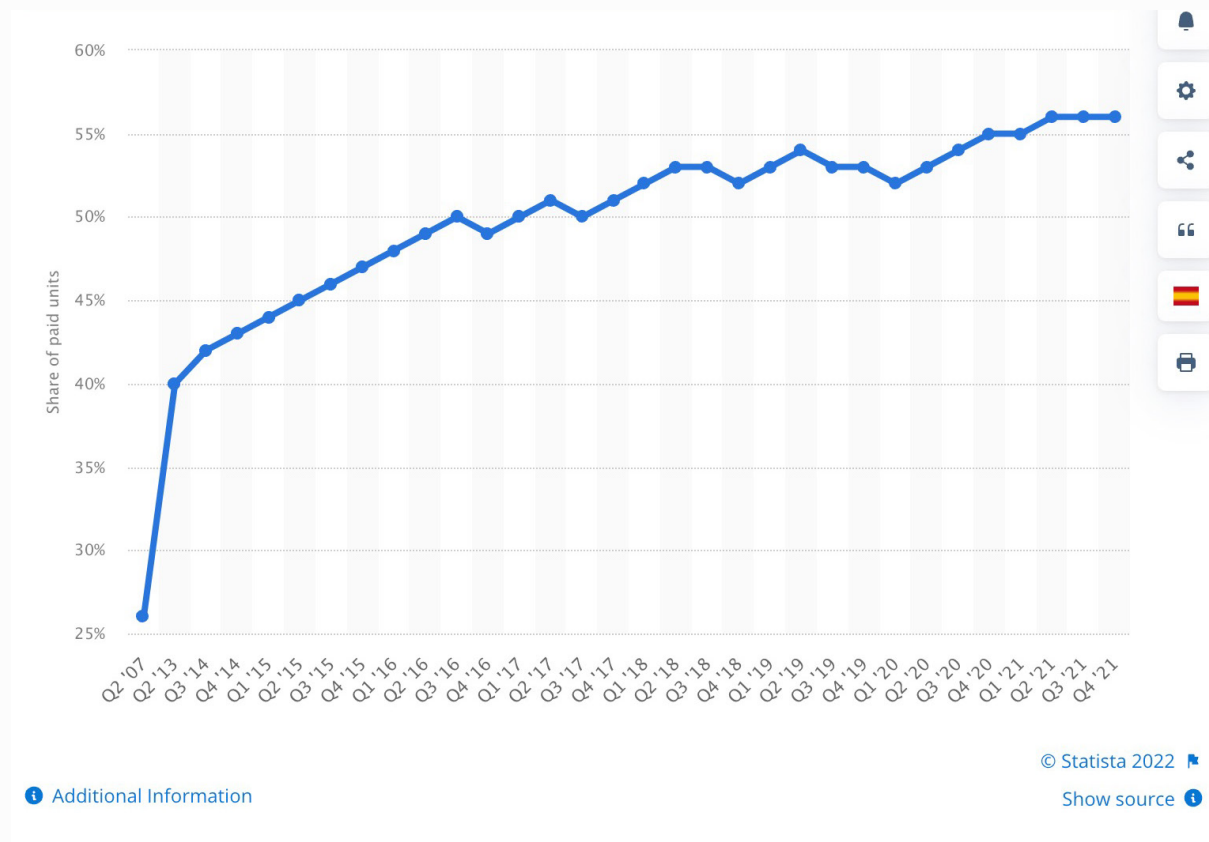
Top three international marketplaces

From which of the following e-commerce sites have you shopped online in the past year?

1. Zalando	41%
2. Amazon	27%
3. Wish	22%

Basis: Have shopped online

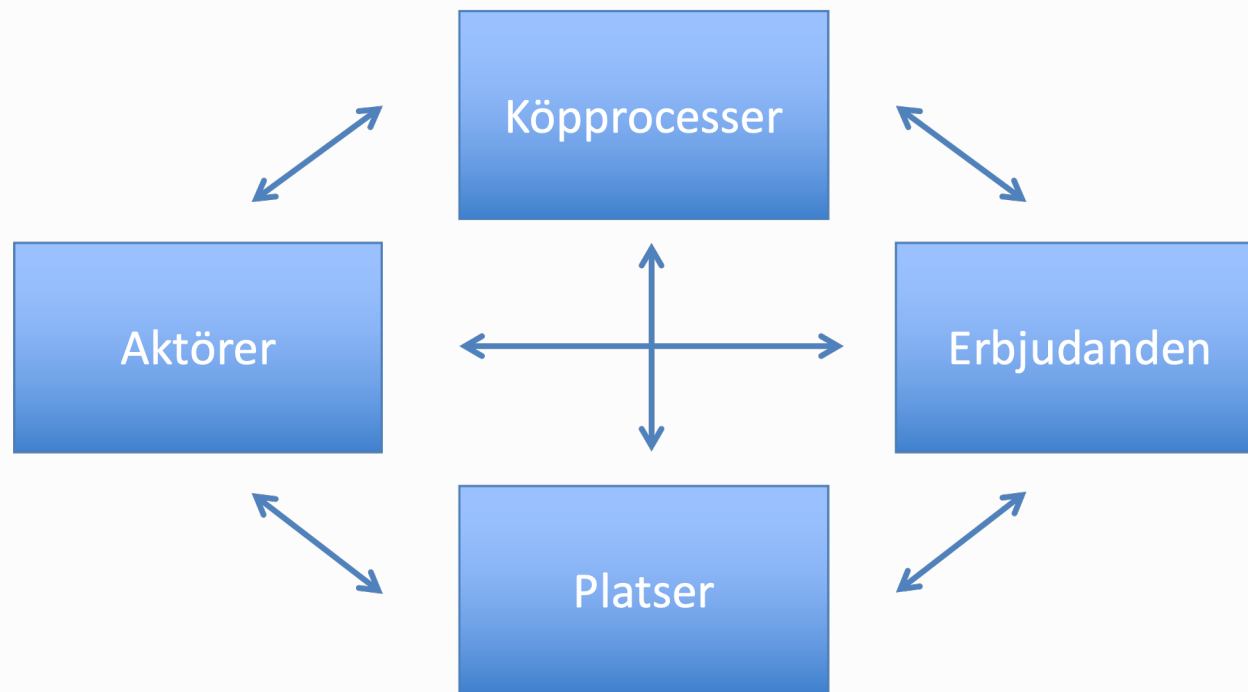
Tredjepartsförsäljares andel av sålda enheter via Amazon



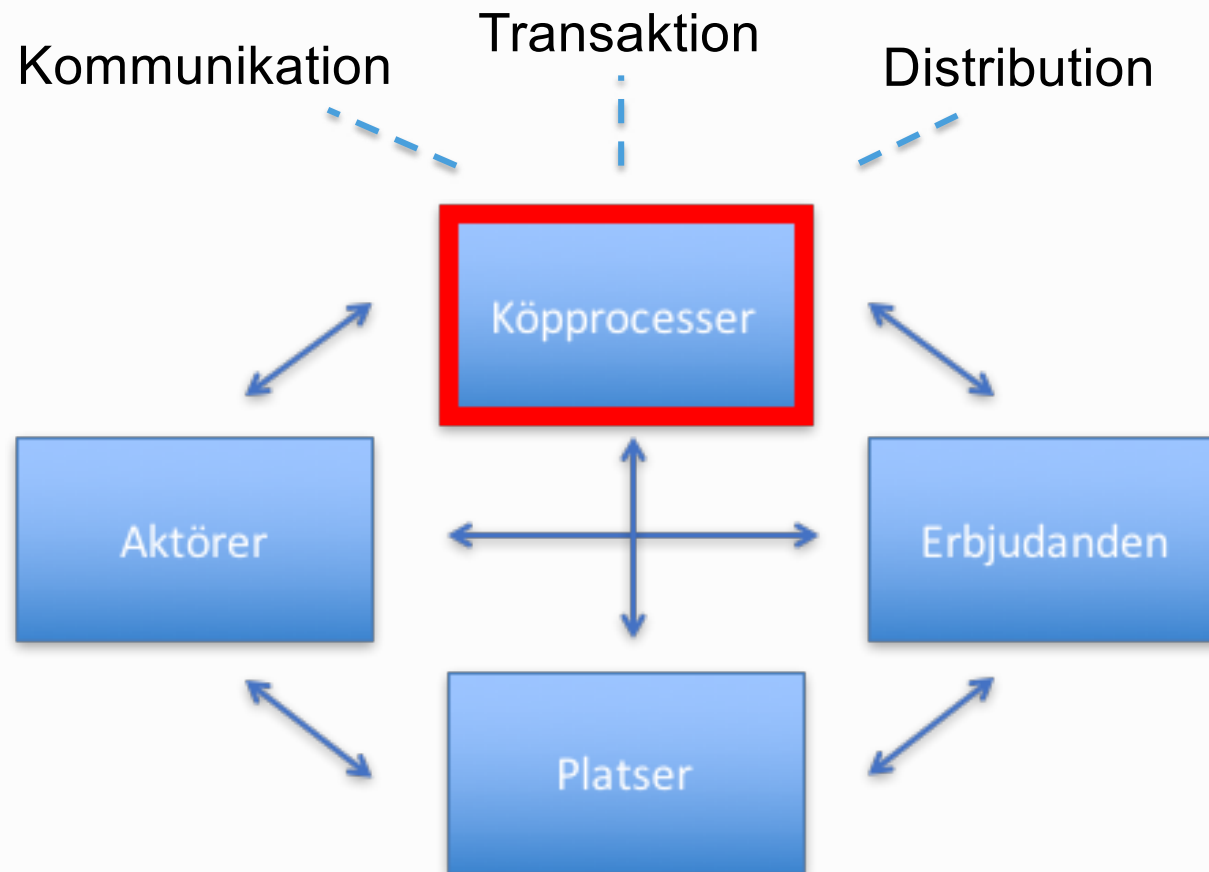
Källa: Statista 2022



Digitalisering av detaljhandeln



Hagberg, J., Sundström, M., & Egels-Zandén, N. (2016) The digitalization of retailing: An exploratory framework. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 44(7): 694-712

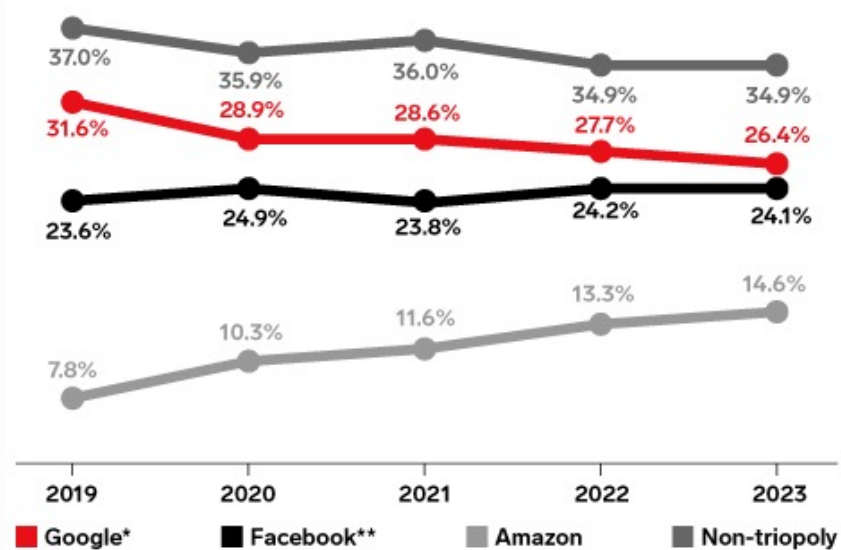


Hagberg, J., Sundström, M., & Egels-Zandén, N. (2016) The digitalization of retailing: An exploratory framework. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 44(7): 694-712

Kommunikation

US Triopoly Digital Ad Revenue Share, by Company, 2019-2023

% of total digital ad spending



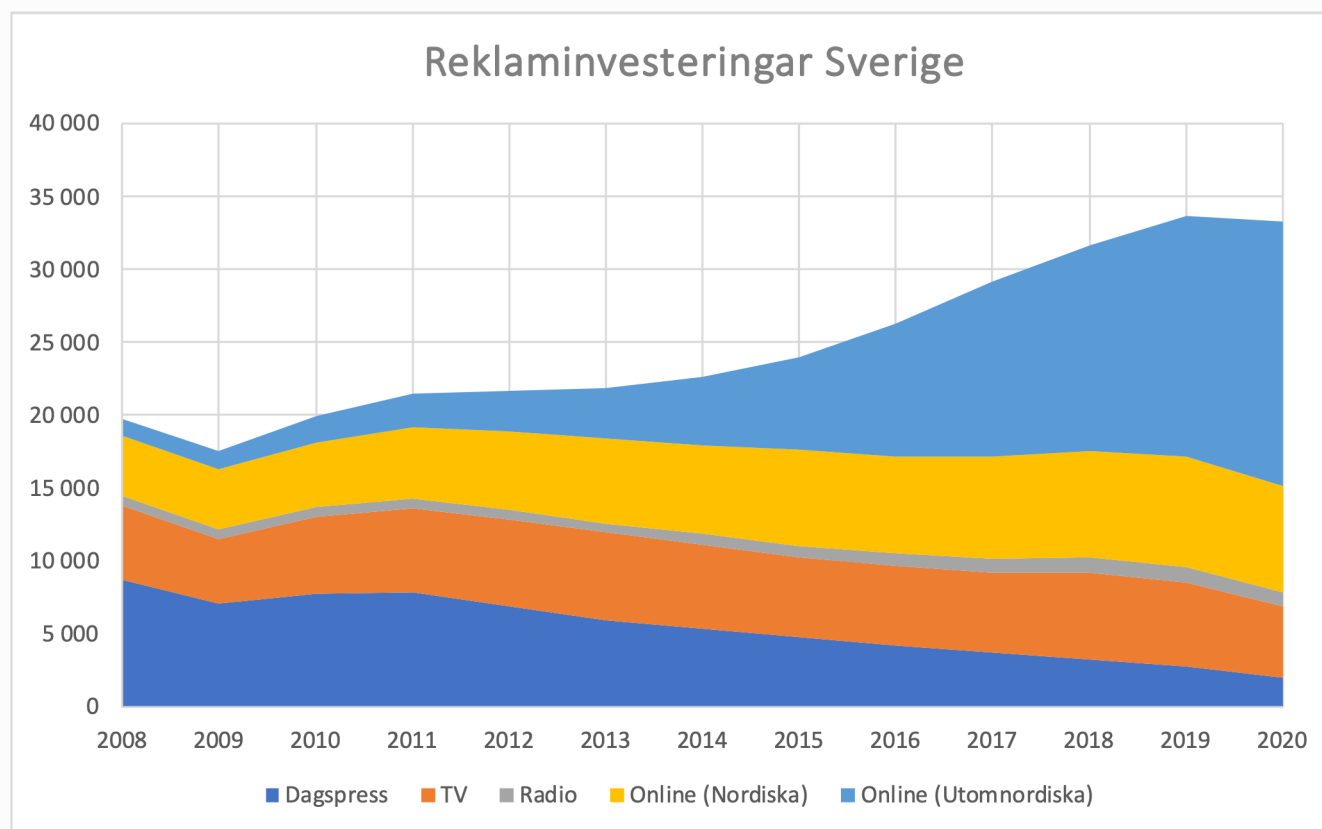
Note: includes advertising that appears on desktop and laptop computers as well as mobile phones, tablets and other internet-connected devices, and includes all the various formats of advertising on those platforms; net ad revenues after companies pay traffic acquisition costs (TAC) to partner sites; *includes YouTube advertising revenues; **includes Instagram advertising revenues

Source: eMarketer, Oct 2021

270192

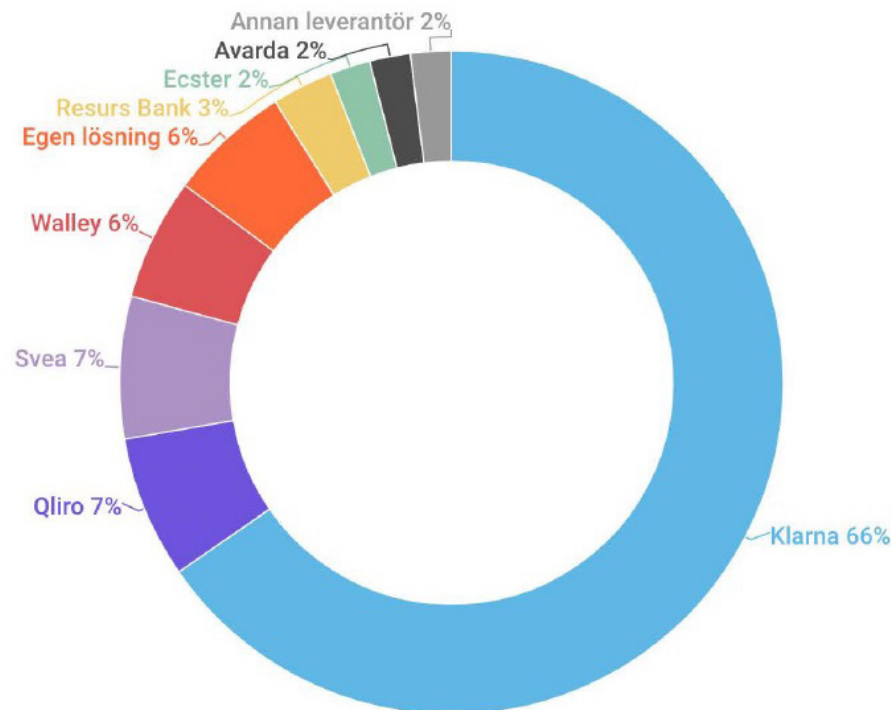
eMarketer | InsiderIntelligence.com

Kommunikation



Källa: Nordicom
MedieSverige 2021; IRM
Institutet för reklam- och
mediestatistik Årsrapport
2020.

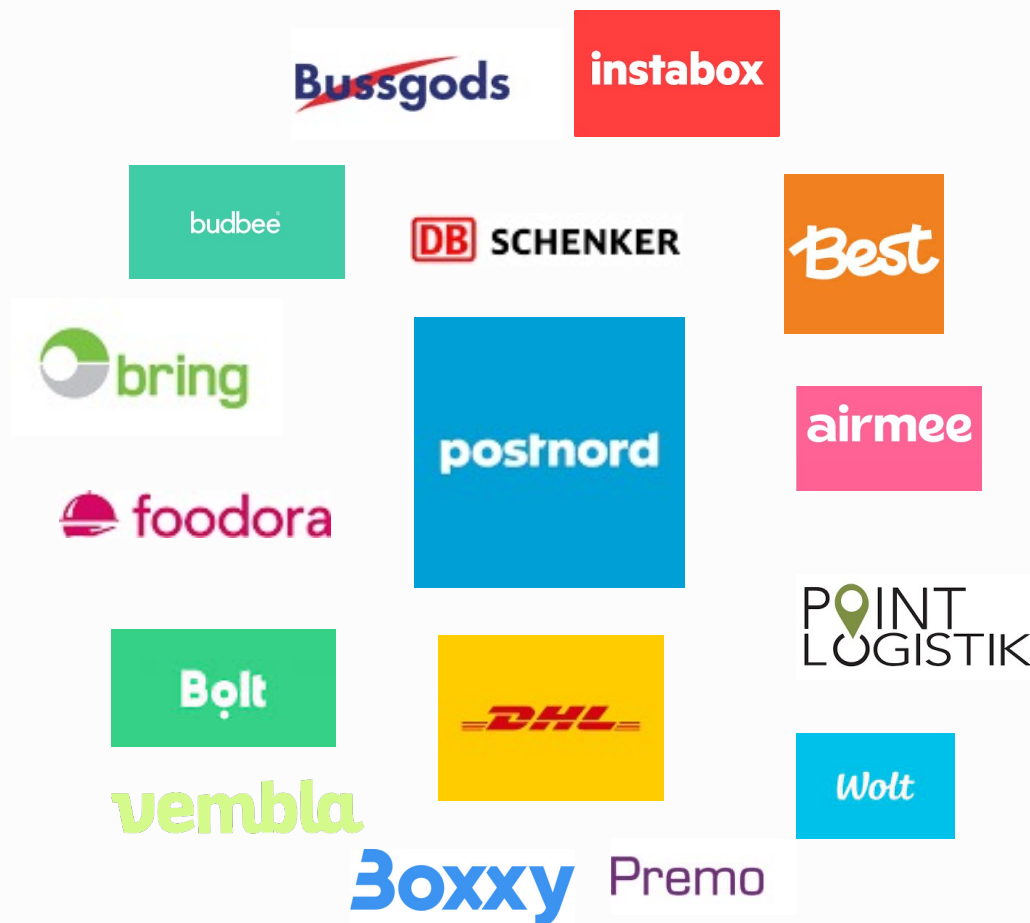
Transaktion



E-handlarnas betalleverantörer i Sverige (250 största e-handelssajterna)

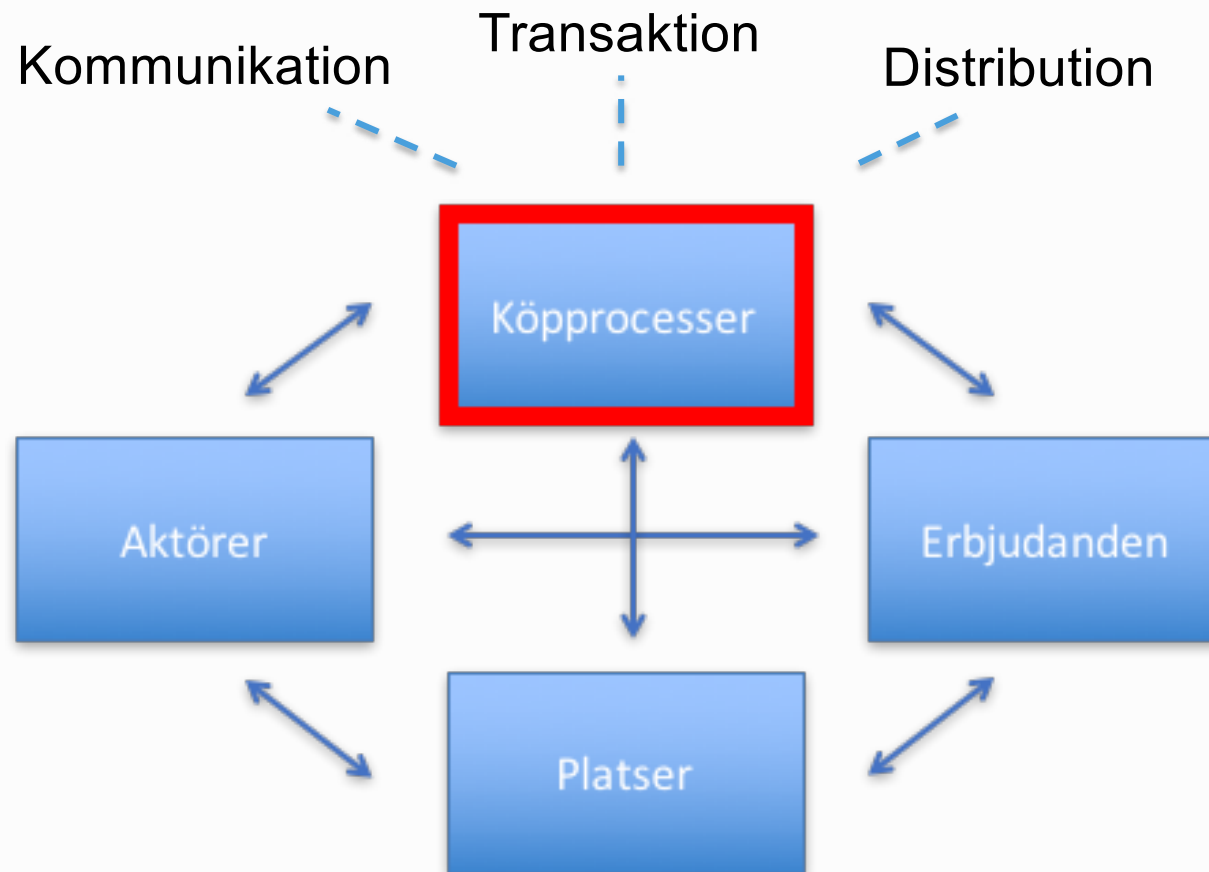
Källa: Betalkartan 2022, Market Insight

Distribution



Paketleverantör	Omsättning (inrikes)	
Postnord	50 - 55%	(-2)
Schenker	10 - 15%	(-1)
DHL		(-2)
Budbee	1 - 5%	--
instabox		--
Bring Parcels		--
DSV Road		(-1)
Best Transport		--
Jetpak		(-1)
Airmee, Bussgods, UPS, TNT, PREMO, SVHL, CityMail, VTD, Point Logistik, Prolog, NIM Distribution, FedEx, Hall Media	<1% enskilt, tillsammans ca 4%	
HHI index:	3 337	
Koncentration:	33%	
Förändring 2019-20:	-8%	
CR4 (fyra största)	86%	
Instabilitetsindex	0,08	

Source: PTS, Den svenska paketmarknaden 2020



Hagberg, J., Sundström, M., & Egels-Zandén, N. (2016) The digitalization of retailing: An exploratory framework. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 44(7): 694-712

Farhågor

- Kunddata och personlig integritet
- Ansvarsförhållanden
- Marknadsförhållanden
- Arbetsförhållanden



Utsikter

- Hybridisering
- Infrastruktur
- Branschglidning
- Varumärke olika nivåer
- Konkurrens på och mellan marknadsplatser.
- Från breda till nischade
- Plattformsstrategi



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

 <http://johanhagberg.se>

 johan.hagberg@gu.se

