

Forskning relevant för handelsnäringen

Utlysning av forskningsmedel 2018/19

Innehåll

Innehåll	2
Inledning	3
Prioriterade forskningsområden	4
Framgångsfaktorer	6
Utllysningens budget.....	7
Tidplan	6
Projektkrav	7
Vilka kan söka.....	7
Projektstorlek	7
Samverkan och branschrelevans	7
Förvaltning och redovisning	7
Utlysningsprocess	8
Ansökningsprocess	9
Webbformulär (steg 1).....	9
Idéskiss (steg 1).....	9
Fullskalig ansökan (steg 2)	10
Projektbeskrivning	10
Budget och intäkter	10
Populärvetenskaplig sammanfattning	11
CV och publikationslista (steg 2).....	11
Intervju (steg 3).....	11
Anvisningar för bedömning	12
Bedömargrupp.....	12
Bedömningsprocessen.....	12
Föredragande.....	12
Handelsrådets fyra bedömningskriterier	13
Deadline steg 1.....	15
Frågor	15

Inledning

Handelsnäringen har under årens lopp fått en allt större samhällsekonomisk betydelse och utgör idag cirka elva procent av Sveriges BNP. Med en samlad omsättning på närmare 770 miljarder kronor och cirka 500 000 anställda (arbetare och tjänstemän) är handeln en central del i det svenska näringslivet.

Handeln har under en lång period befunnit sig i en strukturomvandling. Både företag och anställda lever och verkar i en föränderlig värld där förutsättningar och villkor för branschens aktörer kontinuerligt förändras. Digitalisering, internationalisering och branschglidning påverkar och driver utvecklingen, vilket innebär utmaningar och möjligheter för både företag och anställda. Det ligger i handelsbranschens och samhällets intresse att få ökad kunskap kring dessa utmaningar, både beträffande utvecklingsmöjligheter, branschens attraktion, kundrelationer, arbetsmiljö, kompetensbehov och framtida kompetensförsörjning.

Syftet med den forskning som finansieras av Handelsrådet är att generera relevant kunskap till nytta för handelns arbetsgivare och arbetstagare. Handelsrådet arbetar för att öka statusen och kunskaperna om handeln i samhället. Det är därför av yttersta vikt att den forskning som bedrivs inom ramen för Handelsrådet ger konkret nytta och är relevant för alla typer av handelsföretag. Forskningen ska bidra till att höja kompetensen inom handelsbranschen och bidra till att företrädarna är och fortsätter vara attraktiva och eftertraktade för såväl kunder som anställda och företag.

Att skapa engagemang kring forskning och utveckling är ett prioriterat område för Handelsrådet. Målet är att öka förståelsen för att ny kunskap är en viktig faktor för att stärka handelns konkurrenskraft och skapa goda villkor för både företag och medarbetare.



Figur 1. Åtta för handelsnäringen prioriterade områden presenterade i agendan *Initiativ för att stärka handeln* (2016).

Prioriterade forskningsområden

I agendan *Initiativ för att stärka handeln* presenteras åtta prioriterade områden för att fånga trender och bevaka olika perspektiv och vinklar på handelsnäringen (Figur 1).

Handelsnäringen inbegriper flera olika typer av verksamheter och ställs i dagens snabba och rörliga samhälle ständigt inför nya utmaningar. Med forskning på dessa områden som grund kan handeln möta utmaningar som till exempel demografiska förändringar, globalisering, digitalisering och hållbarhet. Forskning kan på många av dessa områden bidra med kunskap och förslag till lösningar och innovationer som förbättrar handelsföretagens och dess anställdas villkor samt bidra till samhället i stort. Det är en utlysning i tre steg och huvudfokus är forskningsprojekt med en nära kontakt med branschen. Utlisningen har liksom förra året det övergripande temat *Forskning relevant för handeln*. Handelsrådet har inom ramen för detta tema identifierat fyra områden som kommer att prioriteras extra vid bedömningen av ansökningar; *Branschglidning och nya affärsmodeller*, *Innovation i handeln*, *Informellt lärande i handeln* samt *Säkerhet i handeln*.

Branschglidning och nya affärsmodeller

Strukturomvandlingen inom handeln pågår i hög hastighet. En växande del av försäljningen flyttar från försäljning i fysiska butiker till den på nätet. Det påverkar inte bara de ”traditionella” butikerna, utan även kringliggande värdekedjor. Partihandels struktur påverkas av en växande online-handel, och transporter till hushåll blir en allt viktigare del av detaljhandels kunderbudande. Även inom detaljhandeln finns en branschglidning mellan t.ex. dagligvaror och sällanköpshandel, där båda sektorer adderar vissa delar av sällanköpshandel respektive livsmedel till sitt huvudsakliga utbud. Försäljningsformerna i fysiska butiker påverkas också, där nya försäljningskoncept adderas till de ursprungliga. En trend är den växande förekomsten av outlets. En annan är förekomsten av nya s.k. concept stores med nytt företagsvarumärke för att attrahera olika kundsegment. För företag som funnits länge inom handeln är strategin ofta att addera fler ”komponenter” till sin ursprungliga affär. Men nystartade företag fokuserar ofta på någon mer avgränsad del av de nya försäljningsmöjligheterna. Därtill kommer nya möjligheter för både handlare och konsumenter som uppstår via storskalig plattformshandel där handlare kan välja att samarbeta och lägga ut hela eller delar av sitt utbud.

Fältet av möjliga affärsmodeller för nystartade företag inom handeln är oerhört mycket bredare i dag än för 5-10 år sedan. Tänkbara forskningsfrågor är: Vilka av de nya affärsmodeller som växer fram är mest framgångsrika? I vilka lägen vinner unga snabbfotade företag typiskt sett, i vilka lägen står de mogna företagen starkare? Vad innebär dessa förändringar för de anställda, både ur ett arbetare- och tjänstemannaperspektiv? Hur kommer strukturen i handelsbranschen som helhet att utvecklas framöver om de senaste årens utveckling fortsätter?

Innovation i handeln

Huvuddelen av de varor som utvecklas och produceras av tillverkande industri görs tillgängliga för konsumenter via handels olika kanaler. Det är den tillverkande och teknikintensiva industrin, vars företag med lång tradition av forskning och utveckling, som

brukar förknippas med innovationer. Merparten av forskning om styrning, verksamhetsutveckling och ledarskap för innovation har också genomförts i industrin. Forskningsfronten om innovationer i handeln handlar om: butiksformat, logistik och betallösningar, sortimentet, marknadsföring, egna varumärken, butiks- och kundtjänster. Det saknas således forskning inom handelns område avseende styrning och ledning, verksamhetsutveckling samt ledarskap.

Tänkbara forskningsfrågor är: Vad är framgångsrik styrning och ledning för innovationer inom handeln? Hur kan handeln arbeta systematiskt med innovationsprocesser? Hur arbetar företag inom handeln med innovationer? Vilka är framgångsrika exempel att dra lärdomar av? Vilket är ledarskapets betydelse för innovationer? Vilka krav ställer digitalisering på ledarskapet?

Informellt lärande i handeln

Handeln har traditionellt varit en bransch med goda möjligheter att utvecklas för nya roller vid sidan av det formella utbildningssystemet. Utöver att detta många gånger har möjliggjorts genom att företag har internutbildningar för sina anställda arbetare och tjänstemän, ligger ofta erfarenheter av arbete i ett företag till grund för att få nya roller. Sådana erfarenheter kan beskrivas som ett informellt lärande som pågår inom ramen för arbetet utan att den lärande nödvändigtvis är medveten om eller fokuserar på lärandet.

Trots att ett informellt lärande ofta ligger till grund för att kvalificera anställda för nya roller eller uppgifter, finns begränsad kunskap om hur ett sådant lärande går till och värderas inom handeln. En kunskapsöversikt avseende informellt lärande i handeln, som Linköpings Universitet gjort på uppdrag av Handelsrådet, visar att det finns ett stort behov av forskning inom området.

<http://handelsradet.se/wp-content/uploads/2018/12/Rapport-Handelsradet-180528.pdf>

Kunskapsöversikten visar:

- ett behov av att gå från mindre empiriska tvärsnittsstudier med kvalitativa ansatser till att använda en större repertoar och bredd av metoder.
- ett behov av att tydliggöra innebörden av vad som teoretiskt och empiriskt innefattas i informellt lärande.
- att mer forskning behövs för att bättre förstå hur informellt lärande påverkas av både individ- och organisationsfaktorer, och särskilt interaktionen mellan dessa.
- att forskning om relationen mellan formellt lärande – informellt lärande är svagt utvecklad och behöver stärkas.

Det finns med andra ord ett stort behov av forskning avseende informellt lärande inom detalj- och partihandeln. Tänkbara forskningsfrågor är: Vilka kompetenser utvecklas informellt? Hur och om värderas dessa kompetenser vid kvalificering för nya roller eller uppgifter? Hur kan kompetenser som förvärvats genom informellt lärande i större utsträckning synliggöras och erkännas? Hur kan systematiskt arbetsplatsnära kompetensutveckling användas för att synliggöra och strategiskt ta tillvara informellt lärande?

Säkerhet i handeln

Säkerhet är en ständigt aktuell fråga inom handeln. Butikspersonal riskerar att utsättas för rån, stölder och annan brottslighet. Hot och våldsamma situationer relaterade till besökare eller kunder utgör en annan risk. Det innebär att det är av största vikt att det finns ett förebyggande arbete för att hantera och minska riskerna. Säkerhet i butiker är en mycket viktig arbetsmiljöfråga för att öka tryggheten och förebygga och hantera oönskade incidenter. Det är också en viktig fråga ur ett företagsekonomiskt perspektiv att minimera svinn och stölder. Det finns betydelsefulla åtgärder att vidta som kan skapa en tryggare situation i butiker och bidra till färre stölder, men mycket är outforskat. Exempel på åtgärder finns beskrivet bland annat i programmet Skydd mot rån i handeln (<http://handelsradet.se/arbetsmiljo-och-sakerhet/sakerhet/skydd-mot-ran-i-handeln/>).

Risken för hot och våld kan påverka negativt och skapa stress och oro. Konsekvenserna för de som blivit utsatta kan i vissa fall leda till permanenta skador. Detta är kostsamt för både individer, företag och samhället. Rån, våld och hot samt andra brott inom handeln är ett allvarligt problem och ett högt prioriterat område.

Tänkbara forskningsfrågor är: Vilka åtgärder är effektiva respektive mest kostnadseffektiva för att öka säkerhet och trygghet inom handeln? Vad kan handeln själv åstadkomma och när kan samverkan mellan olika aktörer, exempelvis fastighetsägare, kommun och näringsliv, bidra till ökad säkerhet och trygghet i handeln? Vilken effekt får vi av programmet skydd mot rån i handeln? Hur kan butikskonceptet bidra till att göra handelns arbetsplatser säkrare och tryggare? Är kamerabevakning en verksam åtgärd för ökad säkerhet?

Framgångsfaktorer

- Tydlig beskrivning av projektets potential för näringen, det vill säga vad projektet kan förväntas leverera i form av applicerbara resultat och en tydlig kommunikationsplan för de främsta mottagarna av resultaten.
- Medverkan av aktörer från både akademi, samhälle och näringsliv.
- Medfinansiering från branschen, gärna i form av engagemang och tid.
- Relevant referensgrupp.

Tidplan

1 dec till 31 januari	Steg 1 är öppet för idéskisser.
1 feb till 15 mars	Beredning och beslut steg 1.
20 mars till 15 maj	Steg 2 är öppet för fullskalig ansökan för beviljade idéskisser, cirka 20 stycken.
15 maj till 30 juni	Beredning och beslut steg 2.
27–28 aug	Intervju med topprankade ansökningar, cirka 8 stycken.
15 sep	Beslut om projektfinansiering

Tidigaste datum för projektstart beräknas till 2019-10-01. Ansökan skickas in elektroniskt via ansökningsformulär på Handelsrådets hemsida, www.handelsradet.se.

Utlysningens budget

Budgeten för utlysningen är upp till 12 miljoner kronor totalt över maximalt två år.

Projektkrav

Vilka kan söka

Varje projekt ska bestå av minst två organisationer och innehålla aktörer från både akademi och näring såsom branschorganisationer och företag. Handelsrådet ser positivt på att sökande är grupperingar som består av flera parter från näringsliv, offentlig verksamhet, institut, universitet och högskolor och andra aktörer.

Huvudsökande ska ha en doktorsexamen och vara knuten till ett svenskt universitet, högskola eller forskningsinstitut. Vi välkomnar sökande från olika kunskapsområden. Vi söker projekt som inkluderar reellt samarbete mellan akademi och näringsliv. En enskild forskare kan endast stå som huvudsökande för högst två idéskisser i steg 1.

Projektstorlek

Projektmedel kan sökas för en period mellan ett och två år och ett riktvärde är projekt i storleksordningen en till två miljoner kronor.

Samverkan och branschrelevans

Projektet ska vara på en kvalificerad vetenskaplig nivå och ha hög relevans för handelsnäringen. Projekt med hög vetenskaplig kvalitet som samtidigt inkluderar ett gediget samarbete med företag, organisationer eller evenemang inom handelsnäringen kommer att prioriteras.

Handelsrådet ser gärna en medfinansiering som utökar de medel som söks/beviljas av finansierarna. Medfinansiering kan bestå av lärosätets egna direkta insatser i projektet, annan aktörs direkta medel eller *in-kind* insatser. Projekt med reell samverkan mellan olika aktörer kommer att prioriteras i bedömningen. Observera att lärosätets förvaltnings- och institutionspåslag (OH-pålägg) inte kan tas upp som medfinansiering. Medfinansiering i projekt ska tydligt kunna redovisas genom utdrag i ekonomisystem eller motsvarande.

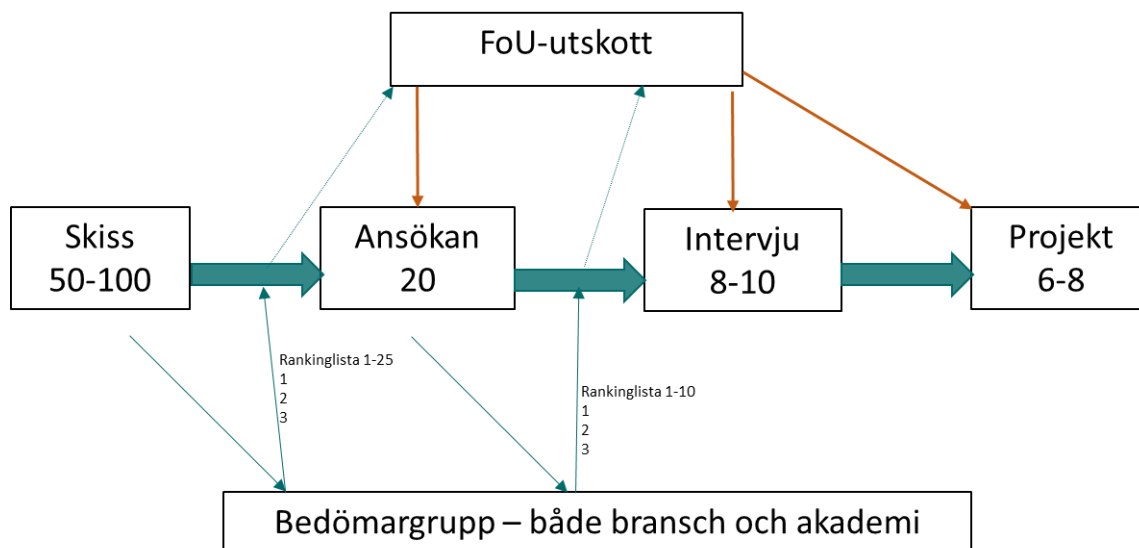
Förvaltning och redovisning

Medlen ska förvaltas av ett svenskt universitet eller högskola eller annan svensk organisation som uppfyller finansierarnas krav på förvaltande organ. Ekonomisk slutredovisning ska lämnas in inom angiven tid.

Huvudsökande ska vara anställd av det förvaltande organet när projektet startar, om inte finansierarna, det förvaltande organet och eventuell annan arbetsgivare kommer överens om något annat. Sökande behöver inte vara anställd vid ansökningstillfället.

Utlysningprocess

1. I **steg 1** lämnar den sökande in en idéskiss.
2. Idéskissen bedöms av en bedömargrupp både individuellt och i grupp utifrån Handelsrådets tre bedömningskriterier.
3. Handelsrådets FoU-utskott fattar beslut om vilka skisser som går vidare till **steg 2**.
4. Cirka 20 idéskisser inbjuds att lämna in fullskaliga ansökningar till steg 2.
5. Ansökningarna bedöms av samma bedömargrupp utifrån Handelsrådets fyra bedömningskriterier.
6. Handelsrådets FoU-utskott fattar beslut om vilka ansökningar som går vidare till intervju – **steg 3**.
7. De starkaste ansökningarna kallas till en slutgiltig intervju där projektgruppen får en möjlighet att presentera projektet och projektgruppen för FoU-utskottet
8. Handelsrådets FoU-utskott tar beslut om vilka ansökningar som ska finansieras.



Figur 2. Schematisk skiss över utlysningprocessen med antagandet att det inkommer cirka 100 skisser i steg 1.

Ansökningsprocess

Ansökan görs i Handelsrådets webbaserade ansökningsportal. Där kommer den samlade information om ansökan att finnas under hela ansökningsprocessen för samtliga steg i utlysningen.

Handelsrådets ansökningsportal: <https://apply.se/handelsradet>

Webbformulär (steg 1)

Projektuppgifter – Projekttiteln bör vara kort och koncis och maximalt bestå av 100 tecken inklusive blanksteg. Här anges år och månad för projektets planerade start och slut. Du väljer vilket prioriterat område eller övrigt som du söker inom och uppger även ett eller flera forskningsområden projektansökan behandlar, det är viktigt att du anger samtliga områden som projektet är relevant för. Här skrivs också en kort svensk sammanfattning av projektet oavsett om projektskrivningen skrivs på svenska eller engelska.

Ekonomi – Här anges en överblick över hur projektet är tänkt att finansieras. Alla belopp anges i svenska kronor. Har projektet beviljats eller sökt medel från andra finansiärer redovisas det under rubriken annan finansiering. Det gäller även för eventuella egna resurser som ska gå till projektet.

I steg 1 anges endast denna rambudget vilket är en indikation på vilka nivåer den slutgiltiga budgeten kommer att hamna på per år. I rambudgeten specificeras inga poster och ändringar av projektgruppen tillåts inför den fullskaliga ansökan.

Omkostnadspåslag (OH) får maximalt motsvara 20 procent på hela den sökta summan inklusive löner och inkluderar fakultets-, institutions- och universitetspåslag samt lokalkostnader.

Uppgifter om bidragmottagare och sökande – Här anges huvudsökande och medsökande för projektet. Varje projekt måste bestå av sökande från minst två organisationer. Huvudsökande ska vara disputerad från universitet eller högskola. Medsökande tar aktiv del i projektet.

Idéskiss (steg 1)

Idéskissen (projektbeskrivning) skrivs direkt i webbformuläret i ansökningssystemet apply. Endast ansökningar gjorda i denna mall behandlas. Under varje fast rubrik kan maximalt 1 000 tecken (inklusive blanksteg) användas.

Rubriker för idéskiss:

- Forskningsprojektets syfte och mål
- Nyttan för handelsnäringslivet – på kort och lång sikt
- Beskrivning av huvudsökande (en kort beskrivning av projektledaren inklusive för projektet relevant erfarenhet och publicering)
- Projektgruppens sammansättning (en kort beskrivning av projektgruppens sammansättning och de medsökandes relevanta kompetenser)

- Material och metod (beskriv i grova drag val av metoder och modeller som kommer att användas i projektet)
- Kommunikation (kortfattad beskrivning av hur förmedling och kommunicering av projektresultatet kommer att ske till mottagare och genom vilka kanaler)

Fullskalig ansökan (steg 2)

Den fullskaliga ansökan ska förutom webbformuläret bestå av bilagorna projektbeskrivning (max 10 sidor) och CV och publikationslistor (max 2 sidor per sökande). En populärvetenskaplig sammanfattning och skrivs direkt i webbformuläret.

Projektbeskrivning

Projektbeskrivningen får maximalt vara 10 sidor.

Beskrivningen ska innehålla:

- Sammanfattning av projektets mål och inriktning
- Forskningsprojektets syfte, mål och förväntade resultat
- Projektets långsiktiga/kortsiktiga potential till nytta för handelsnäringen (lönsamhet, konkurrenskraft, god arbetsmiljö, hållbar samhällsutveckling)
- Beskrivning av teori, metoder och genomförandet samt nyckelreferenser
- Etiska överväganden
- En sammanfattning av tidigare forskning inom området med nuvarande kunskapsläge och en beskrivning av det sökta projektets koppling till redan utförd forskning.
- Motivering av projektgruppens sammansättning
- Nationella och internationella samarbeten
- Översikt av eventuell referensgrupp eller referenspersonernas namn och gruppens funktion – viktigt med personer från näringslivet.
- Plan för kommunikation med intressenter, näringen och branschen
- Plan för vetenskaplig publicering och informationsspridning

Budget och intäkter

I webbformuläret beskrivs en budget i en tabell och fritext. I tabellen specificeras samtliga kostnader och intäkter för projektet. Tänk på att det är viktigt med en tydlig budget med, för projektet, relevanta kostnader.

Efter tabellen motiveras de sökta budgetposterna, gärna i punktform.

För alla löner i projektet ska namn anges på innehavaren. Ange omfattning i procent av heltid för tjänsten och månadslön. Tänk på att vara specifik och tydlig när material, resor och övriga

kostnader specificeras. Poster som ”övrigt material” eller ”diverse övriga kostnader” godkänns inte. Det ska tydligt framgå vilka kostnader man söker medel för från Handelsrådet och vilka kostnader som täcks av annan finansiering.

Omkostnadspåslag (OH) får maximalt motsvara 20 procent på hela den sökta summan inklusive löner och inkluderar fakultets-, institutions- och universitetspåslag samt lokalkostnader.

Populärvetenskaplig sammanfattning

Här presenteras projektet och förväntade på ett enkelt sätt. Språket ska vara lätt att förstå och innehållet lätt att ta till sig. Viktigt att visa på relevansen och projektets potential till nytta för handelsnäringen. En text som lockar till att få veta mer!

CV och publikationslista (steg 2)

En kort beskrivning av huvudsökandes och medsökandes meriter inklusive publikationslista. Tänk på att endast ta upp det som är relevant för projektet. Max två sidor per sökande, det vill säga om projektet har tre medsökande så kan bilagan för cv och publikationslista bestå av maximalt sex sidor (2x3).

Intervju (steg 3)

De starkaste ansökningarna kallas till en slutgiltig intervju där projektgruppen får möjlighet att presentera projektet och projektgruppen för Handelsrådets FoU-utskott. Intervjuerna kommer att genomföras den 27 till 28 augusti 2019.

Anvisningar för bedömning

Bedömargrupp

Handelsrådets bedömargrupp består av åtta ledamöter varav omkring hälften vetenskapliga bedömare och hälften relevansbedömare. Bedömargruppen som helhet ska ha en ämnesmässig täckning för hela handelsnäringen. Vid behov kan också extern granskning tas in som komplement till bedömargruppens kompetenser. Bedömargruppen ansvarar för att bedöma och rangordna projekten i steg 1 och 2. Gruppens bedömning blir ett underlag för Handelsrådets FoU-utskott. Bedömargruppen granskar och bedömer inkomna skisser och projektansökningar i befintligt skick.

Bedömningsprocessen

Steg 1. Bedömargruppen bedömer, både individuellt och i grupp, ansökningarna utifrån Handelsrådets tre bedömningskriterier. I steg 1 bedöms och betygssätts ansökningarna individuellt av minst fyra bedömare innan gruppen träffas och diskuterar fram ett förslag till rangordning. Handelsrådets FoU-utskott fattar baserat på bedömargruppens rangordning beslut om vilka skisser som går vidare till steg 2.

Steg 2. Alla bedömare läser och poängsätter de fullskaliga ansökningarna enligt Handelsrådets bedömningskriterier. Vid alla bedömningar ska kommentar från bedömare lämnas i samband med betygsättning. I steg 2 rangordnar bedömargruppen ansökningarna samt ger förslag på beviljat belopp samt andra eventuella revideringar av projektet. Utifrån detta lämnas ett beslutsunderlag till Handelsrådets FoU-utskott som beslutar om vilka ansökningar som går vidare till steg 3.

Steg 3. De ansökningar som går vidare från steg 2 kallas till en intervju där projektgruppen får en möjlighet att presentera projektet och projektgruppen innan FoU-utskottet tar beslut om vilka ansökningar som ska beviljas medel.

Föredragande

Under bedömningsprocessen tilldelas varje ansökan en föredragande. Föredragande ska kort föredra ansökan samt gruppens åsikt vid bedömargruppens möten.

Efter beslut i steg 2 får alla fullskaliga ansökningar ett yttrande. Föredragande ansvarar för att sammanställa gruppens yttrande och förslag till beslut. Avslagsmotivering ska formuleras så att den sökande tydligt förstår orsaken till avslaget. Positiv återkoppling kan också ges. Avslaget ska bygga på angivna kriterier och poängens innebörd enligt avsnitt ”Bedömningskriterier” samt omfatta fem till tio meningar.

Handelsrådets fyra bedömningskriterier

1. Potential

- Projektets kvalitet (inklusive vetenskaplig kvalitet) och nyhetsvärde för att möta handelns utmaningar
- Projektets långsiktiga/kortsiktiga potential att bidra till handelsnäringens lönsamhet och konkurrenskraft
- Projektets långsiktiga/kortsiktiga potential att bidra till ett hållbart arbetsliv och samhälle
- Projektets nytta för företag och arbetstagare i handelsnäringen

2. Metod och genomförande

- Projektplan som visar på realism och trovärdighet i att vidareutveckla föreslagen idé
- Tydlig budget med motiverade kostnader
- Angreppssätt – organisering och involvering av relevanta aktörer

3. Kommunikation och resultatförmedling

- Hur ska resultat från projektet förmedlas och kommuniceras?
- Beskrivning av relevanta intressenter och slutanvändare – vem är mottagare av kunskapen?
- Beskrivning av för projektet relevant referensgrupp

4. Kompetens i projektet

- Projektteamets förmåga att genomföra projektet enligt plan. Tillgång till kompetens, erfarenhet och kontakter som behövs relativt de aktiviteter som ska genomföras.
- Huvudsökandes (projektledarens) kompetens
- Konstellationens styrka och meriter inom både näring och akademi (inkl referensgrupp)

Poängskala

För vart och ett av de tre kriterierna potential, metod och genomförande samt kompetens sätts betyg mellan 1 och 5 poäng:

- 5 Utmärkt
- 4 Mycket bra
- 3 Tillfredsställande/godkänt
- 2 Behöver förbättras
- 1 Ej godkänt

Tröskel

Den totala tröskeln för att ett projekt ska behandlas på bedömningsmötet är att summan av de fyra individuella kriteriernas medelvärde är minst 14.

Tröskeln för varje enskilt kriterium för att ett projekt ska behandlas på bedömningsmötet är för bedömningskriteriet potential minst medelvärde 3,5 och för de tre övriga bedömningskriterierna metod och genomförande, kommunikation och kompetens minst medelvärde 3.

Deadline steg 1

Ansökan i steg 1 görs via Handelsrådets hemsida senast *torsdag den 31 januari 2019, klockan 14.00*. Vi godkänner inte kompletteringar efter sista ansökningsdatum.

- Sista ansökningsdag är torsdag den 31 januari 2019, klockan 14.00.
- Bedömningsprocess februari till mars 2019.
- Beslut om vilka ansökningar som går vidare till steg 2 meddelas senast den 20 mars 2019.

Frågor

Ytterligare information om utlysningen och ansökningsförfarandet lämnas av Handelsrådets kontaktpersoner:

Lena Strålsjö, FoU-expert

lena.stralsjo@handelsradet.se, 010-471 85 99

OBS! Handelsrådet förbehåller sig rätten att när som helst under utlysningsperioden och utan särskild information justera denna utlysningstext. Dock kommer inga ändringar att göras de två sista veckorna innan sista ansökningsdatum.