



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

Leveransalternativ

- En konsumentundersökning om leveransalternativ i urban miljö

Kandidatuppsats i Logistik
Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet
Vårterminen 2017
Handledare: Elisabeth Karlsson

Författare:
Sanna Jansson, 890422
Tilda Hjertberg, 900418

Förord

Vi vill passa på att rikta ett stort tack till vår handledare Elisabeth Karlsson som har bidragit med mycket goda råd och inspel under processens gång. Vi önskar även tacka alla deltagare i fokusgrupperna och enkätundersökningen som investerat sin tid och engagemang och har därmed gjort denna uppsats möjlig. Tack!

Tilda Hjertberg

Sanna Jansson

Sammanfattning

Bakgrund

Den fortgående urbaniseringen i städer leder till en ökad efterfrågan på varor och transporter vilket bidrar till miljömässiga påfrestningar. Med en ökad medvetenhet om miljöproblematiken börjar städer ställa om mot en mer hållbar utveckling. Citylogistiken har en viktig uppgift i städer att möjliggöra en effektiv varuförsörjning samtidigt som ekonomisk utveckling främjas och negativ miljöpåverkan ska minimeras. En utmaning för citylogistiken är den starka tillväxten inom e-handeln, vilket leder till att fler varor ska distribueras direkt till slutkunden. Utvecklingen leder till ett mer fragmenterat flöde och en ökad "sista milen" problematik, vilket anses vara den sträcka i logistikkedjan som är minst effektiv.

Privatpersoner ställer höga krav på leveranstjänster och företag strävar efter konkurrensfördelar genom att svara på kundernas behov och förväntningar. Då företag strävar efter att tillgodose förväntningarna hamnar privatpersoners preferenser i centrum. Därför är det av stor vikt att olika leveranstjänster utvecklas utifrån kundpreferenser samtidigt som leveransalternativen är möjliga för företag att effektivt tillhandahålla och följer samhällets mål mot en mer hållbar utveckling.

Syfte

Studiens syfte är att generera ökad kunskap kring privatpersoners upplevda behov och preferenser för olika leveransalternativ och därigenom bidra till utvecklingen av innovativa leveranstjänster som uppfyller såväl privatpersoners behov och preferenser, som transportföretagens krav på effektivitet.

Metod

I denna kvalitativa forskningsmetod har primärdata samlats in genom fokusgrupper och en enkätundersökning. Sekundärdata har inhämtats genom en litteraturgenomgång av befintlig forskning.

Resultat och slutsatser

Resultatet visar på att punktlighet, bekvämlighet och flexibilitet är centrala begrepp för att leveranstjänster ska möta kundens förväntningar. För att tillgodose privatpersoners behov och preferenser menar den här studien att det kommer att krävas flera olika leveransalternativ för

att uppnå en hög kundnöjdhet. Detta på grund av att beroende på godsets karaktär efterfrågas olika leveransalternativ.

Studien tyder också på att flera lösningar har potential att generera ett högt värde för kunden samtidigt som de är ur ett effektivitetsperspektiv är möjliga för företag att tillhandahålla och tar utsläpps och trängsel-problematiken i urbana miljöer i beaktande. Resultatet indikerar att automatiserade leveransalternativ har potential att tillgodose olika intressenters intressen men att säkerhet och trygghetsaspekten behöver beaktas för att alternativen ska nå acceptans från kunder. Fler studier behöver genomföras för att undersöka vad som kan bidra till att automatiserade alternativ anses som trygga och säkra.

Innehåll

1. Inledning	2
1.1 Bakgrund	2
1.2 Problemdiskussion	4
1.3 Syfte.....	6
1.4 Frågeställningar.....	7
1.5 Avgränsningar.....	7
1.6 Disposition.....	7
2. Metod	8
2.1 Metodval	8
2.2 Litteraturgenomgång	9
2.3 Insamling av primärdata.....	9
2.3.1 Fokusgruppers fyra faser	10
2.3.2 Enkätundersökning.....	13
2.4 Validitet	14
2.5 Generaliserbarhet	14
2.6 Reliabilitet	14
2.7 Reflektion över metod.....	15
2.8 Etiska aspekter	16
3. Teoretisk referensram.....	17
3.1 Citylogistik	17
3.1.1 Citylogistik ur olika intressenters perspektiv.....	17
3.1.2 Förändrat distributionsmönster i staden	18
3.1.3 "Sista milen" problematiken	18
3.2 Effektivitet	19
3.2.1 Effektivitet i ett logistiksystem	19
3.3 Kundvärde	20
3.3.1 Balansen mellan kundvärde, kostnader och effektivitet.....	21
3.3.2 Vad genererar kundvärde vid leveranser	21
3.4 Olika leveransalternativ och dess karakteristik.....	22
3.4.1 Bevakad hemleverans	22
3.4.2 Obevakad hemleverans in i bostaden	23
3.4.3 Obevakad hemleverans till leveransbox integrerad i bostaden alternativt trappuppgång..	24
3.4.4 Bemannat utlämningsställe.....	24
3.4.5 Obemannat utlämningsställe	25
4. Empiri.....	26

4.1 Kartläggning av deltagarna och deras erfarenheter i dagsläget.....	26
4.1.1 Betalningsvilja	26
4.1.2 Upplevda brister vid leverans.....	27
4.1.3 Viktiga attribut vid leverans	28
4.2 Bevakad hemleverans	29
4.2.1 Fördelar respektive nackdelar vid en bevakad hemleverans	30
4.2.2 Personligt bemötande	32
4.2.3 Grannsämja	32
4.3 Obevakad hemleverans	33
4.3.1 Obevakad hemleverans in i bostaden	33
4.3.2 Obevakad hemleverans till en leveransbox integrerad i lägenheten eller leveransboxar i trappuppgången.....	35
4.3.3 Måste varorna levereras hela vägen hem	36
4.4 Obemannat utlämningsställe	38
4.5 Obemannat utlämningsställe	38
4.5.1 Personlig service.....	38
4.6 Betalningsvilja för de olika leveransalternativen	39
4.6.1 Leveranstjänster inkluderat i hyran.....	40
4.6.2 Betalning per leverans.....	41
4.7 Samordning av varuleveranser.....	42
4.8 Resultat från enkätundersökning	43
4.8.1 Bevakad hemleverans	45
4.8.2 Acceptabelt leveransfönster vid hemleverans	46
4.8.3 Obevakad hemleverans in i bostaden	46
4.8.4 Obevakad hemleverans till en integrerad leveransbox i bostaden	47
4.8.5 Obevakad hemleverans till leveransboxar i trappuppgången.....	48
4.8.6 Leverans till ett bemannat utlämningsställe: exempelvis servicebutik i bostadsområdet...48	
4.8.7 Leverans till ett obemannat utlämningsställe: exempelvis en paketrobot i bostadsområdet	49
4.8.8 Betalningsvilja hos respondenterna	49
4.8.9 Betalningsvilja för olika leveransalternativ:	50
5. Analys & Diskussion.....	53
5.1 Bevakad hemleverans	54
5.2 Obevakad hemleverans	57
5.2.1 Transportör levererar direkt in i bostaden.....	57
5.2.2 Leverans till leveransbox i anslutning till bostaden.....	58

5.3 Leverans till bemannat och obemannat utlämningsställe	59
5.3.1 Effektivitet ur ett helhetsperspektiv	60
5.4 Betalningsvilja	61
5.5 Framtidsanalys	61
6. Slutsatser	63
6.1 Framtida forskning	66
Referenslista.....	67
Bilaga 1 – Informationsmaterial inför fokusgrupper	70
Bilaga 2 – Frågor till fokusgrupper	71
Bilaga 3 – Enkätfrågor	73

Figurförteckning

Figur 1	Illustration av att både privatpersoners, transportföretags och samhällets intressen behöver beaktas.....	6
Figur 2	Uppsatsen disposition.....	7
Figur 3	Olika leveransalternativ.....	22
Figur 4	Ålder på respondenterna	43
Figur 5	Hur ofta erhålls leveranser.....	43
Figur 6	Vart sker leveranser oftast idag.....	44
Figur 7	Med vilket leveranssätt hämtas ofatst leveranser.....	44
Figur 8	Hur stor andel har tillgång till bil i hushållet.....	44
Figur 9	Viktiga aspekter vid leverans.....	45
Figur 10	Inställning till bevakad hemleverans.....	45
Figur 11	Hur långt är ett acceptabelt leveransfönster	46
Figur 12	Obevakad leverans in i bostaden.....	46
Figur 13	Hemleverans till integrerad leveransbox i bostaden.....	47
Figur 14	Leverans till leveransboxar i trappuppgång.....	48
Figur 15	Leverans till bemannat utlämningsställe.....	48
Figur 16	Leverans till obemannat utlämningsställe.....	49
Figur 17	Betalningsvilja för leveranser idagsläget.....	50
Figur 18	Ingen betalningsvilja för leveransalternativet.....	51
Figur 19	Viss betalningsvilja för leveransalternativet.....	51
Figur 20	Betalningsvilja för leveransalternativet.....	52
Figur 21	Analysmodell.....	54

1. Inledning

I detta inledande avsnitt presenteras det valda forskningsområdet. Avsnittet inleds med en bakgrundsbeskrivning om olika utmaningar staden står inför i form av miljöproblematik, urbanisering och omställningen mot ett mer hållbart samhälle. Avsnittet leder sedan vidare till en problemdiskussion som mynnar ut i uppsatsens syfte, frågeställningar samt disposition.

1.1 Bakgrund

“En hållbar utveckling tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov”

Citatet kommer från Brundtland rapporten (1987) och är ett i samhällsdebatten vedertaget citat som definierar hållbarhet. Idag är många överens om att samhällets utveckling inte är hållbar och att åtgärder måste införas för att inte riskera kommande generationers levnadsvillkor. Med en ökad medvetenhet och oro inför miljöproblematiken menar Höjer och Wangel (2016) att det finns ett brådskande behov att förändra hur städer planeras och utvecklas. För att adressera problematiken beslutade världens ledare i september 2015 om Agenda 2030. Syftet med agendan är att uppnå balans inom de tre dimensionerna av hållbar utveckling: den ekonomiska, den sociala och den miljömässiga (Regeringskansliet, 2016). Ett av sjutton uttalande mål är att uppnå hållbara städer. Det finns en tilltro att städer besitter en stor utvecklingspotential för att uppnå en mer hållbar utveckling, då de ofta är nav för nya innovativa idéer (Regeringskansliet, 2015).

Urbanisering

En trend som är en stor utmaning för städer är den fortgående urbaniseringen i samhället. Idag lever nästan 80 procent av Europas invånare i urbana miljöer och urbaniseringen förväntas öka ytterligare (Eurostat, 2016). En ökad befolkning i städer bidrar till påfrestningar på ekosystemet som måste bemötas på ett ekologiskt, ekonomiskt och socialt hållbart sätt (Regeringskansliet, 2016). Höjer och Wangel (2016) menar att med avseende på den fortgående urbaniseringen är det väsentligt att fokusera på att främja en hållbar urban utveckling.

Förändring av gaturummet

När antalet invånare i städer växer innebär det även en ökad efterfrågan på varor och tjänster vilket leder till fler transporter och en större konkurrens om det urbana rummet (Barone och Roach, 2016). Med det menas att gångtrafikanter, cyklister, bilister och godstrafik måste sammanas om en begränsad yta. Städer har i stor utsträckning historiskt anpassats efter bilar och en betydande del av det urbana gaturummet används idag till parkeringar och körfält. Lindholm et al. (2016) menar att hållbar utveckling i städer har blivit en strategisk framtidsfråga att adressera. Barone och Roach (2016) poängterar att det idag är välkommet att städer i större utsträckning verkar för att förbättra stadsmiljön för gångtrafikanter och cyklister, detta efter en lång tid med policies som främjat bilanvändning.

Idag finns det flertalet exempel på städer som börjar att ställa om mot ett mer hållbart samhälle, där gaturummet planeras efter mer hållbara transportsätt med en målsättning att minska utsläpp från biltrafiken. Oslo, Madrid och Hamburg är städer som börjar planera för att skapa en mer hållbar stadsutveckling genom policies och urban stadsplanering med syftet att minimera bilanvändandet i städerna (Business insider Nordic, 2017). Ytterligare ett exempel är Göteborg, framöver skall byggas boende och arbetsplatser för 30,000 människor i området Frihamnen med ett stort fokus på hållbarhet. Området kommer att vara fossilfritt och det ska utvecklas olika lösningar för att minimera bilanvändandet och samtidigt hålla en hög tillgänglighet för boende i området. Målsättningen är att uppnå en stadsdel där det ska vara enkelt att leva hållbart både socialt, miljömässigt och ekonomiskt (Göteborgs stad, 2016).

En möjlig lösning för att minska bilanvändandet i städer är att tillgodose privatpersoners behov av varor och gods genom hemleveranser. Lindholm et al. (2014) ser en möjlighet att trenden med en ökad e-handel skulle kunna möjliggöra att fler transporter sker med mer energieffektiva godstransporter och därmed kunna minska antalet privata godstransporter i städer. Nilsson (2016, 16 juni) menar att andelen privatägda fordon i städer är långt större än andelen godstransporter. Nilsson diskuterar att det inte är andelen godstransporter som utgör det stora problemet utan den stora andelen privata fordon som står parkerade majoriteten av dygnet. Genom att möjliggöra en effektiv godsdistribution inom städer och minimera behovet av att äga egen bil kan ytor som idag disponeras till parkeringsplatser frigöras, samtidigt som gods kan distribueras till slutkunden på ett effektivare sätt (Nilsson, 2016, 16 juni).

1.2 Problemdiskussion

Citylogistikens uppgift

Inledningsvis har det diskuterats olika utmaningar städer står inför med en ökad befolkningsmängd vilket leder till en ökad trängsel i gaturummet. En möjlig lösning för att minska trängseln i städer kan vara att varor och gods distribueras direkt till slutkunden. En möjlig lösning men med många utmaningar som tillkommer. Citylogistik i städer kommer att vara ett centralt begrepp i studien och kommer att diskuteras mer ingående för att förstå godsdistributionens komplexitet och utmaningar. Problemdiskussionen inleds med citylogistikens uppgift i samhället för att sedan diskutera en stor utmaning inom citylogistiken som kallas ”sista milen” problematiken. Inom ”sista milen” problematiken spelar privatpersoners förväntningar på leveranser en central roll i utvecklingen och kommer vara en central beståndsdel i denna studie.

Citylogistiken och urbana godstransporter anses vara en viktig samhällsfunktion vars uppgift är att förse städer med godstransporter som stödjer den samhälleliga utvecklingen samtidigt som godstransporternas negativa miljöpåverkan förväntas minimeras (Lindholm et al., 2014). I dagsläget bidrar transportsystemet till en betydande del av miljöproblematiken genom utsläpp av koldioxid, buller och skador på människors hälsa. Trots detta är dagens samhälle till stor del beroende av ett utvecklat och väl fungerande transportsystem. Plowden och Buchan (1995) menar att godstransporter i städer är grundläggande för att en modern ekonomi ska fungera genom att dessa förser samhället med varor. Detta stödjer också Barone och Roach (2016) som menar att städer inte kan överleva utan godsdistributionen och den ekonomiska tillväxten i städer är beroende av att distributionen av gods sker effektivt. Planering av godstrafiken har länge varit oprioriterat och fram tills nyligen inte inkluderat i samhällsplaneringen, vilket har skapat ett ineffektivt system med flera utmaningar att lösa.

”Sista milen” problematik i städer

En utmaning för citylogistiken är att det skett en kraftig tillväxt inom e-handeln som bidrar till en större efterfråga på transporter. Enligt en rapport framtagen i samarbete mellan Handelsutredningsinstitut, PostNord och Svensk Digital Handel ökade ökade handeln via internet år 2016 med 16 procent och därmed står e-handeln idag för 7,7 procent av den totala detaljhandeln (HUI, 2016). Morganti, Seidel, Blanquart, Dablanc och Lenz (2014) menar att e-handelns tillväxt har lett till en ökad efterfrågan av effektiva leveranstjänster vilket har resulterat i ett mer fragmenterat transportflöde. Med det menas att fler leveranser sker direkt till

kund och är uppdelade i fler transporter, vilket leder till en ökad “sista milen” problematik. Med “sista milen” menas den sista transporten från leverantör till att leveransen tas emot av kund, exempelvis genom en hemleverans eller leverans till ett utlämningsställe. Enligt Joerss, Schröder, Neuhaus, Klink och Mann (2016) är det den sträcka som står för en stor del av den totala leveranskostnaden och utsläppsproblematiken. “Sista milen” lösningar förväntas vara en framtidsutmaning att adressera då marknaden för paketleveranser växer och förväntas öka ytterligare i framtiden, varav den starkaste bidragande drivkraften till detta anses vara tillväxten i e-handeln (Joerss et al., 2016).

Kunddriven utveckling

Antalet hemleveranser förväntas öka men även privatpersoner förväntas ställa högre krav på hemleveransers utformning. Barone och Roach (2016) beskriver en utveckling där konsumenter förväntar sig snabba, frekventa och effektiva leveranser i framtiden. Utvecklingen går mot att konsumenter inte bara efterfrågar snabba leveranser utan även värderar valfriheten att kunna välja och påverka, när, var och hur paket levereras (HUI, 2016). Joerss et al. (2016) menar att i och med e-handelns tillväxt anser företag “sista milen” lösningar vara en nyckelfaktor för att generera konkurrensfördelar, vilket då innebär att privatpersoners preferenser avseende leveransalternativ hamnar i centrum. Även HUI (2016) poängterar att “sista milen” lösningar kommer vara ett viktigt sätt för företag att differentiera sig från konkurrenterna inom e-handeln.

Utvecklingen ställer stora krav på företags förmåga att erbjuda kunder innovativa och effektiva leveranslösningar för att tillgodose kundernas förväntningar. Enlig HUI (2016) spår konsumenter att framtida leveranssätt kommer innefatta ett brett spektrum valmöjligheter avseende olika leveransalternativ och dessutom att fler leveranser sker samma dag. Morganti et al. (2014) menar att leveranstjänster anses vara en avgörande faktor både från företags och kundens perspektiv och förväntas därmed spela en central roll i utvecklingen.

Samhällsutmaningar

Utmaningar uppstår i och med att trängsel och utsläpp inte är önskvärt i städer samtidigt som fler leveranser efterfrågas (Barone och Roach, 2016). Privatpersoners förväntningar driver utvecklingen och företag försöker tillhandahålla flexibla leveransalternativ för att uppfylla förväntningarna vilket leder till en ökad “sista milen” problematik. Gevaers, Van de Voorde

och Vanelslander (2011) menar att relativt lite uppmärksamhet inom akademisk litteratur har riktats mot innovativa "sista milen" lösningar och dess karaktär.

Med en uttalad önskan om att citylogistiken ska vara effektiv och miljömässigt hållbar, samtidigt som privatpersoner driver utvecklingen mot ett fragmenterat godsflöde med som genererar ett ökat antal transporter, behövs det fler studier om möjliga och effektiva transportlösningar den "sista milen". Då privatpersoner driver utvecklingen är det viktigt att veta vilka leveransalternativ som efterfrågas. Joerss et al. (2016) menar dessutom att det inte råder konsensus om vilka leveransalternativ som efterfrågas mest. Då det inte råder konsensus om vilka leveransalternativ som efterfrågas är det viktigt att genomföra fler studier för att undersöka privatpersoners behov och preferenser avseende leveranslösningar. Detta för att möjliggöra att nya leveranstjänster utformas som kan främja en mer hållbar utveckling i städer, samtidigt som kundens förväntningar motsvaras och lösningarna är ekonomiskt hållbara för transportföretag att tillhandahålla.



Figur 1 - Illustration av att både privatpersoners, transportföretags och samhällets intressen behöver beaktas. Källa: egen

1.3 Syfte

Syftet med studien är att generera ökad kunskap kring privatpersoners upplevda behov och preferenser för olika leveransalternativ och därigenom bidra till utvecklingen av innovativa leveranstjänster som uppfyller såväl privatpersoners behov och preferenser, som transportföretags krav på effektivitet.

1.4 Frågeställningar

- Hur ser privatpersoners behov och preferenser ut gällande leveransalternativ?
- Vilka leveranstjänster har potential att uppfylla privatpersoners förväntningar samtidigt som transportföretagens krav på effektivitet uppfylls?

Privatpersoner kommer i rapporten att benämnas som “kunder” och transportföretag kommer att benämnas som “företag”.

1.5 Avgränsningar

Denna studie undersöker enbart möjliga leveransalternativ i en urban miljö, med utgångspunkt i områden som önskar minimera biltrafik och negativ miljöpåverkan. Det finns även en geografisk avgränsning i studien då enbart privatpersoner boende i Göteborg tillfrågas att delta. Då studiens genomförande har en begränsad tidsram har endast två fokusgruppintervjuer genomförts för att det insamlade resultatet ska vara hanterbart inom studiens ramar.

1.6 Disposition



Figur 2 - Uppsatsen disposition. Källa: egen

I det inledande avsnittet ges läsaren en bakgrundsbeskrivning om utmaningar i städer i form av miljöproblematik, urbanisering och vägen mot ett mer hållbart samhälle. Avsnittet leder sedan vidare till en diskussion kring forskningsproblemet som mynnar ut i studiens syfte och frågeställningar. I det andra avsnittet presenteras författarnas metodval och tillvägagångssätt för att undersöka forskningsproblemet. För att ge läsaren en djupare förståelse om citylogistik, effektivitet ur ett företagsperspektiv, kundvärde samt kunskap om olika leveransalternativ presenteras en teoretisk referensram i det tredje avsnittet. I det fjärde avsnittet ges en redogörelse för insamlad primärdata av fokusgrupper och enkätundersökning. Därefter diskuteras studiens resultat med den teoretiska referensramen i det femte avsnittet för att besvara syftet. I det avslutande avsnittet dras slutsatser av den genomförda studien som avslutningsvis mynnar ut i förslag på vidare forskning inom området.

2. Metod

Följande avsnitt presenterar olika teoretiska tillvägagångssätt för att undersöka forskningsproblemet. Avsnittet ämnar beskriva genomförandet av studien och motivera beslut som fattats.

2.1 Metodval

Studien syftar till att utöka kunskap samt skapa förståelse. Då syftet är att skapa förståelse och utöka kunskapen inom området är studien enligt Patel och Davidson (2011) en explorativ undersökning som utforskar det valda problemområdet med syftet att utöka kunskapen inom det valda forskningsfältet (Patel och Davidson 2011).

I inledningsfasen studerades ämnesområdet utifrån litteratur för att skapa förståelse för ämnet och vilka studier som tidigare gjorts. Därefter sattes frågeställningarna samman och syftet med studien formulerades. Då syftet är att söka förståelse inom det valda forskningsområdet lämpar sig enligt Patel och Davidson (2011) en kvalitativ forskningsmetod. Bryman och Bell (2011) stödjer att en kvalitativ forskningsmetod karakteriseras av att den bland annat inriktar sig på att tolka och skapa förståelse. Olika kvalitativa forskningsmetoder övervägdes för att samla in empiri som skulle utöka kunskapen och skapa förståelse. Valet föll på att genomföra fokusgruppsintervjuer då dessa enligt Wibeck (2000) är ett effektivt sätt att få in en bredd av åsikter under relativt kort tid. Detta tillvägagångssättet ansåg författarna av studien vara den mest effektiva metoden för att samla in en stor mängd data om privatpersoners upplevda behov och preferenser. Patel och Davidsson (2011) menar att en enkät kan användas som komplement till intervjuer för att möjliggöra en rikare tolkning av resultatet, därför genomfördes även en enkätundersökning som komplement till fokusgruppsintervjuerna.

Efter genomförandet av fokusgruppsintervjuer och enkät studerades befintlig teori inom området igen. Efter att ny information kommit fram under fokusgruppsintervjuerna samt under litteraturstudierna justerades syftet och frågeställningarna. Enligt Patel och Davidson (2011) kallas denna metod att relatera empiri och teori till varandra en abduktiv metod och är en blandning mellan en induktiv och en deduktiv metod. Patel och Davidson (2011) skiljer mellan en induktiv och en deduktiv forskningsmetod beroende på hur teori och empiri relateras till varandra. En induktiv metod utgår ifrån den information och data som den aktuella studien genererar och att forskaren själv formulerar en teori utifrån den information som denne tar

fram genom sin studie. En deduktiv metod bygger på att utgångspunkt tas i befintlig teori. En abduktiv metod är en kombination av dessa och innebär bland annat att forskaren kan ändra syfte och frågeställningar då ny data uppdagas (Patel och Davidson, 2011).

2.2 Litteraturgenomgång

Litteraturen har till stor del bestått av vetenskapliga artiklar som sökts fram genom olika databaser. Annan litteratur som har studerats är konsultrapporter, Internetkällor och böcker. Konsultrapporter är ofta finansierade av en beställare vilket tagits i beaktande. Fördelen med de rapporter som studerats är att de i flera fall baseras på nyare data. Detta då de inte behöver gå igenom en lika tidskrävande process innan de publiceras jämfört med exempelvis vetenskapliga artiklar. Nackdelen är, av samma orsak, att informationen inte är granskad i lika hög grad som vetenskaplig forskning. För att hitta den teori som studerats har exempelvis sökorden "citylogistics", "delivering alternatives", "last mile", och "customer value" använts.

2.3 Insamling av primärdata

För att skapa förståelse om individers behov av leveranstjänster samlades empiri in genom fokusgrupper. Enligt Bryman och Bell (2011) används fokusgrupper, en kvalitativ forskningsmetod, för att skapa förståelse för hur en grupp individer upplever en vara, tjänst, kampanj eller liknande. Metoden utgår ifrån att det är flera personer närvarande vid intervju-tillfället. Syftet med fokusgruppsintervjuer är att skapa en förståelse för varför människor tycker på ett visst sätt. Genom att individer får diskutera ämnen/frågeställningar i grupp utforskar de varandras åsikter vilket gör att individerna får förhålla sig och ta ställning till fler åsikter än sina egna. Härmed skapas en möjlighet för individerna att fundera över andra aspekter relaterade till ämnet/frågeställningen utöver den infallsvinkel de själva har (Bryman och Bell, 2011).

Som tidigare nämnts användes också en enkätundersökning för att samla in empiri som ett komplement till fokusgrupperna. Frågorna som ställdes syftade främst till att se om den inställning som deltagarna i fokusgrupperna visade sig ha även överensstämde med inställningen hos en större grupp respondenter. I följande kapitel kommer genomförandet av fokusgrupperna samt genomförandet av enkäten att beskrivas.

2.3.1 Fokusgruppers fyra faser

Arbetet som genomförts vid förberedelse, genomförande och analys av fokusgruppsintervjuerna beskrivs nedan. Arbetet delades upp i fyra faser (planering, rekrytering, diskussionsledning och analys) i enlighet med hur Wibeck (2000) beskriver hur processen för förberedelse, genomförande och analys av fokusgruppsintervjuer kan se ut.

Planeringsfasen

Fokusgrupperna utgjordes av individer som bor i Göteborgsområdet och deltagarna hade en välvillig inställning till att i framtiden bo i urbana bostadsområden som strävar efter hållbarhet genom att exempelvis minska behovet för de boende av att äga egen bil. Att gruppen har gemensamma drag, exempelvis att de kommer från samma ort, är enligt Wibeck (2000) viktigt för att individerna ska vilja dela åsikter med varandra. I övrigt bestod urvalet av individer i olika åldrar och med olika boendesituation. Att individernas boendeform, ålder samt familjesituation skiljer sig åt syftar till att främja att olika åsikter och infallsvinklar förs fram under diskussionen. Sammansättningen av individer till fokusgrupperna grundar sig alltså i att individerna skulle vara välvilligt inställda till att dela åsikter och erfarenheter med varandra, men att de skulle ha olika infallsvinklar till diskussionen och därmed kunna föra fram olika aspekter.

Antalet fokusgrupper som ligger till grund för resultatet är två stycken. Önskvärt är enligt Wibeck (2000) tre stycken grupper. Det var en utmaning att med relativt kort varsel att med rekrytera fler deltagare som hade ett intresse av att delta. I efterhand visade det sig att diskussionerna på många sätt liknade varandra i båda fokusgrupperna och att de upprepade gånger tog samma riktning utan att moderatorerna styrde detta. Därmed anser författarna att ytterligare en fokusgrupp inte nödvändigtvis hade gett ett mer uttömmande resultat. Wibeck (2000) hävdar att ett bra antal är fyra till sex deltagare per grupp. De två fokusgrupper som ligger till grund för den här studien utgjordes vardera av fyra respektive fem stycken deltagare. Tidsramen för respektive fokusgruppsintervju var 90 till 120 minuter.

Rekryteringsfasen

Individerna som deltog i fokusgrupperna känner varandra i olika hög grad. Existerande fokusgrupper utgörs av individer som på förhand känner till varandra (Wibeck, 2000). Det finns flera anledningar till att använda sig av redan existerande grupper. Exempelvis går rekryteringen lättare och risken för att deltagare inte vågar prata minskar. Den risk som redan

existerande grupper innebär är att deltagarna inte uttalar allting för att de vet hur resterande deltagare står i vissa frågor (Wibeck, 2000). Den risken har minimerats genom att välja deltagare som i låg grad känner varandra.

Då ämnet och frågeställningarna som skulle undersökas var relativt outforskade för deltagarna, skickades det ut informationsmaterial till deltagarna några dagar innan fokusgruppen träffades (Bilaga 1). Materialet innehöll information om att diskussionen skulle handla om olika leveransalternativ i urbana miljöer som kan bidra till ett minskat bilberoende. För att deltagarna skulle ha lättare för att relatera till diskussionen och dess syfte innehöll materialet information om ett område som är välkänt för boende i Göteborgsområdet nämligen Frihamnen. Då Frihamnen är ett område som ska utvecklas med en strävan efter att minimera bilberoendet syftade detta till att konkretisera vad deltagarna skulle resonera kring och vad diskussionerna syftade till. För att exemplifiera vad som ligger till grund för diskussionerna sände vi också deltagarna en länk till en kortare video om utvecklingen av Göteborgs stad och Älvstaden under kommande år. Materialets syfte var att introducera deltagarna till området som skulle diskuteras. Wibeck (2000) benämner material som skickas ut till deltagarna i förväg som stimulusmaterial och detta kan exempelvis bestå av bilder, videofilmer och artiklar. Genom att förse deltagarna med stimulusmaterial säkerställs att alla har en grundläggande förståelse för ämnet och hur problemet har uppstått (Wibeck, 2000). I tillägg till detta presenterades även ämnet för deltagarna vid fokusgruppsintervjuernas start för att deltagarna skulle hamna i rätt stämning.

Genomförandefasen

För att säkerställa att fokusgruppsintervjuerna skulle ge svar på de på förhand uppsatta frågeställningarna skapades en frågeguide för moderatorerna att följa under intervjun (Bilaga 2). Wibeck (2000) skiljer på ostrukturerade och strukturerade fokusgruppsintervjuer. Under en ostrukturerad fokusgruppsintervju låter moderatorn deltagarna resonera fritt kring ämnet utan tydliga frågeställningar som ska besvaras. I en strukturerad fokusgrupp styr moderatorn diskussionen i högre grad genom att styra vilka frågor som diskuteras inom gruppen. Detta säkerställer att alla frågeställningar fokusgruppsintervjuerna ämnar undersöka kommer upp till diskussion. Det är dock viktigt att poängtera att poängen fortfarande är att deltagarna ska diskutera frågeställningarna fritt i gruppen. Vid strukturerade fokusgrupper finns det en risk att moderatorn styr gruppens föreställningar men fördelen är att moderatorn kan styra så att de ämnen som önskas diskuteras kommer upp. En risk vid ostrukturerade intervjuer är att ämnen

inte kommer upp om de inte introduceras (Wibeck, 2000). Då fokusgruppsintervjuerna genomfördes med utgångspunkt i på förhand framtagna frågor säkerställdes att alla leveransalternativ samt betalningsvilja kom upp till diskussion.

Enligt Wibeck (2000) bör fem olika typer av frågor ingå i en strukturerad intervjuguide. De fem olika typerna av frågor är öppningsfrågor, introduktionsfrågor, övergångsfrågor, nyckelfrågor och avslutande frågor. Enligt Wibeck (2000) syftar öppningsfrågorna till att gruppen ska bekanta sig och bli bekväma med varandra. På grund av ett tidspressat schema ströks dessa och fokusgruppsintervjuerna inleddes med introduktionsfrågor. Introduktionsfrågorna syftade bland annat till att kartlägga hur deltagarna får leveranser i dagsläget, hur mycket de idag betalar för leveranser samt vilket färdstätt de använder för att hämta ut sina paket. Dessa frågor är till för att introducera ämnet samt låta deltagarna reflektera över sina erfarenheter inom området (Wibeck, 2000).

Genom de efterföljande övergångsfrågorna fick deltagarna resonera fritt kring eventuella brister de upplever med leveransalternativen idag samt hur högt de värderar valfrihet och flexibilitet. Övergångsfrågorna ska enligt Wibeck (2000) syfta till att deltagarna får resonera kring ämnet ur ett bredare perspektiv. Härfter följde nyckelfrågorna vilka är de som kommer ha mest betydelse för analysen. Dessa syftade till att skapa förståelse för hur deltagarna ställer sig till de olika leveransalternativen och frågorna var relativt många till antalet. Nyckelfrågorna delades upp i fem huvudgrupper: Bevakad hemleverans, obevakad hemleverans, leverans till utlämningsställe, betalningsvilja för alternativen och inställning till samordning av leveranser. Till varje huvudgrupp av frågor ställdes flera underfrågor. Efter nyckelfrågorna avslutades fokusgruppsintervjuerna med en avslutande fråga för att deltagarna skulle få möjlighet att uttrycka om det fanns möjliga alternativ till leveranstjänster som inte kommit upp under intervjun. Enligt Wibeck (2000) bör fokusgruppen avslutas med några avslutande frågor vilka syftar till att låta deltagarna resonera kring vad som kommit fram under diskussionerna och säkerställa att inte deltagarna anser att något väsentligt missats att diskutera.

Analysfasen

Fokusgruppsintervjuerna dokumenterades med ljudupptagning som sedan transkriberades. Transkriberingen genomfördes snarast efter att intervjuerna ägt rum av moderatorerna själva. Under transkriberingen togs även instämmande korta kommentarer med då dessa ger en indi-

kation på om gruppen hade samsyn eller inte i den fråga som diskuterades. Däremot ströks oväsentligheter, såsom när deltagarna trillade in på andra områden som inte ansågs vara av intresse för analysen. Transkriberingen är alltså gjord enligt att spegla vad som sades under intervjuerna så bra som möjligt, utan att onödig tid lagts på att transkribera saker som inte skulle komma att användas i analysen. Wibeck (2000) skiljer mellan olika nivåer av transkribering och menar att det sällan är nödvändigt att transkribera exakt allt som sägs. Dock förespråkas en transkriberingsteknik som också återger korta kommentarer och pauser för korrekt återgivning av diskussionen. Transkriberingen av intervjuerna genomfördes dagen efter de ägde rum. Wibeck (2000) poängterar att det är viktigt att transkriberingen sker så snabbt som möjligt och utav moderatorerna själva för en så korrekt återgivning som möjligt.

2.3.2 Enkätundersökning

Enkäten syftade till att se om det resultat som fokusgrupperna genererade gällande inställningen till olika leveransalternativ också överensstämde med inställningen hos ett större antal respondenter. Enkäten utformades efter fokusgruppsintervjuerna genomförts och syftade till att undersöka inställningen till de olika leveransalternativen samt betalningsviljan. Enkäten (Bilaga 3) utformades med syfte att undersöka respondenternas preferenser inom fem olika områden: Dagens leveransalternativ, bevakad hemleverans, obevakad hemleverans, leverans till bevakat eller obevakat utlämningsställe samt respondenternas betalningsvilja för respektive alternativ. Enkätfrågorna utformades så att missförstånd undveks i möjligaste mån genom att två personer fick prova att svara på enkäten och berätta vad de tyckte om den samt om någonting var oklart innan den reviderades och sedan skickades ut. Till de olika svarsalternativen hade respondenterna möjlighet att lämna kommentarer. Då många kommentarer gällde samma sak har dessa använts till resultatet.

Urval

Antal svarande på enkäten är 88 personer. Enkäten postades på Facebook av bekvämlighets-skäl. Enligt Denscombe (2014) bygger ett så kallat bekvämlighetsurval på att urvalet är enkelt och snabbt, vilket gör att urvalet kan kategoriseras som ett sådant. Enkäten låg ute på Facebook i 24 timmar och det är svårt att uttala sig om bortfall av respondenter eller liknande då det inte går att avgöra hur många som sett enkäten under tiden den låg ute.

Sammanställning av resultat

Då respondenterna besvarade enkäten hände det att en respondent hade hoppat över en fråga vilket benämns som ett internt bortfall. Enligt Bryman och Bell (2011) är det viktigt att avgöra hur ett internt bortfall ska behandlas. Vid sammanställningen av resultatet från enkäten valdes att sammanställa antal respondenter och svarsresultatet separat för varje fråga. Vid sammanställningen av enkätsvaren illustrerades också resultatet med olika stapel och cirkeldiagram.

2.4 Validitet

Wibeck (2000) beskriver olika aspekter som kan sänka validiteten det vill säga resultatets trovärdighet. Exempel på en sådan aspekt är om deltagarna inte känner att allting är socialt accepterat att säga i fokusgruppsintervjuer. Dessa aspekter är dock svåra att helt komma ifrån vid genomförandet av den här typen av undersökningar. Om data från fokusgrupperna kan trianguleras, alltså jämföras med annan typ av data från exempelvis en enkät, stärks validiteten (Wibeck, 2000). Genomförandet av både fokusgrupper och enkät kan därmed i viss grad stärka validiteten.

2.5 Generaliserbarhet

Enligt Bryman och Bell (2011) handlar generaliserbarhet om hur väl resultatet går att applicera på en större grupp i ett annat sammanhang utöver den grupp som studerats i undersökningen. Det är svårt att hävda att resultat är generaliserbara vid kvalitativa studier och det har heller inte varit syftet med denna studie. Enligt Wibeck (2000) kan fokusgrupper ligga till grund för lösa generaliseringar för en viss grupp människor eller underliggande värderingar och premisser. Enligt Bryman och Bell (2011) kan en enkätundersökning öka generaliserbarheten vid kvalitativa studier. Då denna studie har sin grund i relativt få fokusgruppsintervjuer och då enkätsvaren inte är så uttömmande gällande kundpreferenser går det inte att hävda att denna studie är generaliserbar.

2.6 Reliabilitet

Enligt Patel och Davidson (2011) handlar reliabiliteten om hur tillförlitligt resultatet är. Om frågor som ligger till grund för resultatet kan missförstås eller tolkas olika är resultatet mindre tillförlitligt. Vid fokusgruppsintervjuerna var det relativt lätt att säkerställa att gruppen hade samsyn i vad en fråga eller diskussion gällde genom att moderatorerna kunde tydliggöra eller

förklara saker då eventuella oklarheter uppstod. Gällande reliabiliteten för enkäten menar Patel och Davidson (2011) att om flera respondenter exempelvis har hoppat över en fråga i en enkät är denna svår att benämna som tillförlitlig. Flera respondenter i enkäten hoppade över frågorna som gällde betalningsvilja. Det är svårt att uttala sig om vad som gjorde att just den frågan besvarades i lägre utsträckning jämfört med resterande frågor men enkätresultatet om betalningsvilja kan därmed anses mindre tillförlitligt än det resterande resultatet från enkäten på grund av det interna bortfallet.

2.7 Reflektion över metod

Reflektion 1

Vid genomförandet av fokusgrupper hade det varit fördelaktigt att ha en ”testgrupp” innan för att kontrollera frågornas relevans. Vissa frågor togs bort i sista sekund då de kändes fränkoppade från diskussionen. Det hade även varit fördelaktigt för att kontrollera hur lång tid diskussionen ungefär skulle ta. Det blev aningen komprimerat tidsmässigt i slutet av andra fokusgruppen då flera av deltagarna var tvungna att gå vid den utsatta tiden. Detta kan bero på att erfarenhet saknades som moderatörer och kan därmed haft svårt att avgöra hur många frågor som rymdes inom den givna tidsramen, vilket förstärker att det hade varit fördelaktigt med en ”testgrupp”.

Reflektion 2

Flera av undersökningarna som studerats vid författandet av den här uppsatsen bygger på undersökningar som inte är gjorda i Sverige. Många studier utgår från respondenter boende i bland annat Storbritannien, USA, Kina och Tyskland. I dessa länder är andelen hemleveranser betydligt högre än jämfört med Sverige vilket tagits i beaktande genom att vi varit försiktiga med att jämföra statistik från dessa undersökningar med vårt eget resultat. Då vi använt ej egeninsamlad statistik och data i uppsatsen har vi istället i högre grad använt exempelvis HUI (2016) som källa då denne utgår från data framtagen baserad på kunder i Sverige och därmed i högre grad bör vara jämförbar med det egna resultatet.

Reflektion 3

I den här studien har inte betalningsvilja eller eventuella kostnader för leveranstjänster kvantifierats. Kundvärde är utifrån den argumentation som förs i avsnitt 3.3 av Kotler, Keller, Manceau, och Hémonnet-Goujot (2015) skillnaden mellan kostnaden och värdet som en tjänst

genererar. Både kostnaden och värdet är uppdelat i två delar. Kostnaden består av det faktiska priset i monetära termer samt en upplevd kostnad som kan utgöras av exempelvis tid eller ansträngning. Värdet består av det funktionella värde som tjänsten genererar samt ett upplevt värde vilket kan utgöras av exempelvis en känsla. Då den här studien inte kvantifierar varken kundens betalningsvilja eller eventuellt pris som kunden kan komma att behöva betala för leveranstjänsten kan studien inte göra anspråk på att säga någonting om det faktiska kundvärdet. Det studien syftar till då kundvärdet diskuteras är att på ett övergripande plan utifrån resultatet reflektera kring om det verkar finnas potential för att leveranstjänsterna kan bidra till ett högt kundvärde eller inte.

2.8 Etiska aspekter

Bryman och Bell (2011) belyser att etiska aspekter är viktiga att beakta och berör hur deltagare i studier bör behandlas av författare. Fem olika etiska aspekter benämns som viktiga:

- Informationskravet

Det är av stor vikt att tydliggöra för deltagare vilket syftet med den genomförda studien är och även hur upplägget kommer att vara.

- Samtyckeskravet

Deltagarna ska vara väl informerade om att de ställer upp frivilligt och har möjlighet att avbryta deltagandet om så önskas.

- Konfidentialitetskravet och anonymitetskravet

Insamlade uppgifter ska behandlas konfidentiellt och det ska inte vara möjligt för obehöriga att erhålla tillgång till information om deltagare.

- Nyttjandekravet

Insamlade uppgifter ska användas till det som uppgivits som syfte med studien.

- Falska förespeglingar

Deltagarna ska inte ges förvirrande information om undersökningens avsikter.

I denna studien har författarna genomgående förhållit sig till ovan etiska aspekter vid val av tillvägagångssätt. Exempelvis informerades deltagarna i fokusgrupperna om att deltagandet var frivilligt och meddelades att deras namn inte skulle framgå i resultatet. Även syftet med studien presenterades i både enkäten och fokusgrupperna.

3. Teoretisk referensram

Avsnittet ämnar skapa en förståelse och översikt av tidigare forskning för att ge läsaren en djupare förståelse för citylogistik, citylogistikens olika intressenter, "sista milen", kundvärde, effektivitetsutmaningar samt kunskap om olika leveransalternativ.

3.1 Citylogistik

DaBlanc (2013) definierar citylogistik som *"as any service provision contributing to efficiently managing the movements of goods in cities and providing innovative responses to customer demands"* (S.119). Citylogistikens uppgift är att främja godsdistributionen i städer samtidigt som godstransporternas negativa miljöpåverkan minimeras genom att beakta de sociala, ekonomiska och ekologiska aspekterna (Lindholm et al., 2014). Anderson, Allen och Brown (2005) menar också att urbana godstransporter påverkar sin omgivning utifrån ovan nämnda aspekter. De urbana godstransporterna bidrar bland annat till en sämre miljö i städer genom buller och utsläpp samt genererar ett ekonomiskt resursslöseri när transporternas effektivitet inte optimeras. Trots att systemet bidrar till en ökad miljöproblematik menar Anderson et al. (2005), Barone och Roach (2016) samt Taniguchi och Thompson (2015) att godstransporter är en nyckelfunktion för den ekonomiska tillväxten i städer och en effektiv citylogistik anses vara grundläggande för att skapa hållbar utveckling i urbana miljöer.

3.1.1 Citylogistik ur olika intressenters perspektiv

Dablanc (2013) menar att godsdistributionen i städer är komplex på grund av att den måste förhålla sig till flera olika intressenter och policys. Taniguchi och Thompson (2015) belyser olika intressenter som alla har olika intressen och målsättningar inom ramen för citylogistik.

- Kunderna som mottar leveransen önskar en hög servicenivå till en så låg kostnad som möjligt och för att verkställa detta önskas pålitliga transporter. Samtidigt finns det en önskan från kunderna att minska negativa externaliteter från godstrafik, exempelvis är buller, utsläpp och trängsel inte önskvärt i staden.
- Företag som beställer transporttjänsten och företaget som utför transporten önskar minimera leveranskostnader för att uppnå en så hög kostnadseffektivitet som möjligt.

- Samhällsplanerare från staden vars uppgift är att säkerställa en ekonomisk tillväxt samtidigt som miljö och säkerhetsaspekter beaktas och förbättras.

Även Mckinnon, Brown, Piecyk och Whiteing (2015) menar att komplexiteten i citylogistiken beror på antalet intressenter samt en ökad mängd paketleveranser. Det bidrar till svårigheter att optimalt planera rutter och skapar stora utmaningar för en effektiv citylogistik. För att kunna planera för en effektivare godsdistribution måste alla intressenters intressen kartläggas innan lösningar kan tas fram, lösningar som dessutom behöver testas för att därefter kunna bedömas utifrån hur dessa motsvarar alla intressenters olika målsättningar (Taniguchi och Thompson, 2015).

3.1.2 Förändrat distributionsmönster i staden

Enligt McKinnon, Wang, Potter och Edwards (2010) beror en ökad problematik även på att andelen varor som ska distribueras hem till slutkonsumenten istället för till en butik, har ökat i takt med att e-handeln tagit fler marknadsandelar. Morganti et al. (2014) menar också att då e-handeln har ökat kraftigt under det senaste decenniet har det växande godsflödet som ska levereras ända fram till slutkonsumenten, bidragit till en ökad problematik kring leveranser den "sista milen". McKinnon och Tallam (2003) argumenterar för att i takt med att mängden gods som ska levereras hem till slutkonsumenten ökar så blir avvägningen mellan kundens bekvämlighet, leveranskostnader och säkerhet alltmer aktuell. Med e-handeln som största drivkraft förväntas antalet paketleveranser öka betydligt i framtiden. Joerss et al. (2016) prognostiserar att antalet kan fördubblas över en tioårsperiod i USA, Kina och Tyskland.

3.1.3 "Sista milen" problematiken

"Sista milen" definieras enligt Gevaers et al. (2011) som leveransprocessen från distributörens sista distributionscenter tills det att kunden tar emot varan, antingen hemma eller vid ett utlämningsställe. Björklund (2015) menar att distributionen i städer dras med stora problem genom låga fyllnadsgrader samt effektivitetsproblem och benämner problematiken som ett "sista milen" problem. Processen beskrivs som en "mjölkruna" där fyllnadsgraden är låg och ineffektiv i slutet av en leveransrunda på grund av att leveranser sker längs vägen och fyllnadsgraderna därigenom sjunker längs med rundan (Björklund, 2015). Gaevers et al. (2011) menar att leveransen den "sista milen" till kund står för en betydande del av företagets leveranskostnader och är den del av sträckan som är både minst effektiv och som står för en betydande del av utsläppsproblematiken. Företag måste balansera att kunder efterfrågar korta

leveransfönster samt snabba leveranser med att ta hänsyn till miljöaspekter. Ett kortare leveransfönster kan innebära en större påverkan på miljön då företagen inte kan planera rutterna optimalt (Gevaers et al. 2011).

Björklund (2015) beskriver också hur en ökad e-handel leder till att "sista milen" perspektivet blir allt viktigare att beakta ur ett miljöperspektiv. Beroende på hur leveransen sker har det olika stor påverkan på miljön, exempelvis kan en leverans till ett utlämningsställe vara miljöeffektiv ur perspektivet att godset har kunnat samlastas men om kunden tar bilen enbart för att hämta ut en paketleverans är det negativt ur ett miljöperspektiv (Björklund, 2015).

3.2 Effektivitet

Inom citylogistiken och företagsekonomi är effektivitet ett återkommande och centralt begrepp för alla intressenter. Ax, Johansson och Kullven (2015) definierar begreppet effektivitet som en grad av måluppfyllelse vilket benämns som ett mått på hur bra ett företag drivs och i hur hög grad företag lyckas uppfylla förutbestämda mål.

Effektivitet beräknas genom att dividera värdet av utflödet som består av företagets resultat med inflödet bestående av resurser som har investerats för att uppnå resultatet. Det vill säga att effektiviteten beror på förhållandet mellan prestationen och satsade resurser för att uppnå en prestation, vilket ställs mot ett uppsatt mål (Ax et al., 2015).

3.2.1 Effektivitet i ett logistiksystem

Ax et al. (2015) gör även en distinktion mellan en inre och en yttre effektivitet. Med inre effektivitet menas "att göra saker rätt" inom företaget och är ofta kopplat till att utföra aktiviteter kostnadseffektivt. Produktivitet förknippas med den inre effektiviteten och begreppen avser samma förhållande mellan tillförda resurser (inflödet) och det som produceras (utflödet), skillnaden anses vara att produktivitet mäts i absoluta termer. Yttre effektivitet baseras på faktorer från ett utifrån perspektiv, det vill säga ett marknadsperspektiv där kundvärde idag anses vara mycket centralt. Begreppet handlar om att tillfredsställa kunders efterfrågan genom att producera och erbjuda det som efterfrågas (Ax et al., 2015).

Fugate, Mentzer, och Stank (2010) beskriver att effektivitet i logistiksystem tidigare diskuteras ur ett perspektiv där en hög inre effektivitet utesluter en hög yttre effektivitet i logistiska

aktiviteter. Det har lett till att företag har behövt välja mellan att satsa på en inre eller yttre effektivitet, men forskning menar nu att båda perspektiven behöver beaktas. På dagens konkurrensutsatta marknader är det viktigt att eftersträva en hög inre effektivitet med kostnadseffektiviseringar och en hög yttre effektivitet där kundens förväntningar besvaras för att särskilja sig från konkurrenter (Fugate et al., 2010). Ax et al. (2015) håller med om den inre och yttre effektiviteten bör betraktas ur ett helhetsperspektiv. Det finns en överhängande risk att exempelvis kostnadsbesparingar som leder till en högre inre effektivitet, kan uppfattas som en försämring av kvaliteten från kundens perspektiv. Detta kan leda till att effektiviteten minskar ur ett helhetsperspektiv till följd av att företaget inte motsvarar kundens förväntningar (Ax et al., 2015).

Karlsson (2008) menar i sin avhandling om leveransalternativ för e-handel med dagligvaror att det är viktigt att beakta både den inre och yttre effektiviteten vid utvärdering av olika leveransalternativ. Den inre effektiviteten kan utvärderas ur ett kostnadsperspektiv med exempelvis leveranskostnad per order som ett produktivitetmått. Den yttre effektiviteten kan värderas genom att utifrån kundens perspektiv undersöka vilka leveransalternativ som genererar ett högt värde och därmed efterfrågas i hög utsträckning (Karlsson, 2008).

3.3 Kundvärde

Kotler, Armstrong och Parment (2013) menar att på dagens hårt konkurrensutsatta marknad strävar företag efter att leverera ett högre kundvärde än sina konkurrenter för att stå sig i konkurrensen. Kundernas preferenser och behov driver därmed utvecklingen och påverkar det kunderbjudande som företagen erbjuder. Kundvärde beskrivs enligt Simchi-Levi, Kaminsky, Simchi-Levi, och Kaminsky (2007) som skillnaden mellan kundens upplevda värde av varan/tjänsten och vad kunden får betala för varan/tjänsten. Kotler et al. (2015) beskriver att värdet en kund upplever att en produkt eller tjänst genererar består av produktens eller tjänstens funktionalitet samt ett subjektivt värde. Det subjektiva värdet kan exempelvis vara en känsla som kunden upplever då denne konsumerar produkten. Kotler et al. (2015) beskriver vidare kostnaden som ett pris i monetära termer samt en subjektiv kostnad. En subjektiv kostnad kan vara exempelvis tid eller en fysisk ansträngning som krävs för att köpa produkten. Kotler et al. (2013) beskriver kundvärde som skillnaden mellan de fördelar en kund upplever att en produkt genererar och vad produkten eller tjänsten kostar kunden. Kunder handlar gene-

rellt (men inte alltid) rationellt genom att sträva efter att maximera kundvärdet (Kotler et al., 2013).

3.3.1 Balansen mellan kundvärde, kostnader och effektivitet

Genom att kartlägga kundernas preferenser kan företag konkurrera med att erbjuda en vara eller tjänst som genererar ett högt kundvärde. Förändringar och förbättringar i hela försörjningskedjan drivs av vad kunderna efterfrågar, hur konkurrenterna agerar samt av företagets strävan efter att skapa konkurrensfördelar (Simschi-Levi et al., 2007). Eugene, Anderson och Sullivan (1993) beskriver dock hur företags strävan efter att maximera och öka kundnöjdheten kan vara direkt skadligt för företaget, om inte en balans finns mellan att tillgodose kundens behov och vad det kostar företaget att tillgodose de behoven. Om en utveckling av företagsprodukt eller tjänsteerbjudande ökar företags kostnader men inte ökar kundens upplevda värde av produkten eller tjänsten i samma utsträckning, kan detta ha en negativ påverkan på företagets lönsamhet och effektivitet. Kotler et al. (2013) menar att företag alltid kan öka kundvärdet ytterligare, exempelvis genom att sänka priset på varan eller tjänsten. Däremot menar Kotler et al. (2013) i linje med Eugene et al. (1993) att det kan vara skadligt att hela tiden sträva efter att maximera kundvärdet då detta kan gå ut över lönsamheten. Svårigheten ligger i att balansera sin strävan efter att erbjuda kunderna produkter eller tjänster som genererar ett högt kundvärde med kraven på lönsamhet och effektivitet.

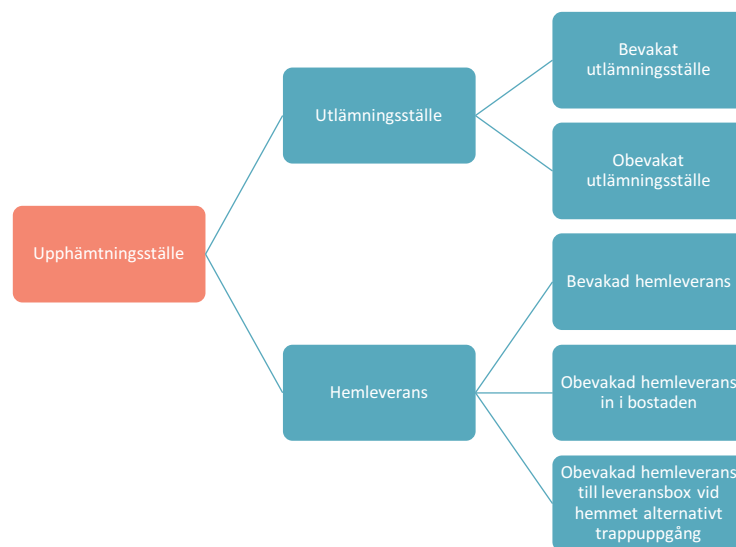
3.3.2 Vad genererar kundvärde vid leveranser

HUI (2016) visar på att kunder tenderar att värdera bland annat bekvämlighet högt vid leveransen. Anderson (1972) menar att bekvämlighet vid konsumtion grundar sig i att kundens behov och önskemål tillfredsställs samtidigt som tid eller energi frigörs. Karlsson (2008) diskuterar i sin avhandling bekvämlighet vid handel över internet utifrån Browns (1989) beskrivning av bekvämlighet som ett flerdimensionellt begrepp. Karlsson (2008) diskuterar bekvämlighet bland annat utifrån aspekterna tid och plats och argumenterar för att det är viktigt för kundens upplevda bekvämlighet vid e-handel att produkten finns tillgänglig vid en bekväm tidpunkt. Ledtiden, det vill säga tiden från det att kunden beställt produkten till det att kunden tar emot produkten, är också central utifrån tidsaspekten. Den andra centrala aspekten är plats och berör att produkten finns tillgänglig på en för kunden bekväm plats. Aspekterna tid och plats är alltså centrala för kundens upplevda bekvämlighet vid handel över internet (Karlsson, 2008).

Morganti et al. (2014), Joerss et al. (2016) och HUI (2016) visar i linje med den argumentation som Karlsson (2008) för angående tids och platsaspekterna att det är viktigt att erbjuda kunderna leveransalternativ där kunden själv kan bestämma var och när leverans ska ske, vilket efterfrågas av kunderna. Enligt HUI (2016) är det också viktigt för konsumenterna att få tydlig information om hur och när leverans kommer att ske. Utifrån detta är alltså möjlighet att välja leveransställe (valfrihet), korta ledtider, möjligheten att välja när leverans ska ske (flexibilitet) och information om när leverans kommer ske centrala utifrån vad som genererar ett värde för kunden vid leverans av varor. Morganti et al. (2014), Joerss et al. (2016) och HUI (2016) visar alla på att leveransupplevelsen blivit en viktig faktor för företag att konkurrera med.

3.4 Olika leveransalternativ och dess karakteristik

För att skapa en överblick av olika leveransalternativ används modellen, enligt figur 3. Modellen illustrerar de olika leveransalternativen som undersöks i denna studie.



Figur 3: Olika leveransalternativ. Källa: egen

3.4.1 Bevakad hemleverans

En bevakad hemleverans innebär att en behörig person måste ta emot varan vid hemleveransen. Enligt HUI (2016) levererades fem procent av kunders senaste inköpta vara med bevakad hemleverans under dagtid och en procent levererades under kvällstid. Undersökningen visar även att det finns en ökad efterfrågan av hemleveranser på kvällstid, då tio procent svarade att

de hade önskat att varan levererades på kvällen HUI (2016). Morganti et al. (2016) menar i en studie om leveransalternativ gjord i Tyskland och Frankrike att bevakad hemleverans är det leveransalternativ som föredras av kunden, då det anses vara både snabbt och pålitligt. Bring (2012) visar att svenska kunder generellt föredrar att få tunga varor hemlevererade men inte ställer krav på hemleverans av lättare varor.

Ur ett "sista milen perspektiv är enligt Gevaers et al. (2011) bevakade hemleveranser det mest problematiska leveranssättet. Har det inte avtalats ett leveransfönster inom vilket leveransen ska ske, är det stor risk att det inte finns någon hemma som tar emot godset. Resultatet blir då att godset måste köras ut igen eller att kunden får hämta paketet på ett utlämningsställe (Gevaers et al., 2011). Morganti et al. (2014) belyser också att bevakade hemleveranser utgör det mest problematiska leveranssättet ur citylogistikens synvinkel. I Storbritannien menar Visser et al. (2013) att ett leveransfönster sällan avtalas utan konsumenten får då endast information om vilken dag leverans kommer att ske och inte vilken tid, vilket leder till att tolv procent av hemleveranserna misslyckas med leverans på första försöket. Samtidigt menar Gevaers et al. (2011) att om det avtalats ett leveransfönster så är det svårare att skapa en optimal ruttplanering, vilket resulterar i fler körda mil samt en försämrad effektivitet för att leverera samma antal paket.

Visser et al. (2014) menar i linje med detta att bevakad hemleverans är problematiskt på olika sätt för olika intressenter. För konsumenten är problemet att denne måste stanna hemma för att ta emot sin leverans, att leveransen inte kommer i tid eller att leveransfönstret är för långt. För transportören är problemet med bevakad hemleverans exempelvis merkostnader då de inte kan leverera på första försöket (Visser et al., 2014).

3.4.2 Obevakad hemleverans in i bostaden

En obevakad hemleverans betyder att leveransen kan ske utan att behörig person tar emot hemleveransen. McKinnon och Tallam (2003) beskriver hur leveransen kan ske genom att transportören får tillgång till hemmet genom exempelvis en engångskod. Olika sätt att hantera säkerheten diskuteras, ett exempel är att transportören endast har tillgång till garaget och att information matas in elektroniskt om exakt när transportören anländer samt lämnar bostaden. Kunden får sedan den informationen genom ett sms eller ett mail (McKinnon och Tallam, 2003). Idag är det enligt HUI (2016) ingen av kundernas senaste vara som har levererats genom detta leveranssätt. HUI (2016) beskriver dock att det är ett möjligt framtida

leveransalternativ att transportören kan gå in i hemmet genom att få tillgång till en engångskod och lämna varorna. Undersökning visar att 24 procent av de tillfrågade konsumenterna tror att leveransalternativet kommer att vara ett möjligt alternativ inom fem år, en siffra som är högre än vid tidigare undersökningar. Det ligger enligt HUI (2016) en utmaning i att många kunder upplever det som otryggt att släppa in en främmande person i bostaden men samtidigt menar de att detta kan vara en mognadsfråga då det exempelvis är vanligt att många har städhjälp och därmed lämnar hemmet obevakat.

3.4.3 Obevakad hemleverans till leveransbox integrerad i bostaden alternativt trappuppgång

Andra exempel på obevakad hemleverans är leverans till leveransbox integrerad i bostaden eller leveransbox i trappuppgången. Genom detta alternativ diskuterar Punakivi, Yrjölä, och Holmström (2001) hur olika former av leveransboxar kan minska företagets kostnader för hemleveranser med 60 procent. Detta till följd av att transportören inte behöver planera sina rutter utifrån att de ska leverera olika tider till olika kunder. Gevars et al. (2011) menar också att problemet med missade hemleveranser försvinner när leveransen inte behöver signeras av en mottagare. Punakivi et al. (2001) anser att leveransboxar därmed är en bra lösning för alla parter då transportföretagen kan utföra sina leveranser mer kostnadseffektivt, utan att kompromissa med servicegraden då de fortsatt kan erbjuda kunderna hög tillgänglighet och flexibilitet. Dessutom tillkommer det ur kundens perspektiv en hög bekvämlighet när inte leveransen fysiskt behövs tas emot, utmaningen med leveransalternativet ligger däremot i den investeringskostnad som initialt tillkommer vid inköp av leveransboxen (Punakivi et al., 2001). Enligt HUI (2016) levererades 22 procent av kunders senaste e-handlande vara genom obevakad hemleverans till brevlådan och fyra procent levererades genom en obevakad hemleverans utanför kundens dörr. Däremot spår kunder en annan bild framöver då 56 procent av de tillfrågade tror att leveranser med stor sannolikhet kommer ske till en låst varubox vid hemmet (HUI, 2016). McKinnon och Tallam (2003) beskrev tidigt hur de trodde att när mängden gods som ska distribueras ut till slutkonsumenten ökar kommer också en större andel levereras ut genom obevakade hemleveranser.

3.4.4 Bemannat utlämningsställe

Click and collect innebär att den beställda varan hämtas från ett bemannat utlämningsställe, exempelvis en butik. Leveransalternativet utgjorde 60 procent av alla leveranser i Sverige år 2016 (HUI, 2016). Det är en stor skillnad i hur stor andel av leveranserna i Sverige som utgörs av leveranser till utlämningsställen jämfört med andra länder. I Storbritannien utgjorde click

and collect enbart 20 procent av de totala leveranserna (Barone och Roach, 2016). Enligt Bring (2012) föredrar svenska kunder att få mindre och dyrare paket till utlämningsställe framför att få dem hemlevererade.

3.4.5 Obemannat utlämningsställe

Automatiserade utlämningsställen innebär att leveransen sker till automatiserade utlämningsboxar. Alternativet har provats på flera ställen och boxarna är ofta belägna i närheten av tunnelbanestationer, shoppingcenter eller andra ställen där människor naturligt rör sig i vardagen (Barone och Roach, 2016). Enligt HUI (2016) levererades inga av svenska konsumenters senaste vara genom automatiserade utlämningsställen år 2016. Barone och Roach (2016) påpekar att både click and collect och automatiserade utlämningsställen möjliggör att transportörerna i högre grad kan konsolidera sina leveranser jämfört med hemleveranser vilket gör det mer kostnadseffektivt för transportören. Taniguchi och Thompson (2015) argumenterar i linje med detta för att leverans till utlämningsställen är kostnadseffektiv till följd av samlastning, vilket gör det till ett attraktivt alternativ för transportören. Visser et al. (2014) menar att utlämningsställen möjliggör samlastning i högre grad och argumenterar för att samarbete transportörer emellan genererar en högre effektivitet för respektive transport. Joerss et al. (2016) argumenterar också för att automatiska leveransalternativ kommer att stå för 80 procent av alla leveranser i framtiden.

4. Empiri

I detta avsnitt presenteras först resultatet från de två fokusgrupperna och avslutningsvis i avsnittet presenteras enkätundersökningen. För att deltagarna ska vara anonyma kommer namn inte att benämnas i resultatet. Istället används 1 för fokusgrupp 1 och 2 för den andra genomförda fokusgruppen. Det vill säga 1:1 står således för person 1 i fokusgrupp 1.

4.1 Kartläggning av deltagarna och deras erfarenheter i dagsläget

Kort presentation om deltagarna:

- Fem män och fyra kvinnor.
- Deltagarna var i åldersspannet 26 till 60.
- Två deltagare bor i villa och resterande sju i lägenheter.
- Två deltagare är studenter och sju deltagare arbetar.
- Fyra deltagare har barn i varierande åldrar.

Alla nio deltagare i får i dagsläget majoriteten av sina paketleveranser till utlämningsställen. Deltagarna har vid enstaka tillfällen fått paket hemlevererade eller levererade till DHL och Schenkers utlämningsställen. Vid uthämtning av leveranser använde en deltagare uteslutande bil vid uthämtning och beskrev att avståndet på 15 minuter enkel promenadväg och en lång backe gjorde att det var smidigare att hämta ut godset med bil. Sex av deltagarna hämtar sina leveranser till fots då de bor inom några minuters avstånd. Resterande två deltagare använder oftast cykel men vid större leveranser bil.

4.1.1 Betalningsvilja

Betalningsviljan bland majoriteten av deltagarna är i dagsläget låg. Anledningarna till att de inte betalar för frakt berodde på flera olika anledningar. Flera av deltagarna menade att de alltid väljer gratisalternativet om ett sådant finns.

1:1 Jag brukar alltid välja gratisalternativet om det finns. Jag har sällan bråttom med det jag beställer.

Två deltagare menade att det beror på att de är snåla när det kommer till fraktkostnaden och att det bör ingå i priset. En aspekt som togs upp var att fraktkostnaden är avgörande när de väljer från vilken sida på nätet de handlar ifrån, speciellt då köpet innefattar en mindre pro-

dukt. En annan anledning som också diskuterades var att det ofta är fri frakt vid en viss summa. Flera av deltagarna menade att de då handlar för den summan för att undkomma fraktkostnaden.

2:1 Ja står det att det är gratis frakt vid 500 så köper jag nog det oftast.

2:4 Det gör jag med.

Det fanns i dagsläget en viss betalningsvilja för frakt när det gällde större gods som cyklar eller soffor. Flera deltagare ansåg att det berodde på varan om det var värt att betala frakt eller inte. En större tjänst där även bortforsling av emballage och där "kringtjänster" ingick ansågs vara mer värt att betala för, speciellt om de inte hade tillgång till bil.

1:2 När vi köpte soffa på Mio då betalade vi ju 600 kr tror jag. Då fick vi den hemkörd och uppturen och även bortforsling av emballaget ingick.

1:5 Det var helt ok pris att betala 600kr för den tjänsten!

1:4 Kanske till och med är det värt mer än 600 kr?

4.1.2 Upplevda brister vid leverans

Majoriteten av deltagarna anser att dagens leveransalternativ fungerar bra. Det uppkom några synpunkter på olika störningsmoment. Två av deltagarna diskuterade att det inte fungerar med informationen från utlämningsstället. Det upplevda problemet var att effektiviteten försämrades på grund av att utlämningsstället inte skickar ut avier direkt när leveransen sker utan deltagarna upplevde en fördröjning av leveransen.

2:1 För mig är det ett problem för jag vet att varan är där. Jag vet att den är levererad men jag vet att de inte har packat upp den och då kan jag inte hämta paketet, vilket är ett irritationsmoment.

Även hemleverans diskuterades som ett område med brister. Hemleverans upplevdes vara smidigt när det erbjuds ett kortare leveransfönster och tvärtom så upplevdes alternativet besvärligt vid ett långt. Även missad hemleverans var ett problem då mottagaren måste

transportera sig långt för att hämta ut leveransen vilket inte uppskattades. En grupp diskuterade även hur långt leveransfönster som var acceptabelt och landade i att två timmar är ett rimligt tidsspann.

2:2 Jag tycker det är ganska jobbigt med UPS att du behöver typ vara hemma mellan 8 till 20 ibland när de bara ska leverera en keps. Det suger. Missar du dessutom leveransen måste du åka långt för att hämta ut den...

4.1.3 Viktiga attribut vid leverans

Förväntningar på leveranser

Flera av deltagarna menade att det är svårt att uppleva att leveransupplevelsen ger ett mervärde och menade att det är svårt att imponera med en leveranstjänst då tillfredsställelsen handlar om förväntningar.

1:2 Det är väl en sådan här tjänst man bara antar ska fungera. Men fungerar det inte så blir man ju... Det är svårt att överträffa någons förväntningar när det gäller leveranser. I och med att man förväntar sig att det ska fungera precis som de har sagt...

Punktlighet

Deltagarna menade att de kunde acceptera längre ledtider för vissa typer av varor, men att det var väldigt viktigt att varorna då kom inom på den utsatta tiden.

1:3 Fem dagar är ok men då vill jag ha det inom den tiden och veta att utlämningsstället är öppet så jag kan planera efter det...

Tillgänglighet/öppettider

I en av fokusgrupperna diskuterades det hur viktig tillgängligheten är då leveransen anlät. När leveransen väl kommit till utlämningsstället upplevs det som ett störningsmoment om den inte går att hämta ut på grund av begränsade öppettider.

Flexibilitet

En grupp diskuterade samstämmigt att det hade genererat ett mervärde och bidragit till en hög bekvämlighet om det var möjligt att styra om hemleveranserna till en ny tidpunkt. De diskuterade den frihet det skulle generera om det var möjligt att med kort varsel senarelägga

hemleveransen eller styra om leveransen till ett annat ställe. Aspekten att inte känna sig ”låst” kom upp under diskussionen.

1:1 ...om det bara ringer en vän och vill fika liksom, man vill inte avboka trevliga saker för att ta emot paket.

1:3 Om man skulle boka om får det inte dröja till nästa vecka utan då vill man bara skjuta på det lite.

Flexibilitet vid val av utlämningsställe

Sex av nio deltagare uttryckte hur viktigt det är att kunna välja vart leveransen ska ske. Deltagarna uttryckte att leveranser kommer till olika utlämningsställen i dagsläget men att det är viktigt för dem att kunna välja då det skiljer sig i hur långt bort olika utlämningsställen är belägna och att på vissa ställen var det betydligt längre kö för att hämta ut leveransen.

1:3 Att välja vilket utlämningsställe är viktigt. Jag väljer mycket hellre Ramis än Coop Landala

2:3 Det är väldigt bra om man får många alternativ att välja mellan. Det ger ett mervärde och är aldrig något dåligt....

De två deltagare som har mindre barn i familjen betonade att deras tid är begränsad och att det då är viktigt att erbjudas valmöjligheten att välja vart leveransen ska ske.

2:2 Att välja till vilket utlämningsställe det levereras till ger ett mervärde. Då det kan skilja hur långt dit det är. Ens egen tid är jättevärdefullt.

4.2 Bevakad hemleverans

En bevakad hemleverans innebär att en behörig mottagare måste signera och ta emot leveransen.

4.2.1 Fördelar respektive nackdelar vid en bevakad hemleverans

Diskussionen startade i båda grupperna om olika nackdelar som en bevakad hemleverans medför. En samstämmig diskussion om en upplevd nackdel är att leveransen måste tas emot av behörig person och att det då måste planeras in i tid.

1:5 En stor nackdel är att man måste bestämma ett fysiskt möte och få ihop de klockslagen.

1:4 Och det kan ju många gånger vara svårt!

1:5 Något som du slipper om du åker till ett utlämningsställe!

2:1 Enda problemet jag kan se med det är att jag måste vara hemma.

Fyra av deltagarna diskuterade även att det upplevs som ett störningsmoment i vardagen och att det begränsade deras inplanerade aktiviteter genom att de kände sig låsta till hemmet. De upplevde att de inväntade leveransen innan de tog sig för att göra andra saker.

1:1 Även om man är hemma mellan 18:00 - 21:00 så kommer någon och stör en...

1:4 Man känner sig lite låst!

Fyra deltagare upplevde också att de önskar att mindre paket levereras till utlämningsställen hellre än hemleverans då de upplevde att de själva kan välja när de ska hämta leveransen.

1:2 Jag skulle hellre få det till Ramis (Utlämningsställe), det är så nära ändå och då kan jag själv välja när jag kan gå och hämta det...

1:3 Jag skulle välja det för de artiklarna som är lätta att ta hem.

1:5 Om det är större artiklar och jag har bokat en tid så okej. Annars är det smidigare att gå och hämta det jag beställer!

Fördelar med bevakad hemleverans som diskuterades är att det upplevs som ett smidigt alternativ om det går att styra när leveranser sker och att det möjliggör att det går att göra andra

saker samtidigt. En annan fördel som båda grupperna diskuterade var att det är praktiskt att större, tyngre och otympliga varor levereras hem och att det kan vara värt att hålla sig hemma för typen av leverans. Även matvaror ansågs vara viktigt för att kunna plocka upp och ställa in i kylen. Dock diskuteras det att tidsaspekten är viktigt då. Senare kvällsleveranser ansågs tillföra ett mervärde då det ansågs vara mer troligt att inte missa leveransen. Deltagarna uttryckte att kvällsleveranser borde vara rimligt då fler är hemma vid de tiderna. En aspekt var att paketleveranser ansåg vara ett serviceyrke som då innefattar obekväma arbetstider och borde medföra att kvällsleveranser är rimligt för kunder att förvänta sig.

1:2 Kanske förutsätter att det är en tid man inte tvingas ta ledigt från jobbet för att kunna ta emot...

1:1 Det skulle vara bra att kunna få leveransen senare på kvällen så det går att hinna med andra saker som att träna emellan...

Grupperna ägnade mindre tid till att diskutera fördelar med en bevakad hemleverans. I grupp nummer två avslutades diskussionen relativt snabbt och i grupp nummer ett övergick deltagarna till att diskutera potentiella utvecklingsmöjligheter med hemleverans. Gruppen såg fördelar med att kunna inspektera varans kvalitet och ansåg att det skulle vara smidigt att direkt kunna returnera varan om den inte uppfyllde kraven. Det togs även upp i diskussionen att varor som behövs provas skulle kunna returneras smidigt om transportören skulle ha möjlighet att vänta en stund.

1:1 Så kommer någon med tre par olika storlekar då kan man prova dem och sen skicka med de tillbaka. Om personen kan stanna en stund.

1:2 Det skulle vara väldigt bra!

Det togs flera gånger upp olika "kringtjänster" som skulle kunna skapa mervärde med en hemleverans.

1:2 Om det dessutom kan vara att soffan blir uppbyren och man tar med sig emballaget eller monterar tv:n på väggen.

1:5 Hade ni haft en gammal soffa hade de kunnat ta med den också.

4.2.2 Personligt bemötande

Åtta av nio deltagare svarade unisont att det inte skapar ett mervärde med ett personligt bemötande. Endast en framförde att det är trevligt att en person lämnar godset men instämde senare att överlag genererar det inget mervärde med personlig service.

1:4 Vi har ju fått Linas matkasse under ett tag och som svar på den frågan med mötet så säger man bara tack så mycket och så stänger man dörren.

1:3 Det är inte själva mötet med personen som är viktig utan det viktigaste är att jag får min vara.

4.2.3 Grannsämja

Deltagarna fick frågan om de inte hade möjlighet att vara hemma för att ta emot leverans, hur de skulle ställa sig till att en granne kan ta emot leveransen istället. Inställningen skiljer sig åt mellan de två olika grupperna. I den första gruppen var alla positivt inställda till alternativet, en aspekt som diskuterades var att det var viktigt att alternativet måste vara valbart. Alla höll med om att det inte skulle ske per automatik utan att det skulle vara valbart för varje enskild leverans. Även att det inte skulle ske för ofta och att det helst ska vara en trevlig granne som tar emot var önskemål från deltagarna.

1:5 Man kanske inte vill att grannen ska veta vad som har beställts.

1:4 Om det är en trevlig granne så kanske det skulle vara ok att grannen tar emot.

I den andra gruppen var inställningen mer reserverad mot förslaget. Tre av fyra personer ansåg att de inte vill att en granne ska ta emot paketet. Olika anledningar till detta ansågs vara att det upplevs besvärligare än att hämta paketet på ett utlämningsställe och grannarna inte ansågs vara pålitliga. En deltagare skulle i dagsläget kunna tänka sig att hans leveranser togs emot då deltagaren hade en kompisrelation med grannen. Detta fick en annan deltagare att inse att alternativet var önskvärt om denne hade en relation till grannen.

2:1 Jag har ingen lust att knacka på hos grannen!

2:2 Vi känner några väl i trappuppgången och de hade gärna fått ta emot leveranser åt oss.

4.3 Obevakad hemleverans

Tre alternativ diskuterades avseende obevakade hemleveranser. Hemleverans in i bostaden där leverantör obevakat har tillgång och kan lämna leveransen. Exempelvis finns det en lösning att få tillträde till bostaden genom ett digitalt lås. Alternativ två och tre som diskuterades var leverans till en leveransbox integrerad i lägenheten alternativt leveransboxar i trappuppgången.

4.3.1 Obevakad hemleverans in i bostaden

Vid frågan hur deltagarna skulle vara bekväma med att en transportör genomför en obevakad leverans in i bostaden svarade sex av nio deltagare svarade spontant och bestämt nej till alternativet. Som främsta anledning uppgavs att det känns otryggt och osäkert att en främmande person har tillgång till ens hem. Det togs även upp i båda grupperna att hemmet kan vara stökigt och att det de skulle kännas som en press att behöva städa. Det ansågs även vara obehagligt att det helt plötsligt skulle kunna "dyka" upp någon okänd i ens hem oanmäld.

1:4 Jag skulle absolut inte vara bekväm med det.

1:3 Jag menar visst vi har ju haft hantverkare och sådär hemma men...

2:1 Jag vet inte om jag gillar att ha folk i min lägenhet.

2:3 Jag hade nog känt mig stressad av att någon ska gå in...

Tre deltagarna ställde sig direkt positiva och ansåg att det skulle vara ett bekvämt leveransalternativ. Deltagarna förde fram att de i flera fall hellre hade velat ha en obevakad hemleverans framför en bevakad.

2:2 Jag skulle vara ganska game på detta. Det är ju inte värre än att släppa in en hantverkare.

*1:1 Ja att komma in i hemmet vore inga problem för mig. Tycker inte det är några kons-
tigheter.*

Diskussionen gick sedan vidare till att innefatta möjliga lösningar som skulle kunna göra att alternativet uppfattades som ett tryggare alternativ. Säkerheten diskuterades ingående och var en mycket viktig aspekt för flera deltagare. Det var viktigt att kunna se vem som levererar och när personen både kommer och lämnar. Det skulle vara acceptabelt om det var möjligt att veta vem som går in och när. Det diskuterades att en applikation liknande Über skulle kunna vara en lösning där betyg ges till den som levererar och att det genererar en trygghetskänsla.

*2:3 Men på något sätt skulle jag vilja veta vem som lämnar mitt paket. Jag skulle vilja ha
någon slags kontroll över det.*

*2:1 Tänk om jag gör något som gör att jag inte hör och helt plötsligt så står det en brev-
bärare där.*

1:3 Om man kanske skulle få ett litet sms när någon går in och när den går ut också.

Det diskuterades även att det hade varit skillnad om det varit någon person som man träffat och att det hade upplevts tryggare. Det togs även upp andra lösningar som då innebär att det är samma person som levererar in i hemmet vilket alla ansåg gjorde det mer tryggt att släppa in någon i ens hem. Exempelvis diskuterade båda grupperna en eventuell utökad vaktmästar-tjänst i bostadsområdet som bland annat kunde utföra leveranser. Deltagarna diskuterade att de tror att fler tilläggstjänster kommer att adderas till leveranstjänsten då de menar att tid vär-deras väldigt högt.

2:4 En person som man kanske hejar på flertal gånger och så.

1:1 Han kanske jobbar som vaktmästare eller så och bär hem varor också.

1:4 Ja då hade det varit en person som jag känt....

*1:1 Eller någon annan hushållsnära tjänst som städhjälp. Den personen kanske kan ta
med sig paket när den ändå är på ärenden...*

Deltagarna diskuterade även möjligheten att kunna välja från gång till gång hur de önskade sin leverans. De menade att tjänsten att få det hemlevererat behövde vara relativt billig och diskuterade dessutom möjligheten att låta ungdomar i området jobba med att bära ut paketen.

1:1 Jag tänker att om man har ett ställe i området dit paketet kommer i området så får man veta i en applikation att det kommit. Så väljer man om man vill hämta det eller ha det utburet och i så fall betala för den tjänsten. Tänk sedan om man kunde skicka ut massmeddelanden till alla ungdomar i området som har anmält sig: "Vill du ha lite jobb så kom och bär kassar".

Flera deltagare som var negativt inställda till förslaget ändrade sig efter diskussionen om lösningar och konstaterade att det är möjligt att detta är ett möjligt alternativ i framtiden om det går att lösa så att det upplevs tryggt.

1:2 Jag skulle hellre ha en obevakad än en bevakad. Om man hittar ett praktiskt sätt att få det att funka på. Väldigt bekvämt ju att hyllorna står där innanför dörren.

1:4 Det vore fantastiskt i sådant fall. om man kan lösa det på ett bra sätt så jag som boende känner mig trygg.

4.3.2 Obevakad hemleverans till en leveransbox integrerad i lägenheten eller leveransboxar i trappuppgången

Fördelar som togs upp med obevakad hemleverans var att paketet kunde lämnas nära hemmet och ingen behövde vara hemma för att ta emot leveransen vilket upplevs bekvämt. Det konstaterades även att den upplevda otryggheten med den obevakade hemleveransen försvann och att detta alternativ kändes säkrare. Det diskuterades att detta var ett bra alternativ för många varor som smink, kläder och mat. Det var viktigt att det finns kyl och frysmöjligheter i boxarna.

1:3 Men fördelen är ju att man känner sig trygg med att ingen går in i lägenheten såklart.

2:3 Mathem.se kan leverera dit! Men det måste finnas ett kylfack så varorna inte tar stryk. Tycker att detta alternativet känns klockrent!

2:1 Det kan funka för alla mindre varor.

Nackdelar som båda grupperna diskuterade var om paketet som levereras är för stort för boxarna. Det var även flera som ansåg att en leveransbox integrerad i lägenheten skulle innebära en "död" yta som inte var önskvärd. Det uppkom många funderingar från deltagarna hur alternativet fungerar rent praktiskt. Aspekter och funderingar som framfördes var hur länge skåpet är ens eget? Om paketet måste hämtas ut innan en viss tid? Vad som skulle hända om flera inte har hämtat ut så att det blir fullt och vart paketen i så fall levereras istället?

2:2 En nackdel är om jag beställer något större och den inte får plats.

2:1 Det är ett problem om jag enbart har det leveransalternativet.

Deltagarna fick även en öppen ställd fråga om de är villiga att betala för investeringskostnaden för leveransboxen. I den ena gruppen resonerade deltagarna att det berodde på om det var en bostadsrätt eller hyresrätt. De var villiga att investera om de såg en möjlighet att de skulle få tillbaka investeringen vid en eventuell försäljning av bostaden. Vid köp av en nyproducerad lägenhet ansågs deltagarna att priset för leveransboxen borde vara inkluderad i priset. Summor som diskuterades varierade mellan 2000 till 50 000 kronor. Deltagarna resonerade även kring att de var villiga att betala mer beroende på hur på i hur stort behov de ansåg att de hade av ett erhålla varor ända hem.

1:4 Jag kan kanske tänka mig att betala olika mycket beroende på vilket skede man är i livet. Det beror ju på vilket mitt personliga behov är!

4.3.3 Måste varorna levereras hela vägen hem

Det upplevdes viktigt att boxarna inte var belägna för långt bort, önskvärt var i varje huskropp. Diskussionen gick vidare i den första gruppen till att det inte skulle behöva vara leveransboxar i trappuppgången utan ett större rum i källaren skulle kunna fungera som ett "leveransrum" med plats för både kylrum och större leveranser. Det diskuterades hur tekniska lösningar kunde möjliggöra att det går att se vem som har hämtat ut ett visst gods för att undvika stölder.

1:1 Kanske att du kan checka in vad du har hämtat ut?

1:4 Ja då blir det som på utlämningsstället fast i rummet.

1:3 Precis man måste blippa varan mot ett kvitto

1:2 Ja det vore snyggt faktiskt

Att det skulle finnas ett kylrum var något som även kom upp i den andra gruppen där det diskuterades olika lösningar ifall inte godset fick plats i boxar och hur det skulle kunna distribueras ut på ett bra sätt.

2:2 Om man bor i ett bilfritt område som man kan se i gamla franska filmer där det finns en portier, så kanske det kan vara ett alternativ att det kommer matleveranser till alla som beställt. Så kanske det finns typ ett kylrum och så har du din hylla där så distribuerar de ut dem.

2:4 Ja att någon tar hand om det och att ingen kan stjäla det.

2:3 Ja det där du sa känns ju grymt. Att det finns typ finns ett inbyggt utrymme!

Återigen gick diskussionen in på att det fanns en person som ansvarade för tjänster inom området och att det upplevdes som ett bra och önskvärt alternativ.

2:2 Jag hade en diskussion om att man kanske inte ska ha det som bostadsrättsföreningar utan kanske ska ha det som kooperativ och då finns det sådana lösningar. Att man tillsammans beräknar att i den här trappuppgången går det åt 100 liter mjölk i månaden och då beställs det hem. Mjölkbud fanns ju förr där man ställde ut och fick sin hink fylld...

2:2 Eller som en utökad vaktmästartjänst!

2:3 Ja eller någon pensionär som kan få känna sig viktig?

2:4 Det skulle jag också kunna tänka mig.

4.4 Obemannat utlämningsställe

Vid frågan hur deltagarna ser på en bemannad ”pakethubb” i området dit alla paket att distribueras till. Alternativet uppfattades som det är i dagsläget vid utlämningsställen. Det måste vara beläget inom ett rimligt avstånd, gärna vid lokaltrafik där de ansåg sig passera utan omväg. Det som anses vara begränsande med ett bemannat utlämningsställe är begränsade öppettider och att kö kan uppstå vid de tider som de flesta börjar eller slutar arbeta. Fördelen med alternativet som nämndes var att det upplevdes som miljövänligt att alla paket levereras till samma ställe och ur den synvinkeln upplevdes det som positivt.

4.5 Obemannat utlämningsställe

En automatiskt paketrobot i området där boende har möjlighet att hämta ut paketet vid valfritt tillfälle. Fördelen med den bemannade servicestationen upplevdes vara att det finns möjlighet att hämta ut ditt paket när de ville vilket gav en stor flexibilitet. Exempelvis diskuterade deltagarna att det var rimligt att ha en obemannad paketautomat vid ställen som man ändå är på såsom vid hållplatsen. Det upplevdes som en frihetskänsla att det levereras till en obemannad servicestation där de ansåg att det var enkelt och bekvämt att hämta ut paketet med en engångskod.

1:1 Då slipper man öppettiderna.

1:4 Just de det är alltid öppet.

2:3 Känns det inte som att framtiden är automatiserad?

4.5.1 Personlig service

Deltagarna anser inte att den personliga servicen vid en bemannad utlämningsställe tillför ett mervärde. Utan majoriteten av deltagarna anser det vara skönt att slippa konversera, speciellt efter jobbet då de önskade komma hem så snabbt som möjligt. De hänvisade också till tidigare diskussion om att det är svårt att ”överträffa” några förväntningar i den här situationen.

1:1 Ja det tycker jag slippa den där mänskliga kontakten...

1:4 Ja klockan 17.30 kanske jag inte vill ha någon personlig kontakt, då kanske jag bara vill komma hem.

1:2 Återigen så är det svårt att med den personliga servicen överträffa mina förväntningar i den här situationen. Jag ska bara ha mitt paket och jag förväntar mig inget annat, det är svårt att bidra med mervärde.

Det diskuterades i den första gruppen att en fördel med personlig service är framförallt för de personer som kan uppleva svårigheter med en självbetjäningsstation. Tekniken kan vara för svåränvänd eller att en funktionsnedsättning försvårar. En lösning som deltagarna ansåg vara ett alternativ var att det skulle kunna kombineras. På samma ställe där det finns en bemannad servicestation går det även att hämta ut paketet obemannat. Ett exempel var ICA's snabbkassor där det finns en person som hjälper till vid behov. Det ansågs även att returerna skulle kunna hanteras på samma sätt att vid behov kunna erbjudas hjälp.

4.6 Betalningsvilja för de olika leveransalternativen

Vid frågan till deltagarna hur villiga de är att betala för olika leveranslösningar som tidigare diskuterats tar diskussionen många inriktningar. Initialt är flertalet deltagare inte intresserade av att betala mer för leveranser utan ansåg att det redan finns inbakat i priset och menade att de idag har vant sig vid att frakt inte kostar något. Det uttrycktes att de ofta handlar på internet för att varan är billigare där och att det vore tråkigt om det upplevdes att frakten gjorde att "vinsten" minskade och att de då istället kunde åka och handla varan själv. Där delade sig dock åsikterna åt och andra menade att det är bekvämligheten som avgjorde och att det var enklare att varan levererades hem och att det skulle vara värt att betala för den bekvämligheten. Det togs upp i båda diskussionsgrupperna att de var villiga att betala leveranskostnader om det möjliggjorde att de inte behövde äga en bil. De två deltagare med mindre barn ansåg sig vara villiga att betala betydligt mer för matleveranser än de andra deltagarna.

2:2: Skulle jag få min mat levererad till en kylbox skulle jag lätt kunna betala för det! Skulle det vara en fast box där jag bor så lätt ett par hundra i månaden.

2:3 Vi pratar ofta om hur dyrt det är att ha bil... Om jag handlar 1 till 2 gånger i veckan så kan jag lätt betala några hundra extra i månaden!

1:1 Istället för att åka och köpa mat själv och ta den kostnaden som bilen medför utan ställa det i relation till hemkörningsavgift, då är i alla fall jag beredd att betala en slant. Men sedan beror ju på varan hur mycket...

Det togs upp i samma diskussion att om du betalar för leveranstjänster och dessutom äger en bil så förändrades betalningsviljan. Då bilen möjliggjorde andra fördelar som att kunna åka på utflykter var det viktigt att det inte kostade för mycket med leveranser. Lösningen som diskuterades var en bilpool och att endast en mindre avgift betalades för leveranser.

2:1 Du kanske fortfarande har bil då har du ju fortfarande båda kostnaderna?

2:4 Alltså jag är också inne på att om det inte överstiger kostnaden att ha bil är jag beredd att betala men annars kan jag göra andra grejer med bilen ju. Jag vill helst inte ha bil i framtiden och då är detta bra alternativ.

2:2 Man kanske kan lägga på lite extra kostnad på hyran och ha en bil pool.

Flera gånger diskuteras möjligheterna att kunna använda sig av olika tjänster/transportätt utan att äga dem såsom en bilpool.

1:4 Jag tänker mig en el-cykel som går att hyra med en stor låda på som jag kan åka och handla med.

4.6.1 Leveranstjänster inkluderat i hyran

Om det skulle finnas en hubb i området dit alla paket levereras, för att sedan distribueras ut i området. Hur skulle ni ställa er till att det finns olika leveranstjänster inkluderat i hyran som en abonnemangstjänst? Exempelvis olika leveranspaket efter behov (Small, medium, large-paket där boende betalar olika mycket för olika hög grad av service). Vid diskussion avseende att det skulle vara inbakat i hyran ansåg flera deltagare att om tjänsten ingick i hyran skulle det vara fördelaktigt eftersom de snabbt skulle ”glömma” att de betalar för den tjänsten utan istället se att det är en service som ingår i hyran. Det diskuterades bland annat att leveranstjänsterna snarare skulle vara ett ”bo-koncept”, och där det är bättre att slå ut kostnaden på alla hyror. Deltagarna menade att man då skulle komma ifrån komplexiteten med uppsägningstid eller andra ”jobbiga” val.

2:1 Typ om tjänsten ingår i hyran så kan jag lätt se det som en fantastisk tjänst utan att tänka på att jag betalar för det. Skithäftig service och då kanske jag använder det mer!

1:1 Jag tänker att om leveranstjänsten är för området då är det ju gratis att få leveransen till området och sedan är det om man har någon kostnad på hyran för olika typer av tjänster i området. Om man bakar in det där i hyran... då ser man ju inte heller kostnaden. Det skulle kunna vara värt några hundralappar på hyran.

Det som däremot talade emot lösningen och diskuterades omfattande var att båda grupperna ansåg det vara svårt att avgöra vilka tjänster som bör ingå i abonnemanget och ingen deltagare var intresserad att betala för något som de inte utnyttjade fullt ut. Det vill säga att de hade svårt att förutspå hur stort deras behov var och att det då skulle vara tvunget att vara väldigt flexibla abonnemang och finnas möjligheter till att snabbt kunna genomföra förändringar. Grupperna kom tillbaka till att det måste upplevas vara ”värt” kostnaden.

2: 4 Spontant känner jag samma som med gymkort. Tänk om jag inte använder det då är pengarna bortkastade.

2:1 Vi är ju väldigt skrämda av ordet abonnemang. Om man kan säga upp det på dagen så kanske det är en annan grej.

2:2 Kanske att om man behöver en utökad tjänst så kan man beställa till det som man idag gör när surfen tar slut.

Ett annat förslag som diskuterades i den första gruppen var att det inte skulle finnas olika storlekar på abonnemanget utan att kostnaden skulle fördelas lika på alla boende oavsett om tjänsterna utnyttjas eller inte. Ett slags ”bo koncept” där alla kommer att utnyttja tjänsterna längre fram.

4.6.2 Betalning per leverans

Det togs upp att det var enklare att betala per leverans och att det då säkerställs att ingen betalar för ett abonnemang som inte används fullt ut. I den första gruppen valde fyra av fem deltagare att hellre betala för leveransen varje gång än att inkludera den i avgiften. Deltagaren som önskade få det inkluderat i hyran ansåg att det då gällde att leveransen var gratis till området men att därifrån betalas en avgift för att få varan hemlevererad smidigt. Det resonerade

att lösningen med abonnemang var en god tanke men att de i dagsläget beställde för få saker för att det skulle kännas rimligt att inkludera det i hyran/avgiften.

1:5 Kan du inte bara betala för den transporten då?

1:3 Jag tycker det känns rörigt att den ska in i hyran alltså!

4.7 Samordning av varuleveranser

Vid diskussion angående inställning till att deras paket kunde samlas vid en pakethubb inom bostadsområdet. Deltagarna ansåg i den andra gruppen unisont att när de väl fått en leverans vill de få tag i sina varor så snabbt som möjligt och de var inte beredda att vänta någon extra tid på att det ska samlas med andra leveranser.

2:1 Nej, är mina varor någonstans så vill jag ha dem genast. Väntetid är bara dötid.

Däremot ansåg alla fem deltagare i den första gruppen att samlastning skulle vara ett önskvärt alternativ. De såg möjligheter att smidigt kunna planera sin tid om veckans leveranser kom samtidigt i en bevakad hemleverans. Deltagarna diskuterade att om de visste att leveranser skedde på måndagar så skulle de planera sina beställningar för att tajma att de skulle hinna med leveransen.

1:2 I kombination om jag vill ha en bevakad hemleverans. Då vet jag att alla mina varor levereras mellan klockan 06:00 till 09:00 på måndagsmorgonen. Så då behöver jag bara vara hemma den tiden en dag...

1:1 Ja det är ju smart ja!

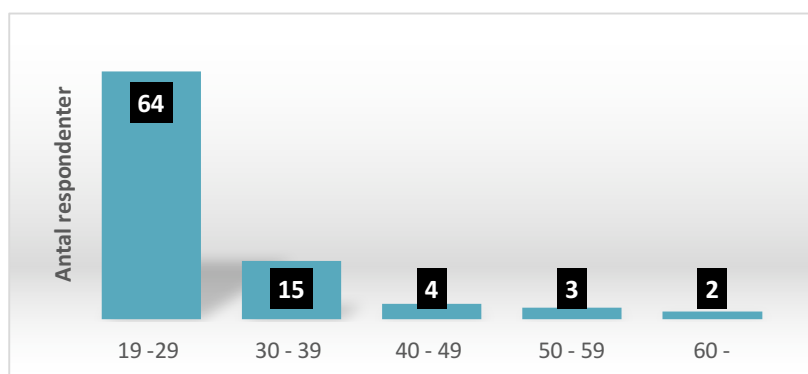
Vidare diskuterades att det är olika leverantörer som levererar och att det ansågs viktigt att varorna kom till samma ställe, vilket en pakethubb skulle möjliggöra. Det ansågs vara en del av problemet idag att flera olika aktörer samarbetar med olika leverantörsställen vilket försvårar en samleverans.

1:2 Om flera storbanker har kunnat samarbeta och få ihop en gemensam tjänst som swish, så borde ju leverantörer kunna samarbeta för att skapa ett mervärde för kunden...

1:1 Det handlar om att bygga en punkt med bra kapacitet så att alla åker dit oavsett vilken leverantör man har så att det finns en plats där allt får plats och att det inte är så stor kostnad för att nyttja hubben.

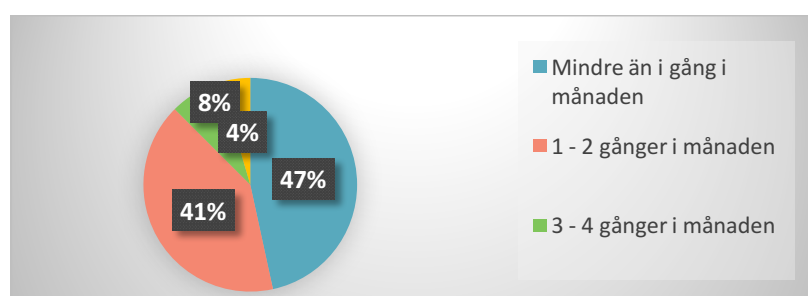
4.8 Resultat från enkätundersökning

Det var en relativt ung grupp som besvarade enkäten. 64 av 88 respondenter var i åldersspannet 19 till 29 år, det vill säga hela 73 procent av deltagarna.



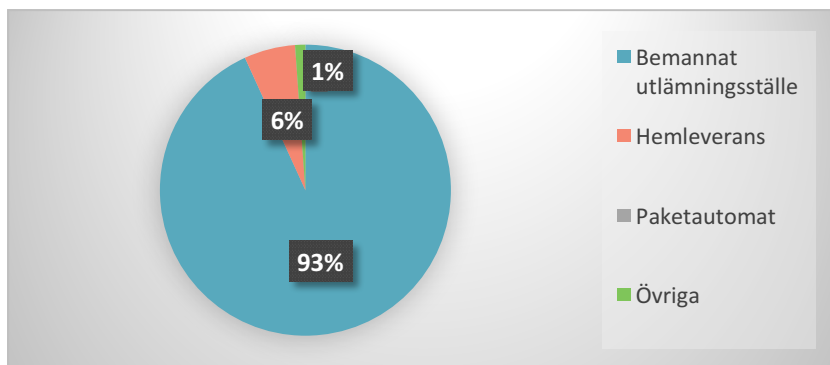
Figur 4: Ålder på respondenterna - Antal erhållna svar = 88

Nästan hälften av respondenterna får leveranser mindre än en gång per månad i dagsläget. 41 procent erhåller leverans en till två gånger i månaden. Åtta procent erhåller leverans tre till fyra gånger per månad och fyra procent av respondenterna får leveranser fler än fyra gånger på en månad.



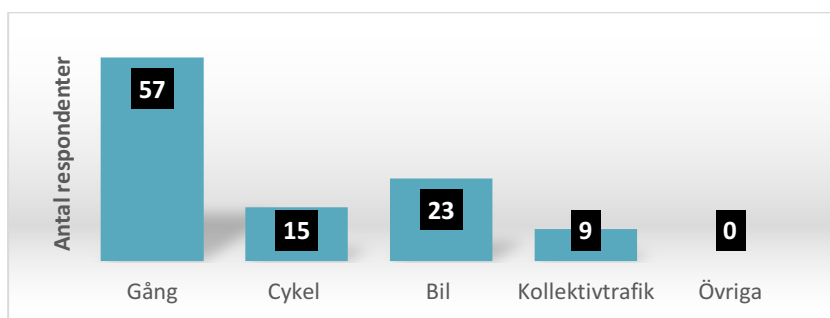
Figur 5: Hur ofta erhålls leveranser - Antal erhållna svar = 88

I dagsläget hämtar 93 procent respondenterna oftast sina leveranser vid utlämningsställen. Sex procent får leveranser hemlevererat. En procent uppgav att leveranser oftast sker till arbetsplatsen.



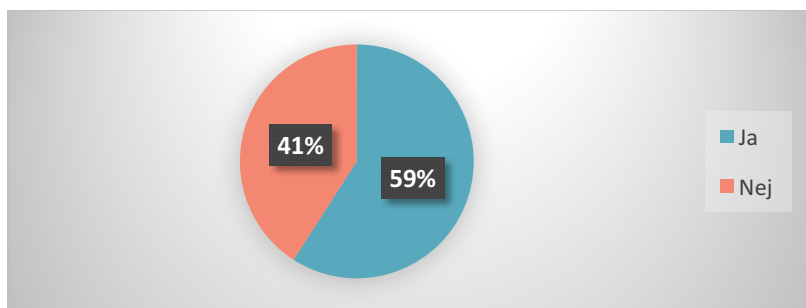
Figur 6: Vart sker leveranser oftast idag - Antal erhållna svar = 88

Vid frågan vilket transportsätt som användes för att hämta ut leveranser svarade 57 respondenter att de promenerade dit. Det näst mest förekommande transportsättet var bilen, vilket 23 respondenter uppgav. Följt av 15 respondenter som använder cykel och nio som använder kollektivtrafik till utlämningsstället.



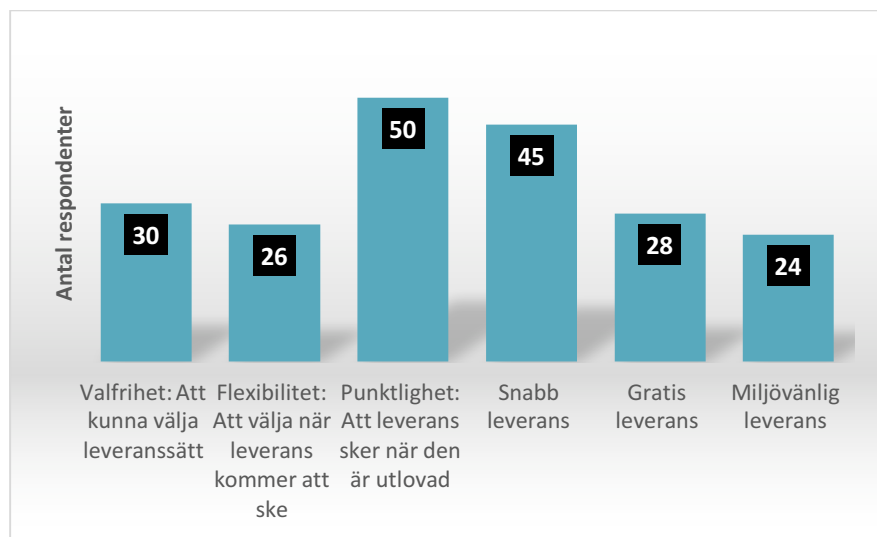
Figur 7: Med vilket leveranssätt hämtas oftast leveranser - Antal erhållna svar = 88

En majoritet hade tillgång till bil i hushållet. 59 procent svarade att de hade tillgång, respektive 41 procent som inte hade tillgång till bil.



Figur 8: Hur stor andel har tillgång till bil i hushållet - Antal erhållna svar = 88

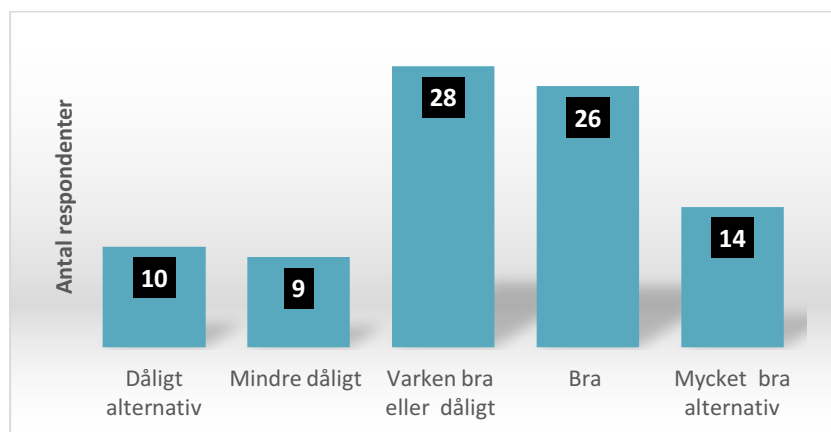
Utav 88 respondenter i enkäten har 50 svarat att punktlighet är en viktig aspekt vid leverans. Snabb leverans ansåg 45 respondenter vara viktig. Flexibel, kostnadsfri och miljövänliga leveranser ansågs inte vara fullt lika viktiga bland respondenterna.



Figur 9: Viktiga aspekter vid leverans - Antal erhållna svar = 88

4.8.1 Bevakad hemleverans

- 19 respondenter var negativt inställda
- 28 respondenter var neutralt inställda
- 40 respondenter var positivt inställda



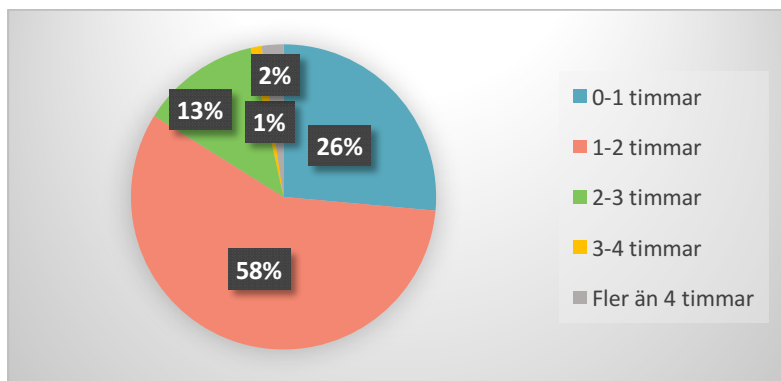
Figur 10: inställning till bevakad hemleverans - Antal erhållna svar = 87

Det var möjligt att kommentera leveransalternativet vilket 28 respondenter valde att göra. En överhängande majoritet av kommentarerna berörde att det upplevs problematiskt att vara hemma och ta emot leveransen och därför ansågs alternativet begränsande. Fem av kommentarerna nämnde att leveranser på dagtid inte var önskvärt, till stor del på grund av att det var

problematiskt att vara hemma vid den tiden för att ta emot leveransen. En respondent kommenterade att det var ett mycket bra alternativ med förutsättningen att leveransen sker på kvällstid. Det lämnades tre positiva kommentarer som berörde att leveranstjänsten upplevs som ett tryggt leveranssätt.

4.8.2 Acceptabelt leveransfönster vid hemleverans

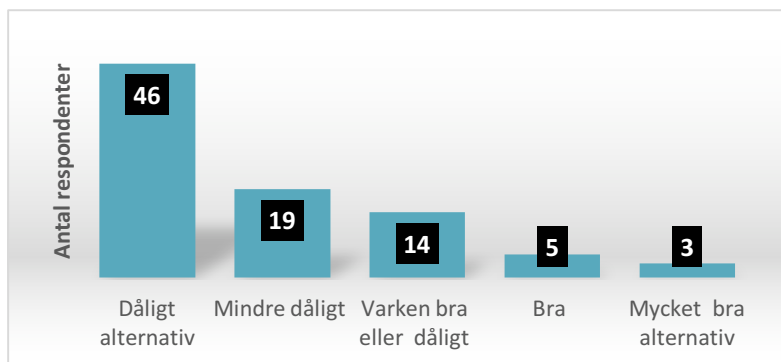
58 procent av respondenterna svarade att ett acceptabelt leveransfönster är mellan en till två timmar långt. 26 procent anser att leveransfönstret bör vara mellan en till två timmar och endast tre procent av respondenterna anser att det är acceptabelt att leveransfönstret är mer än tre timmar långt.



Figur 11: Hur långt är ett acceptabelt leveransfönster - Antal erhållna svar = 87

4.8.3 Obevakad hemleverans in i bostaden

- 65 respondenter var negativt inställda
- 14 respondenter var neutralt inställda
- 8 respondenter var positivt inställda

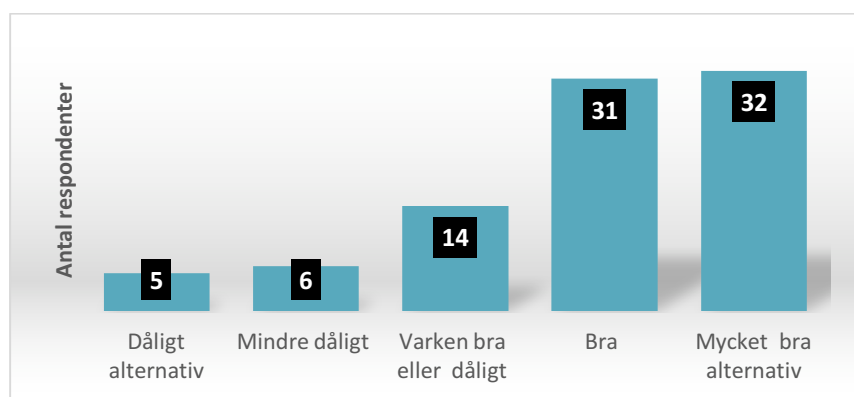


Figur 12: Obevakad leverans in i bostaden - Antal erhållna svar = 87

20 respondenter valde att kommentera leveranstjänsten, varav majoriteten var tveksamt inställda av olika anledningar. 1 kommentarer berörde att det känns otryggt att det skulle gå in en främmande person i ens hem och därav var alternativet ej önskvärt. Två respondenter upp-gav att de inte ville lämna ifrån sig nycklar till okända. Några kommentarer menade att det eventuellt är en vanesak och med rätt premisser kan det vara ett alternativ i framtiden. En åsikt som även framfördes var att vid speciella tillfällen som väldigt stora leveranser skulle det vara bra, men menade samtidigt i samma mening att det var inkräktande. Tillit till leveran-törer kom även upp två gånger. Det var viktigt att leverantören är pålitlig med bra omdömen för att kunna tänka sig att använda leveranstjänsten.

4.8.4 Obevakad hemleverans till en integrerad leveransbox i bostaden

- 11 respondenter var negativt inställda
- 14 respondenter var neutralt inställda
- 63 respondenter var positivt inställda

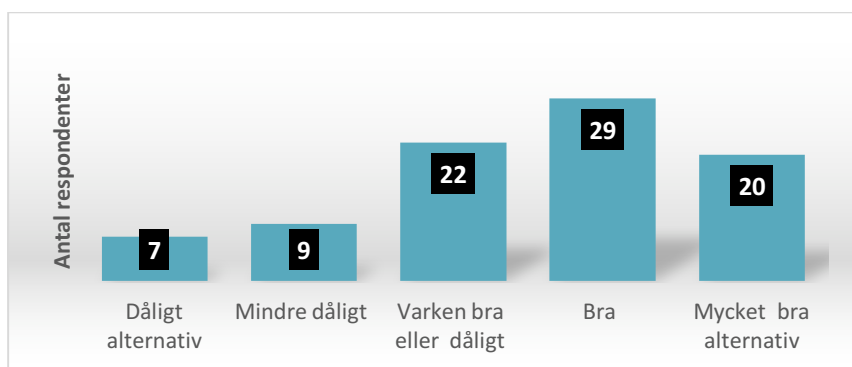


Figur 13: Hemleverans till integrerad leveransbox i bostaden - Antal erhållna svar = 88

15 kommentarer lämnades till leveransalternativet. Det framkom flera positiva åsikter som berörde att det är ett smidigt alternativ och skönt att det levereras ända fram till dörren samt att obehöriga inte kan öppna skåpet. En invändning som framfördes av tre respondenter var att storleken på skåpet var svår att dimensionera optimalt. Andra invändningar som kommenterades var att skåpet helst inte skulle inkräkta på boytan samt att alternativet främst passade till villor och var intressant för nybyggnationer.

4.8.5 Obevakad hemleverans till leveransboxar i trappuppgången

- 16 respondenter var negativt inställda
- 22 respondenter var neutralt inställda
- 49 respondenter var positivt inställda

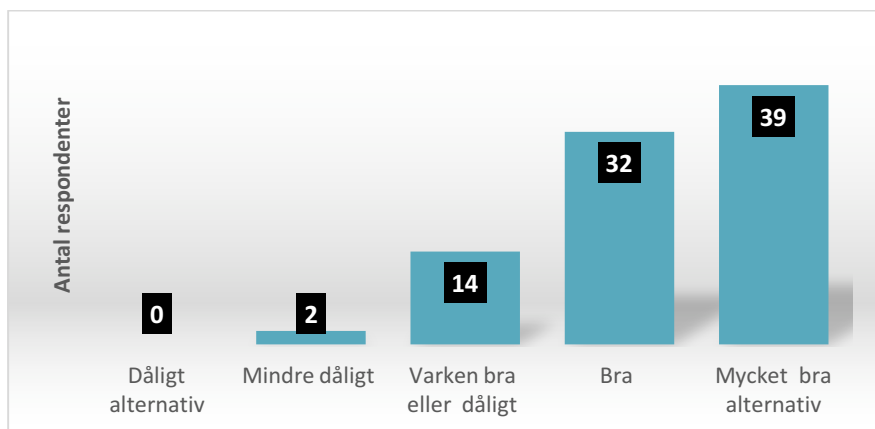


Figur 14 - Leverans till leveransboxar i trappuppgång - Antal erhållna svar = 87

13 kommentarer lämnades av respondenterna för leveranstjänsten. Det lämnades tio positiva omdömen där leveranstjänsten upplevdes bra och smidig. Det kommenterades även att det var bra så länge det finns utrymme i trappuppgången och att storleken på leveransboxarna var tillräckligt stora. Tre negativa aspekter som framfördes var att respondenterna upplevde det otryggt om även grannar skulle ha tillgång till leveransboxarna.

4.8.6 Leverans till ett bemannat utlämningsställe: exempelvis servicebutik i bostadsområdet

- 2 respondenter var negativt inställda
- 14 respondenter var neutralt inställda
- 71 respondenter var positivt inställda

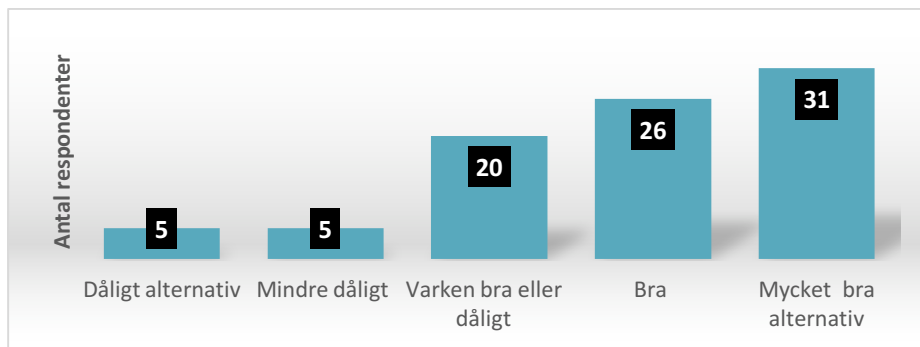


Figur 15: Leverans till bemannat utlämningsställe - Antal erhållna svar = 87

14 kommentarer till alternativet har erhållits. Fem respondenter menar att de anser det fungerar bra i dagsläget med att hämta ut leveranser på utlämningsställen. Ord som tryggt, kontrollerat och flexibelt nämndes som positiva aspekter. Två kommentarer mer negativ karaktär förde fram aspekter som att det upplevs jobbigt att stå i kö och förhålla sig till öppettider. Även att det ibland upplevs jobbigt att transportera sig till utlämningsställen.

4.8.7 Leverans till ett obemannat utlämningsställe: exempelvis en paketrobot i bostadsområdet

- 10 respondenter var negativt inställda
- 20 respondenter var neutralt inställda
- 57 respondenter var positivt inställda

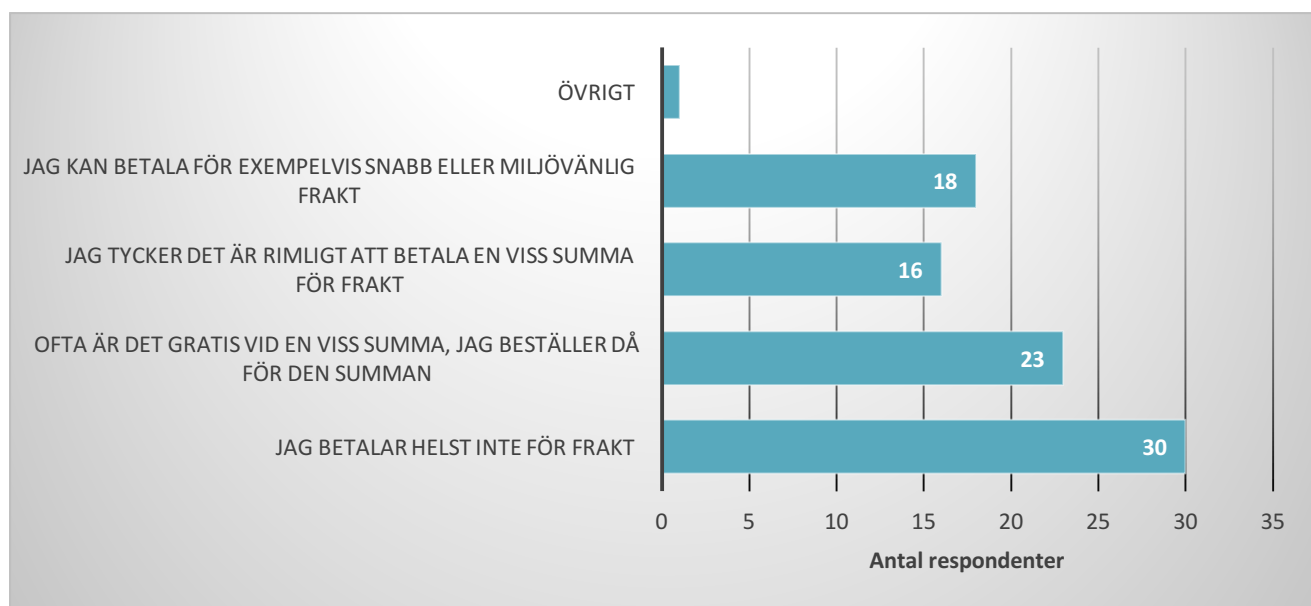


Figur 16: Leverans till obemannat utlämningsställe - Antal erhållna svar = 87

19 respondenter kommenterade leveransalternativet. Sex kommentarer var uteslutande positiva med omdömen som menade att det vore riktigt bra att hämta ut leveranser när det passar och att det verkar vara en smart lösning så länge tekniken fungerar. Fem kommentarer tog upp ett säkerhetsperspektiv, med aspekter som att det kan medföra risker för stölder och att det då upplevs otryggt. Två menade att alternativet är bra så länge säkerheten är hög. En respondent framförde att det kan bli problem om denne var på semester och inte hade möjlighet att hämta ut paketet.

4.8.8 Betalningsvilja hos respondenterna

30 respondenter svarade att de helst inte betalar för frakt respektive 23 respondenter uppgav att de handlar för en viss summa för att uppnå en kostnadsfri frakt och därmed inte behöva betala för frakten. 34 respondenter hade en högre betalningsvilja.

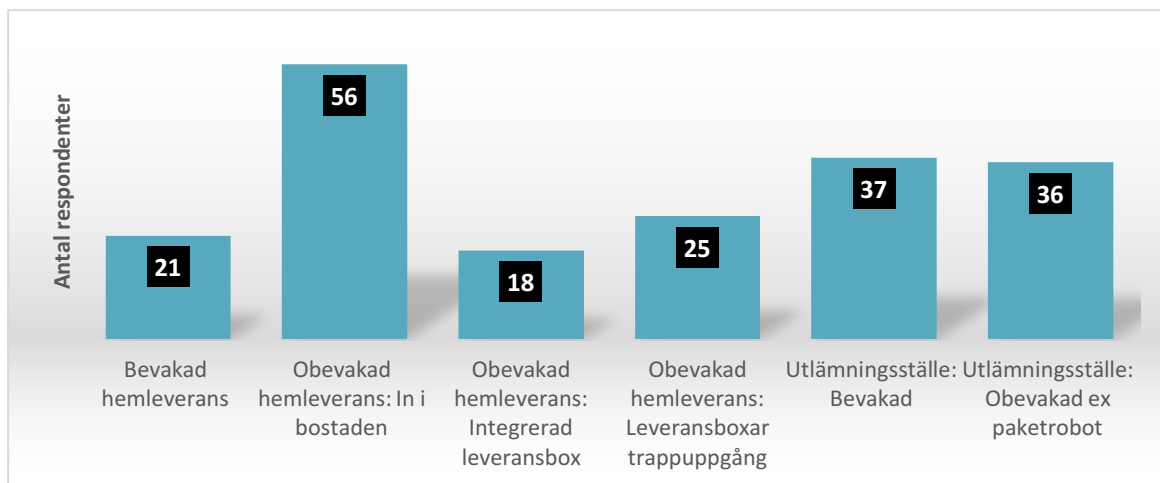


Figur 17: Betalningsvilja för leveranser idagsläget - Antal erhållna svar = 87

4.8.9 Betalningsvilja för olika leveransalternativ:

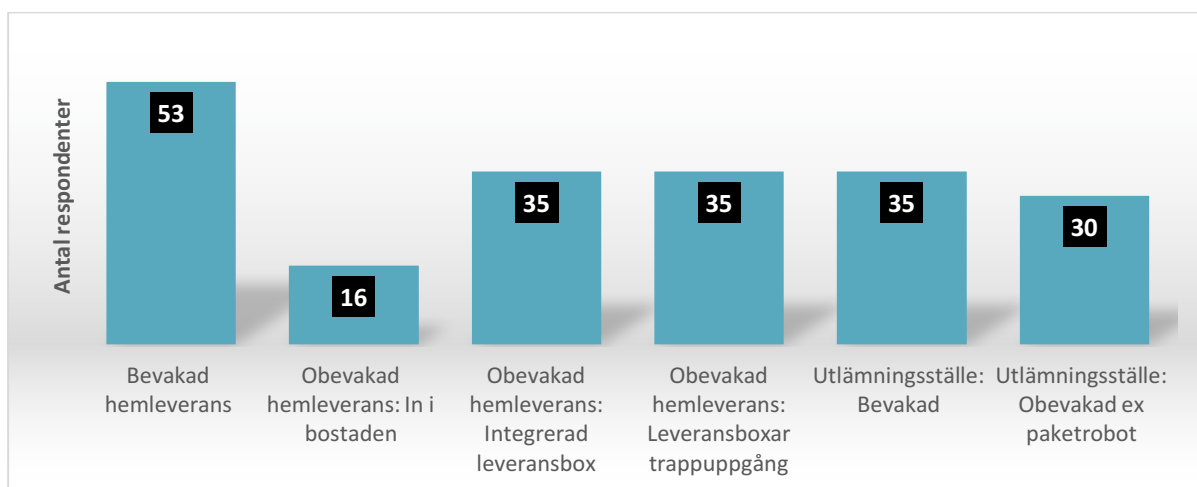
Respondenterna fick för respektive leveransalternativ besvara hur villiga de var att betala för tjänsten. Det fanns tre valbara alternativ. Alternativ ett: respondenten vill inte betala för leveranstjänsten. Alternativ två: respondenten kan tänka sig att betala en liten summa i förhållande till varans värde. Alternativ tre: respondenten anser alternativet vara mycket bra och betalar gärna för att erhålla tjänsten. I resultatet tolkas de tre olika alternativen som att det antingen inte finns någon betalningsvilja, alternativ två tolkas som att en viss betalningsvilja finns och alternativ tre tolkas som att respondenterna har en hög betalningsvilja. Alla respondenter har inte fyllt i betalningsviljan för samtliga alternativ, därför varierar antalet svar mellan 76 till 82 stycken per leveransalternativ. Då antalet svar skiljer sig åt används frågan enbart för att se om det finns någon översiktlig trend.

Alternativet oönskad hemleverans till bostaden ansågs överlägset vara det alternativ som flest respondenter inte var villiga att betala för. 56 respondenter besvarade att de inte är villiga att betala för att erhålla tjänsten.



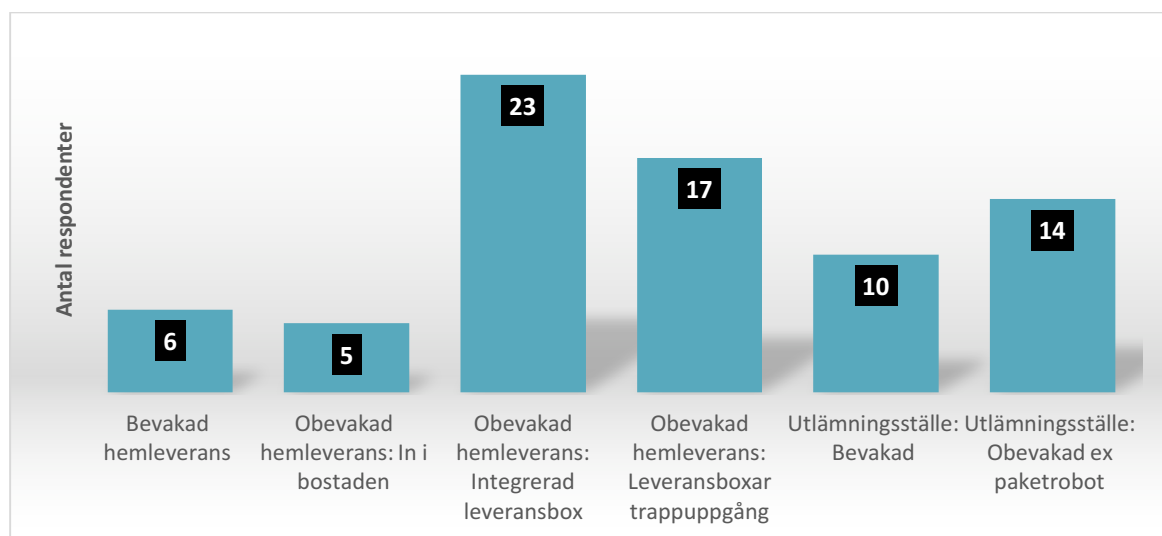
Figur 18: Ingen betalningsvilja för leveransalternativet - Antal erhållna svar skiljer sig åt mellan alternativen. Svarefrekvensen varierade mellan 76 till 82 erhållna svar.

53 respondenter var villiga att betala en viss summa för att leveransen ska ske med en bevakad hemleverans. Det förelåg en jämn betalningsvilja för leverans till leveransbox integrerad i hemmet respektive trappuppgången samt leverans till ett bevakat utlämningsställe och en obevakad till en paketautomat.



Figur 19: Viss betalningsvilja för leveransalternativet - Antal erhållna svar skiljer sig åt mellan alternativen. Svarefrekvensen varierade mellan 76 till 82 erhållna svar.

Vid en hög betalningsvilja skilde det sig mer mellan alternativen. 23 respondenter värderade att de ansåg att leverans till en mottagningsbox integrerad i bostaden vara så pass bra att de var villiga att betala mer för alternativet. Obevakade leveranser till boxar i trappuppgångar och en paketautomat var de efterföljande alternativ där betalningsviljan var som högst.

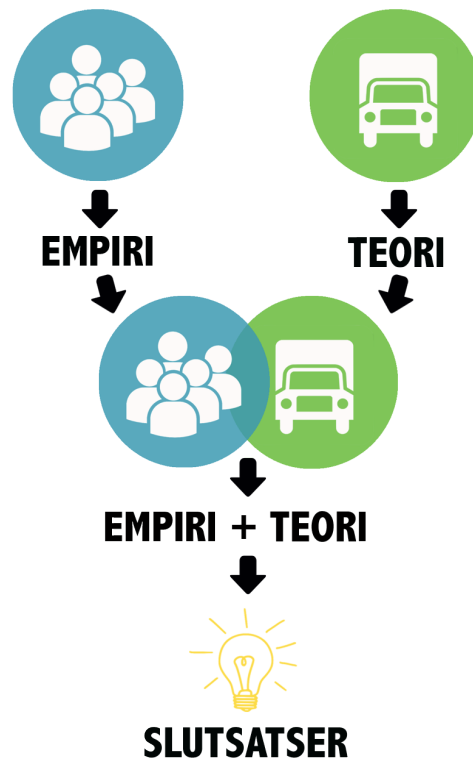


Figur 20: Betalningsvilja för leveransalternativet - Antal erhållna svar skiljer sig åt mellan alternativen. Svarsfrekvensen varierade mellan 76 till 82 erhållna svar.

5. Analys & Diskussion

Syftet med studien är att generera ökad kunskap kring privatpersoners upplevda behov och preferenser för olika leveransalternativ och därigenom bidra till utvecklingen av innovativa leveranstjänster som uppfyller såväl privatpersoners behov och preferenser, som transportföretags krav på effektivitet. För att uppfylla syftet analyseras privatpersoners behov och preferenser utifrån insamlad empiri och teori. Därefter diskuteras företagets verklighet från ett teoretiskt perspektiv för att avslutningsvis kombinera kunders preferenser med företagets verklighet, se figur 21 analysmodell.

I följande kapitel kommer privatpersoners behov och preferenser gällande leveransalternativ samt vilka leveransalternativ som har potential att uppfylla privatpersoners förväntningar samtidigt som transportföretagets krav på effektivitet uppfylls att diskuteras. De leveransalternativ som studien utgår från är bevakad hemleverans, obevakad hemleverans samt leverans till utlämningsställe. De resultat som studien genererat genom fokusgruppsintervjuer samt en enkätundersökning gällande privatpersoners behov och preferenser kommer att diskuteras tillsammans med tidigare forskning som gjorts kring ämnet. Diskussionen kommer att föras utifrån nedan illustrerad modell. Resultatet diskuteras bland annat utifrån de teorier som presenterats i teorikapitlet om kundvärde och vad som genererar kundvärde samt tidigare studier kring hur privatpersoner upplever olika leveransalternativ. Detta görs i syfte att undersöka om leveransalternativen bevakad hemleverans, obevakad hemleverans samt leverans till utlämningsställe har potential att generera ett högt kundvärde. För att besvara frågeställningen om huruvida respektive leveransalternativ har potential att tillgodose kunders behov och förväntningar samtidigt som transportföretagets krav på effektivitet uppfylls har teori om inre samt yttre effektivitet för företag förts in i diskussionen. Detta illustreras också i nedanstående analysmodell.



Figur 21: Analysmodell. Källa: egen

5.1 Bevakad hemleverans

Kundpreferenser och kundvärde

Som enkäten visar är majoritetens inställning till bevakad hemleverans antingen “varken bra eller dålig” eller “relativt positiv”. Tvärtemot detta diskuterades framförallt brister med bevakade hemleveranser under fokusgruppsintervjuerna, där det framkom att en bevakad hemleverans ger en känsla av att vara låst vid hemmet i väntan på leverans. Att vara låst vid hemmet menar Visser et al. (2014) att kunder ofta upplever som problematiskt vid bevakade hemleveranser. Enligt resultatet efterfrågar konsumenter i hög grad korta leveransfönster då majoriteten svarade att de inte vill acceptera ett leveransfönster som är längre än två timmar. En eventuell anledning till detta kan vara att kunden vill minimera tiden denne känner sig låst vid hemmet. Enligt Visser et al. (2014) erbjuds inte korta leveransfönster i hög utsträckning utan de menar att det är allra vanligast att kunden endast får information om vilken dag leveransen kommer att ske. Det framkom av fokusgruppsintervjuerna att flera av deltagarna i enlighet med detta hade erfarenhet av att transportören inte gav ett tidsbegränsat leveransfönster utan endast angav vilken dag hemleveransen skulle ske, vilket upplevdes negativt.

Utöver efterfrågan på korta leveransfönster visar resultatet på att en majoritet föredrar bevakad hemleverans på kvällstid framför dagtid. Deltagarna framförde att det inte kan förväntas att kunder ska kunna vara hemma dagtid för att ta emot leverans. Enligt HUI (2016) levererades en procent av kunders senast inhandlade vara kvällstid samtidigt som tio procent svarade att de önskade att leveransen skulle ske kvällstid. Det kan därmed tolkas som att det finns en större efterfrågan på kvällsleveranser än vad företag erbjuder och att de krav kunderna ställer på bevakade hemleveranser inte tillfredsställs.

Enligt Simchi-Levi et al. (2007) utgör kundvärde skillnaden mellan det värde som en tjänst genererar för kunden och det kunden får betala för den tjänsten. Vidare argumenterar de för att det är när kundens behov tillfredsställs som kundvärde skapas. Utifrån detta är det svårt att argumentera för att bevakad hemleverans skapar ett högt kundvärde då leveranstjänsten inte lever upp till de krav kunderna ställer på tjänsten och därigenom motsvarar tjänsten inte kundernas behov av tjänsten fullt ut. Vad kunden får betala för en tjänst utgörs enligt Kotler et al. (2015) av en faktisk monetär kostnad samt av en subjektiv kostnad. En upplevd subjektiv kostnad skulle kunna utgöras av att kunden exempelvis känner sig låst vid hemmet. Detta skulle i så fall i förlängningen kunna påverka kundvärdet negativt.

Karlsson (2008) menar att det är viktigt för kunden att leverans sker vid en bekväm tidpunkt och att varan levereras till en bekväm plats. Utifrån deltagarnas argumentation angående att de värdesätter att tungt och skrymmande gods levereras hem men att mindre gods hellre levereras till ett utlämningsställe kan det tolkas som att värdet deltagarna upplever med en bevakad hemleverans skiljer sig åt mellan varor. För tungt och skrymmande gods verkar bekvämligheten det genererar att få godset hela vägen hem vara viktigare än att alternativet upplevs oflexibelt med långa leveransfönster. Detta kan tolkas som att kunden värderar bekvämligheten avseende platsaspekten högre än tidsaspekten vid hemleverans av tungt gods. Därmed kommer en bevakad hemleverans potentiellt att generera ett högre kundvärde vid leverans av tungt och skrymmande gods jämfört med en bevakad hemleverans av lättare paketgods.

Företagets krav på effektivitet

Ax et al. (2015) menar att ett företags yttre effektivitet delvis beror på hur nöjda deras kunder är och i hur hög grad företaget erbjuder det som efterfrågas av marknaden. Som framkom i resultatet upplever kunder brister med hemleveranser idag. Kortare leveransfönster och

kvällsleveranser anses vara värdefullt ur ett kundperspektiv, vilket inte alltid erbjuds kunden. Då den yttre effektiviteten är nära sammankopplad med hur nöjda kunderna är, kan detta tolkas som att den yttre effektiviteten vid obehagade hemleveranser i dagsläget är låg. Det vill säga att företagets prestation inte lever upp till kunders förväntningar.

Enligt Simschi-Levi et al. (2007) drivs förändringar i försörjningskedjan bland annat av kundpreferenser. Om transportören låter kundens efterfrågan på kortare och mer flexibla leveransfönster under kvällstid styra i högre grad kommer detta med hög sannolikhet att generera en högre yttre effektivitet, till följd av att förändringen genererar nöjdare kunder.

Fugate et al. (2010) menar dock att konkurrensen på marknaden idag är så pass hög att företag måste beakta både den yttre och inre effektiviteten. Ax et al. (2015) menar också att inre och yttre effektivitet måste ses ur ett helhetsperspektiv för att avgöra hur bra ett företags totala effektivitet är och därmed kunna säga hur bra företaget presterar. Därmed måste även den inre effektiviteten utvärderas, som innefattar hur kostnadseffektiv verksamheten är.

Enligt Gevaers et al. (2011) och Morganti (2016) utgör just hemleveranser det mest problematiska leveranssättet ur ett "sista milen" perspektiv. Gaevars et al. (2011) menar att det är stor sannolikhet att ingen är hemma för att ta emot leveransen om någon måste signera vid mottagandet och inget leveransfönster angivits. Detta är inte kostnadseffektivt eftersom det leder till att godset måste köras ut igen. Som det framkom i resultatet anser inte kunder att det är möjligt att vara hemma under lång tid för att invänta leverans. Därmed kan det tänkas att korta leveransfönster skulle vara fördelaktigt för att inte riskera att ingen är hemma vid tiden för leverans och samtidigt möta kundernas krav på kortare leveransfönster. Gaevars et al. (2011) menar dock att leveransfönster gör det svårare att planera rutter effektivt och att det resulterar i fler körda mil och en försämrad effektivitet jämfört med om inget leveransfönster avtalats. Därför kan det finnas en överhängande risk att om företag höjer den yttre effektiviteten genom att möta kundernas krav, så kommer det gå ut över hur kostnadseffektivt företag kan bedriva sin verksamhet och den inre effektiviteten kommer därmed att bli lidande. Samtidigt kommer det även att påverka miljön negativt till följd av bland annat fler körda mil. Detta kan tolkas som att det uppstår en motsättning mellan företagets strävan efter att förena kundernas efterfrågan på korta och flexibla leveransfönster och dess strävan efter effektivisering och kostnadsminimering.

5.2 Obevakad hemleverans

Obevakad hemleverans kommer att diskuteras utifrån tre olika alternativ. Obevakad hemleverans in i bostaden, leverans till en leveransbox integrerad i bostaden samt leverans till leveransboxar i trappuppgången.

5.2.1 Transportör levererar direkt in i bostaden

Kundpreferenser och kundvärde

Resultatet visar att en majoritet i dagsläget är skeptiska till obevakade hemleveranser in i bostaden. Den vanligaste invändningen var att alternativet upplevs otryggt då en främmande person får tillgång till bostaden obevakat. Detta ligger i linje med HUI (2016) som menar att den upplevda otryggheten med alternativet är ett problem för kunderna. Trots detta svarade 24 procent av konsumenterna i undersökningen att de tror att det kommer att vara ett efterfrågat leveransalternativ inom fem år, vilket kan tyda på att efterfrågan på obevakade hemleveranser kommer att öka framöver. Några deltagare i fokusgrupperna ställde sig redan idag positiva till alternativet eftersom de ansåg det vara både värdefullt, flexibelt och bekvämt att få leverans ända hem till dörren. Det framkom möjliga lösningar som skulle göra alternativet mer attraktivt och därmed öka efterfrågan på alternativet samt kundvärdet. Gemensamt för lösningarna som framfördes var att deltagarna inte ville att det skulle vara en helt främmande person som gick in i deras hem, deltagarna framförde att det skulle upplevas som tryggare om det var samma person som varje gång genomförde leveransen och att de visste exakt när transportören kom och gick. HUI (2016) menar att det kan vara en mognadsfråga då det blir vanligare och vanligare att exempelvis städhjälp sker obevakat i hemmet. Efter att deltagarna i fokusgrupperna fört en diskussion om alternativet och möjliga lösningar för att det skulle kännas tryggare ställde sig fler positiva till leveranstjänsten vilket kan, i linje med HUI (2016), tyda på att det är en mognadsfråga.

Företagets krav på effektivitet

Ur företagets perspektiv blir resultatet liknande för obevakad leverans in i bostaden som för leverans till leveransbox. Därmed kommer företagets perspektiv på obevakad leverans in i bostaden att diskuteras under avsnitt 5.2.2 tillsammans med leverans till leveransboxar.

5.2.2 Leverans till leveransbox i anslutning till bostaden

Kundpreferenser och kundvärde

Resultatet visar att en majoritet är positivt inställda till att få leverans till en leveransbox integrerad i lägenheten alternativt leveransboxar i trappuppgången. Den positiva inställningen till leverans till boxar i trappuppgången var något lägre jämfört med en leveransbox integrerad i bostaden men fortfarande hög. Faktorer som skapar ett värde enligt deltagarna var att det upplevs smidigt att leveransen sker ända hem samt den bekvämlighet och flexibilitet som en bevakad hemleverans medför då den inte låser kunden vid hemmet i väntan på leverans. Vid leverans till leveransbox uppstår inte den problematik som tidigare beskrivits med att flera deltagare känner sig otrygga med en obevakad leverans in i bostaden.

Kundens kostnad består enligt Kotler et al. (2015) delvis av en kostnad i monetära termer samt en subjektiv kostnad. Den här studien tyder på att kundens upplevda kostnad för leveranstjänsten är låg då kunderna i hög grad ställer sig positiva till leveransalternativet. Utifrån att kundvärdet i tillägg till kundens upplevda kostnad beror av hur mycket kunden kommer att behöva betala för tjänsten i monetära termer så kommer kundvärdet att bero av den faktiska investeringskostnaden för alternativet. Det kommer också troligtvis bero av om den kostnaden kommer belastas kunden eller inte. Enligt resultatet finns det en viss betalningsvilja för alternativet men det framgår inte av denna studie hur stor den betalningsviljan är. Punakivi, Yrjölä, och Holmström (2001) menar att investeringskostnaden som initialt tillkommer för att leveranstjänsten ska kunna tas i bruk är ett potentiellt problem. Av resultatet framgår att det föreligger en viss betalningsvilja för alternativet men den är inte kvantifierad i denna studie. Därmed är det svårt att avgöra om leveranstjänsten har potential att generera ett högt kundvärde. Däremot tyder resultatet på att leveranstjänsten har potential att generera ett högt upplevt värde för kunden utifrån att deltagarna i fokusgrupperna samt respondenterna i enkäten har en mycket positiv attityd till leveranstjänsten.

Företagets krav på effektivitet

Ur företagets perspektiv menar Punakivi et al. (2001) att obevakad hemleverans kan minska företagets kostnader för hemleveranser med 60 procent. Detta sker till följd av att transportören inte behöver planera sina rutter utifrån att de ska leverera olika tider till olika kunder. Även risken att leveransen inte kan levereras till följd av att ingen är hemma försvinner vid en obevakad hemleverans (Gaevars et al, 2011). Obevakad hemleverans är en bra lösning för flera parter då transportföretagen kan utföra sina leveranser mer kostnadseffektivt utan att

kompromissa med servicegraden eftersom de fortsatt kan erbjuda kunderna hög tillgänglighet och flexibilitet (Punakivi et al, 2001). Det kan därmed tolkas att alternativet med obevakad hemleverans möjliggör en högre grad av yttre effektivitet jämfört med bevakad hemleverans då kundernas efterfrågan möts. Samtidigt kan även den inre effektiviteten höjas i och med att leveranserna är mer kostnadseffektiva.

5.3 Leverans till bemannat och obemannat utlämningsställe

Kundpreferenser och kundvärde

Som framkom av resultatet svarade 93 procent i enkäten att deras varor oftast levereras till ett utlämningsställe. HUI (2016) visar i sin studie att 60 procent av konsumenternas senaste vara levererades till ett utlämningsställe. Den relativt stora skillnaden kan delvis bero på att genomsnittsåldern i denna studie var lägre jämfört med HUI (2016), gemensamt är dock att bemannat utlämningsställe är det leveransalternativ som deltagarna i båda studierna har mest erfarenhet av och att ingen av deltagarna i HUI (2016) eller i denna studie har någon erfarenhet av obemannade utlämningsställen.

Resultatet visar på att deltagarna generellt har en positiv inställning till leveransalternativen bemannat och obemannat utlämningsställe, främst för leverans av lättare paketgods. Negativa aspekter som framkom med leverans till ett bemannat utlämningsställe var att köer upplevdes som ett irritationsmoment och att specifika öppettider ansågs begränsande. Gällande ett obemannat utlämningsställe visar resultatet på att den flexibilitet det medför att kunna hämta paketet vilken tid som helst, samt slippa stå i kö anses vara värdefullt. Attribut som genererar ett värde för kunden utifrån resultatet är att varan finns tillgänglig på en plats som för kunden är bekväm och vid en tidpunkt som passar kunden. Detta stödjer vad Morganti et al. (2014), Joerss et al. (2016) och HUI (2016) säger då de hävdar att kunden värderar högt att kunna välja var och när leverans ska ske. Inställningen verkar vara att ett obemannat utlämningsställe genererar en högre flexibilitet och bekvämlighet för kunder jämfört med ett bemannat utlämningsställe.

En aspekt som framkom i fokusgrupperna var att personlig service inte tillför något mervärde. Några av deltagarna uttryckte istället att bekvämligheten skulle öka vid leverans till obemannade utlämningsställen till följd av att det kändes smidigt att hämta paket vilken tid som helst. Detta stödjer argumentationen förd av Karlsson (2008) om att det är när varan finns tillgäng-

lig på en för kunden bekväm plats och på en för kunden bekväm tid som kunden upplever bekvämlighet. Utifrån detta kan en argumentation föras om att kunderna anser att den upplevda bekvämligheten ökar då de kan hämta varan när de passar kunderna. Dock uttryckte deltagarna en oro över hur de skulle gå tillväga vid eventuella tekniska problem då ingen personal finns tillgänglig. Därav kan det tolkas som att personlig service inte bidrar till ett mervärde men däremot att det bidrar till att leveranstjänsten upplevs som tryggare. För att leverans till obemannat utlämningsställe ska nå användaracceptans är det alltså viktigt att trygghets och säkerhetsaspekten beaktas vid utformning av alternativet.

Företagets krav på effektivitet

Ax et al. (2015) argumenterar för att kundvärde är centralt för företagets mått på yttre effektivitet. Utifrån detta har leverans till bevakade och obevakade utlämningsställen god potential att generera en hög yttre effektivitet genom att företagen har god potential att möta kundernas behov. Ax et al. (2015) menar vidare att företagets inre effektivitet ofta kopplas till företags förmåga att utföra aktiviteter kostnadseffektivt. Både Barone och Roach (2016) och Visser et al. (2014) menar att leverans till utlämningsställen möjliggör samlastning i hög grad vilket möjliggör kostnadseffektiva transporter. Att en stor del av godset ska levereras till samma ställe och kan levereras samma tid som vid leverans till utlämningsställen ökar möjligheterna för samlastning. Att transportörerna har goda möjligheter till samlastning samt inte behöver förhålla sig till olika leveransfönster ökar alltså möjligheterna för transportföretagen att hålla en hög inre effektivitet. Samtidigt bidrar leveranstjänsten till en hög yttre effektivitet ur ett samhälls och miljöperspektiv, då en högre grad av samlastning möjliggör ett reducerat antal transporter i centrum.

5.3.1 Effektivitet ur ett helhetsperspektiv

Den sista biten kunderna själva transporterar godset från utlämningsstället till hemmet är däremot inte alltid effektiv ur ett "sista milen" perspektiv. Resultatet visar på att flera deltagare i fokusgrupperna samt enkäten tar bilen för att hämta sina paket vid utlämningsställen. Björklund et al. (2015) menar att vid leverans till utlämningsställen är det ur ett helhetsperspektiv negativt för miljön om konsumenter tar bilen enbart i syfte att hämta ut sin leverans. Det framgår dock inte av enkätsvaren om resan enbart görs i syfte att hämta paket eller om paket hämtas i samband med andra ärenden. Deltagarna i fokusgrupperna framförde att det var positivt om utlämningsstället låg så nära som möjligt. Avståndet till utlämningsstället var bland

annat en anledning till att en deltagare tog bilen enbart i syftet att hämta ut leveransen. Om utlämningsställen skulle placeras strategiskt där människor naturligt rör sig i vardagen kan eventuellt risken att kunder tar bilen enbart i syfte att hämta paket minska.

5.4 Betalningsvilja

I resultatet av fokusgrupperna framkom det att deltagarna oftast undviker fraktkostnader genom att beställa från företag som erbjuder gratis frakt eller kostnadsfri frakt vid en viss summa. Det framkom däremot att det finns en högre betalningsvilja för hemleveranser av tungt och skrymmande gods samt för vissa tilläggstjänster till detta. Flera gånger framkom det vid fokusgruppsintervjuerna att olika tilläggstjänster vid leveransen kan öka betalningsviljan.

Resultatet från enkäten indikerar att det finns en högre betalningsvilja för nya automatiserade alternativ. Bland annat framgår det att betalningsviljan är högre för obevakade hemleveranser till leveransboxar i anslutning till bostaden jämfört med de andra leveransalternativen. Punakivi et al. (2001) lyfter dock fram att investeringskostnaden för leveransboxar kan vara ett problem. Under fokusgruppsintervjuerna diskuterade deltagarna en betalningsvilja mellan 2.000 till 50.000 kronor för en leveransbox i anslutning till bostaden. Deltagarna resonerade kring att det var viktigt att få tillbaka pengarna för investeringen vid en eventuell försäljning av bostaden. Dessutom resonerade de kring att betalningsviljan var olika stor beroende på hur deras livssituation såg ut. Det kan tolkas som att det är möjligt att kunder är villiga att betala investeringskostnaden men att den upplevda nyttan måste vara hög för att det ska vara värt investeringen. Det behöver undersökas mer djupgående hur betalningsviljan faktiskt ser ut för att kunna dra några slutsatser.

5.5 Framtidsanalys

Resultatet visar att nästintill alla oftast erhåller sina leveranser till utlämningsställen idag, dessutom visar resultatet av enkäten att en klar majoritet har en positiv inställning till leveransalternativet. En aspekt som kan belysas är att Joerss et al. (2016) prognostiserar att antalet paketleveranser kommer att fördubblas inom en tioårsperiod i Tyskland, USA och Kina. E-handelns höga tillväxttakt anses vara den främsta drivkraften till att antalet paketleveranser som ska distribueras ut till slutkonsumenten ökar (Joerss et al., 2016). Även i Sverige växer e-handelns omfattning, år 2016 stod den för 7,7 procent av detaljhandelns omsättning vilket innebar en ökning på 16 procent från föregående år (HUI, 2016). Det framkom i resultatet att en stor andel av deltagarna endast erhåller leveranser ett fåtal gånger varje månad i dagsläget.

Om e-handeln ökar skulle det leda till att kunderna erhåller fler leveranser i framtiden. McKinnon och Tallam (2003) menar att om antalet leveranser som ska distribueras till slutkund ökar leder det potentiellt till att efterfrågan på obevakade hemleveranser kommer att öka.

Vid en ökning av antalet paketleveranser är det därmed möjligt att kunders preferenser och behov kommer att förändras med avseende på vilka leveranstjänster som föredras. Joerss et al. (2016) menar att kunder ställer allt högre krav på flexibilitet och service, vilket stämmer väl överens med resultatet av den här studien. Utvecklingen kan potentiellt innebära en ökad efterfrågan på de leveransalternativ som uppfattas som mer flexibla och bekväma. Obevakade hemleveranser och obemannade utlämningsställen lyftes fram som flexibla och bekväma leveransalternativ. Joerss et al. (2016) spår att automatiska leveransalternativ kommer växa framöver och menar att dessa i framtiden kommer att utgöra 80 procent av alla leveranser. Därmed kan en trolig utveckling vara att automatiserade leveransalternativ kommer att efterfrågas i högre grad framöver jämfört med idag.

“Känns det inte som att framtiden är automatiserad?”

Citat från fokusgruppsintervju

6. Slutsatser

I detta avslutande avsnitt redovisas slutsatser av den genomförda studien och de tidigare uppsatta frågeställningar besvaras. Avsnittet mynnar slutligen ut i förslag på vidare forskning inom området. De frågeställningar som kommer att besvaras i följande avsnitt är hur privatpersoners behov och preferenser gällande leveransalternativ ser ut samt vilka leveranstjänster som har potential att uppfylla kundens förväntningar samtidigt som transportföretagens krav på effektivitet uppfylls.

- *Hur ser privatpersoners behov och preferenser ut gällande leveransalternativ?*

För att tillgodose privatpersoners behov och preferenser menar den här studien att det kommer att krävas flera olika leveransalternativ för att uppnå en hög kundnöjdhet. Detta på grund av att beroende på godsets karaktär efterfrågar privatpersoner olika leveransalternativ. Preferenserna skiljer sig betydligt åt mellan olika varor, för stora varor önskas leverans direkt till hemmet och för mindre varor önskas leveransen istället till utlämningsställen eller leveransboxar. Resultatet visar på att mindre varor önskas till utlämningsställen eller till leveransboxar på grund av den flexibilitet det bidrar med att slippa vara bunden till hemmet i väntan på leverans anses som mer värdefull än den bekvämlighet som det bidrar med att få godset hela vägen hem. För tyngre gods tyder resultatet istället på att den bekvämlighet det bidrar med att få godset ända hem överväger flexibiliteten som det bidrar med att kunna hämta godset när som helst vid ett utlämningsställe.

Studien visar också på att kunder ställer höga krav på leveranstjänster i form av flexibilitet, valmöjlighet och bekvämlighet. Ju högre bekvämlighet och flexibilitet ett leveransalternativ bidrar med i desto högre grad tenderar leveransalternativet att tillfredsställa kundernas behov. Undantagsvis framkom det att oönskad hemleverans in i bostaden, som ur ett bekvämlighetsperspektiv torde vara optimalt, inte är attraktivt i hög grad till följd av att tryggheten och säkerheten anses otillräcklig. Däremot var generellt inställningen till oönskad hemleverans positiv, exempelvis ansågs oönskad hemleverans till en leveransbox i anslutning till bostaden generera hög bekvämlighet och flexibilitet. Generellt är inställningen till nya automatiserade leveranstjänster god, men trygghets och säkerhetsaspekten förs fram som mycket viktig att beakta ur ett kundperspektiv. Sammanfattningsvis visar den här studien alltså på att privatpersoners behov och preferenser gällande leveransalternativ skiljer sig åt

mellan olika typer av varor och att flexibilitet och bekvämlighet värderas högt. Godsets karaktär är avgörande för vilka leveransalternativ som anses som flexibla och bekväma.

- *Vilka leveranstjänster har potential att uppfylla kundens förväntningar samtidigt som transportföretagens krav på effektivitet uppfylls?*

Bevakad hemleverans

För att bevakade hemleveranser ska uppfylla kunders preferenser och generera ett värde, är förväntningen att leveranstjänsten bör tillhandahållas på kvällar och med korta leveransfönster. Att uppfylla dessa förväntningar skapar utmaningar för transportföretagen och ökar problematiken att kostnadseffektivt tillhandahålla leveranser, speciellt ur ett "sista milen" perspektiv. Utifrån dessa aspekter tyder denna studie på att det är problematiskt att förena kundens förväntningar och transportföretagens krav på effektivitet vid bevakade hemleveranser.

Obevakade hemleveranser

Resultatet visar att obevakade hemleveranser har god potential att möta kunders krav på flexibilitet och bekvämlighet. Samtidigt ger alternativet företag möjlighet att i högre grad samlasta leveranser jämfört med bevakad hemleverans och företag kan därmed i högre grad bedriva verksamheten kostnadseffektivt. Denna studie menar således att det finns potential för obevakade hemleveranser att tillgodose kundens preferenser samtidigt som alternativet är mer kostnadseffektivt för företagen att tillhandahålla jämfört med bevakad hemleverans. Dock behöver trygghet och säkerhetsaspekten beaktas för att obevakad hemleverans in i bostaden ska nå acceptans från kunder. På grund av den aspekten tyder resultatet på att kunder tenderar att ställa sig mer positiva till att få leverans till leveransbox i anslutning till bostaden. För att bättre kunna besvara hur kunder upplever obevakade hemleveranser bör det undersökas vad som bidrar till en högre grad av trygghet och säkerhet samt hur stor betalningsviljan är för investeringen i leveransboxen. Dessa aspekter har troligtvis en påverkan på i hur stor utsträckning leveransalternativen kommer att efterfrågas av kunder. Utifrån detta resonemang tyder denna studie alltså på att obevakade hemleveranser har potential att uppfylla kunders förväntningar på leveranser samtidigt som transportföretagens krav på flexibilitet uppfylls. Det behövs dock mer information om vad som gör att kunder upplever en obevakad hemleverans som trygg och säker samt mer ingående information om betalningsviljan för att med

större säkerhet kunna säga att leveranstjänsten har god potential att uppfylla kunders förväntningar.

Bevakade och obevakade utlämningsställen

Leverans till utlämningsställen har också god potential att generera ett högt värde för kunden till följd av att kunder anser att leveranstjänsten bidrar med en hög grad av bekvämlighet och flexibilitet. Resultatet visar på att för leverans av lättare paketgods anses det mer bekvämt att få leverans till ett utlämningsställe jämfört med att få varan genom en bevakad hemleverans. Detta indikerar på att det värde som flexibiliteten genererar överväger en eventuell obekvämlighet av att inte få leverans hela vägen hem för den här typen av gods. Leveranser till utlämningsställen har dessutom utifrån företagets perspektiv god potential att tillgodose företags strävan efter att en hög effektivitet. Den höga effektiviteten uppstår till följd av att leveransalternativet möjliggör en hög grad av samlastning då allt gods kan lastas av på samma ställe jämfört med om godset ska distribueras ut till olika mottagare. Samtidigt möjliggör leverans till utlämningsställe en effektiv ruttplanering, då transportören inte behöver förhålla sig till att godset ska levereras ut till olika mottagare under olika tider. Slutligen har alternativet god potential till en hög effektivitet utifrån ett samhälls och miljöperspektiv till följd av att höga fyllnadsgrader och samlastning kan minska antalet transporter. Härmed har leverans till utlämningsställen hög potential att skapa ett högt kundvärde samtidigt som transportföretagets krav på effektivitet tillgodoses. Inställningen till ett automatiserade utlämningsställena var till stor del positiv men för att dessa ska nå acceptans från kunder behöver trygghet och säkerhetsaspekten beaktas.

Sammanfattningsvis

Det är troligt att leveranser fortsatt kommer att utvecklas kunddrivet, därmed är det viktigt att utveckla och satsa på leveransalternativ som svarar på kunders behov och preferenser samtidigt som de är kostnadseffektiva för företag att tillhandahålla samt bidrar till mindre trängsel och utsläpp i städer. Att hitta gångbara lösningar är komplext och den här studien visar på att det krävs flera olika leveranstjänster för att tillfredsställa kundernas efterfrågan.

6.1 Framtida forskning

Denna studie har studerat området på en övergripande nivå, på grund av studiens begränsade omfattning har författarna inte kunnat angripa intressanta områden mer djupgående. Förslagsvis skulle det vara intressant att studera obeprövade leveransalternativ såsom automatiserade utlämningsställen grundligare, för att skapa en mer omfattande bild av hur leveransalternativet skulle motsvara kundens förväntningar i verkligheten. Då resultatet visar att trygghet och säkerhetsaspekten är viktig för kunder vid utformningen av automatiserade leveransalternativ behöver studier göras på vad som kan bidra till att dessa alternativ upplevs som trygga och säkra. Det hade även varit intressant att undersöka betalningsviljan på en mer ingående nivå för att kunna särskilja om och i så fall för vilka alternativ det föreligger en sådan. Då betalningsviljan för de olika leveranstjänsterna kartlagts hade det varit intressant att undersöka hur en potentiell affärsmodell skulle kunna se ut för finansieringen av olika innovativa leveranstjänster.

Referenslista

- Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing science*, 12(2), 125-143.
- Anderson, S., Allen, J., & Browne, M. (2005). Urban logistics—how can it meet policy makers' sustainability objectives?. *Journal of transport geography*, 13(1), 71-81.
- Ax, C. & Kullvén, H. (2015). *Ekonomistyrning & hållbar utveckling*. Stockholm: Liber AB.
- Barone, R., & Roach, E. (2016). Why Goods Movement Matters: Strategies for Moving Goods in Metropolitan Areas. Hämtad från National Academy of Science <http://library.rpa.org/pdf/Why-Goods-Movement-Matters-ENG.pdf>
- Björklund, M. (2015) *Hållbara logistiksystem*. Lund: Studentlitteratur.
- Bring (2012). *E-handelsrapporten*. Hämtad 2017-05-14, från http://www.bring.se/_attachment/326699
- Brundtland, G. H. World Commission on Environment and Development. (1987). Our Common Future (Vol. 383).
- Bryman, A. & Bell, E. (2011). *Företagsekonomiska forskningsmetoder* (2. uppl.). Stockholm: Liber AB
- Business insider Nordic (2017). *12 cities that are starting to go car-free*. Hämtad 2017-04-24, från <http://nordic.businessinsider.com/cities-going-car-free-2017-2?r=USochIR=T>
- Chen, Y., & Su, C. (2006). A Kano-CKM model for customer knowledge discovery. *Total Quality Management & Business Excellence*, 17(5), 589-608.
- Denscombe, M. (2014). *The good research guide: for small-scale social research projects*. UK: McGraw-Hill Education
- Digitaliseringskommissionen. (2016). *Digitalisering för ett hållbart klimat*. SOU 2016:3. Stockholm.
- Edwards, J., Wang, Y., Potter, A., & Cullinane, S. (2010). E-Business, E-Logistics, and the Environment. *Green Logistics: Improving the environmental sustainability of logistics*. London: Kogan Page.
- Eurostat. (2016). Urban Europe - *Statistics on cities, towns and suburbs*. Hämtad 2017-05-20, från <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-catalogues/-/KS-04-16-588>
- Fugate, B. S., Mentzer, J. T., & Stank, T. P. (2010). Logistics performance: efficiency, effectiveness, and differentiation. *Journal of Business Logistics*, 31(1), 43-62.
- Gevaers, R., Van de Voorde, E., & Vanellander, T. (2011). Characteristics and typology of last-mile logistics from an innovation perspective in an urban context. *City Distribution and Urban Freight Transport: Multiple Perspectives*, Edward Elgar Publishing, 56-71.
- Göteborgs stad (2016) *Stadsutveckling Frihamnen*. Hämtad 2017-04-24 från, <https://stadsutveckling.goteborg.se/frihamnen>
- HUI (2016). *e-barometern*. Hämtad 2017-03-15, från <http://www.hui.se/statistik-rapporter/index-och-barometrar/e-barometern>
- Höjer, M. & Wangel, J. (2016). Smart Sustainable Cities. *Environmental Modelling & Software*, Volume 56, June 2014, 52–6.

- Joeress, M., Schröder, J., Neuhaus, F., Klink, C., Mann, F., (2016). *Parcel delivery, the future of last mile*.
- Karlsson, E. (2008) *Leveransalternativ för e-handel med dagligvaror*. Doktorsavhandling, företagsekonomiska institutionen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet. Göteborg: BAS Förlag
- Kotler, P., Armstrong, G., & Parment, A. (2013). *Marknadsföring teori, strategi och praktik*. Harlow: Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., Manceau, D., & Hémonnet-Goujot, A. (2015). *Marketing management* (Vol. 14). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Lindholm, M., Björklund, M., Abrahamsson, M., Behrens, S., Karlsson, J., Lundgren, S., ... & Mårtensson, C. (2014). *Färdplan för citylogistik: Godstransporter i urbana områden*. CLOSER.
- MacArthur, Zumwinkel & Stuchtey (2015) *Growth within: A circular economy vision for a competitive Europe*.
- McKinnon, A. C., & Tallam, D. (2003). Unattended delivery to the home: an assessment of the security implications. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(1), 30-41.
- McKinnon, A., Brown, M., Whiteing, A., & Piecyk, M. (2015). *Green logistics improving the environmental sustainability of logistics* (3. ed.). London: Kogan Page.
- Mikko Punakivi, Hannu Yrjölä, & Jan Holmström. (2001). Solving the last mile issue: Reception box or delivery box? *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 31(6), 427-439.
- Morganti, E., Seidel, S., Blanquart, C., Dabanc, L., & Lenz, B. (2014). The impact of e-commerce on final deliveries: alternative parcel delivery services in France and Germany. *Transportation Research Procedia*, 4, 178-190.
- Nilsson, P. (Per Olof Arnäs). (2016, 16 juni). *Logistikpodden*. [Podcast]. Hämtad från <http://logistikpodden.se/avsnitt/avsnitt-50-panel-om-citylogistik/>
- Patel, R., & Davidson, B. (2011). *Forskningsmetodikens grunder : Att planera, genomföra & rapportera en undersökning* (4., [uppdaterade] uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.
- Plowden, S. and Buchan, K. (1995). *A New Framework for Freight Transport*. London: Civic Trust
- Regeringskansliet (2015) *Hållbara städer & samhällen*. Hämtad 2017-04-21, från <http://www.regeringen.se/regeringens-politik/globala-malen-och-agenda-2030/hallbara-stader-och-samhallen>
- Regeringskansliet (2016). *Agenda 2030 för hållbar utveckling*. Hämtad 2017-04-21, från <http://www.regeringen.se/regeringens-politik/globala-malen-och-agenda-2030/agenda-2030-for-hallbar-utveckling/>
- Rodrigue, J. P., Notteboom, T., & Shaw, J. (Eds.). (2013). *Medförfattare DaBlanc, P. The SAGE handbook of transport studies*. SAGE.
- Simchi-Levi, D., Kaminsky, E., Simchi-Levi, Edith, & Kaminsky, Philip. (2007). *Designing and managing the supply chain: Concepts, strategies, and case studies* (3.rd ed., McGraw-Hill/Irwin series Operations and decision sciences). Boston, Mass.: McGraw-Hill.

Taniguchi, E., & Thompson, R. (2015). *City logistics: Mapping the future*. Boca Raton : CRC Press.

Visser, J., Nemoto, T., & Browne, M. (2014). Home delivery and the impacts on urban freight transport: A review. *Procedia-social and behavioral sciences*, 125, 15-27.

Wibeck, V. (2000). *Fokusgrupper: Om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. Lund: Studentlitteratur.

Bilaga 1 – Informationsmaterial inför fokusgrupper

Hej,

Imorgon är det dags att dricka kaffe, äta bulle och under trevliga former diskutera möjliga framtida leveranslösningar i bilfria stadsdelar. Vi tänkte starta klockan 16:00, så kom gärna strax innan det. Vi kommer att hålla till i ett grupprum på femte våningen på Samhällsvetenskapliga biblioteket (mitt emot Handels). Vi räknar med att hålla på cirka 90 minuter.

Här följer lite kort bakgrundsinformation om syftet med fokusgrupperna: Förändringar i staden: I Frihamnen kommer det under kommande år att byggas bostäder och arbetsplatser för cirka 30 000 personer. Området kommer i stor utsträckning vara bilfritt och alternativ för varuförsörjning till privatpersoner håller på arbetas fram av ett projekt som heter Dencity. Dessa alternativ ska utvecklas kunddrivet, det vill säga utifrån användarnas syn på fördelar och nackdelar med de olika alternativen.

Kika gärna in länken nedan som visar hur Göteborg planerar att växa i framtiden.

<https://www.youtube.com/watch?v=IPbmlkvEwM0>

Är ni även intresserade att läsa mer om projektet Dencity så kolla in denna länken.

<http://closer.lindholmen.se/projekt-okad-transporteffektivitet/dencity>

Diskussionerna kommer utgå från olika leveranstjänster som i dagsläget är möjliga att implementera för olika aktörer. Syftet med fokusgrupper är att skapa en förståelse för hur ni upplever de olika alternativen samt hur ni ser på betalningsvilja, eventuell samordning av leveranser och även andra möjligheter. Vad vi söker är helt enkelt fria diskussioner kring exempelvis vilka fördelar och nackdelar ni upplever med olika leveransalternativ.

Vi kommer att prata lite om hur ni idag får varor levererade och sedan försöka utgå ifrån hur ni tänker angående leveranslösningar om ni framöver bor i ett bilfritt område. Hur kommer erat behov se ut då?

Leveransalternativ vi bland annat kommer att diskutera är:

- Bemannade hemleveranser
- Obemannade hemleveranser. Exempelvis är ni villiga att släppa in transportören när ni inte är hemma genom en engångskod och hur ser ni på en integrerad leveransbox i/utanför lägenheten?
- Leverans till ett utlämningsställe: Både bevakat och obevakade till exempelvis en paketautomat.
- Övriga möjliga leveransalternativ.

Tack för att ni ställer upp och varmt välkomna imorgon!

Med vänliga hälsningar,

Sanna och Tilda

Bilaga 2 – Frågor till fokusgrupper

Introduktionsfrågor

- Hur och vart får ni paket levererade idag?
- Hur ofta får ni varor levererade?
- Vilka varor handlar ni oftast på nätet idag?
- Hur mycket betalar ni idag för leveranser?
- Vilket transportsätt använder ni för att hämta ut paket vid utlämningsställen? (Exempelvis gång, cykel, kollektivt, bil).
 - Om färdssättet är bil, vad är det som gör att ni väljer bilen?

Övergångsfrågor

- Ser ni några brister i utformningen av de leveransalternativ ni använder idag?
- Är det viktigt att kunna styra när, var och hur leveranser sker?
- Hur viktigt är det att ha valmöjligheten att välja mellan olika leveransalternativ?

Nyckelfrågor

Bevakad Hemleverans

- Vilka fördelar/nackdelar skulle ni uppleva vid en bevakad hemleverans?
- Skapar personligt bemötande ett värde?
- Hur viktigt är det att kunna bestämma när leveransen ska ske?
- Skapar det ett mervärde att kunna styra om leveransen till en ny tidpunkt?
- Om ni inte har möjlighet att vara hemma vid tidpunkten för leverans, hur önskar ni att det skulle hanteras? Skulle det kunna vara aktuellt att en granne tar emot leveransen?

Obevakad Hemleverans

Leveransalternativet innebär att transportören får tillgång till bostaden genom exempelvis en engångskod och kan därmed genomföra leveransen obevakad.

- Skulle ni känna er bekväma med att en transportör får gå in i hemmet då ni inte är hemma?
 - Idag har många städhjälp och släpper då in en person när ingen är hemma.
- Vad ser ni för fördelar/nackdelar med detta alternativ?

Leveransbox i trappuppgång alternativt leveransbox integrerad i lägenheter.

- Vilka fördelar/nackdelar skulle ni uppleva vid leverans till leveransbox integrerad i lägenheten eller i leveransboxar belägna i huset?
- För vilka varor skulle detta upplevas värdefullt?
- Är det viktigt att få varor levererade hela vägen hem? Eller hur långt bort skulle det vara acceptabelt att leveransboxarna var belägna?

Service Point

Bemannade utlämningsställen inom området

- Vilka fördelar/nackdelar skulle ni uppleva med ett gemensamt utlämningsställe inom området?
 - Skulle det generera ett mervärde med personlig service?
- Hur långt bort är ett rimligt avstånd för att hämta paket vid ett bemannat utlämningsställe?

- Upplever ni något motstånd idag till att hämta ut paket på utlämningsställen?

Obemannade paketautomater

En automatiskt paketrobot i området där boende har möjlighet att hämta ut paketet vid valfritt tillfälle.

- Vilka fördelar/nackdelar skulle ni uppleva med en obemannad paketautomat inom området?
- Vilka varor kan man tänka sig levereras till en automatisk paketautomat?
- Hur långt är det rimligt att transportera sig till paketautomaten?

Andra leveransalternativ

- Vilka andra leveransalternativ skulle ni kunna tänka er vara möjliga lösningar?
 - Skulle det kunna vara en möjlighet med en "butlertjänst" i området som sköter leveranserna från ett uppsamlingsställe av paket och hem till dörren?
 - Skulle det tillföra ett mervärde att kunna styra om leveranser till exempelvis caféer och arbetsplatsen?

Betalningsvilja

- Skulle ni kunna tänka er att betala för de olika leveranstjänsterna?
 - Är ni villiga att betala mer/mindre för vissa leveransalternativ?
- Om det skulle finnas en hubb i området dit alla paket levereras, för att sedan distribueras ut i området. Hur skulle ni ställa er till att det finns olika leveranstjänster inkluderat i hyran som en abonnemangstjänst? Exempelvis olika leveranspaket efter behov (Small, medium, largepaket där boende betalar olika mycket för olika hög grad av service).
 - Vilka av leveranstjänsterna skulle i så fall kunna gå under small/medium/large?
 - Om det fanns detta att välja på vilket paket skulle ni välja?
 - Hur mycket skulle ni vara villiga att betala för respektive abonnemang?
- Skulle ni hellre betala per leverans?
- Skulle ni som boende vara villiga att betala kostnaden för investeringen av en leveransbox i trappuppgången respektive i direkt anslutning till lägenheten?
- Skiljer sig er betalningsvilja åt för olika typer av varor? Exempelvis mat, skrymmande, paket?
- Ser ni ett problem i att leveranser i dagsläget inte kostar och att vi alltså inte har några anledningar att beställa färre paket?

Samordning av leveranser:

- Kan du tänka dig att erhålla alla dina leveranser vid samma tillfälle genom en samordnad leverans?
- Hur viktigt är det att leveransen sker direkt?
- Skulle du acceptera att leveranstiden blir längre vid en samordnad leverans?

Returer

- Hur skulle du önska att dig att dina returer hanteras?
- Hur hanterar ni i dagsläget era returer?

Sammanfattningsvis

- Är det något ni har tänkt på idag som inte har diskuterats?

Utvärdering av leveransalternativ i urban miljö

Denna konsumentundersökning syftar till att undersöka inställningen till olika leveransalternativ. Bakgrunden till studien är att städer i dag förtätas och att det finns en uttalad önskan att minska behovet av att äga egen bil i stadsmiljöer. Istället ska individens behov av varor och gods täckas genom innovativa leveranstjänster.

Undersökningen utgår från följande leveransalternativ:

1. Bevakad hemleverans: Leveransen sker till hemmet där behörig person måste signera vid mottagandet.
2. Obevakad hemleverans (Tre alternativ)
 - Transportören levererar varorna obevakat in i bostaden genom tillgång till nyckel eller annan lösning.
 - Leveransbox i anslutning till bostaden: Hemleveransen kan ske obevakad då varorna låses in i boxen.
 - Leveransboxar i trappuppgången: Hemleveransen kan ske obevakad då varorna låses in i boxen.
3. Leverans till utlämningsställe (Två alternativ)
 - Bevakat utlämningsställe: Exempelvis en servicestation i bostadsområdet dit varorna levereras och hämtas ut av beställaren.
 - Obevakat utlämningsställe : Exempelvis en automatiserad paketrobot i bostadsområdet. Paketet levereras till.

1. Hur gammal är du?

Markera alla som gäller.

- 19 - 29
- 30 - 39
- 40 - 49
- 50 - 59
- 60 -

2. Hur ofta får du varor levererade idag?

Markera endast en oval.

- Mindre än 1 gång i månaden
- 1 - 2 gånger i månaden
- 3 - 4 gånger i månaden
- Fler än 4 gånger i månaden

3. Vart får du oftast paketleveranser levererat idag?*Markera endast en oval.*

- Bemannat utlämningsställe
- Hemleverans
- Paketautomat
- Övrigt: _____

4. Hur hämtar du oftast dina paketleveranser?*Markera alla som gäller.*

- Gång
- Cykel
- Bil
- Kollektivtrafik
- Övrigt: _____

5. Har du tillgång till bil i hushållet?*Markera endast en oval.*

- Ja
- Nej

6. Angående betalning av leverans, vilket påstående stämmer bäst in på dig?*Markera endast en oval.*

- Jag betalar helst inte för frakt
- Ofta är det gratis vid en viss summa, jag ser till att beställa över den gränsen för att slippa fraktkostnaden
- Jag tycker att det är rimligt att betala en viss summa för frakt
- Jag kan betala för exempelvis snabb eller miljövänlig frakt
- Övrigt: _____

7. Vilka av nedanstående aspekter är viktiga för dig gällande leverans av varor?*Markera endast en oval per rad.*

	Viktigt
Valfrihet: Att kunna välja leveranssätt	<input type="radio"/>
Flexibilitet: Att kunna välja när leverans kommer att ske	<input type="radio"/>
Punktlighet: Att leverans sker då den är utlovad	<input type="radio"/>
Snabb leverans	<input type="radio"/>
Gratis leverans	<input type="radio"/>
Miljövänlig leverans	<input type="radio"/>

Inställning till olika leveransalternativ

Bevakad hemleverans

Behörig person måste signera och ta emot leveransen.

8. **Hur är din inställning till en bevakad hemleverans?**

Markera endast en oval.

	1	2	3	4	5	
Dåligt alternativ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mycket bra alternativ

9. **Kommentar...**

10. **Hur långt leveransfönster anser du vara acceptabelt vid en bevakad hemleverans?**

Markera endast en oval.

- 0 till 1 timme
 1 till 2 timmar
 2 till 3 timmar
 3 till 4 timmar
 Fler än 4 timmar

Obevakad hemleverans: Alternativ 1 - Transportören kan gå in i bostaden då du inte är hemma.

11. **Hur är din inställning till att en transportör genomför en obevakad hemleverans in i bostaden?**

Markera endast en oval.

	1	2	3	4	5	
Dåligt alternativ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mycket bra alternativ

12. **Kommentar...**

Obevakad hemleverans: Alternativ 2 - Leveransbox i direkt anslutning till bostaden.

13. **Hur är din inställning till en leveransbox i direkt anslutning till bostaden?***Markera endast en oval.*

	1	2	3	4	5	
Dåligt alternativ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mycket bra alternativ

14. **Kommentar...**

Obevakad hemleverans: Alternativ 3 - Gemensamma leveransboxar i trappuppgången

15. **Hur är din inställning till leveransboxar i trappuppgången?***Markera endast en oval.*

	1	2	3	4	5	
Dåligt alternativ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mycket bra alternativ

16. **Kommentar...**

Leverans till ett bevakat utlämningsställe - Exempelvis en servicebutik i bostadsområdet

17. **Hur är din inställning till en leverans till ett bevakat utlämningsställe inom bostadsområdet?**

Markera endast en oval.

	1	2	3	4	5	
Dåligt alternativ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mycket bra alternativ

18. **Kommentar...**

Obevakat utlämningsställe - Exempelvis en automatisk paketrobot utställd i området. Paketet kan hämtas ut 24/7.

19. **Hur är din inställning till att få ditt paket levererat till ett obevakat utlämningsställe som en paketrobot i bostadsområdet?**

Markera endast en oval.

	1	2	3	4	5	
Dåligt alternativ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mycket bra alternativ

20. **Kommentar...**

Betalningsvilja för de olika leveranstjänsterna?

Idag byggs det många bostadsområden som önskar minimera behovet av att äga en egen bil och istället erbjuda leveranstjänster för att transportera hem varor och gods. Hur ställer du dig till att betala för olika leveranstjänster?

21. *Markera endast en oval per rad.*

	Jag vill inte betala för den leveranstjänsten	Jag kan tänka mig att betala en liten summa i förhållande till varans värde för leveranstjänsten	Superbra! Den här leveranstjänsten betalar jag gärna för
Bevakad hemleverans	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obevakad hemleverans: Transportören går in när jag inte är hemma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obevakad hemleverans: Leverans till box I direkt anslutning till lägenheten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obevakad hemleverans: Leverans till box I direkt insulning till trappuppgången	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leverans till utlämningsställe: Bevakat utlämningsställe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leverans till utlämningsställe: Obevakat utlämningsställe ex. en paketrobot i området eller vid hållplatsen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>