

AKTUELL TJÄNSTEFORSKNING

CENTRUM FÖR TJÄNSTEFORSKNING NR 52 NOV 2006 – APR 2007

CTF HAR FIRAT 20 ÅR
sid 9

FRAMTIDEN FÖR CTF
sid 10

RAPPORT FRÅN FRANKRIKE
sid 13



CTF - SERVICE
RESEARCH CENTER

WWW.CTF.KAU.SE



CTF - CENTRUM FÖR
TJÄNSTEFORSKNING

CTF – Centrum för tjänsteforskning

CTF är nordens främsta forskningscentrum för tjänsteforskning. Centret bildades 1986 och är en del av Karlstads universitet. I dag är 47 medarbetare verksam inom CTF. Fokus ligger på forsknings-, utbildnings- och kontaktverksamhet inom området ledning och organisering av tjänsteverksamheter. CTF ska bidra till kunskapsutveckling, tillhöra forskningsfronten, bedriva forskning inom flera discipliner, vara en bro mellan forskning och näringsliv/offentlig verksamhet samt aktivt verka i en internationell miljö.

CTFs forskning fokuserar följande områden

Tjänstekvalitet och kvalitetsutveckling
Arbetsmiljö- och kompetensfrågor
Tjänsteutveckling och kundinvolvering
Kundtillfredsställelse och kundupplevelse
Tjänstebegreppet och värdeskapande genom tjänster

CTF partners

Företag/organisationer som är knutna till CTF för att på olika sätt stödja verksamheten och ta del av det senaste på forskningsfronten.

Som partner får man bli en tillgång till: kreativa mötesplatser för praktiker och forskare med möjlighet till erfarenhetsutbyte • avancerad kompetensutveckling • den senaste forskningen inom tjänstetområdet • information om aktuella projekt och forskningsresultat • inbjudningar till seminarier och workshops • hemsidexponering • tidskriften Aktuell tjänsteforskning • CTF nyhetsbrev.

Våra partners

Effect Management AB, Försäkringskassan i Värmland, ICA Handlarnas AB, Karlstads kommun, Karlstads universitet, Landstinget i Värmland, Lidbom Svenska AB, Länsförsäkringar Wasa AB, Service Development Centre AB, Statens Kvalitets- och Kompetensråd, Statistiska Centralbyrån, Vattenfall Utveckling AB och AFSM International.

Utöver dessa har vi ett 20-tal projektpartners, dvs företag och organisationer som vi för närvarande har projekt med. Bland dessa finns t ex Telia, Swedbank, Räddningsverket, Institutet för kvalitetsutveckling – SIQ och Volvo Aero.

Kontakta CTF om du...

- har idéer om forsknings- och utredningsprojekt
- har behov av forskarstött utvecklingsarbete
- har behov av utbildningsinsatser
- vill ha kontakt med andra tjänsteforskare nationellt/internationellt
- vill bli partner i CTF.

Kontaktpersoner

Docent/föreståndare: Patrik Larsson
e-post: Patrik.Larsson@kau.se, tel: 054-700 15 53
Professor/föreståndare: Bo Edvardsson
e-post: Bo.Edvardsson@kau.se, tel: 054-700 15 57
Kordinator: Ingrid Hansson
e-post: Ingrid.Hansson@kau.se, tel: 054-700 10 31

Aktuell tjänsteforskning

Ansvarig utgivare: Bo.Edvardsson@kau.se
Redaktör: Andreas.Evestedt@kau.se
Tryck: Universitetstryckeriet, Karlstad 2006
Foto omslag: Marcus Bryngelsson, Värmlands folkblad. Bild på Klaus Chojnacki, chef för Volkswagens kundklubb i Tyskland.

CTF INFÖR OCH I FRAMTIDEN

Denna ledare skrivs någon vecka innan CTFs 20-årsjubileum den 5 oktober 2006. Att spana in i framtiden och vara med om att skapa den är en utmaning, inte minst för oss som föreståndare i ett forskningscentrum med 20 år på nacken.

Vi vill inte styra genom att se i backspegeln och inte heller fastna i nulägesanalys vad gäller styrkor och svagheter eller hot och möjligheter. Vi vill formulera en utmanande vision tillsammans med våra kollegor inom CTF och genom att lyssna på våra partners och internationella forskarkollegor. Vi vill vara lyhörda och proaktiva för att därmed kunna vara med och forma framtidens tjänsteverksamheter.

Vi tror oss att genom delaktighet och fokusering kunna bidra till att CTF tar klivet in i de kommande 20 åren inte enbart med entusiasm och goda föresatser – en kritik som på tämligen goda grunder kunde riktas mot CTF när vi startade i mitten av 80-talet – utan med avstamp i en gedigen kunskapsbas och lång erfarenhet av att leda och utveckla akademisk forskning av internationell toppklass i nära samarbete med och relevans för företag och organisationer.

Miljön avgörande

Hindren för utveckling sitter ofta inom oss själva, i våra mentala modeller och föreställningar om vad som är möjligt och inte möjligt. CTFs framtid handlar i stor utsträckning om framtiden för CTFs medarbetare och vad som var och en av oss vill bidra med och hur vi kan skapa en stimulerande och utvecklingsorienterad forskningsmiljö.

I det här numret av Aktuell tjänsteforskning kan du läsa mer om våra tankar kring framtiden och 20-årsfesten förstås. Grattis CTF!

BO EDVARDSSON
ANDERS GUSTAFSSON
PATRIK LARSSON

CTF – CENTRUM FÖR TJÄNSTEFORSKNING

ERIK SUNDSTRÖM NY DOKTOR VID CTF

”Utveckling av en integrerad tjänst. En fallstudie inom kollektivtrafikbranschen” är titeln på Erik Sundströms doktorsavhandling som försvarades den 16 juni 2006 då han disputerade för ekonomie doktorsexamen i företagsekonomi vid CTF, Karlstads universitet. Professor Evert Gummeson vid Stockholms universitet var opponert vid disputationen.

Utvecklingen av tjänster i både privata företag och inom den offentliga sektorn handlar oftast om vidareutveckling av befintliga tjänster. Det kan gälla ompaketering av tjänster eller integrering av två eller flera tjänster. Trots detta fokuserar forskningen om tjänsteutveckling nästan enbart på hur nya tjänstekoncept tas fram, hur nya tjänstesystem utformas och vad som sker i olika faser av tjänsteutvecklingsprocessen. Dessutom har forskningen om tjänsteutveckling till stor del behandlat projekt och processer som isolerade företeelser. För lite uppmärksamhet har ägnats åt förhållanden i den historiska, politiska och praktiska kontext i vilken tjänster utvecklas.

I Erik Sundströms avhandling fokuseras utvecklingen av en integrerad tjänst. En integrerad tjänst utgörs av två eller flera befintliga tjänster vilka vidareutvecklats och ompaketeras till en ny tjänst. Ett tjänsteutvecklingsprojekt inom Blekinge läns kollektivtrafik har stu-

derats. Särskild uppmärksamhet riktas mot hur tjänstekoncept, processer och system bryts upp för att integreras i ett gemensamt koncept, en gemensam huvudprocess och ett integrerat tjänstesystem med ett gemensamt resursutnyttjande. Detta äger rum

inom ramen för ett värdeskapande intressentnätverk.

Avhandlingen visar en tjänsteutvecklingsprocess som utformades av ägarna inom ramen för ekonomiska och tekniska realiteter. I praktiken fokuserades kundernas behov i mycket

begränsad utsträckning. De teoretiska bidragen summeras i två modeller. Den första beskriver konceptet för en integrerad tjänst och den andra modellen tjänsteutvecklingsprocessen för en integrerad tjänst. Tjänsteutvecklingsprocessen består främst av aktiviteter inriktade på att dels bryta upp förutsättningarna för de befintliga tjänsterna dels på att utforma nya och gemensamma förutsättningar för den integrerade

tjänsten. Dessa aktiviteter utförs inom ramen för ett förändringstryck i intressentnätverket.

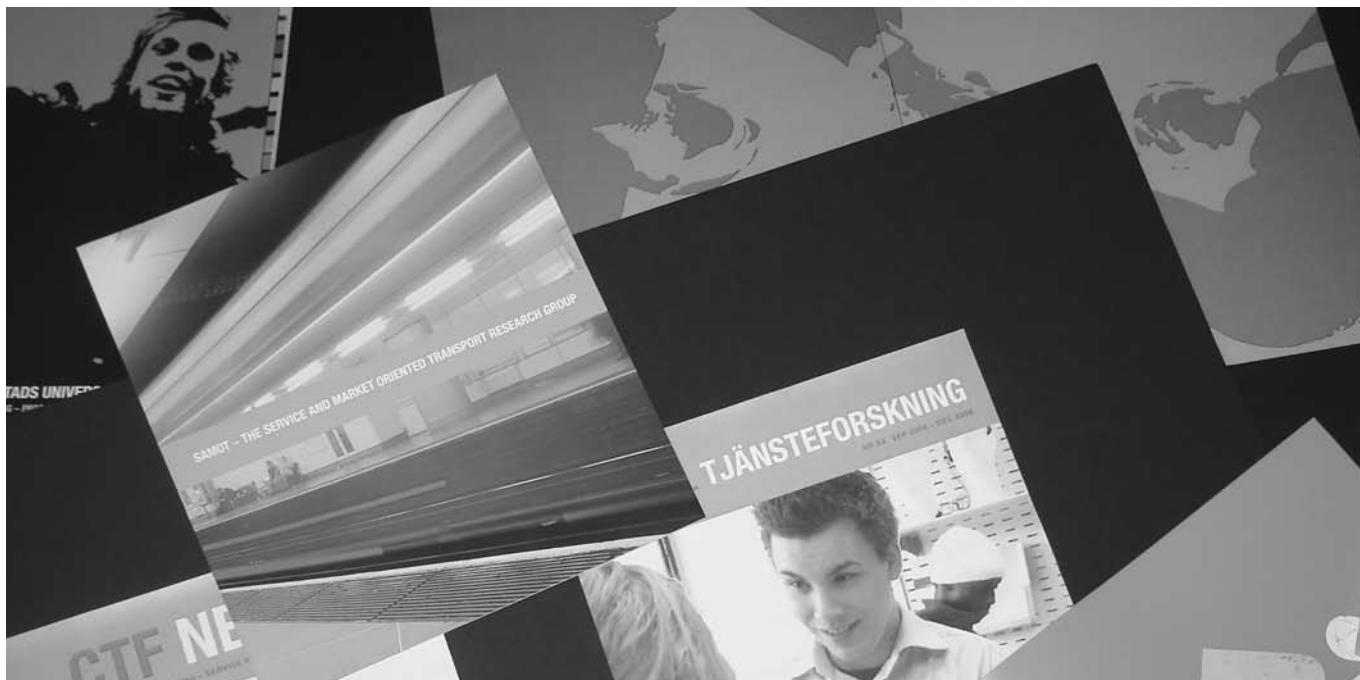
Avhandlingen kan beställas via e-post infoctf@kau.se.



ERIK SUNDSTRÖM
ERIK.SUNDSTROM@KAU.SE
054-700 21 77

YLVA LARSSON OCKSÅ NY DOKTOR

Den 8 september 2006 disputerade Ylva Larsson för ekonomie doktorsexamen i företagsekonomi. Avhandlingens titel är "Skaparens fåfänga – En deskriptiv studie om moralproduktionen på svenska reklambyråer". Opponent vid disputationen var professor Karl Erik Gustafsson från Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.



Studiens fokus ligger på kommunikation och handlande. En reklambyrå kan ses som ett forum för kommunikation där olika gemensamma föreställningar formas.

Studiens syfte är att, med teoretisk bas i resonemang förda inom symbolinteraktionism och med hjälp av diskursetiken, kartlägga och föra en diskussion om sociala objekt som tillsammans bygger uppfattningen om moral inom en reklambyrå.

Specifikt för denna studie gäller att det mig veterligen inte finns några studier inom området som fokuserar etik och moral inom reklambranschen i Sverige, förutom min licentiatuppsats "Med skaparkraft som etiskt argument" som föregår denna studie.

Omoralsk reklam

Reklamens innehåll och dess konsekvenser uppfattas ibland som omoraliska och branschen angrips därför med jämna mellanrum av forskare, media och allmänheten. Många frågar sig om reklamproducenter överhuvudtaget funderar över den moraliska aspekten i reklamen? För att få fram svar på detta har jag angripit området på tre olika sätt, genom intervjuer, observation på reklambyrå och analys av textmaterial.

Vem är det då som ansvarar för att moralfrågan drivs i en bransch som i huvudsak är självreglerande? Det finns en tydlig moralisk medvetenhet bland aktörerna inom reklambranschen, men en tydlig moralisk kodex saknas. Är moral endast för dem

som har råd? Är moral en lyx? Det är i det gemensamma samtalet, med betoning på gemensamma, som lösningen står att finna.

Studien utgör en doktorsavhandling i företagsekonomi vid CTF – Centrum för tjänsteforskning, Karlstads universitet.



YLVA LARSSON

TRANSPORTFORSKNING TAR SNABBT FORM

Den 3 maj 2006 undertecknades huvudavtalet som ger CTF 70 miljoner kronor under en tioårsperiod för att utveckla en ledande forskningsmiljö inom området kollektivtrafik. Huvudavtalet undertecknades av Karin Markides, vice generaldirektör för VINNOVA, Margareta Friman, föreståndare för Vinn Excellence Center vid Karlstads universitet och Christina Ullenius, rektor vid Karlstads universitet. Forskningen kommer att bedrivas inom transportforskargruppen SAMOT som under de senaste tio åren undersökt kollektivtrafik i samarbete med olika aktörer, såväl regionalt och nationellt som internationellt. Förkortningen SAMOT står för The Service and Market Oriented Transport Research Group.



Signering av huvudavtalet. Från vänster Karin Markides, vice generaldirektör för VINNOVA, Margareta Friman, föreståndare för SAMOT vid Karlstads universitet och Christina Ullenius, rektor vid Karlstads universitet.

Sedan den 3 maj har arbetet i transportforskargruppen SAMOT vid CTF kommit i gång på allvar. Som ett led i att formera SAMOT har vi utvecklat och lanserat en egen hemsida: www.kau.se/samot. SAMOT är ett samarbete mellan olika parter, därför är det naturligt att kommunikation står i centrum. Hemsidan är en del i vår kommunikationsplan där målet är att höja kunskapen om vår verksamhet hos olika aktörer i branschen och i övriga samhället. Hemsidan är ett bra hjälpmedel för att informera om våra forskningsprojekt och resultat. På hemsidan kan man läsa om SAMOT och dess

verksamhet, som syfte, mål, organisation, forskningsområden, pågående projekt och partners. Man kan också läsa om kommande händelser, publicerat material, vad som sägs om projektet i medierna samt aktuella nyheter i projektet. SAMOTs första partnerrapport: "Marknadsundersökningar inom kollektivtrafikbranschen" finns att läsa på vår hemsida.

Förutom att utveckla hemsida och informationsbroschyr så håller vi på att starta upp flera olika projekt, bland annat ett doktorandprojekt i psykologi som kommer att handla om hur kollektivresande kan ersätta bilresande. I samband med

Centrum för tjänsteforskning 20-årsjubileum den 5 oktober anordnade vi en partnerdag där vi diskuterade ytterligare framtida projekt som våra partners anser vara viktiga för branschens utveckling.

Vi har även startat arbetet med att planera och utveckla en forskarutbildningskurs inom transportområdet, "Beteendevetenskaplig persontrafikforskning 5p" som genomförs under vårterminen 2007.

Sedan april 2006 är Tommy Gärling anställd som gästprofessor i SAMOT. Han kommer att delta i SAMOTs vetenskapliga utveckling genom till exempel handledning av doktorander, diskussion om projektutformning och seminarieverksamhet. Läs mer om Tommy Gärling längre fram.

Den 16 november 2006 håller Tommy ett seminarium med temat: "Psykologisk transportforskning: experimentella undersökningar" vid CTF.

Den 19 oktober höll Margareta Friman och Lars Eriksson, båda från SAMOT vid CTF, ett seminarium med temat: "Experimentiell simulering av färdmedelsval". För information om kommande händelser se: www.kau.se/samot.

MARGARETA FRIMAN
MARGARETA.FRIMAN@KAU.SE
054-700 11 68

VAD BETYDER ETT LEENDE?

Ett leende betyder så mycket heter det. Men frågan är om det genom undersökningar går att påvisa att så faktiskt är fallet. Dwayne Gremler (bilden) vid Bowling Green State University i USA har studerat området. Blir kunder mer nöjda med servicen om den anställde ler?

Det femte året i KK-stiftelsens profilsatsning lider nu mot sitt slut och i ett av projekten, som utförs i samarbete med Länsförsäkringar, studerar Annika Åberg vad som händer i tjänstemötet som det tar sig uttryck i försäkringsförsäljning, skadereglering och bankärenden. Slutatsarna börjar nu ta form och ska snart avrapporteras i en avhandling som bygger på intervjuer, observationer och enkäter till anställda och kunder i fem länsbolag.

En bärande tes i den kommande avhandlingen är att tjänstemötet består av tre delar eller logiker: Ett kommersiellt inslag, ett professionellt inslag och ett filantropiskt inslag. Det kommersiella handlar precis som det låter om en ren försäljningssituation med inslag av prisjämförelser, förhandlingar, bud och motbud. Men innehållet i många möten bygger också på den professionella logiken. Här handlar det om hur den anställde i företaget hänvisar till avtal, regler och bestämmelser, men också hjälper kunden till rätta och ser till att hon eller han får den ersättning som man är berättigad till

då man råkat ut för en skada eller olycka. Den tredje logiken slutligen, utgörs av det filantropiska inslaget, och handlar om vad som i vardagslag kan kallas serviceinslaget, eller hur den anställde gör saker och ting som inte direkt kan hänföras till den ekonomiska vinningen och merförsäljning.

Rättvis behandling värdesätts

Det är dock inte alla tjänsteforskare som ser att denna sista logik utgör ett inslag i tjänstemötet, utan snarare hör hemma i den personliga sfären. Men de tre logikerna bygger tillsammans upp mötet som en komplex väv och när Annika studerat närmare hur tjänstemötena ser ut på Länsförsäkringar visar det sig att det professionella inslaget är mycket tongivande, vilket kan tolkas på två sätt. Sett rent ur ett försäljningsperspektiv så kan vi konstatera att det kommersiella inslaget är för litet, men ur ett något vidare perspektiv så framträder en bild där kunderna sätter stort värde på en rättvis och lika behandling, vilket i förlängningen säkerligen påverkar den långsiktiga uppfattningen om företaget i positiv riktning.

Leende ger nöjdare kunder?

Hur anställda och företag utnyttjar, hanterar och försöker styra denna väv av logiker i mötet mellan anställda och kunder har kommit att studeras ur olika synvinklar på senare tid. Alltifrån korta kurser där vi lär oss vikten av ett leende i en kundsituation, via forskningen om omsorgsrationalitet till studier av hur emotionellt arbete påverkar arbetsvillkor utgör olika aspekter på detta fenomen.

En av de internationella utvärderarna i samband med halvtidsutvärderingen

– Dwayne Gremler vid Bowling Green State University i USA – har studerat fenomenet och nyligen var han gästprofessor i Maastricht och tackade ja till en inbjudan att presentera sin forskning på området.

Grundfrågan som man ställde sig i projektet var huruvida kunderna är mer nöjda med service ifråga om den anställde ler – en fråga som knappast skulle formuleras i många verksamheter då det mer eller mindre förutsätts att så är fallet. Inte desto mindre skred man till verket och riggade ett experiment där universitetsstudenter fick hyra filmer. Personalen (som fått noggranna instruktioner av undersökningsledaren) erbjöd en särskild service för att hjälpa till att ta fram filmer till kunderna. På förhand hade man tagit fram olika servicenivåer som sträckte sig ifrån lite hjälp, via lite hjälp med ett leende till engagerad hjälp att ta fram bra filmer. Därefter frågade man kunderna vad de tyckte om tjänsten, hur nöjda de var och om de skulle kunna tänka sig att hyra film där i fortsättningen.

Resultaten visade tämligen entydigt att man kan påverka sinnesstämningen hos andra människor: leendet smittar av sig, men detta i sig ger inga avtryck vad beträffar kundnöjdhet eller framtida avsikter att komma tillbaka till affären.

Även om det finns invändningar mot studien som sådan och man kan väcka frågan om resultaten gäller även mycket enkla tjänster så kan vi dra slutsatsen att det är ett stycke mycket intressant forskning som borde få klara genomslag i näringsliv och offentlig förvaltning, inte i termer av att försäljare och handläggare nu på goda grunder skulle kunna bli "griniga" utan snarare i termer av en omvärdering av den som tämligen oreflekterat har tillmätts ett enkelt leende.

PATRIK LARSSON
PATRIK.LARSSON@KAU.SE
054-700 15 53



STEPHEN W. BROWN UTNÄMND HEDERSDOKTOR

Stephen W. Brown har tillsammans med professor Francis Allotey, författarinnan Maj Bylock och rektor Inga-Lill Lindqvist utsetts till 2006 års hedersdoktorer vid Karlstads universitet.

Att promovera hedersdoktorer är en akademisk tradition som sträcker sig långt tillbaka i tiden och tanken är att visa särskild uppskattning för personer som bidragit till kunskapsutvecklingen och som har speciell betydelse för universitetet. Årets hedersdoktorer promoverades till doctor honoris causa av Karlstads universitet vid Akademisk högtid den 15 september i år. Stephen W. Brown är professor i marknadsföring vid Arizona State University,

USA, och har betytt mycket för utvecklingen av CTF – Centrum för tjänsteforskning vid Karlstads universitet, såväl genom forskning som genom ett långvarigt samarbete. Genom sina uppdrag och internationella kontaktnät har Stephen W. Brown medverkat till att CTF idag finns på den internationella arenan.

MARIA NILSSON
MARIA.NILSSON@KAU.SE
054-700 17 97



FOTO: HANS M KARLSSON

FRONTIERS IN SERVICE 2006

Den årliga konferensen *Frontiers in Service* ägde rum i Brisbane, Australien, den 29 juni – 2 juli 2006. Innan konferensen hade American Marketing Associations intressegrupp för tjänster organiserat en dag för doktorander för att stimulera deras forskningsarbete och möjliggöra diskussion med en mindre grupp professorer. Bo Edvardsson från CTF medverkade och återger här några intryck.

Konferensen var ett samarrangemang mellan University of Queensland, Business School, The Center for Excellence in Service, Robert H. Smith School of Business, University of Maryland, USA och The American Marketing Association. I den mycket välorganiserade konferensen kunde de cirka 180 deltagarna från en rad olika länder ta del av ett 70-tal presentationer förutom plenarföredrag.

Jim Spohrer, forskningsdirektör vid IBM, höll ett intressant föredrag på temat "Service Science, Management, and Engineering (SSME): An Emerging Multidiscipline". Service Science är en stor och långsiktig satsning inom IBM och han tog bland annat upp hur tjänster och värdeskapande genom tjänster sker inom ramen för "Service Systems". Detta är inte något nytt men det har inte lyfts fram eller fått det genomslag som nu krävs i tjänsteekonomin. Tjänstesystem, tjänsteprocesser och hur värde skapas genom tjänster är i flera avseenden i grunden annorlunda än den dominerande, produkt- eller produktionscentrerade synen på företag och hur utveckling

ska bedrivs. Många begrepp och teorier inom ekonomi och managementområdena har sin grund i tillverkningens logik och produktionssystem, inte i tjänstesystem och hur tjänster kommer till. Jim Spohrer betonade vikten av flervetenskaplighet, att flera olika kunskapsområden, professionella grupper och akademiska discipliner kan samverka och arbeta gränsöverskridande i utvecklingen av Service Science.

Han efterlyste "T-shaped people", medarbetare som har en bred kunskap inom flera professionella områden men samtidigt djup kunskap och kompetens inom ett avgränsat, och menade att många medarbetare i företag har en allt för snäv kompetensbas och därmed har svårigheter att kommunicera och utbyta erfarenheter med och förstå andra. Även utbildningar vid universitet och högskolor ger ofta en allt för smal kompetens. Det är ofta i gränssnittet mellan kompetensområden som den mest intressanta utvecklingen sker.

Ett annat område som fick stor uppmärksamhet är det som brukar gå under beteckningen "The Service Dominant Lo-

gic (SDL)". Stephen Vargo, University of Hawaii, hade flera intressanta inlägg och hans presentation syftade till att förtydliga vad SDL är och vad det inte gör anspråk på att vara. Det är inte en ny teori utan snarare ett sätt att se på hur resurser används och var värdet för kunderna skapas och hur det uppkommer. Den centrala tankegången är "Value in use for the Customer". Värdet är inte främst knutet till resurser i sig eller till attribut hos marknadserbjudanden. Värdet uppstår eller realiserar när resurser, varor och tjänster används. Detta är poängen med SDL. En central utgångspunkt är skillnaden mellan "Operand and Operant resources".

Mera om detta kan läsas på en intressant hemsida med en rad referenser till detta nya synsätt. Läs mer på: www.sdlogic.org.

Nästa *Frontiers in Service* kommer att äga rum i San Francisco den 4-7 oktober 2007.

BO EDVARDSSON
BO.EDVARDSSON@KAU.SE
054-700 15 57

TJÄNSTER PÅ ANVÄNDARNAS VILLKOR – ÄR DET MÖJLIGT?

Den 18 maj 2006 anordnades en spännande eftermiddag i samband med CTFs 20-årsjubileum. Tillsammans med Telia Sonera genomförde Stiftelsen marknadstekniskt centrum, MTC ett seminarium i Stockholm. Här återger Patrik Larsson, CTF, vad deltagarna fick uppleva.



Från vänster: Patrik Larsson och Bo Edvardsson, CTF, Ewa Goos, TeliaSonera och Ulf Eklund, VINNOVA.

Grundtanken bakom seminariet är att användarna av tjänster alltmer har kommit att ses som en resurs och som medproducenter i tjänsteutvecklingen, samtidigt som det finns många frågor kring hur det ska gå till, vad det egentligen innebär och om företag och förvaltningar står redo att involvera användarna. John Geary från TeliaSonera sammanfattade denna utveckling i sitt inledningsanförande: ”Idag har alla en telefon, nu gäller det att börja sälja tjänster!”.

Från CTF bidrog Bo Edvardsson, Per Kristensson, Lars Witell och Anders Gustafsson med såväl teoretiska utgångspunkter som praktiska exempel på användarorienterad tjänsteutveckling. Bo Edvardsson lyfte fram betydelsen av enkelhet och där har slutanvändaren en viktig roll. Per Kristensson inledde sitt anförande något provocerande med att konstatera att det knappast är troligt att en välbetald manlig produktutvecklare kan föreställa sig vad en fattig ensamstående trebarnsmamma behöver. Och inte blir det lättare av att man försöker ”tanka av” dessa kundgrupper information genom olika

former av intervjuer i grupp eller individuellt – eftersom det är synnerligen svårt att uppfinna saker på kommando. Istället ska man utgå ifrån kundens vardagsituationer, vilket man har gjort i ett forskningsprojekt där man använt sig av studenter som utrustats med mobiltelefoner under en fjortondagarsperiod. Så snart man haft ett behov av en tjänst så har man fått skriva ned denna i en dagbok. När dessa förslag värderats av och jämförts med förslag från professionella tjänsteutvecklare så visar det sig hur innovativa, men även genomförbara användarnas förslag är.

Lars Witell redogjorde för en studie om kundinvolvering i praktiken där det visar sig att det inte finns några större skillnader mellan olika branscher när det gäller kundinvolvering. Men det gemensamma mönstret var dessvärre att det är mycket få som involverar sina användare i produktutvecklingen. Särskilt allvarligt är detta eftersom det visar sig att företag som involverar kunder i utvecklingen också är mera lönsamma, vilket var huvudbudskapet i Anders Gustafssons

presentation.

Harriet Kullberg från TeliaSonera knöt an till frågan om tjänsteutveckling lönar sig. Hon har lång erfarenhet av tjänsteutveckling inom TeliaSonera.

Där har man jobbat ett tiotal år med en nätverksbaserad grupp som utvecklat en rad tjänster, bland annat mäklartjänsten Bovision, där husköpare kan hitta lämpliga objekt. När gruppen gjorde ett överslag på lönsamheten visade det sig att mellan perioden 1995-2005 har man tagit fram produkter till ett uppskattat värde av 1 miljard kronor. Det är 10 till 20 gånger värdet av satsat kapital. Man ser inte gruppen som ett alternativ till traditionell tjänsteutveckling utan som ett komplement där det gäller att fånga upp goda tankar och idéer hos kunder, leverantörer och kollegor.

PATRIK LARSSON
PATRIK.LARSSON@KAU.SE
054-700 15 53

FÖLJ MED NÄR CTF FIRADE 20 ÅR

Två decennier har gått sedan CTF – Centrum för tjänsteforskning vid Karlstads universitet bildades. På den tiden har forskningen gjort sig känd över världen vilket tydligt märktes bland gästerna på jubiléet den 5 oktober. Här får du chansen att läsa mer om festen och framtiden för CTF.

Temat för dagen var "Burning Questions in Service Organizations" och de senaste rönen kring tjänsteforskning belystes från en rad håll. Ett genomgående budskap var att forskning kring tjänster blir allt viktigare och att efterfrågan ständigt ökar.

För CTF var dagen en summering av 20 års arbete på området. Men grundaren och föreståndaren Bo Edvardsson vill helst inte blicka bakåt utan fokuserar nu krafterna på framtiden.

– Nu får vi inte slå oss till ro utan jobba vidare på att förnya forskarfrågorna och vidareutveckla oss i våra metoder. Med 50 aktiva personer inom CTF behöver vi skapa grupperingar som arbetar med olika frågor utan att samtidigt tappa vår kultur. Det blir den största utmaningen de närmaste åren, säger Bo Edvardsson.

Under dagen fick tio särskilt betydelsefulla personer för utvecklingen av CTF motta utmärkelsen "International Fellows of CTF". Bland välgörarna märks Christian Grönroos, professor vid Svenska handelshögskolan i Helsingfors, Klaus Chojnacki, chef för Volkswagens kundklubb i Tyskland samt professorerna Mary Jo Bitner och Stephen W. Brown vid Arizona State University i USA.

– Det här är forskare och andra samarbetspartners som vi jobbat med under många år. Från Arizona State University lånade vi till exempel hela idén om att bygga upp ett forskningscentra med ett starkt stöd från omgivande näringsliv och offentlig förvaltning, säger Patrik Larsson, också han föreståndare vid CTF.

ANDREAS EVESTEDT
ANDREAS.EVESTEDT@KAU.SE
054-700 12 40



Glada festdeltagare. Från vänster Thomas Sigfridson, styrelseordförande i CTF, Stephen W. Brown professor vid Arizona State University i USA och Bo Edvardsson, föreståndare för CTF.



Utdelning av diplom till "International Fellows of CTF".



I vimlet syntes artisten Lill Lindfors. Här tillsammans med Birgitta Johansson-Hidén vid CTF.

UTVECKLING & STRATEGI FÖR FRAMTIDEN

För att kunna åstadkomma ytterligare 20 framgångsrika år för CTF krävs en tydlig fokusering på framtiden. Här skriver Bo Edvardsson, Anders Gustafsson och Patrik Larsson tillsammans om tankarna kring den utmaning som verksamheten nu står inför.

Centrum för tjänsteforskning är ett mångvetenskapligt forskningscentrum vid Karlstads universitet med inriktning mot tjänsteverksamhet. De ämnen som finns representerade inom CTF för närvarande är företagsekonomi, psykologi, arbetsvetenskap, sociologi och religionsvetenskap. CTF, med i dagsläget närmare 50 medarbetare, är det ledande forskningscentrat i Europa inom området. Verksamheten bedrivs i nära samarbete med andra akademiska institutioner och ämnen till exempel informatik och kulturgeografi, men även näringsliv och offentlig förvaltning.

Ett 20-tal tjänsteföretag, förvaltningar och organisationer är knutna till CTF som partners, antingen genom samarbete i projekt, eller mot en årlig avgift. CTF samarbetar med forskare i hela världen och koordinerar det internationella nätverket "International Academy of Service Research and Education" (IASRE) med 23 forskningscentra. Ett regelbundet forskarutbyte är ett viktigt inslag i samarbetet, liksom lärarutbyte och medverkan i doktorandkurser.

CTF en brygga

CTF fokuserar forskning om tjänster och tjänsteverksamheter (både privata, offentliga och de som produceras inom industrin) delvis speciella logik. Detta sker genom att bland annat studera tjänsteutveckling, tjänstprocesser, tjänstekvalitet

och ledning, organisering och utveckling av tjänsteverksamheter. När CTF bildades 1986 betonades att organisationen skulle fungera som en brygga mellan näringsliv och akademi, och detta är en viktig utgångspunkt för forskningen inom CTF än idag.

Under senare år har CTF varit framgångsrikt vad gäller att attrahera externa forskningsmedel. För att nämna några av de större en så kallad profil – The new service economy – finansierad av Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling (KK-stiftelsen). Den omfattar sex år och sex miljoner per år.

CTF har också fått ett så kallat excellence center kring kollektivtrafik från VINNOVA där den sammanlagda finansieringen från VINNOVA, företagspartners och universitetet är 21 miljoner per år under 10 år.

Ett sätt att beskriva omfattningen av forskningen inom CTF är antalet projekt. Vi har för närvarande 38 olika projekt, oftast i nära samarbete med företag och offentliga organisationer. CTF är till antalet det ojämförligt största forskningscentrat med tjänster som inriktning i Europa med 50 personer knutna till centrat varav 22 är disputerade. Under de senaste två åren har CTFs forskare erhållit åtta utmärkelser för olika publikationer inom vårt område vilket sammantaget är ett erkännande i den internationella forskarvärlden.

CTF organiserar International Academy of Service Research and Education (IASRE) och ansvarar för den mest inflytelserika

tidskriften i Europa inom området International Journal of Service Industry Management (IJSIM). Vi administrerar också en av de mest inflytelserika konferenserna, QUIS (Quality in Services).

Framtida utvecklingslinjer och strategier

Mot bakgrund av utvecklingen och ovan nämnda utvärderingar drar vi slutsatsen att CTF har nått en kritisk massa vad gäller forskningens omfattning och antalet forskare. Det blir då nödvändigt att alla inte arbetar med exakt samma forskningsfrågor och därför har det utvecklats ett antal grupperingar inom CTF som ändå har en gemensam kärna.

1. Kunddriven utveckling där den största finansören är KK-stiftelsen, men det finns också ytterligare projekt bland annat finansierade av Handelsbanken och VINNOVA. Den största delen av projekten här utförs i samverkan med konkurrentutsatta företag. CuDIT (Customer Driven IT) är ett projekt som startades tillsammans med Telia och Ericsson och som har en fortsättning i CuDIT II. CuDIT handlar om tjänsteinnovationer, och framför allt olika frågeställningar kring användare och kunders medverkan i företags ansträngningar att utveckla nya tjänster inom ny teknologi, till exempel mobiltelefoni och internet.



Med ett fast handslag tar sig CTF an framtiden. Bilden är hämtad ur CTFs nya grafiska profil som du kan läsa mer om längre fram i detta nummer av Aktuell tjänsteforskning.

2. Kollektivtrafik där CTF nyligen fick ett excellence center från VINNOVA som är ett erkännande för framgångsrik forskning under lång tid.

3. HRM eller Human Resource Management som behandlar bland annat nya organisationsformer och deras effekter för de anställda. Flertalet av dessa projekt finansieras av FAS (Forskningsrådet för arbetsliv och socialvetenskap).

4. Verksamhetsutveckling inom offentlig sektor som har en Akademi för medborgarorienterad verksamhetsutveckling i staten med ett 20-tal offentliga organisationer knutna till sig.

5. Verkstadsindustrins tjänstefiering och studie av den "kulturrevolution" som krävs för att ställa om tillverkande företag till kundfokuserade och tjänstebaserade företag i vilka värdeskapandet primärt inte kommer från tekniska lösningar och fysiska produkter, utan från tjänster och upplevelser.

6. CTF har stor erfarenhet att arbeta med näringsliv och offentliga organisationer för att utveckla verksamheten med fokus

på värde för kunder, ägare/uppdragsgivare och medarbetare.

Sex strategiska områden

Vi tror att framtiden både vad gäller möjligheter inom forskarvärlden att få finansiering och kunna publicera i ledande tidskrifter och ge centrala forskningsbidrag i den globala akademiska konkurrensens framkant liksom relevanta områden för företag och organisationer ligger inom sex områden.

Vi menar att CTF under 2007 ska föra en strategisk diskussion kring hur vi förhåller oss till dessa områden inom ramen för den Tjänsterevolution som håller på att förändra våra ekonomier i grunden och ställer krav på det kunskapsområde som bland annat IBMs forsknings- och utvecklingsavdelning försöker fånga och beskriva under benämningen "Service science".

Vi vill här peka ut men inte mera i detalj formulera visioner, strategier och aktiviteter inom respektive område. Vi söker dialog och inbjuder till delaktighet! Det kan vidare vara så att vi kanske delvis är fel ute och måste ändra oss. Vi är öppna för detta!

A. Innovationer och tjänsteutveckling: begrepp, teorier, metoder, arbetssätt och empiriska studier. Service innovation.

B. Tjänster inom verkstadsindustrin och verkstadsföretagens transformering. Service infusion in manufacturing.

C. Kundernas roll som inte enbart medproducenter och medskapare av värde utan som kunskapare och partner. Service logic.

D. Informations- och kommunikationsteknologins roll som plattform och möjliggörare för tjänster och kundupplevelser som skapar the global market space med helt nya upplevelserum. Technology infusion in services.

E. Medarbetarnas centrala roll och effekterna för denna grupp när de förväntas att med ny teknik och en serviceorienterad och kundcenterad kultur i verksamheten skapa förtjusning, lojalitet och lönsamhet. Service experiences.

F. Fortsatt arbete med inrättandet av en externfinansierad professur vid CTF.

BO EDVARDSSON
ANDERS GUSTAFSSON
PATRIK LARSSON

MINGEL FRÅN JUBILEUMSDAGEN



Glada och förväntansfulla var Maria Åkesson och Nina Davidsson vid registreringen på förmiddagen. Båda är doktorander vid CTF.



Med fast handslag hälsar SAMOTs föreståndare Margareta Friman (till höger) på Helen Holmgren, omvärnadschef vid Kristinehamns kommun.



Jubileumsdagen avslutades med middag på Stadshotellet. Här syns A. Parasuraman från University of Miami och Kevin Wheatland från AFISM International.



Redo för kvällens fest. Martin Löfgren och Carolina Camén. Båda doktorander vid CTF.



Till bords. Det bjöds hälleflundra i Stadshotellets festväning.



Ingrid Hansson, koordinator vid CTF, fick motta mycket uppskattning för arbetet kring jubileumsdagen.

CTF PÅ KONFERENS I FRANKRIKE

Anders Gustafsson vid CTF sammanfattar här några intryck från konferensen The ninth edition of the International Research Seminar on Service Management som hölls i La Londe les Maures i Frankrike mellan 30 maj och 2 juni 2006.



Landskapet i La Londe, Frankrike.

Konferensen i La Londe är en konferens som hålls vartannat år, ungefär samtidigt som vår konferens QUIS – Quality in Services, vilket gör att vi från CTF sällan har möjlighet att åka. Ryktet om konferensen är att den hålls i en typiskt fransk stil, väldigt avslappnat nästintill bohemiskt och med goda möjligheter till utförliga diskussioner. Samtalet runt forskningen fokuseras mera än presentationen av den samma. Detta i kontrast till de amerikanska konferenserna där artikelpresentationer radas upp och forskning rapporteras väldigt effektivt och relativt lite tid ges till reflektion. Nu skulle vi från CTF som fick möjlighet att åka, Bo Edvardsson, Margareta Friman, Ingrid Hansson och jag, få se hur denna bild av konferensen stämde överens med verkligheten.

Utstickande forskning

Det första som slog mig om innehållet i konferensen var hur mycket genomslag som Vargo och Lusch artikel om ”The New Dominant Logic of Marketing” faktiskt hade fått, det vill säga vikten av ”Services Marketing” hos företag. Många forskare försökte operationalisera begreppet som sådant och det var mer eller mindre framgångsrikt. Jag tyckte också att det fanns tämligen många bidrag om kundklagomål/recovery.

Det som jag annars letade efter på konferensen var det som var lite annorlunda och stack ut. Ett exempel på detta var Don E. Schultz som hade en artikel med över 30 författare om ”Best Practises in Internal Marketing”. Det var ett arbete som baserades på de observationer som studenterna gjort under en praktisk tillämpad kurs.

Resultaten från studien kunde summeras i fyra nyckelområden; hur ett företag attraherar och behåller personal, hur ny teknik används för att sprida information, hur interna marknadsföringsinsatser mäts och att intern marknadsföring bör komma högre upp på ett företags agenda.

Ett annat, som jag tycker, roligt exempel på något annorlunda var Veronique Cova och Zannie Giraud Voss som presenterade ett arbete om ”Mundane Service Support Objects”. De hade forskat om hur kunder använder objekt så som hotellschampon, tvålar, teaterbiljetter och gratistidningar samt vilken betydelse dessa har för kundernas upplevelser både under konsumtionen men också efteråt. Jag slogs av hur något som vi kanske ofta inte sätter så stort värde på faktiskt kan vara viktigt för kunderna. Det var till exempel inte ovanligt att kunderna sparade biljetter från teaterföreställningar för att sedan efteråt kunna ta fram dem och återfå känslan de hade under själva föreställningen.

Fransk särprägel

Generellt tyckte jag att de vetenskapliga bidragen på konferensen höll väldigt hög nivå. Konferensen innehöll också exempel på spännande forskning och nytänkande framförallt vad gäller vad som beforskades. En bidragande orsak till det var att många av de forskare som fanns med på konferensen var franska och att de inte i så stor omfattning deltar på de amerikanska konferenserna som vi så ofta åker till. Det blev något av en tankeställare för mig personligen. Inramningen av konferensen var fantastisk med en liten ort så nära Medelhavet; mycket god mat och trevliga samtal.

Så tillbaka till frågan jag ställde först om denna konferens är annorlunda? Svaret är att det är den nog; sessionerna och diskussioner var längre. Pauserna var också längre, vilket gör en större interaktion mellan deltagarna möjlig. Detta är en viktig komponent för mig när jag åker på konferens. Många nya initiativ till gemensam forskning eller andra typer av projekt uppstår i korridorerna mellan olika sessioner under konferenser.

ANDERS GUSTAFSSON
ANDERS.GUSTAFSSON@KAU.SE
054-700 15 56

ATT FÖLJA FÖRÄNDRINGAR I ORGANISATIONER VIA KOMMUNIKATIONEN

Forskare vid CTF har utvecklat metoder för att studera organisationers, grupper och individers kommunikation i detalj, så kallade mikroanalyser. Metoder finns även för att göra innehållsanalyser av kommunikationen som exempelvis fångar grupper olik värderingar och perspektiv, så kallade diskursanalyser.

Kartläggningar av en organisations kommunikationsformer och hur dessa är relaterade till varandra kan också göras. Kartläggningen visar hur kommunikationen är organiserad, det vill säga vilken personal som deltar, var, när och hur i diskussionerna, skrivandet och besluten vad gäller viktiga frågor. Det kan röra sig om ett system av fysiska kommunikationsforum som styrelsesammanträden, ledningsgruppsmöten, avdelningsvisa möten, konferenser men även textburen och IT-baserad kommunikation.

Att fokusera kommunikationen är ett effektivt sätt att se hur organisationer fungerar vid förändringsprocesser. I projektet "Kommunikation och dialog i det kommunala skydds- och säkerhetsarbetet", som genomförs på uppdrag och finansieras av Statens Räddningsverk under åren 2004-2006, sker forskningen genom ett direkt fokus på kommunikationen. I projektet arbetar Birgitta Johansson-Hidén (forskare och projektledare) och Malin Thysell (doktorand), båda från CTF. Forskningen följer "Lagen om skydd mot olyckors införande och förverkligande". Lagen trädde i kraft den 1 januari 2004 och har bland annat det övergripande målet att skydda människors liv och hälsa mot olyckor samt att förhindra eller begränsa skador på egendom och i miljö. Lagen ställer krav på målstyrning, riskanalysarbete, politiska prioriteringar och tvärsektorielt arbete på kommunal nivå, vilket är en stor utmaning för kommunerna och den kommunala räddningstjänsten.

Teoretiskt bidrar forskningen till nyinstitutionell organisationsteori och metodologiskt till utveckling av metoder för

att analysera olika grupper diskussioner. Forskarna vid CTF har intresserat sig för skolbildningens begrepp; idéspredning och effekter av idéspredningen. Forskningen har främst inneburit att man studerat hur idéer sprids i ett större sammanhang, tas emot, förstås av den enskilda organisationens berörda och eventuellt omsätts i praktiken. Idéer har i detta fallet varit lagstiftade förändringar. Det aktuella projektets förberedelsefas innebar studier av hur inställningen till den nya lagen såg ut inom kommunerna.

Inställningen till lagen studeras

Under 2002 och 2003 studerades inställningen till den kommande lagens ambitioner för att utgöra ett jämförelsematerial till den senare forskningen. Studien omfattar grupper från kommuner av olika storlek: storstads-, mellanstads- och småstadskommun. Kommunikationsforum från fyra hierarkiska nivåer inom kommunerna spelades in och analyserades: grupper inom politisk ledning, räddningstjänstens ledning, chefer för arbetsstyrkor samt arbetslag.

I diskussionerna identifierades synen på den nya lagen, mål för kommunens skydds- och säkerhetsarbete och räddningstjänstens strategiska utveckling och roll. Som resultat framkom två huvuddiskurser (sammanhållna värderingsmönster i diskussioner), Diskurs I och Diskurs II, med vissa gemensamma ställningstaganden. Diskurs I var i huvudsak förankrad i den nuvarande verkligheten och påtagligt kritisk till den kommande lagen. Diskurs II var mer positiv till lagen och åsikterna var förankrade i den kommande lagens ambitioner.

Intressant var att Diskurs I fanns företräddelsevis representerad i kommunens högsta politiska ledning och på räddningstjänstens lägsta hierarkiska nivå, det vill säga i arbetslagen. Diskurs II förekom på mellannivå i kommunens hierarki sett det vill säga, i räddningstjänstens politiska led-

ning och på räddningstjänstledningsnivå.

Slutsatsen var att olikheterna mellan diskurserna fordrar ökad kommunikation för att utjämnas. Diskursernas förändring i och med lagens ikraftträdande 2004 och därav kraven på kommunerna att formulera handlingsprogram för både räddningstjänst och förebyggande arbete följdes sedan under åren 2004 och 2005.

Kommunikationen studeras

Under åren 2004-2005 genomfördes en undersökning omfattande 24 kommuner, vad gällde kommunikationsformerna i handlingsprogramarbetet utifrån den nya lagen. Kommunen har ett samordnande ansvar och varje kommun i Sverige skulle enligt lagen ha ett handlingsprogram för såväl förebyggande verksamhet som för räddningstjänst, klart den 1 januari 2005.

Statens styrning utövas sålunda indirekt genom lagen, på så sätt att de nationella målen ska brytas ner i (A) kommunala verksamhetsmål, som formuleras i handlingsprogram för både det olycksförebyggande arbetet i kommunen och räddningstjänstverksamheten. Det olycksförebyggande arbetet betonas. Lagen vill stimulera till (B) ett tvärsektorielt säkerhetsarbete, där kommunen tar initiativet till att samordna det totala arbetet med skydd mot olyckor baserat på (C) aktuella lokala riskanalyser. Ansvarsförhållandena för den enskilde, för kommunen och för staten klagörs genom lagen. De tidigare räddningstjänstplanerna försvinner.

Resultatet visar att det har skett ett ökat kommunicerande om skydds- och säkerhetsfrågor inom kommunen, utifrån att handlingsprogram ska skapas. Sammanlagt har ett 60-tal nyanordnade kommunikationsforum där diskussioner sker identifierats i de 24 kommunerna. Dessa visar att idéerna framför allt tas emot och begripliggörs på hierarkiskt sett högre nivåer i kommunen, genom att förvaltningschefer och kommundirektörer deltar aktivt

i handlingsprogramarbetet. Ambitionen att få till stånd tvärsektorielt arbete inom kommunen och samverkan mellan olika organisationer i skydds- och säkerhetsfrågor inom kommunen, är genom kommunikationsformerna tydlig och väl påbörjad. Förvaltningschefen för räddningstjänsten har generellt en

central roll i handlingsprogramarbetet. Under år 2006 sker nu fortsatta inspelningar och analyser av hur översättningsprocesser utvecklas. Kommunikationen analyseras även för att utröna vilka politiska prioriteringar som gjorts, till exempel vilka olyckor man valt att fokusera det förebyggande arbetet på och vilka strategier i skydds-

och säkerhetsarbetet man har utvecklat.

Grupper och organisationer som vill få hjälp med studier för att förstå och förbättra kommunikationen kan vända sig till forskarna vid CTF.

BIRGITTA JOHANSSON-HIDÉN
BIRGITTA.JOHANSSON-HIDEN@KAU.SE
054-700 20 19

TVÅ FRANSKA GÄSTER

Den 24-28 april 2006 besöktes CTF av två fransmän, Jean-Philippe Timsit som arbetar för ECS Chambéry Business School och Martin Fougère som arbetar för Svenska Handelshögskolan i Helsingfors.

Under sitt besök gav Jean-Philippe tre föreläsningar inom kursen Service Management & Marketing. Jean-Philippe arbetar vanligtvis med frågor rörande ledning av innovationer för konkurrenskraft.

Martins forskningsområde är Management ur ett kritiskt perspektiv. Hans besök rörde ett samarbete med Per Skälén och

Markus Fellesson, båda forskare vid CTF. Tillsammans arbetar de med en bok som ska publiceras av Routledge. Boken utgör en redovisning och kritik av de idéer för ledning av organisationer som utvecklats inom marknadsföringsforskningen från början av 1900-talet och framåt. Bokens huvudargument är att marknadsföringsforskningen, allt sedan disciplinen grundades, propagerat för att organisationer ska styras utifrån kundens krav och behov, dvs kundorienteras. Ett viktigt medel för att uppnå kundorientering har varit att på-

verka och förändra personalens beteende och attityder. Detta fokus har inneburit att marknadsföringsforskningen i första hand haft som mål att möjliggöra och underlätta styrningen av organisationer. Forskningen har sökt tillfredsställa företagsledningars behov av styrinstrument. Däremot har man inte sökt tillgodose andra intressen, exempelvis de anställdas.

ERIK SUNDSTRÖM
ERIK.SUNDSTROM@KAU.SE
054-700 21 77

THE 9TH INTERNATIONAL QMOD CONFERENCE

Den årliga QMOD (Quality Management and Organisational Development Conference) konferensen hölls den 9-11 augusti 2006 i Liverpool. Temat för årets konferens var "Creativity, Governance and Transformation – the Building Blocks for Excellence." Arrangör var Liverpool John Moores University. Från CTF deltog Bo Enquist, Patrik Gottfridsson och Mikael Johnson.

QMOD konferensen har initierats av Institute of Technology vid Linköpings universitet som fortfarande finns kvar som medarrangör. Även om konferensen har sin tyngdpunkt på kvalitetsteknik från de tekniska fakulteterna så finns utrymme för service quality och andra forskningsområden som ligger nära CTF. QMOD är

ett bra forum för såväl seniorforskare som doktorander att presentera sina "paper".

Bo Enquist presenterade ett "paper" i sessionen "Service Quality" med titeln: Enquist, Edvardsson and Petros Sebhatu "Values-based Service Quality: Narratives from IKEA".

Mikael Johnson presenterade sitt "paper" med titeln: Johnson "Service Dialogue for a Sustainable Public Service Logic" i sessionen "Supply Chain Management, Public Sector and Ethics". Flitigast i talarstolen från CTF var Patrik Gottfridsson som presenterade två "paper". Först i sessionen "Service Quality" med titeln: Gottfridsson "Service Development from an Organisational Learning Perspective" och sedan i sessionen "Economic and

Legal Issues" med titeln: Camén and Gottfridsson "Management of Relationships in a Public Tendering Context".

Det var flera intressanta "Key-note speakers" från såväl akademien som industrin. Professor John Oakland, UK, höll ett intressant föredrag om att leda och styra förändringsprocesser med titeln "A New Framework for Change Management".

Nästa års 10th QMOD går av stapeln den 18-20 juni 2007 på Campus Helsingborg, Lunds universitet med temat: "Our Dreams of Excellence - Learning from the Past and Architecturing the Future".

BO ENQUIST
BO.ENQUIST@KAU.SE
054-700 13 51

GÄSTFORSKARE VID CTF

Tommy Gärling är fil dr i psykologi vid Stockholms universitet och docent i psykologi vid Umeå universitet. Efter anställningar som docent och forskare i psykologi samt samhällsplanering vid Umeå universitet blev Tommy 1992 professor i psykologi vid Göteborgs universitet.

Sedan 1980-talet har Tommy bedrivit forskning om persontransporter. Under fem år var han föreståndare för Transportforskningsenheten vid Umeå universitet. Tommy har publicerats i de främsta internationella tidskrifterna inom området och är medredaktör till böckerna "Theoretical Foundations of Travel Choice Modeling" samt "Threats from Car Traffic to the

Quality of Urban Life: Problems, Causes, and Solutions". Han är medlem av redaktionskommittén för tidskrifterna Journal of Environmental Psychology, Journal of Infrastructure and Sustainable Transportation, Spatial Cognition and Computation samt Transportation och har varit medlem av styrelsen i International Association of Travel Behavior Research.

Sedan april 2006 är Tommy anställd som gästprofessor i transportforskargruppen SAMOT vid CTF och där kommer han att delta i SAMOTs vetenskapliga utveckling genom till exempel handledning av doktorander, diskussion om projektutformning och seminarieverksamhet. Den

16 november 2006 håller Tommy ett seminarium med temat: "Psykologisk transportforskning: experimentella undersökningar" vid CTF.



MARGARETA FRIMAN
MARGARETA.FRIMAN@KAU.SE
054-700 11 68

CTF FIRADE MED STATEN

Den 3 maj 2006 samlades ett 70-tal intresserade åhörare i Stockholm för att lyssna till Lars Stigendal, VERVA - Verket för förvaltningsutveckling, och Carin Nordin, Skatteverket. Sedan några år tillbaka arbetar CTF - Centrum för tjänsteforskning intensivt tillsammans med olika myndigheter med frågor som rör den pågående omvandlingen av statsförvaltningen och seminariet denna dag var ett led i CTFs 20-årsjubileum, som firades den 5 oktober 2006, och riktades främst till denna sektor.

Temat för seminariet var system- och processbaserad styrning. Lars Stigendal har i olika sammanhang under de senaste åren uppmärksammat det ologiska förhållandet mellan det värdeskapande som sker i horisontella processer och den vertikala styr-

ningen som kontraproduktivt förstärker ett funktionellt tänkande inom förvaltningen. Med inspiration från Toyotas produktionsfilosofi argumenterar han för bättre kunskap om efterfrågan och värdeskapande.

Enkelt uttryckt så finns det två former av efterfrågan riktad mot en offentlig aktör. Den första formen ligger i linje med det uppdrag man har och som riktigt hanterad kan leda till ett tydligt värdeskapande hos mottagaren. Den andra formen är onödig till sin karaktär och orsakas av att organisationen underlåtit att göra något eller helt enkelt gjort något fel utifrån mottagarens perspektiv. Den senare formen kan exemplifieras med frågor via telefonsamtal som är ett direkt resultat av otydlig information i ett utskick. Lars Stigendal hävdar att man

genom att mäta efterfrågan och lära känna variationen i sitt produktionssystem kan designa bort mycket av den oönskade efterfrågan.

Carin Nordin kunde under dagen styrka denna tanke genom att redovisa resultat från de försök som gjorts inom Skatteverket. Dagen avslutades med att Skatteverkets produktionsdirektör, Suzanne Lindblom, bjöd in andra myndigheter att delta i ett nätverk där system- och processbaserad styrning kan prövas i fler sammanhang med ett aktivt lärande mellan deltagarna. CTF hoppas kunna bidra med kunskapsstöd i det fortsatta arbetet.

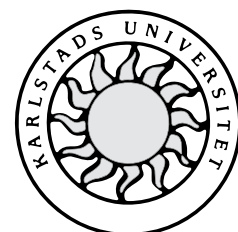
JOHAN QUIST
JOHAN.QUIST@KAU.SE
054-700 25 04

NY GRAFISK PROFIL

I samband med 20-årsjubileet har CTF fått en ny grafisk profil. Den kännetecknas av den gröna och blå färgkombination som du kanske har lagt märke till i detta nummer av Aktuell tjänsteforskning. På sidan 11 hittar du CTFs nya profilbild som visar ett tydligt handslag. Bilden symboliserar

mötet mellan mänsklikor och den kundnära tjänsteforskning som CTF bedriver.

Till höger syns CTFs nya logotyp. Det nya utseendet kommer att implementeras successivt med syftet att vara en viktig beståndsdel i det långsiktiga varumärkesbygandet för CTF och Karlstads universitet.



CTF - CENTRUM FÖR
TJÄNSTEFORSKNING

NINA DAVIDSSON NY DOKTORAND

Den 4 september började Nina Davidsson som ny doktorand vid CTF inom ämnet företagsekonomi. Nina är knuten till forskarskolan MIT (Management och IT) och har Lars Witell som handledare. Ninas forskningsområde är tjänster i producerande företag.

Nina kommer från Tidaholm i Västergötland men bor sedan år 2000 i Karlstad. Hon flyttade hit för att studera och har en examen i internationell ekonomi och

projektledning. Sedan Nina blev klar med studierna har hon arbetat på Nordea men ser nu fram emot nya utmaningar.

NINA DAVIDSSON
NINA.DAVIDSSON@KAU.SE
054-700 21 34



MARKNADSUNDERSÖKNINGAR INOM KOLLEKTIVTRAFIKBRANSCHEN

Marknadsundersökningar inom kollektivtrafikbranschen är SAMOTs första partnerrapport.

I början av 2006 intervjuades företrädare för några av SAMOTs partners om hur de använder marknadsundersökningar inom sina respektive bolag.

När det gäller definition av marknaden definierar alla deltagare marknaden i termer av tänkbara resenärer i upptagningsområdet för respektive bolag. I syfte att söka nya resenärer genomförs med viss frekvens kampanjer, exempelvis riktade till nyinflyttade. Det finns alltså ett intresse att öka antalet resenärer och det finns utrymme att rikta kampanjerna mot grupper som har reell möjlighet att bli nya resenärer.

De marknadsundersökningar som görs idag ger generellt sett besked om kundens attityd till olika delar av da-

gens tjänsteerbjudande, vidare får man besked om marknadsandelar för olika färdmedel samt vad allmänheten tycker ska prioriteras gällande färdmedel.

En undersökning som det övervägande flertalet trafikbolag deltar i är Kollektivtrafikbarometern som genomförs av Svenska Lokaltrafikföreningen, SLTF, i samarbete med att antal trafikbolag. Idag används resultatet från marknadsundersökningar främst på följande sätt: som incitamentsgrundande gentemot entreprenörer, för förbättringsåtgärder, som underlag för prissättning samt fordonsutformning.

När det gäller marknadsundersökningsmetod anses ingen metod överlägsen andra utan olika metoder används för olika ändamål samt för att ge bättre överblick.

Vidare är alla trafikbolag intresserade av att få fler resenärer och en stor grupp som

då kan komma i fråga är dagens bilister. Majoriteten av deltagarna uppgav att dagens bilister är en mycket intressant grupp att få som nya kunder. Kunskap saknas dock alltså om vilka faktorer som skulle få bilister att byta färdmedel. Detta kommer dock inte fram i de marknadsundersökningsaktiviteter som idag bedrivs. Inte heller här ges någon djuplodande kunskap om de faktorer som påverkar val av färdmedel. Kunskap om dessa faktorer skulle kunna användas för marknadsföring till utpekade grupper av potentiella kollektivtrafikresenärer, främst de bilister som i själva verket mycket väl skulle kunna använda sig av kollektivtrafik men som har utvecklat en stark vana att åka bil.

LARS ERIKSSON
LARS.ERIKSSON@KAU.SE
054-700 15 67

FRAMGÅNGAR HOS EMERALD

Artikeln "Developing successful technology-based services: the issue of identifying and involving innovative users" valdes till en av de tio främsta artiklarna under oktober månad hos förlaget Emerald. Varje månad blir omkring 450 artiklar publicerade där. Författare är Jonas Matthing, Per Kristensson,

Anders Gustafsson och A. Parasuraman. Det är inte första gången som CTF får denna utmärkelse. I juli i år valdes artikeln "Value-based service brands: narratives from IKEA" till den månadens tio-i-topp. Författare här var Bo Edvardsson och Bo Enquist.

En annan värdemätare gäller skriften

"International Journal of Service Industry Management" som CTF har det redaktionella ansvaret för. När förlaget Emerald presenterade "impact factors" för 2005 hade de nästan fördubblats för journalen under CTFs ledning.

MANUS TILL IJSIM

CTF ansvarar för den internationella vetenskapliga tidskriften "International Journal of Service Industry Management", IJSIM som ges ut av det brittiska förlaget Emerald. Tidskriften är den ledande i Europa inom tjänsteforskningens område.

Redaktör är Bo Edvardsson och assisterande redaktör är Ingrid Hansson. Nästa nummer kommer i mars 2007. Välkommen att skicka in manus!

För mer information om IJSIM se: www.emeraldinsight.com/ijsim.htm

SEMINARIER VÅREN 2007

Temat för vårens seminarier är metod och tre seminarier kommer att ägnas åt detta ämne. Vid det första gästar Andreas Werr från Handelshögskolan i Stockholm under rubriken "Textanalys med NVIVO".

De två kommande metodseminarierna har "Samtalsanalys" och "Modellering med strukturella ekvationer" som titel. Vi hoppas att de här tre vinklingarna på temat metod ska leda till många intressanta diskussioner.

Utöver detta kommer bland annat SAMOT-gruppen att hålla i ett seminarium. Mer information kommer längre fram, se www.ctf.kau.se eller kontakta seminariesamordnare Martin Löfgren (Martin.Lofgren@kau.se) för aktuella uppgifter. Redan nu kan dock datumen presenteras:

18 januari, 15 februari, 15 mars, 12 april och 24 maj 2007. Samtliga seminarium äger rum klockan 13.00 – 16.30 i sal 11A 316 vid Karlstads universitet.

DOKTORAND- KURSER

Följande doktorandkurser planeras för 2007. Se www.kau.se för mer information.

Beteendevetenskaplig persontransportforskning, 5 p

Kursen behandlar persontransporternas historik och framtida utveckling, privatbilismens drivkrafter, åtgärder för att minska privatbilismen, kollektivtrafik och långväga resande.

New Service Development, 5 p

The course gives an overview of the field new service development and service design. Service development has its roots in services marketing and service operations management but also in the literature on new product development.

Organisationsteori, 5 p

Kursen kommer att bestå av sex teman i form av betydande och aktuella inriktningar inom organisationsteorin.

KONFERENSER 2007

QUIS 10

The 10th International Research Symposium on Service Excellence in Management hålls den 14-17 juni 2007 i Orlando, Florida, USA. Arrangör är: University of Central Florida. Information: www.quis10.com

AMS ANNUAL CONFERENCE

Academy of Marketing Science Annual Conference Making Marketing Accountable in a Turbulent World hålls den 23-27 maj 2007 på Biltmore Hotel, Coral Gables, Florida, USA. Information: www.ams-web.org/

FRONTIERS IN SERVICE 2007

Konferensen hålls den 4-7 oktober 2007 i San Francisco, USA. Huvudsponsor och strategisk samarbetspartner är IBM. Information: www.rhsmith.umd.edu/ces/frontiersconference.html

AMA SERVSIG CONFERENCE

The AMA SERVSIG Research Conference hålls i juni 2008 i Liverpool, UK. Information kommer snart att finnas tillgänglig på: www.servsig2008.org

PRENUMERERA PÅ CTF NEWS

CTF skickar varannan månad ut ett nyhetsbrev med samlad information om det viktigaste som händer i CTFs verksamhet. Informationen kommer direkt i din e-postbrevlåda. Prenumerera på CTF NEWS genom att skicka ett e-postmeddelande till:

CTFnyhetsbrev@kau.se

Ange namn, företag/organisation, postadress och e-postadress.

PUBLICERAT VID CTF

På vår webbplats www.ctf.kau.se finns en förteckning över allt som publicerats vid CTF. Rapporter och avhandlingar kan beställas via e-post till: infoctf@kau.se

Priser:

Doktorsavhandlingar 300 SEK

Licentiatuppsatser 250 SEK

Forskarrapporter 250 SEK

Samtliga priser exklusive moms. Vid leverans utanför Sverige tillkommer kostnader för porto.

**CTF ÖNSKAR
ETT FRAMGÅNGSRIKT
2007**

B



www.ctf.kau.se



**CTF - CENTRUM FÖR
TJÄNSTEFORSKNING**