

AKTUELL TJÄNSTEFORSKNING

CENTRUM FÖR TJÄNSTEFORSKNING NR 55 MAJ 2008 – OKTOBER 2008



NYA DOKTORSAVHANDLINGAR

SID 3

CTF SERVICE ACADEMY

SID 6

SEX MILJONER TILL FORSKNING VID CTF

SID 11



CTF – CENTRUM FÖR
TJÄNSTEFORSKNING

CTF – Centrum för tjänsteforskning

CTF vid Karlstads universitet är ett av världens främsta forskningscentra med inriktning mot forskning och tjänsteproduktion.

CTF bildades 1986 och består idag av ett 50-tal forskare och forskarstuderande verksamma i huvudsak inom ämnena företagsekonomi, arbetsvetenskap, sociologi och psykologi.

Till verksamheten är professorer och docenter knutna som vetenskapliga ledare. CTF fokuserar forsknings-, utbildnings- och kontaktverksamhet inom ledning och organisation i tjänsteverksamheter.

Våra forskningsområden

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

Partners

CTF har en partnerorganisation bestående av företag, offentlig verksamhet och forskningsfinansiärer. Det finns två sätt att bli partner, antingen genom en medlemsavgift eller via ett forskningsprojekt. Mer information: www.ctf.kau.se, About CTF/Partners.

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

Kontakt

Bo Edvardsson, professor, föreståndare
Tfn: 054-700 15 57
E-post: Bo.Edvardsson@kau.se

Patrik Larsson, docent, föreståndare
Tfn: 054-700 15 53
E-post: Patrik.Larsson@kau.se

Ingrid Hansson, koordinator
Tfn: 054-700 10 31
E-post: Ingrid.Hansson@kau.se

Aktuell tjänsteforskning

Bo Edvardsson, ansvarig utgivare
Tfn: 054-700 15 57
E-post: Bo.Edvardsson@kau.se

Linda Rahkola, redaktör
Tfn: 054-700 15 55
E-post: Linda.Rahkola@kau.se

Tryck: Universitetstryckeriet, Karlstad 2008
Foto omslag: Linda Rahkola, CTF.

SAMOT OCH "HÅLLBARA AFFÄRER" I LJUSET AV KK-PROFILEN

Det pågår just nu ett strategiarbete inom CTF - Centrum för Tjänsteforskning. CTF har utvecklats under mer än 20 år utifrån partnerskapstanken (företag, organisationer, finansiärer). KK-stiftelsen som långsiktig finansiär kan inte nog värdesättas. CTF har under den sexårsperiod som vi har haft KK-profilen lyfts som forskarmiljö. CTF är duktig på att formera resurser genom att "docka" projekt till varandra och kunna skapa synergier.

Jag själv har fått förmånen att vara med i KK-profilen "Den nya tjänsteekonomi" med ett eget projektområde. Slutprodukten för detta område är boken Edvardsson & Enquist (2008) Values based service for sustainable business-lessons from IKEA, Routledge (forthcoming). I forskningsprojekten kring våra partner Swedbank och IKEA har vi även sett på organisationers grundläggande värderingar utifrån såväl ekonomiska, sociala som miljömässiga utgångspunkter som får konsekvenser på de värdeskapande processerna ("values based thinking"). "Hållbara affärer" har utifrån denna forskning lyfts fram som ett centralt bidrag där Corporate Social Responsibility (CSR) och Sustainable Development (SD) kan ses som drivkrafter för att skapa värde-i-användning som är i resonans med kunders och samhällets värderingar. Detta KK-projekt kommer precis som övriga KK-projekt att få spridningseffekter. Det är så kunskap formeras och sprids vidare.

Den 2 april 2008 hade Globaliseringsrådet tillsammans med Karlstads universitet, Region Värmland och Karlstads Kommun ett seminarium under rubriken "Värmland i en globaliserad värld - regional nisch för konkurrenskraft?" Där fick vi (Edvardsson & Enquist) möjlighet att visa på vårt bidrag från IKEA-boken där vi utvecklat en modell byggd på fem principer för "Values based service for sustainable business". Dessa principer testar vi också på några Värmländska företag som jag tidigare uppmärksammat i ett interreg projekt med Handelskammaren Värmland. Dessa företag är: Löfbergs Lila, Coffee Queen, Gro Link, Konsum Värmland och HSB Centrala Värmland. Det finns en



Docent Bo Enquist forskare vid CTF.

möjlighet att lära från de stora som IKEA för att utveckla hållbara affärer för SME (Small and Medium sized Enterprises). Här finns en potential för en fortsättning.

Under 2007 fick Vägverket och Banverket ett regeringsuppdrag att utveckla kollektivtrafiken i Sverige tillsammans med stat, kommuner, branschen, konsulter och forskare i KollFramåt. Jag har haft förmånen att vara med i KollFramåts expertgrupp och också varit ordförande i en partsammansatt arbetsgrupp inom KollFramåt under hösten 2007 med arbetsnamnet: Kulturförändring inklusive affärsmässighet med tydligt kundperspektiv. KollFramåt har nu gått från analys till handling. Två nyckelbegrepp i KollFramåt som matchats fram är att utveckla en servicekultur byggd på värdeskapande hållbar kollektivtrafik. Trafikhuvudmännens branschorgan SLTF är en central aktör i denna omvandlingsprocess.

SLTF och flera andra aktörer inom

branschen är också partner i SAMOT. SAMOTs roll är att som excellence center dels stå för en forskning i världsklass inom service och marknadsorienterad transportforskning som är vår nisch och dels i samverkan med praktiken översätta denna forskning till "kunskap i handling". Vi har lärt oss mycket från KK-profilen kring denna arbetsmodell.

Min forskning inom SAMOT och "Hållbara affärer" har fått näring från projekt inom KK-profilen. SAMOT är redo för "take off". "Hållbara affärer" är ännu ett oskrivet kort. Att se någon forskargrupp inom CTF växa ser jag mer som en möjlighet än ett hot. Det finns en stor utmaning för CTF att hitta nya stora projekt efter KK-profilen. Det är i långsiktiga läroprocesser med våra partner/finansiärer som CTF kan utvecklas organiskt. CTF-miljön präglas av entreprenörskap för att hantera denna uppgift och att vi delar kunskap mellan oss i forskargrupperna inom ramen för vår

CTF-kultur (shared knowledge). Det har historien visat. Det krävs dock ett fortsatt förtroende för CTFs forskarmiljö och aktivt stöd från Karlstads universitets ledning för kommande ansökningar precis som i KK-profilen och för SAMOT.

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

NY DOKTORSAVHANDLING I FÖRETAGSEKONOMI

VÄRDERINGAR ÄR VIKTIGA I DET HÅLLBARA FÖRETAGET

Mikael Johnson disputerade den 1 februari vid CTF. Titeln på hans doktorsavhandling i ämnet företagsekonomi är "Stakeholder Dialogue for Sustainable Service". Docent Su Mi Dahlgård-Park, Lunds universitet, var fakultetsopponent vid disputationen.

Mikael Johnsons avhandling kan inspirera både privata och offentliga organisationer som brottas med att förstå vad Corporate Social Responsibility (CSR), hållbar utveckling är, och vad olika intressentgruppers krav på förändring mot ökad hållbarhet betyder samt hur deras organisationer påverkas av detta.

Tjugo år har gått sedan Gro Harlem Brundtland la fram rapporten "Our Common Future" som var den första att på allvar diskutera och försöka definiera hållbar utveckling. Rapporten var ett första steg att sprida kunskap om hållbar utveckling utanför miljörelsen. Sen dess har miljöproblemet växt samtidigt som västvärlden blivit allt mer beroende av en global ekonomi. Medan hållbar utveckling handlar

om att finna en långsiktig balans mellan ekonomisk, social och miljömässig utveckling har den privata sektorn utvecklat management idéer inklusive ägarstyrning, ekonomistyrning, mät- och redovisningssystem, etc som ensidigt fokuserar på att öka aktieägarvärdet. Enligt dessa idéer förstås redovisning och verksamhetsstyrning som ett kontextberoende, opolitiskt, objektiva och reduktionistiska fenomen. Framgång mäts i ekonomiska faktorer. Den offentliga sektorn har i ökande utsträckning anammat och vidareutvecklat dessa idéer för att täcka den offentliga verksamhetens management behov.

Mikael Johnsons avhandling expanderar perspektivet på verksamhetsstyrning och redovisning bortom det ensidigt eko-

nomiska perspektivet. Detta görs för att bryta fokuseringen på ägarvärde genom att se värdeskapandet som något som förenar ekonomiska-, sociala- och miljöintressen. Dessa intressen måste komma organisationens alla intressenter till del för att bidra till en långsiktig och hållbar utveckling. Begrepp som CSR och hållbar utveckling förstås av Mikael Johnson som redskap att öppna upp för ett holistiskt, inkluderande, och kontextuellt beroende sätt att förstå verksamhetsstyrning och redovisning. Det handlar om att på ett trovärdigt sätt sätta alla intressenters värdeskapande i centrum för organisationens verksamhet. Istället för att reducera komplexiteten, hitta den enklaste vägen genom en komplex företagsomgivning handlar det om att hitta

NY AVHANDLING

nya vägar för hållbar, intressentorienterat värdeskapande verksamhetsstyrning och redovisning som integrerar och förenar.

Det är i denna smältdegel av idéer om intressentorienterat värdeskapande som Mikael Johnsons doktorsavhandling har sina rötter: Tjänsteforskningens kundfokus har expanderats till ett intressentfokus, Kvalitetsrörelsens TQM-tänk (Total Quality Management) har utvidgats till ett TRM-tänk (Total Responsibility Management), osv. Avhandlingen "Stakeholder Dialogue for Sustainable Service" bygger på en triple bottom line idé dvs tron på att försöka skapa långsiktig hållbar balans mellan ekonomisk, social och miljömässig utveckling. Avhandlingen följer en reflexiv hermeneutisk forskningstradition genom vilken den ser världen som text men syftet är att förstå meningen i texten. Avhandlingens röda tråd är intressentdialog och betydelsen av kontextberoendet för att kunna beskriva och förstå den läroprocess som genuin intressentdialog initierar.

Mikael Johnson integrerar ekonomiska, sociala och miljömässiga konsekvenser av en verksamhet, men även intressenters

uppfattning om företagets verksamhet i verksamhetsstyrningen och redovisningen. I avhandlingen formar Mikael Johnson en modell för hållbar verksamhetsstyrning, sustainable performance management, med tre dimensioner:

- En deskriptiv dimension som genom att omtolka redovisningens roll försöker berätta om kundernas och de andra intressenternas förväntningar och krav, beskriva hur organisationen arbetar med frågorna och med vilket resultat samt hur man ser på framtiden.

- En instrumentell dimension, där verksamhetsstyrning och nyckeltal har stor del. Ska vara inte bara ekonomiska nyckeltal, utan nyckeltal som även tar in ekologiska som sociala aspekter.

- En normativ dimension, som handlar om värderingar och att uppnå samsyn. Här hanteras kunder och intressenters ibland motstridiga krav, kvalitetsförbättringar och organisationskultur.

Modellen försöker integrera ekonomiska, sociala och miljömässiga konsekvenser av en verksamhet, men även intressenters uppfattning om företagets

verksamhet i verksamhetsstyrningen och redovisningen.

Mikael Johnson kommer att fortsätta sin forskning inom området. Han ska bland annat ta fram nyckeltal som stimulerar till hållbar utveckling och ökad upplevd kvalitet inom kollektivtrafikforskningen.

Doktorsavhandlingen kan beställas via infoctf@kau.se.

MIKAEL JOHNSON
MIKAEL.JOHNSON@KAU.SE
054-700 11 77



Från vänster: Lars Witell (CTF), Bo Enquist (CTF), Margareta Bjurklo (CTF), Mikael Johnson (CTF) och Su Mi Dahlgard-Park (Lunds universitet).

NY DOKTORSAVHANDLING I ARBETSVETENSKAP

TJÄNSTEMÖTET

Tjänstemöten sägs vara betydelsefulla för dagens företag, i synnerhet utpekas den sociala interaktionen mellan kunden och den anställde som mer eller mindre avgörande för kundrelationer. Men hur ser interaktionen ut och vad är det som gör att anställda och kunder agerar på det sätt som de gör?

Annika Åberg, forskare i arbetsvetenskap vid CTF, disputerade den 7 december 2007 vid Karlstads universitet. Titeln på hennes doktorsavhandling är "Tjänstemötet- Interaktionens kommersiella, byråkratiska och sociala logik" och här skriver Annika om vad avhandlingen handlar om.

Ämnet för avhandlingen är interaktionen i tjänstemötet där fokus är det sociala samspelet som sker inom organisatoriska ramar. Tjänstemötet representerar ju inte vilket socialt samspel som helst. Interaktionen utgör en instrumentell aktivitet, samtidigt som det är ett socialt, mänskligt möte. Instrumentaliteten består för det första av att en uttalad aktivitet ska ske, en tjänst ska levereras. För det andra är denna instrumentella del också ett uttryck för hur denna tjänst ska utföras. Företag har, vad gäller detta "hur", i allt högre utsträckning anammat ett synsätt på kundservice där relationer till kunder och personifiering förordas. Ur ett ekonomiskt perspektiv ses det som viktigt att bygga relationer med kunderna. Sådana relationsbyggande strategier och personifiering av tjänstemötet kan emellertid vara problematiska eftersom det i tjänsteverksamheter också finns en strävan efter dess motsats - effektivitet och anonymitet. Det kan vara kostsamt att bygga relationer och ibland också ineffektivt. Dessa motstridiga budskap måste hanteras av både den anställde och kunden i tjänstemötet. Det sociala samspelet påverkas därför av organisatoriska normer som normalt sett inte finns i alla sociala möten.

Studien, som genomfördes på ett bank- och försäkringsbolag, visar att kommunikationen i tjänstemötena reflekterar både instrumentella och relationella mål. Det finns dessutom repliker som avspeglar både en asymmetrisk relation, där kun-

den ger order till den anställde, och en symmetrisk relation, där aktörerna gemensamt samarbetar för att utföra ärendet. Dessa motstridiga resultat får sin förklaring genom att samspelet betraktas utifrån tre olika logiker - en kommersiell, en byråkratisk och en social logik. Dessa skapar såväl sammanfallande som motstridande mål och normer för aktörerna.

Utifrån den kommersiella logiken orienterar sig aktörerna mot en ekonomisk transaktion samt mot handlingar som gagnar dem själva. Det finns således ett medvetet och uttalat vinstsyfte i interaktionen från båda parter, vilket gör att aktörerna kan betraktas som förhandlingsparter, där den anställde företräder organisationens ekonomiska intressen. I den byråkratiska logiken kan istället

aktörerna betraktas som samarbetspartner mot ett gemensamt mål att utföra det aktuella ärendet och genomföra tjänsten. Härigenom har den anställde snarare förpliktelser gentemot kunderna, som kollektiv, än mot företaget, vilket innebär att kundernas samlade behov tillgodoses i första hand. Här betonas bland annat att målsättningen är att ge alla samma objektiva bedömning. Den sociala logiken betonar emellertid den enskilde kundens behov framför alla kunder. Det är i den sociala logiken som människorna i tjänstemötet lyfts fram och mänskliga egenskaper och känslor får utrymme. Den anställde representerar här den enskilde kunden eftersom denna saknar möjligheter att själv utföra tjänsten. Det ligger i den anställdes ansvar att även tillgodose kundens önske-



Här ses Annika Åberg tillsammans med Lennart G. Svensson (Göteborgs universitet) som var opponent vid disputationen.

mål vad gäller hur tjänsten utförs. Det kan emellertid betyda att visa rätt känslomässig respons, något som tidigare forskning visat ger negativa effekter för anställda.

Logikernas egenskaper medför ett tjänstemöte där aktörerna begränsas av handlingsområden och instrumentella syften, men också ett möte där de tillåts agera som människor. Människors interaktion i tjänstemötet innebär, i en mening, att det finns en motbalans till organisationens inflytande. Interaktionen består emellertid av ett komplext förhållande mellan logikerna och det är när dessa förenas som tjänstemötets interaktion formas. Logikerna integreras på ett såväl samverkande som motverkande sätt. Bland annat tydliggörs att den kommersiella logiken försvårar de anställdas arbete genom att ekonomiska resurser hindrar objektiva bedömningar. I integrationen av den sociala och den byråkratiska logiken tydliggörs också att sociala handlingar döljer byråkratiska. Genom att an-

vända personligt riktade repliker kan även negativt laddade tjänster genomföras på ett positivt sätt. Logikerna kan emellertid också motverka varandras syften, där den sociala logiken snarare verkar hämmande då byråkratiskt fattade beslut bör vara objektivt och inte känslomässigt motiverade. Föreningen av den sociala och kommersiella logiken genererar dessutom tillfällen då aktörerna utnyttjar handlingar inom den sociala för att främja kommersiella syften, vilket resulterar i en typ av pseudorelation. En intressant aspekt är emellertid att även kunder utnyttjar sociala handlingar för ekonomisk vinst genom att exempelvis vädja till de anställdas empati eller genom andra former av känslomässiga uttryck.

Slutsatserna visar också att den anställdes tredelade ansvar för organisationen, alla kunder respektive den enskilde kunden genererar tre olika asymmetriska relationer, där antingen kunden eller den anställda är överordnad. I den kommersiella och den byråkratiska logiken är överordningen till

kundens nackdel eftersom den anställda förfogar över både ekonomiska resurser och relevant kunskap. Kunden har endast företräde i den sociala logiken där den anställda ansvarar för den enskilde kundens behov. I anslutning till det rådande synsättet för kundservice konstateras därför att organisationens ansträngningar för att kontrollera fler delar av interaktionen, främst genom den sociala logiken, paradoxalt nog kan resultera i att kundens företräde minskar. Därmed riskerar organisationen att inte uppnå målsättningen om personifiering och relationsskapande. En central fråga här är vad som sker med det genuina sociala mötet då det rekonstrueras av organisatoriska regler?

Doktorsavhandlingen kan beställas via infoctf@kau.se. För mer information se www.ctf.kau.se/Publications.

ANNIKA ÅBERG
ANNIKA.ABERG@KAU.SE
054-700 20 11

NY LICENTIAT VID CTF

Den 15 februari försvarade MIT-doktoranden Sara Sandström sin licentiatavhandling i ämnet företagsekonomi. Titeln på avhandlingen är "Technology-based service experiences - A study of the functional and emotional dimensions of telecom services". Opponent var professor Amjad Hadjikhani från Uppsala universitet.



MIT-doktorand Sara Sandström.

Då varor och tjänster som bygger på en teknologibaserad plattform fullständigt invaderar samhället vi lever i idag, så blir resultatet att fler och fler människor blir

påverkade och beroende av tjänster såsom Internetbank, e-handel, telecomtjänster etc. Forskning och utveckling inom teknologi innebär att enorma framsteg gjorts som leder till nya och förbättrade möjligheter att lösa olika typer av konsumentbehov. För att hålla sig konkurrenskraftiga på marknaden måste företag ständigt uppdatera sig och dra fördel av den potential som teknologiska lösningar erbjuder.

Ett av de karaktäristiska drag som kännetecknar teknologibaserade tjänster är att dessa tjänster sällan involverar fysisk interaktion mellan kunden och tjänsteleverantören i konsumtionsögonblicket. Under sådana här förutsättningar är det ofta svårt för företag att uppfatta och kontrollera hur kunder upplever deras tjänster, eftersom upplevelsen inte blir direkt synlig

för företagen. Trots det, är det ändå viktigt för en tjänsteleverantör att förstå hur deras nuvarande och potentiella kunder upplever de tjänstebjudande som företaget tillhandahåller eftersom denna kunskap utgör en betydande förutsättning för hur företag ska kunna skapa tjänster som kunden upplever som värdefulla.

Saras forskning avser att identifiera och analysera de dimensioner som utgör basen för hur tjänsteupplevelsen kan kopplas till användarvärdet av en tjänst. Forskningen syftar också till att studera hur användare kan bidra med information angående tjänsteupplevelsen inom ett teknologibaserat tjänsteområde. Studier av mobiltelefonitjänster har valts som exempel på teknologibaserade tjänster. Anledningen till valet av teknologibaserade tjänster är att

utifrån den anledningen att dessa tjänster ofta saknar fysisk interaktion mellan kund och producent, så finns ett behov av att finna ett sätt att bättre förstå vad kunden upplever när de konsumerar tjänsterna. Dessutom är forskning kring teknologibaserade tjänster bara i initieringsfasen och det finns mycket kvar att upptäcka när det gäller förståelsen av teknologibaserade tjänsteupplevelser.

Saras forskning är baserad på en litteraturstudie kring tjänsteupplevelser, liksom en empirisk studie, i form av experiment, av de olika funktionella och emotionella dimensioner som utgör

grunden för den teknologibaserade tjänsteupplevelsen. Mobiltelefonanvändare blev inbjudna till att uppdaga olika dimensioner av tjänsteupplevelsen liksom värdet av de olika dimensionerna genom att utvärdera nylanserade mobiltelefonitjänster samt tjänsteidéer som utvecklats av andra användare men som hittills inte lanserats på marknaden.

Forskningen bidrar med en teoretisk modell där de olika påverkande funktionella och emotionella dimensionerna av teknologibaserade tjänster presenteras liksom hur de kan kopplas till användarvärde. Forskningsresultaten

visar också hur användare kan bidra med värdefull information beträffande tjänsteupplevelsen genom att de involveras i en tjänsteutvecklingsprocess. Användare uppvisade tecken på att skapa tjänster som bättre motsvarade kunders behov då det gäller flertalet funktionella och emotionella dimensioner av tjänsteupplevelsen, bland annat de funktioner och emotioner som kunde kopplas till kostnadsbesparingar, känslan av trygghet eller säkerhet.

SARA SANDSTRÖM

SARA.SANDSTROM@KAU.SE

054-700 18 54

FORSKARSKOLAN MANAGEMENT OCH IT

Vad är forskarskolan MIT? Olle Sonesson, tidigare MIT-doktorand, presenterar här forskarskolan Management och IT (MIT).

Forscarskolan Management och IT (MIT) (www.forscarskolan-mit.nu) är en av de sexton nationella forskarskolor som gavs stöd i 2000 års forskningsproposition. Forskningsprogrammet omfattar de tre forskarutbildningsämnena ekonomiska informationssystem, företagsekonomi och informatik. I dag ingår även ämnena industriell ekonomi och industriell organisation.

Forscarskolan MIT startade hösten 2001 och Karstads universitet var med från början. Nedan framgår de skäl som angavs varför det borde finnas en forskarskola inom Management och IT.

En ledande tanke bakom bildandet av forskarskolor är att man därigenom skall öka effektiviteten i forskarutbildningen och på så sätt höja produktiviteten. Erfarenheter från olika lärosäten har visat att effektiviteten/produktiviteten kan höjas genom organisatoriska förändringar som inrättandet av en forskarskola. Det är framförallt några olika faktorer som verkar för framgång.

- Genom ett gemensamt intag får man en doktorandgrupp som följs åt genom utbildningen.

- Vidare vinnas mycket genom att man

väljer att fokusera ett visst område, som i detta fall är Management och IT.

- Extra sammanhållning uppnås bland doktoranderna genom att de sökande upplever att de är särskilt utvalda.

- Doktorandgruppen ger vidare varje doktorand en naturlig plattform för att dryfta frågor under arbetets gång.

- Ett flertal seniora lärare samverkar också i handledningen av doktoranderna. De får därigenom möjlighet att själva utveckla forskaridéer och de binds inte på ett negativt eller hämmande sätt till en handledare.

- Genom att lägga upp utbildningen med hänsyn till gruppen får man en naturlig rytm i utbildningen. Denna rytm stimulerar doktoranderna till att hålla deadlines, vilket höjer produktiviteten.

(Källa: MIT:s svar på självutvärderingsfrågor 2007)

I samma dokument kan vi läsa om forskarskolans mål och organisation:

”Forscarskolan leds av en ledningsgrupp med representanter från de olika lärosätena. Vidare ingår en doktorandrepresentant från varje årskurs. Ordförande för ledningsgruppen är professor Lars Engwall, Uppsala universitet. Föreståndare är professor Birger Rapp, Uppsala universitet men före 2007-04-01 Linköpings universitet, och biträdande föreståndare är docent Jan

Lindvall, Uppsala universitet. Ärenden inför ledningsgruppsmötena, som hålls minst tre gånger per år, förbereds främst av föreståndaren. Biträdande föreståndaren arbetar främst med strategirelaterade frågeställningar rörande forskarskolan. I angelägna ärenden som kräver snabba beslut fattas de av ordförande och föreståndarna. Forscarskolan kan ses som en stödjande organisation för att få fram forskning i gränssnittet mellan management och IT, dvs företagsekonomi och informatik. Vid de olika lärosätena deltar en eller två ämnen med sin forskargrupp. Varje grupp är underställd sitt lärosäte men kan utnyttja fördelen av gemensam forskarutbildning inom MIT. Den övergripande beslutsorganisationen är således det egna lärosätets fakultet. Vid de lärosäten som inte har egen examination har doktoranderna dubbla tillhörigheter, dels det lärosäte där de doktorerar, dels det lärosäte där de har sin anställning. För examen ställs krav lokalt inom informatik, företagsekonomi, industriell ekonomi, eller ekonomiska informationssystem samtidigt som examen ska uppfylla de krav MIT ställer på en avhandling. Forscarutbildningskurser ges av MIT vid olika lärosäten. Kurserna är öppna för andra än MIT-doktorander i mån av plats.”

(Källa: MIT:s svar på självutvärderingsfrågor 2007)

Från Karlstads universitet medverkar professorerna Bo Edvardsson, CTF/företagsekonomi, och Anders G Nilsson, informatik, och deras roll är att ingå i ledningsgruppen för forskarskolan. Den första årskullen bestod av sammanlagt 17 doktorander varav två var från Karlstads universitet, en från företagsekonomi/CTF och en från informatik. De övriga doktoranderna kom från Uppsala universitet, Linköpings universitet, Mälardalens högskola, Internationella handelshögskolan i Jönköping, Blekinge tekniska högskola samt Högskolan på Gotland. Under de gångna åren har ytterligare fem lärosäten tillkommit, IT universitetet i Göteborg, Lunds universitet, Växjö universitet, Högskolan Väst samt Örebro universitet.

Från Karlstads universitet är det hittills 15 doktorander som tillhört el-

ler tillhör forskarskolan. Inom parentes efter vissa namn framgår var doktoranden har sin hemvist, de har dock varit eller är inskrivna som doktorander vid Karlstads universitet.

Inom företagsekonomi/CTF disputerade Olle Sonesson i april 2007, Anders Wrenne (Blekinge Tekniska Högskola) avlade licentiatexamen 2004, Sara Sandström avlade licentiatexamen februari 2008 och Maria Åkesson, Nina Davidsson, Jörg Pareigis och Poja Shams är doktorander. Inom informatik disputerade Niklas Johansson januari 2008, May Wismén (Internationella handelshögskolan i Jönköping) avlade licentiatexamen 2004, Raquel Flodström (Linköpings universitet) avlade licentiatexamen 2006. Gudrun Wicander Fridh avlade licentiatexamen tillsammans med Susanne Sundén 2007. Linda Bergkvist och

Niklas Larsson är doktorander.

- Att få vara del av denna forskarskola ser jag som något odelat positivt. Jag har fått besöka sju av landets lärosäten (de sju som ingick ursprungligen i MIT) genom att doktorandkurserna var förlagda vid dessa. Jag har också fått ovärderliga kontakter då mina kurskamrater kom från olika delar av landet. Detta kontaktnät och insyn i andra lärosätens arbeten anser jag vara en klar fördel i mitt fortsatta arbete vid Karlstads universitet, säger Olle Sonesson f.d MIT-doktorand men numera disputerad forskare vid CTF.

OLLE SONESSON

OLLE.SONESSON@KAU.SE

054-700 10 32

CHARLOTTE WÄREBORN SCHULTZ NY ORDFÖRANDE FÖR SAMOT

SAMOT – The Service and Market Oriented Transport Research Group, som verkar vid CTF, Karlstads universitet, utsågs av Vinnova till ett Vinn Excellence Center år 2006. Nu utnämns Svenska Lokaltrafikföreningens (SLTF) VD Charlotte Wäreborn Schultz till ny styrelseordförande för SAMOT.

- Det är ett viktigt forskningsarbete som SAMOT bedriver. Kollektivtrafikbranschen arbetar idag aktivt för att flytta fokus från produktionsorientering till kundorientering. Här besitter SAMOT, vars forskning bland annat bygger på

beteendevetenskap och psykologi, betydelsefull information för hur branschen ytterligare kan utvecklas och öka kundfokus, säger Charlotte Wäreborn Schultz.

År 2006 tilldelades Centrum för tjänsteforskning, CTF, vid Karlstads universitet 70 miljoner kronor under en tioårsperiod av Vinnova, för att bedriva forskning inom området infrastruktur och effektiva transportsystem. Samot-gruppen bedriver forskning om bland annat kundnöjdhet, kunderbjudanden, samt organisering av och regelverk för persontransportnäringen.

- Genom att Charlotte Wäreborn Schultz blir vår styrelseordförande hoppas vi kunna utveckla och utöka våra goda kontakter med kollektivtrafikbranschen, säger Margareta Friman, föreståndare för SAMOT.

Samarbetspartners till SAMOT är Svenska lokaltrafikföreningen (SLTF), Storstockholms lokaltrafik (SL), Göteborgs spårvägar, Värmlandstrafik, Karlstadsbuss, Färdtjänsten i Göteborg och företaget

Veolia, som bland annat driver persontrafik på entreprenad åt länsstrafikbolag.

Charlotte Wäreborn Schultz bor i Karlstad och är VD för Svenska Lokaltrafikföreningen (SLTF) med säte i Stockholm. Hon har också styrelseuppdrag inom Statens väg- och transportforskningsinstitut, och sitter med som expert i järnvägsutredningen. Hon är en av författarna till boken "Riv Stuprören - från stuprörssamhälle till flödessamhälle".

SLTF är läns- och lokaltrafikens branschorganisation. Medlemsföretagen, trafikhuvudmännen, har ansvaret för den lokala och regionala kollektivtrafiken med buss, tåg, spårvagn, tunnelbana och båt i Sverige. Drygt 1,2 miljarder resor görs årligen med kollektivtrafiken.

CHRISTINA KNOWLES

CHRISTINA.KNOWLES@KAU.SE

054-700 10 23



Foto: Svenska lokaltrafikföreningen

SAMOT GÅR IN I SIN ANDRA VERKSAMHETSETAPP

Under våren går SAMOT in i sin andra verksamhetsetapp, och ledningsgruppen arbetar just nu intensivt med att förbereda detta. Även om huvudinriktningen ligger fast så finns det många frågor att ta ställning till. Bland annat finns planer på att bjuda in ytterligare partners till SAMOT-samarbetet. Det finns också många spännande idéer om nya forskningsprojekt för de kommande åren.

Den 3 april gästades SAMOT av en internationell bedömargrupp från Volvo Research and Educational Foundations

(VREF). Gruppen har i uppdrag att inventera svensk forskning inom området framtidens urbana transportsystem och undersöka möjligheterna för framtida samarbete. Till att börja med handlar det om finansiering av sk post-doc tjänster.

Ledningsgruppen har varit på studieresa i Bryssel. Där träffade de bland annat SLTFs brysselrepresentant Berndt Nielsen, samt Jérôme Pourbaix och Caroline Cerfontaine från den internationella transport-organisationen UITP som informerade om satsningen på

ett sk Academic Network. Ett besök gjordes också på Vinnovas brysselkontor där Christian Hansson berättade om arbetet med EUs forskningsprogram.

Tidigare i vår presenterade Magareta Friman och Markus Felleson SAMOTs verksamhet för riksdagens näringsutskott, som under ledning av sin ordförande Tomas Östros, besökte Karlstads universitet.

MARKUS FELLESSION
MARKUS.FELLESSION@KAU.SE
054-700 15 95

EN TILLBAKABLICK PÅ SISTA ÅRET I DEN NYA TJÄNSTEÖKONOMIN

För sex år sedan startades forskningsprofilen "Den nya tjänsteökonomi" vid CTF. Forskningsprofilen var en av de sju nationella forskningsprofiler som fick stöd under en sexårsperiod av Kunskaps- och Kompetensstiftelsen (KK-stiftelsen). Nu är forskningsprofilen avslutad och här ger Patrik Larsson en tillbakablick på det sista året.

När vi ser tillbaka på det sjätte och sista året i forskningsprofilen så visar en grov uppskattning att vi sammanlagt haft 276 kandidat- och magister studenter som tillsammans lagt ned 52,3 manår av projektarbete hos de medverkande företagen. Dessa studenter är våra ambassadörer ute i näringsliv och offentlig förvaltning och det är vår förhoppning att de ska påverka användardriven tjänsteutveckling i företagen under många år framöver. För närvarande pågår en uppföljning av alla dessa studenter för att vi ska få bättre koll på vart de tog vägen: Fick de jobb? Vad fick de för jobb? Känner de att de haft användning av den teoretiska verktyglådan? – och kanske främst av allt i vilken utsträckning känner studenterna att de dragit nytta av att ha varit "miniforskare" i det dagliga arbetet.

Våra tidigare intervjuer med kontaktpersonerna på företagen har visat att viktiga drivkrafter för företagets medverkan i profilen har varit möjligheterna att få tillgång till akademisk kunskap till rimliga kostnader tillsammans med hjälpen att studera och utvärdera verksamheten på unika sätt som annars inte varit möj-

liga. Samtidigt har vi som forskare haft enastående möjligheter att lära från partnerföretagen och att omsätta denna kunskap på den akademiska arenan. Detta långsiktiga samarbete, med tillgång till varandras resurser och en öppen dialog kring resultat och tillämpningar är tämligen sällsynt – åtminstone om vi jämför med många andra länder. Det har resulterat i ett fyrtiotal vetenskapliga artiklar, såväl inom projekten som i samarbete med andra forskare. Vi är också mycket stolta vad gäller antalet avhandlingar. Under 2007 hade vi fem disputationer med anknytning till forskningsprofilen. Därmed har vi klart överträffat det planerade resultatet.

Kommunikationen av resultaten i profilen har skett både i näringslivet och i akademien. Vid sidan av diverse workshops och interna seminarier på företagen har vi genomfört ett antal utåtriktade aktiviteter tillsammans med våra partners. Ett av dessa var seminariet "Kunden som tjänsteutvecklare och chef" tillsammans med Länsförsäkringar i september 2007. Närmare 100 chefer och forskare medverkade i och lyssnade till intressanta presentationer om användardriven tjänste-

utveckling. Den årliga "Tjänsteakademien" (CTF Service Research Academy) gick av stapeln i november i samarbete med Volvo och ett 60-tal personer lyssnade till föredrag bland annat på temat "tjänstefieringen av verkstadsindustrin". Alla som medverkade fick också möjlighet att köra lastbil – om än under uppsikt av en handledare. (Läs mer om CTF Service Academy 2007 på sidan 10.)

2007 har dock inte enbart präglats av ett år då vi skördat frukterna av mångåriga samarbeten med partnerföretagen. Stora ansträngningar har också lagts på framtagande av forskningsansökningar i syfte att fortsatt vårda de intellektuella investeringar som gjorts inom området. Tre treåriga projekt har redan beviljats stöd (Läs om två av dessa projekt på sidan 16-17) och tre ansökningar av programkaraktär är för närvarande i granskningsfasen. Sammantaget gör detta att vi känner oss väl förberedda för framtida forskningsutmaningar inom området användardriven tjänsteutveckling.

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

CTF SERVICE ACADEMY 2007

- INVOLVING THE CUSTOMER

Den 21 november anordnades CTF Service Academy 2007 och temat var "Involving the Customer". Denna dag arrangerades av CTF tillsammans med Volvo och hölls på Volvo Democenter i Torslanda. Deltagarna fick ta del av flera intressanta presentationer, en inblick i Volvos historia som länge kretsat kring säkerhet samt chansen att köra lastbil.



Under förmiddagen fick deltagarna en historisk resa genom Volvo Lastvagnars utveckling.

Patrik Larsson från CTF välkomnade alla till denna första CTF Service Academy och lämnade sedan över till Lars-Uno Roos och Aleksander Ratz från Volvo. Under förmiddagen bjöd dessa herrar på en historisk resa genom Volvo Lastvagnars utveckling under en guddad rundvandring på den lastbilsutställning som finns på Volvo Democenter. Därefter fick alla chansen att pröva på hur det är att sitta bakom ratten på en 60 ton tung lastbil, alla fick möjlighet att provköra en lastbil på Volvo Democenters testbana.

Eftermiddagen inleddes med en presentation av Lars Witell och Nina Davidsson från CTF. Titeln på deras presentation var "Service infusion in manufacturing" och de pekade på den potential som finns för tillverkande företag att differentiera sig från konkurrenterna och därmed tjäna pengar genom att utveckla tjänster runt den fysiska produkten. Jan-Erik Odhe från Kompetenscentrum Stål & Verkstad gjorde ett inlägg i presentationen där han berättade hur mindre, värmändska verkstadsföretag har utvecklat och kommer att utveckla sina erbjudanden med hjälp av tjänster.

Bob Johnston, University of Warwick (England), höll presentationen "Service development through customers: understanding and meeting their emotional needs". Han menade att företag kan tjäna pengar på att ändra sitt tankesätt inifrån och ut till utifrån och in, eller med andra ord att man anlägger ett kundperspektiv i stället för ett företagsperspektiv. Företag måste tänka på hur kunderna känner sig i

olika situationer och på så sätt förstå och möta deras känslomässiga behov. Organisationer som lyckats med detta får längre och fler affärsrelationer. Det är dock svårt att få ledningen att ändra sitt tankesätt från att se saker ur ett kundperspektiv i stället för ett företagsperspektiv.

Anat Rafaeli, Technion (Israel), knöt an till Bob Johnstons presentation men lyfte fokus från kundernas behov till de anställdas behov. I hennes presentation "Organizing for the service encounters: emotion and customer service: the employee perspective" pratade hon om tjänstemöten och vad som händer när kunder möter anställda i olika situationer. Anställda får ta ansvar för företags "oskrivna regler", dvs för hur de måste bete sig gentemot kunder, även om detta innebär att man inte kan möta kundernas behov. De anställda får själva ta ansvar för detta trots att det egentligen är ledningens ansvar.

- Se på de anställda som kunder och försök förstå vad de behöver för att kunna möta kundernas behov på ett tillfredställande sätt, menade Anat Rafaeli.

"Extreme makeover: assessing the ef-



Deltagarna fick chansen att pröva på hur det känns att sitta bakom ratten på en 60 ton tung lastbil, dock under uppsikt av handledare.

fects of a remodeled servicescape” var titeln på den presentation som Dwayne Gremler, Bowling Green University (USA), höll. Han berättade om en studie där de gjort mätningar på vilka effekter en ”extreme makeover” hade för en internationell snabbmatskedja. I detta fall handlade det om en total omvandling av deras lokal, från en sliten och omodern inredning till en mycket trendig och tidlös inredning. Studien visade att kunderna var positiva till omvandlingen men att det endast gav kortsiktig effekt på kundtillströmning och försäljning m m.

Dagen summerades med en frågestund där deltagarna fick chansen att lyfta ytterligare frågor till presentatörerna samt dela med sig av sina egna tankar. Avslutningsvis delade Bo Edvardsson från CTF ut stipendiet The Service Academy Award, som finansieras av Humanik AB. Årets stipendiemottagare var Margareta Friman vid CTF som fick motta stipendiet för sin



Bob Johnston (vänster) och Dwayne Gremler bjöd på två intressanta presentationer under eftermiddagen.

goda insats i arbetet som föreståndare för kollektivtrafikforskningsgruppen SAMOT, The Service and Market Oriented Transport Research Group.

Missa inte CTF Service Academy



2008. Information kommer att finnas på vår hemsida: www.ctf.kau.se.

LINDA RAHKOLA

LINDA.RAHKOLA@KAU.SE

054-700 15 55

INTERNATIONELL UTMÄRKELSE FÖR TJÄNSTEFORSKNING

En av CTFs föreståndare Bo Edvardsson, professor i företagsekonomi vid Karlstads universitet, har tilldelats European Association For Services Research's utmärkelse för Lifetime achievement to Service Scholarship. Bo Edvardsson får utmärkelsen för sina betydande bidrag inom den företagsekonomiska forskningen, särskilt med inriktning tjänstutveckling och företagsledning.



Bo Edvardsson har tilldelats en internationell utmärkelse från det europeiska forskarnätverket RESER.

- Jag är mycket glad, hedrad och överraskad, säger Bo Edvardsson. Jag ser det också som ett erkännande av det vi byggt upp inom Centrum för tjänsteforskning här vid Karlstads universitet, och där många har bidragit.

Bo Edvardsson är professor i företagsekonomi och en av grundarna till CTF-Centrum för tjänsteforskning som idag är världsledande inom sitt område. Han är vetenskaplig ledare för CTF och redaktör för den vetenskapliga tidskriften International Journal of Service Industry Management. Bo Edvardsson har tidigare mottagit flera internationella utmärkelser, bland annat The American Marketing Associations pris Career Contribution to the Services Disciplin Award. Han är även International Fellow vid Svenska Handelshögskolan i Helsingfors och vid Center for Services Leadership i Arizona, USA.

Utmärkelsen kommer att delas ut i samband med RESER:s internationella konferens i Stuttgart den 25 - 27 september. Bo Edvardsson är en av huvudtalarna vid konferensen.

European Association for Services Research, RESER, är ett nätverk som består av ett 30-tal forskargrupper i 20 länder inom Europa. Det bildades 1988 i syfte att utveckla forskningen kring frågor som rör tjänster i vid bemärkelse, konkurrenskraft och produktivitet. Förra årets utmärkelse gick till professor Jean Gadrey vid Faculté des Sciences Économiques et Sociales i Lille, Frankrike samt William Baumol, Senior Research Economist och professor i nationalekonomi, emeritus, Princeton University, USA.

CHRISTINA KNOWLES

CHRISTINA.KNOWLES@KAU.SE

054-700 10 23

PER PETTERSSON DOCENT VID UPPSALA UNIVERSITET

CTF-forskaren teol. dr. Per Pettersson har antagits som docent i religionssociologi vid Uppsala universitet. Beslutet fattades av Teologiska fakultetsnämnden den 12 december 2007. Utnämningen innebär ingen förändring av Pers anställning, han kommer även fortsättningsvis att finnas vid CTF.

Per disputerade vid Uppsala universitet år 2000 med sin avhandling med titeln "Kvalitet i livslånga tjänsterelationer. Svenska kyrkan ur tjänsteteoretiskt och religionssociologiskt perspektiv". Han kombinerade religionssociologisk teori om religiös förändring med teori om tjänstesamhället, tjänsteprocesser och kvalitet i tjänster. Ett huvudsyfte var att bidra till förståelsen av kundperspektivet på religiösa tjänster och tjänsteleverantörer. Ett av huvudresultaten var att kvalitetsupplevelsen i tjänstemöten med Svenska kyrkan och upplevd relationskvalitet i själva tillhörigheten till kyrkan samspekar över mycket långa tidsperspektiv och inbördes påverkar varandra. Positivt upplevda möten förstärker upplevelsen av kvalitet i relationen medan negativa möten försvagar relationen. Starkt positiva och starkt negativa tjänstemöten minns individen för lång tid framöver. Pers intervjuer visar exempel på händelser 50 år tillbaka i tiden som har haft betydelse för utvecklingen av relationen till kyrkan ända fram till idag. En intressant del av analysen visar att enstaka negativa upplevelser kan "repareras" av senare positiva upplevelser. Avhandlingen har hittills sålts i 1500 ex.

Per började på CTF som doktorand i religionssociologi 1995, knuten till Uppsala universitet. Inledningsvis fick han ekonomiskt stöd från CTF och Institutet för kvalitetsutveckling (SIQ) för att utveckla en projektansökan med rubriken "Svenska kyrkan i ett tjänsteperspektiv - Vad är kvalitet i kyrkans tjänster?". Ansökan beviljades av Rådet för arbetslivsforskning som anslog projektmedel för ett år. Parallellt med att avhandlingsarbetet inleddes, medverkade Per i en större ansökan till HSFR (nuvarande Vetenskapsrådet) om ett projekt med fokus på de då förestående förändringarna i relationerna mellan staten och kyrkan (som senare genomfördes den 1 januari 2000). Ansökan beviljades

och projektet "Från statskyrka till fri folkkyrka" kom att ingå som ett av fyra projekt i det av regeringen prioriterade forskningsprogrammet om offentlig sektor i förändring, "Stat-människa - det svenska samhället i omvandling" (FOS-programmet). Per ingick i ledningsgruppen för stat-kyrka projektet och hans avhandling ingick som en av de 15 rapporter som publicerades av totalt 13 medverkande forskare vid tre universitet.

Efter avhandlingsarbetet arbetade Per under tre år på halvtid som administrativ föreståndare för CTF. Men allt sedan avhandlingsarbetet har religionssociologisk forskning med internationellt jämförande perspektiv kommit att bli hans huvudsakliga inriktning, och från år 2004 är det forskning på heltid som gäller. Den internationella referensgrupp som var knuten till stat-kyrka projektet hade en nyckelfunktion i utvecklingen av de internationella kontakterna. Genom en av dess medlemmar blev Per år 2002 inbjuden av universitetet i Würzburg att svara för den svenska delen av en Europeisk enkätundersökning bland gymnasieungdomar om värderingar och religion "Religion and Life Perspectives".

Utifrån stat-kyrka projektets internationella referensgrupp utvecklades också ett omfattande europeiskt projekt som inleddes år 2003 finansierat av Riksbankens jubileumsfond (RJ); "Welfare and Religion in a European Perspective. A Comparative study of the Role of the Churches As agents of Welfare within the Social Economy" (WREP). Per har deltagit i projektinitieringen och fungerat som ordförande i koordineringsgruppen för projektet som omfattar 25 forskare i åtta länder. Fokus ligger här på att jämföra de stora kyrkornas roll i Europa som tjänsteleverantörer inom välfärdsområdet, samt relationer och ansvarsfördelning mellan

olika leverantörer av välfärdstjänster i de olika nationella kontexterna; offentlig förvaltning, familj, social ekonomi och privata företag. Detta i en tid när den offentliga välfärdsfinansieringen skärs ner samtidigt som trycket på insatser ökar, inte minst genom en åldrande befolkning, sjunkande nativitet och nya former av fattigdom.

WREP-projektet inspirerade en grupp forskare vid Stellenbosch universitet i Sydafrika, att genomföra samma typ av studie. Ett projektsamarbete utvecklades där Per blev svensk projektledare för ett samarbete mellan Sverige och Sydafrika. Syftet är att teori, metod och resultat från det europeiska RJ finansierade projektet ska understödja den Sydafrikanska studien, samt att de teoretiska perspektiven ska vidareutvecklas gemensamt. Projektet har namnet "Welfare and Religion in a Global Perspective" (WRIGP), och har fått ekonomiskt stöd inom ramen för en bilateral forskningsfinansiering i samarbete mellan SIDA/VR och Sydafrikas forskningsråd (NRF).

Huvuddelen av Pers forskning under de senaste åren har skett inom ramen för projektet "Welfare and Values in Europe"



CTF-forskaren Per Pettersson utnämnd till docent vid Uppsala universitet.

(WAVE). Detta projekt utgör en direkt fortsättning av WREP-projektet men är inriktat på värderingsrelationer mellan religiösa minoriteter och majoritetsbefolkningen i tolv europeiska länder, inklusive fyra öst-europeiska länder. Bland annat handlar det om skillnader och likheter i förväntningar och kvalitetsupplevelse av välfärdstjänster. Projektet finansieras av EU:s 6:e ramprogram och omfattar 35 forskare fördelade på de tolv länderna. Per ingår i projektets ledningsgrupp och genomför tillsammans med en genusinriktad forskare projektets svenska fallstudie.

De omfattande internationella kontakterna har på olika sätt lett till nya forskningsprojekt. När Karlstads universitet (Kau) inbjöds att delta i ett EU-Sokrates nätverk om religionsundervisning i Europa "Teaching Religion in a European Multicultural Society" (TRES), så blev Per en av två representanter i nätverket. I den egenskapen har han tillsammans med en forskare i religionsdidaktik vid Karlstads universitet genomfört den svenska delen av en enkätundersökning bland religions-

lärare i den allmänna skolan och i religiösa samfund. Det senast tillkomna forskningsprojektet på Pers bord är en undersökning bland konfirmander och konfirmandledare i sju länder, "International Research on Confirmation". Han blev inbjuden av en tysk forskargrupp vid universitetet i Tübingen att svara för den svenska delen av en europeiskt jämförande undersökning. Ungdomar och ledare fyller i två enkäter var, en i början och en i slutet av konfirmandtiden. Syftet är att jämföra ungdomars och ledares förväntan på, samt upplevelse och utvärdering av den tjänsteprocess som undervisningsperioden utgör. Jämförelser görs dels nationellt, dels mellan de sju länderna. Per har sökt och fått finansiering av Svenska kyrkan till detta projekt.

Utifrån det tjänsteteoretiska perspektivet på religion som Per utvecklade i sitt avhandlingsarbete har han på olika sätt integrerat de tjänsteteoretiska begreppen i de internationella projekt han har medverkat i. Idag arbetar han på heltid med externfinansierad forskning på CTF, och är också knuten till forskargruppen i religions-

vetenskap vid Karlstads universitet och forskargruppen vid Centrum för Studier av Religion och Samhälle vid Uppsala universitet. Den 3 mars höll han sin docentföreläsning vid Uppsala universitet över ämnet "Religiös förändring i det offentliga rummet. Vilka är de bakomliggande sociala mekanismerna?".

- Per är en mycket aktiv forskare inom CTF och har under många år bidragit med sina kunskaper från sin utgångspunkt i religionssociologi och berikat tjänsteforskningen; inte minst när det gäller olika aspekter på långsiktiga relationer. Under den period Per var administrativ föreståndare för CTF visade han prov på administrativ skicklighet och ett gott ledarskap. Per är en mycket uppskattad medarbetare och kollega inom CTF och jag vill tacka honom för fina insatser inom CTF och önskar all framgång i fortsatt forskning, säger Bo Edvardsson, föreståndare för CTF.

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

GÄSTFORSKARE VID CTF

Heiko Gebauer är sedan i början på februari gästforskare vid CTF. Han är forskare och projektledare vid "The Institute of Technology Management" vid St. Gallens universitet i Schweiz. Heiko arbetar mycket med både konsultverksamhet och akademisk forskning. Han är en aktiv forskare som främst arbetat med tjänster i tillverkande företag och tjänstemarknaden i Kina.

Heiko har examen i företagsekonomi från The Friedrich Schiller University i Jena, Tyskland, och har en doktorsexamen i företagsekonomi vid St. Gallens universitet från 2004. Han leder en forskningsgrupp bestående av en grupp doktorander som arbetar med nya lösningar för europeiska företag i dagens företagslandskap. Gruppen arbetar främst med tjänster i tillverkande företag, IT tjänster, sjukvård, och konkurrenssituationen för Europeiska företag som vill komma in på den kinesiska marknaden.

Heiko uppskattar den svenska kulturen och öppenheten vilket var en av huvudorsakerna till varför han valde att komma till Sverige som gästforskare. Han hade tidigare träffat olika forskare från CTF som Bo Edvardsson, Anders Gustafsson och Lars Witell på olika konferenser och han hade därmed en etablerad kontakt med CTF. Det finns stora likheter mellan forskningsinriktningarna vid St. Gallen och CTF, varför Heiko räknar med att lära sig mycket genom att vara i CTFs forskningsmiljö.

Under våren kommer Heiko att hålla ett seminarium om sin forskning. Han är också involverad i forskningen kring tjänster i tillverkande företag som bedrivs vid CTF. Under sin tid i Sverige kommer Heiko att arbeta med att skriva olika artiklar kring sin forskning och han kommer att arbeta med flera publikationer tillsammans med forskare vid CTF.

Heiko arbetar fortfarande i ett antal



Heiko Gebauer från St. Gallens universitet i Schweiz är gästforskare vid CTF.

olika projekt med Schweiziska företag kring etableringar på nya marknader. Forskningsfrågorna har i huvuddel att göra med Kina och Östeuropa och han kommer att resa till Asien och Östeuropa vid flera tillfällen under tiden som gästforskare vid CTF. Kontakta Heiko via e-post: heiko.gebauer@kau.se.

STORSLAM FÖR CTFS EU-ANSÖKNINGAR

CTF har tilldelats totalt sex miljoner kronor ur EUs strukturfonder för två ansökningar inom ramen för ”Näringslivsutveckling” med fokus på innovativa miljöer. Ansökningarna handlar om etableringen av en professur inom produkt- och tjänsteutveckling i en förpackningskontext samt tjänstefiering med hjälp av användare.

När det gäller förpackningsindustrin kan vi konstatera att det är en industri av betydande storlek som globalt omsätter ca 5000 miljarder SEK varje år. Inom denna industri har det traditionellt satsats på teknisk forskning och utveckling kring t ex material och effektiv produktion och transport. Konsumenters behov och önskemål när det gäller förpackningar har egentligen inte undersökts i någon större utsträckning. Vi menar därför att det finns ett stort behov av att sätta kunden i centrum och utgå från deras behov och förväntningar för att skapa förpackningar som är mera säljande och mer lämpade att använda. Förpackningarna kan utformas för att vara lätta att hitta i hyllan och samtidigt underlätta konsumtion av dess innehåll. Ställ er själv frågan vad det är som gör att ni som konsument är beredd att betala åtta kronor för en Risifrutti som innehåller en liten mängd risgrynsgröt och sylt samtidigt som en tub med risgrynsgröt är väldigt billig i jämförelse – svaret är givetvis förpackningen.

Det svala forskningsintresset är anmärkningsvärt då nästan varje produkt inom handeln idag har någon form av förpackning. Därtill kan läggas att förpackningarna utgör en symbolisk gestaltning och representation av de värden en konsument överväger att köpa. Det är således kritiskt att studera förpackningarnas och produktplaceringens roll om man vill nå ökad förståelse om konsumentens beteenden och värderingar i butik. Inte minst när det gäller likheter och skillnader mellan kvinnors och mäns konsumtionsbeteenden. Löfgren (2006) visar i sina studier att konsumenter uppfattar förpackningar som en del av produkten som inte är särskild från den, vilket tidigare forskning har föreslagit. Förpackningar påverkar alltså i stor utsträckning konsumenters upplevelser av en produkt.

CTF har nu fått fyra miljoner från EUs strukturfonder och två miljoner från Region Värmland för att arbeta med frågeställningar kring hur kunder upplever förpackningar. Syftet är också att etablera en professur inom produkt och tjänsteutveckling med inriktning förpackningar. För detta krävs att vi lyckas bygga upp en mångvetenskaplig forskargrupp inom området med fokus på en av CTFs styrkor – metoder och angreppssätt som syftar till att skapa en förståelse för kunden.

CTF får också två miljoner ur strukturfonderna och en miljon från Region Värmland för sitt projekt ”Tjänstefiering med hjälp av användare”. Projektet handlar om att skapa tjänsteinnovationer utifrån ett kundperspektiv. Vi menar att det finns många hittills outnyttjade möjligheter till nya tjänster och arbetstillfällen som handlar om att underlätta för kunder. Det handlar om att se på olika fenomen utifrån ett helhetsperspektiv, att studera för kunden hela konsumtionsprocesser och inte enbart fragment av dem. För att exemplifiera; när vi flyger är vi inte bara intresserade av själva flygresan. Vi måste planera resan, beställa den, ta oss till och från flygplatsen, när vi är på flygplatsen vilket kan vara åtskilliga timmar kanske vi vill utnyttja den tiden till något; det finns många outnyttjade affärsmöjligheter i detta system. Forskningsmöjligheten för oss i det här sammanhanget är att lära oss av och med kunden när en tjänst konsumeras. Vi vill komma åt sk ”Sticky information”; information som är svår för kunderna att förmedla då den är så självklar för dem men är oerhört viktig. Vi vill använda oss av metoder där kunder är aktiva medutvecklare och metoder som baseras på kundernas goda minne.

Vi ser också en väldigt stor potential vad gäller tjänsteinnovationer inom verkstadsindustrin. Det sker just nu en stor för-

ändring inom tillverkande industri där en allt större andel av omsättningen kommer från tjänster. Orsaken är att vinstandelen för produkten minskar samtidigt som vinstandelen för tjänsterna ökar. En bra produkt är mycket viktig för att få göra en affär men det är tjänsterna som gör företaget lönsamt. Inom ramen för tjänstefiering kommer vi även att studera detta fenomen.

Vi har ett oerhört starkt stöd från näringslivet i de här satsningarna. Genom de regionala klustren The Packaging Arena, Stål och Verkstad och Compare har vi stöd från ett mycket stort antal företag. Dessa kluster är oerhört värdefulla samarbetspartners för oss i den fortsatta forskningen. Vi har även direkt stöd från företag och organisationer så som Billerud, StoraEnso, Korsnäs, Löfbergs Lila, Bergvikköpcentrum och Luftfartsverket för att nämna några.

Anders Gustafsson och Martin Löfgren som tillsammans med Patrik Larsson har lett arbetet med de två ansökningar är mycket nöjda med utfallet. Dessutom väntas de två projekten förstärkas med ytterligare två-tre miljoner kronor i form av stöd från lokala kluster och företagsfinansiering.

MARTIN LÖFGREN
MARTIN.LOFGREN@KAU.SE
054-700 19 75

TJÄNSTEFORSKNINGEN HAR FÖRLORAT EN INSPIRERANDE KRAFT

En av de allra mest tongivande personerna inom tjänsteforskningens område, Christopher Lovelock, är död. Tjänsteforskningen har blivit fattigare! Plötsligt har en mycket dynamisk, positiv och kreativ person tagits ifrån oss.

Christopher besökte Sverige och CTF vid flera tillfällen, senast i samband med QUIS 2004. Jag träffade honom i Orlando

på QUIS10 i juni förra året och senast i november i London vid en forskningskonferens. Jag upplevde då liksom tidigare inte enbart vänskap och ett stimulerande samtal och positiv feed-back utan också ett genuint intresse för den Nordiska Skolan och den forskning vi bedriver inom CTF.

Vi skulle ha träffats igen i Liverpool i juni i samband med ServSig-konferensen

som vi båda var med i ledningen för. Så blir det inte och jag kommer verkligen att sakna Christopher. Mina tankar går till Christopher och hans familj. Många positiva minnen av Christopher lever kvar länge.

Professor Bo Edvardsson

Föreståndare CTF

BIOGRAPHY

DR CHRISTOPHER LOVELOCK



Christopher Lovelock is recognized around the world as a leading authority on service management and has given seminars on six continents. He was an adjunct professor at the Yale School of Management and principal of Lovelock Associates, he has consulted with service organizations in a broad array of industries.

A British citizen, Christopher Lovelock graduated from the University of Edinburgh with an MA in economics and a BCom degree. His early business ex-

perience included two years in advertising with J. Walter Thompson Co. in London and two years in corporate planning with Canadian Industries Ltd. in Montreal. Subsequently, he obtained an MBA from Harvard University and a PhD from Stanford University, where he was also a postdoctoral fellow.

Dr. Lovelock's distinguished academic career includes 11 years on the faculty of the Harvard Business School (1973-84), two years as a visiting professor at the International Institute for Management Development (IMD) in Lausanne, Switzerland (1990-92), and short-term appointments at MIT, Stanford, and Berkeley. In Spring 1996, he was a visiting professor at INSEAD in Fontainebleau, France, teaching in its MBA and executive programs. He has also taught at several other French business schools, including Reims Management School and the Theseus Institute. In 1999, he was a visiting professor at the University of Queensland in Brisbane, Australia. His research and teaching focused on creating service value, applying information technology to service delivery, integrating the marketing,

operations, and human resource functions, internationalization of services, and strategies for service leadership.

A prolific and award-winning author, Christopher Lovelock is author or co-author of numerous books, including *Services Marketing: People, Technology Strategy* 5/e (2004), *Principles of Service Marketing and Management* 2/e (2002), *Product Plus* (1994), and *Public and Non-profit Marketing* 2/e (1989). He has also written more than 60 articles, and over 100 teaching cases. His work has been translated into Chinese, French, German, Italian, Japanese, Portuguese, Spanish, and Thai. Dr Lovelock served on the comité scientifique (visiting committee) of the Reims Management School and on the editorial advisory boards of the *International Journal of Service Industry Management*, *Journal of Service Research*, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, *Marketing Management*, and *The Service Industries Journal*.

Based on information from
www.lovelock.com.

TJÄNSTEINNOVATIONER I VERKSTADSINDUSTRIN

Forskare vid CTF leder ett forskningsprojekt som heter "Tjänsteinnovationer i Verkstadsindustrin". Projektet initierades under hösten 2007 och kommer att pågå till 2010 och finansieras av VINNOVAs program för "Innovativa företag: ledning av produktinnovation" med i storleksordningen 4 miljoner kronor. Under denna period kommer man att studera hur svenska företag arbetar med att skapa tjänsteinnovationer i verkstadsindustrin.

Det pågår en tyst revolution inom svensk verkstadsindustri – en allt större andel av företagets intäkter och lönsamhet kommer från tjänster. Fokuseringen på tjänster syftar till att differentiera företagen på en ofta starkt konkurrensutsatt, global marknad genom att skapa nytt eller utöka befintligt kundvärde som företag med enbart fysiska produkter inte klarar av. Många företag har höga ambitioner när det gäller hur stor andel av intäkterna som skall komma från tjänster. Bland svenska företag, ska Scania öka sina intäkter från tjänster med 50 procent under de kommande två åren och flera företag inom Volvokoncernen har satt upp liknade mål. Den främsta orsaken till denna strategiska förändring är överlevnad; en strategi för att möta den allt hårdare konkurrensen från länder som Indien och Kina där låga produktionskostnader måste mötas med tjänstekonkurrens. Hur detta ska gå till är dock oklart eftersom det finns en kunskaps- och resursbrist om hur man kan utveckla och implementera tjänsteinnovationer i sin verksamhet.

Eftersom tjänsteinnovationer är ett relativt nytt fenomen inom verkstadsföretag finns det stora möjligheter att både åstadkomma radikala innovationer och att vidareutveckla de tjänster och den service som idag erbjuds kunderna. Detta kräver att en tjänste- och kundorienterad kultur utvecklas samtidigt som operativa modeller och arbetssätt för tjänstekonceptutveckling utvecklas och introduceras. Inom projektet fokuserar vi på tjänsteinnovationer där tjänstekonceptet är helt nytt, men där det bygger på en existerande produkt som kanske behöver förändras och positioneras i ett tjänstekoncept för att möjliggöra den nya tjänsteinnovationen. Som exempel kan nämnas att en lastbil blir en



Forskare i projektet (från vänster): Anders Gustafsson, Nina Davidsson, Jan-Erik Odhe, Lars Witell, Bo Edvardsson och Ida Gremyr.

komponent i ett tjänstekoncept för transportarbete och en industrirobot blir en plattform för tjänstekonceptet produktivtetsutveckling och i båda fallen sätts fokus på det realiserade kundvärdet.

Projektet ska studera och bidra till att öka företagets intresse för och fokus på tjänsteinnovationer, inklusive modeller och arbetssätt för att utveckla nya tjänstekoncept, i Svensk verkstadsindustri. Projektet är en plattform för samarbete mellan Centrum för tjänsteforskning, Industriell kvalitetsutveckling och Volvo Lastvagnar, Volvo Buss, SKF och Kompetenscentrum Stål & Verkstad. Avsikten med projektet är att studera hur svenska företag arbetar med att utveckla tjänsteinnovationer, specifikt är man intresserad av i vilka situationer och branscher som tjänste- och produktutveckling bör bedrivas integrerat respektive separat.

För närvarande studerar man i projektet hur tjänsteinnovationer uppstår i olika delar av värdekedjan i fordonsindustrin. Man undersöker hur nya tjänster uppkommer och utvecklas bland under-

leverantörer, fordonstillverkare och eftermarknadsaktörer. Dessutom analyserar man material från en breddundersökning av svensk industri kring synen på tjänster.

Projektledare är Lars Witell och övriga forskare är: Bo Edvardsson (CTF), Anders Gustafsson (CTF), Nina Davidsson (CTF), Bo Bergman (Chalmers), Ida Gremyr (Chalmers) och Heiko Gebauer (St. Gallen). För mer information om projektet kontakta Lars Witell via e-post: Lars.Witell@kau.se, tel: 054-700 21 34 alt. mobil: 073-6877272.

LARS WITELL
LARS.WITELL@KAU.SE
054-700 21 34

META - METODER FÖR ANVÄNDARINVOLVERING

META - METoder för Användarinvolvering är namnet på ytterligare ett nytt forskningsprojekt vid CTF. Projektet, som kommer att pågå under tre år, finansieras av VINNOVA och Luftfartsverket är medfinansierat. Syftet med projektet är att ta fram nya metoder som kan underlätta framtida tjänsteinnovationer och kartlägga dess potential.

Människor i den västindustrialiserade världen konsumerar idag allt mer tjänster. De äter allt oftare middag ute, använder mobiltelefon för att söka information på Internet och beställer mat och andra tjänster via Internet. I takt med att behovet av tjänster ökar har också utformningen av tjänsterna förändrats på det sätt att de allt oftare bygger på teknik och/eller är komplext sammansatta av erbjudanden från ett antal olika leverantörer. Tekniken medför att användare kan nyttja tjänsterna oberoende av plats och tid vilket medför flexibilitet. Detsamma gäller för komplext sammansatta tjänster. Ny teknik ger användaren ett ökat inflytande på det sätt att tjänster (ofta) kan anpassas till individens unika behov. Problemet är dock att ett stort antal nya tjänster misslyckas vilket speciellt gäller teknikbaserade tjänster.

Förväntningarna och möjligheterna för användare (kunder, konsument, klienter etc) har således förändrats. Många gånger möter t ex inte personal på ett företag användaren överhuvudtaget. En användare möter teknik och företagen distanserar sig på detta sätt från sina potentiella användare. Ett dilemma som uppstår är att samtidigt som tekniken skall göra det möjligt för användare att uppleva bättre tjänster så innebär det ökade avståndet mellan användare och företag att det blir svårare för företagen att förstå vad som verkligen skapar värde för en enskild individ. Samma problematik uppstår när tjänster produceras av ett antal leverantörer.

Värdet för en användare skapas (ofta) på en plats långt borta från företaget ifråga. Eftersom användare oftast inte har kunskap om framtida möjligheter med ny teknik eller hur den kan användas för att lösa deras problem så är det svårt för dem att svara på direkta frågor i en intervju situation

eller i en fokusgrupp om egna behov. Inte heller känner användare till de möjligheter till 'joint venture' mellan leverantörer som ligger bakom hörnet. Användaren behöver därför ges stöd för att bättre kunna kommunicera till och vägleda företag i hur värde bäst skapas för dem. Nya metoder som åstadkommer detta behövs därmed för att företag skall kunna förstå vad det är för framtida innovationer som kommer att skapa värde för användare.

Med bakgrund av ovanstående syftar projektet META (METoder för Användarinvolvering) till att ta fram nya metoder som kan underlätta framtida tjänsteinnovationer och kartlägga dess potential. Nya metoder för användarinvolvering syftar till att bättre kunna ge företag olika verktyg att identifiera och kommunicera de behov som potentiella och faktiska användare kommer att ha. Projektet genomförs på Luftfartsverket (LFV) vars flygplatser har en potential att bli ett nav för framtida tjänster.

Kunder, precis som LFV och dess affärspartners/underleverantörer, tenderar att vara fast i traditionella tankemönster kring vad en flygplats brukar innebära och erbjuda och det lönar sig därför föga att via traditionella marknadsundersökningar fråga kunder vad de önskar inför framtiden. Av denna anledning behövs andra metoder för att förstå och förutse framtida innovativa tjänster. Potentiella användare för ansökan är därför LFV och dess underleverantörer. Införandet av användarinvolveringsstudier är extra påtagligt på LFV eftersom deras totalerbjudande består av både ett antal tekniska tjänster samt ett antal sammansatta tjänster från olika leverantörer.

Man kan tänka sig ett resonemang om att LFV är en relativt traditionell tjänsteleverantör och att den därför inte skulle

vara intressant ur innovationssynpunkt. Det finns dock flera argument till varför så inte är fallet. För det första så är LFV en organisation som brottas med en tydlig trend av allt färre resenärer och ordet kris återkommer ofta i media för i stort sett alla flygplatser utom Arlanda. Detta innebär att det finns en stor innovationspotential hos LFV där nya tjänster har möjligheten att resultera i förhållandevis stora effekter. För det andra utgör flyget i sig ett centralt medel för innovation i sig själv och även för svensk konkurrenskraft. Ett annat, tredje, argument som gör Luftfartsverket intressant är att de står inför en förändring från något traditionellt (flygplats) men rör sig mot ett tjänstekoncept (pulserande mötesplats och upplevelsecentrum som levererar helhetslösningar) där tjänster som bygger på ny teknik kommer utgöra en central kärna och där ett antal olikartade tjänster måste länkas ihop för att kunden skall uppleva en skömlös totallösning. En flygplats har en potential att vara ett tjänstenav där människor och företag möts. Problemet är bara att förstå vilka tjänster som skapar värde för kunder och hur en kund kan vara med som medskapare av dessa.

Ledare för projektet är Per Kristensson och övriga forskare är: Martin Löfgren, Anders Gustafsson, Erik Wästlund och Lars Witell (samtliga från CTF). Kontakta Per Kristensson för mer information.

PER KRISTENSSON
PER.KRISTENSSON@KAU.SE
054-700 21 28

KOMMUNIKATION OCH BESLUT I KOMMUNALT SÄKERHETSARBETE

CTF har fått fortsatt uppdrag från Räddningsverket att studera kommunikation, beslut och tjänsteutveckling inom kommuners säkerhetsarbete under åren 2007-2009. Det nya projektet har namnet Kommunikation och beslut i kommunalt säkerhetsarbete (KOBS).

Det nya projektet syftar till att ge ökad förståelse för och kunskap om förutsättningarna för att bedriva säkerhetsarbete på kommunal nivå. Projektet har även ett specifikt fokus som handlar om att ge förståelse och kunskap om den betydelse som uppföljningen genom ett nytt webbaserat informationssystem: Indikatorer, data och analys för skydd mot olyckor (IDA) har för säkerhetsarbetet. Förhoppningen är att IDA framförallt ska vara ett stöd vid beslut och ett verktyg som underlättar planering, uppföljning och utvärdering av verksamheten. Framförallt skall det också bli lättare att kommunicera säkerhetsfrågorna gentemot kommunens olika förvaltningar, politiker och allmänheten.

För att se om detta syfte nås kommer två delstudier att genomföras inom projektet. Den ena delstudien kommer att behandla frågor om kommunikativa processer i kommunalt säkerhetsarbetet och fokuserar följande tre forsknings-

områden: Kommunikationens egenskaper och aktörer, perspektiv på skydd och säkerhet och tjänsteutveckling. Den andra delstudien kommer att studera hur idéer om säkerhetsarbete sprids till politiska beslutsprocesser på kommunal nivå.

Forskare i projektet är: Birgitta Johansson-Hidén, CTF/psykologi, och inledningsvis Thomas Denk, statsvetenskap, och fortsättningsvis Malin Wreder, sociologi.

Tidigare forskning vid CTF om kommunikation i kommunalt säkerhetsarbete

Den 1 januari 2004 trädde "Lag om skydd mot olyckor" i kraft i Sverige. Målet med lagen är att skydda människors liv och hälsa mot olyckor samt att förhindra eller begränsa skador på egendom och i miljö. Kommunen har ett samordnande ansvar och varje kommun i Sverige skulle enligt lagen ha ett handlingsprogram för såväl förebyggande verksamhet som för räddningstjänst.

Under åren 2004-2006 genomfördes forskning omfattande 29 kommuner, vad gällde kommunikationsformerna i handlingsprogramarbetet, perspektiven på skydds- och säkerhetsarbetet och perspektiven på räddningstjänstens strategiska utveckling, i samband med införandet av den nya lagen. Hösten 2006 hade 23 kommuner av de utvalda 29, ett av politiker antaget handlingsprogram.

Resultatet visade också att det hade skett ett ökat kommunicerande om skydds- och säkerhetsfrågor inom kommunerna. Kommunikationsformerna kartlades i detalj dvs vilka formerna var, vilka personer som deltog i dem, vilken roll de hade osv. Ca 60 av kommunikationsformerna var nyinrättade för handlingsprogramarbetet. Kommunikationen "spred" sig

framför allt uppåt i kommunen, genom att förvaltningschefer och kommundirektörer deltog aktivt i handlingsprogramarbetet. Det fanns en tydlig ambition att få till stånd tvärsektorielt arbete och samverkan mellan olika organisationer i skydds- och säkerhetsfrågorna. Politikerengagemang var lättast att få till stånd inom små kommuner och i kommuner som integrerade sitt handlingsprogramarbete i andra större projektverksamheter.

Inom 17 kommuner kunde perspektivet inom skydds- och säkerhetsarbetet grovt kategoriseras som ett brett perspektiv som omfattade "från vardagsolyckor till extraordinära händelser". Inom 12 kommuner, enskilda eller i förbund, var perspektivet snävare inriktat på olyckor som kunde föranleda räddningsinsats.

Generellt hade räddningstjänsten, främst räddningschefer och brandingenjörer, en central roll i skydds- och säkerhetsarbetet. Räddningstjänstens utbildnings- och informationsverksamhet har ökat mycket i alla kommuner och förbund under åren 2004-2006. De kommunala förvaltningarnas personal, var generellt sett, ännu inte involverade i arbetet utifrån lagen och allmänheten är inte fullt ut informerad om den. Studiens teoretiska perspektiv utgjordes av nyinstitutionell organisations-teori och metodologiskt av samtals- och diskursanalys.

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



Birgitta Johansson-Hidén leder nytt forskningsprojekt på uppdrag från Räddningsverket.

ETT NYTT SYNSÄTT PÅ MARKNADSFÖRING

– KUNDEN SOM MEDSKAPARE ISTÄLLET FÖR PASSIV MOTTAGARE

Per Kristensson, forskare vid Centrum för tjänsteforskning, menar att företag i högre utsträckning måste utmana befintliga idéer om vad marknadsföring egentligen går ut på. Marknadsföring innebär inte längre krämiga säljbudskap utan avser sätt att göra kunden mer aktiv.



Per Kristensson forskare vid CTF.

Hur kan det komma sig att företag som YouTube och Facebook – bara ett litet antal år efter att de grundats – är värderade till flera miljarder och har en kapitalbildning som överträffar ett flertal etablerade företagsgiganter, t ex svenska ståljätten SSAB eller Honda Motor Co? Använder man en traditionell företagslogik där varor anses äga ett eget värde så är sådana frågor omöjliga att besvara. Svaret ligger i den nya marknadsföringslogiken vilken betonar att värde medskapas av kunden vid användandet.

Enligt den gamla marknadslogiken är värde något som byggs in i en vara vid tillverkning och sedan utbyts till en kund vid säljtillfället. Värdet lämnas så att säga över vid köptillfället och vad som händer efter detta är mindre intressant. Ett enkelt exempel kan vara när caféet säljer en kaffe-on-the-go och inte bryr sig om när kunden dricker kaffet. Värdet för en kund är säkrat om varan producerats på ett kvalitativt gott sätt är resonemanget. Motsatt är

tanksättet i den nya marknadsföringslogiken vilket också motsvarar den absoluta framkanten idag. Den innebär att kundvärde aldrig uppstår förrän i användandet. Om vi återgår till vårt caféexempel så innebär det t ex att caféet erbjuder möjligheter att försegla kaffet så att kunden kan dricka det varmt när den kommit till en plats där den upplever det extra njutbart att dricka kaffet. I själva användandet är kunden således en aktiv medskapare till värde.

Den nya marknadsföringen utgår ifrån att alla kunder (användare, konsument, patient etc) vill ha en tjänst. Men den avser inte den numer väletablerade kunskapen att tjänster är ett viktigt medel för företag att erbjuda sk eftermarknadsservice. Den nya marknadsföringen innebär att man bör se hela företagets erbjudande som förutsättningar för en tjänst – den handlar alltså om företagets övergripande verksamhet. Företag/organisationer som anpassar sig till en sådan logik möter ett antal innovationsmöjligheter. Man kan t ex tänka sig att företag inte bara säljer en vara utan också erbjuder utbildning i hantering eftersom det är i användandet som värde skapas (och inte i fabriken).

Den nya marknadsföringen innebär en utveckling från att vara en traditionell avdelning eller supportenhet till sälj, med syfte att pusha ut varor på en marknad, till att bli den övergripande affärsstrategin för företaget. Det handlar alltså inte bara om produkt- och tjänsteutveckling utan även om företagsutveckling.

Ett centralt fenomen i den nya marknadsföringen är medskapande. Medskapande innebär att kunden deltar i processen att skapa värde. Forskningsstudier visar att tillfredsställelse ökar när kunden är medskapare (av värde) jämfört med om kunden inte varit aktiv alls. På

samma sätt minskar negativ tillfredsställelse om kunden varit medskapare jämfört med om samma resultat nåtts då kunden varit passiv.

Medskapande är bra eftersom kunder alltid påverkar slutresultatet. Konkret innebär det att företag bör aktivera sina kunder hellre än att göra reklam för dem (passiv kund). Man bör låta kunder delta i utvecklingsprocesser hellre än att lista ut vad en kund vill ha. Det låter som små skillnader men innebär en radikal förändring i synen på en kund från passiv till aktiv. Det innebär t ex att mobiltelefoniooperatören borde engagera kunderna att ge förslag till framtida tjänster; en klädtillverkare ge kunder möjligheter att kombinera ihop nya plagg. På samma sätt innebär det också att läkare borde aktivera patienten att vårda sig själv, lärare aktivera föräldrar att delta i skolundervisningen. Slutresultatet blir det samma för dem alla – ökat värde.

Svaret på frågan hur YouTube och Facebook på kort tid kan vara värderat lika högt som SSAB är att värdet av ett företag inte är detsamma som de varor ett företag tillverkar. Värdet avgörs istället av det som engagerade kunder skapar. Genom att se en organisations totala erbjudande som förutsättningar till sådant värde och engagera kunder i dess skapande finns möjligheter för alla företag och organisationer att öka värdet. Tyvärr är många organisationer och företag inte ens i närheten av detta. De ser värde som något som skapas i ”fabriken” och vågar inte ta steget att verkligen samarbeta med kunder. De lever kvar i en gammal världsbild om hur affärer bedrivs där kunden endast har en passiv roll som köpare.

PER KRISTENSSON
PER.KRISTENSSON@KAU.SE
054-700 21 28

CTF-FORSKARE GÄSTAR STANFORD UNIVERSITET

CTF-forskaren Per Skålén är under 2008 gästforskare vid Stanford universitet i Kalifornien, USA. Här berättar han om sina erfarenheter från ett av världens ledande forskningsuniversitet.



Per Skålén på Stanford University Campus. I bakgrunden syns Meyer Library och det välkända landmärket Hoover Tower.

”Fenomenet” Stanford kan inte förstås utan viss bakgrundinformation. Stanford universitet bildades i slutet av 1800-talet av Leland Stanford, en sk ”robber barron” som blev rik med hjälp av tveksamma affärsmetoder som det brukar heta. Istället för att fortsätta bedriva boskapsskötsel på sin ranch utanför San Fransisco bestämde han sig för att starta ett universitet på samma mark istället. Sagt och gjort. Leland var en av de rikaste männen i Kalifornien i slutet av 1800-talet och hade följaktligen en rejäl ranch – så stor att Stanford som fortfarande är beläget på den mark som Leland donerade idag är världens näst största universitetscampus.

Tiden gick sin gilla gång under Kaliforniens härliga sol utan att Stanford gjorde något större väsen av sig. Runt 1960 hände något. Centrum för den expansiva datorindustrin kom som en effekt av det amerikanska försvarets investeringar att förläggas till området runt Stanford som

fick namnet Silicon Valley. Forskningspengar inom alla möjliga och omöjliga områden strömmade in och där det finns forskningpengar finns det forskare så Stanford kunde rekrytera USAs bästa forskare inom snart sagt alla fält. Samtidigt blev Silicon Valley ett av de mest expansiva om inte den mest expansiva regionen i hela världen, riskkapitalister flyttade sin verksamhet dit och markpriserna sköt i höjden. I det

läget var det inte fel att äga all den mark Leland Stanford donerat och som Stanford kan hyra ut på 99 års kontrakt. Idag har företag som Hewlet Packard och Xerox förlagt viktiga delar av sina verksamheter till ”Stanford Land” och universitetet har byggt ett eget shopping center från vilket man plockar in dryga hyror på. Om man till det lägger att årsavgiften för att studera vid Stanford är 40 000 dollar och att Stanford alumni skänker enorma mängder pengar, så inser man att Stanford inte har några ekonomiska problem. Budgeten är tre gånger så stor som KTHs och Karolinska institutet tillsammans men antalet studenter är betydligt mindre: Stanford har bara drygt 10 000 studenter. Även om Stanford alltså till ytan är stort så är det inte många fler studenter här än vid Karlstads universitet. Skillnaden är möjligen att hälften av studenterna är doktorander och att Stanford inte direkt har några rekryteringsproblem. Eller som en amerikansk vän till mig sa ”Kom-

mer man in på Stanford så går man där”. Faktum är att de allra flesta som kommer in faktiskt också har möjlighet att göra just det – barn till föräldrar som tjänar under 100 000 dollar per år får nämligen gå här gratis. Cirka 70 procent av Stanfords studenter går på någon form av stipendium. Stanfords strategi är solklar: man ska rekrytera studenter med högst betyg, en lyx man kan kosta på sig som ekonomiskt oberoende.

Hur får man då dagarna att gå på ett sk elituniversitet. Svaret är ganska enkelt: man jobbar, jobbar och jobbar. Arbetet är mer kollektivt organiserat än vad som är fallet i Skandinavien. Doktoranderna kan inte komma in och fritt välja att göra vad de vill utan kanaliseras till de forskargrupper som finns etablerade. Navet för arbetet i dessa grupper är de seminarier som professorerna organiserar. Seminarierna fungerar snarast som arbetsmöten där man hjälper varandra att komma vidare. Även forskare vid andra universitet som kanske doktorerat vid Stanford bjuds in till seminarierna och på så sätt utgör seminarierna ett nav i ett vidare nätverk av forskare inom respektive specialområde. Seminarierna utgör också en viktig del av den socialisation som doktoranderna anses behöva genomgå för att bli forskare. Vid Stanford är det naturligtvis viktigt att som doktorand producera forskning av världsklass men lika viktigt anses det vara att doktoranderna blir forskare som självständigt kan producera ny kunskap. Ingen professor här ”släpper” doktoranderna innan de anses ”färdiga” oavsett om de har varit med och publicerat artiklar i högt rankande tidskrifter. Seminarierna utgör också en viktig del av forskningskulturen. All personal kan gå på dem utan att anmäla sig. Eftersom de allra flesta är lunchseminarier så vinner man gratis mat och förlorar inte så mycket värdefull forskningstid. Eller

som Walter Powell, föreståndare för mitt forskningscenter, sa när jag kom hit: "Du behöver aldrig köpa lunch här – det finns något lunchseminarium varje dag som du kan gå på. Men du kommer bli fet för det är majonnäs på smörgåsarna". Helt rätt, det är ingen gourmetlunch men gratis.

Orsaken till att jag sökte mig hit till Stanford var inte enbart gratis luncher utan en känsla av att det skulle vara lärorikt att tillbringa ett år vid en annan typ av universitet än det som Karlstads universitet utgör. En bidragande orsak var också att det finns en möjlighet för Skandinaviska managementforskare att söka som gäst-forskare till det forskningscentrum jag är på: Scandinavian Consortium for Organizational Research (SCANCOR). Det fina med att vara här är att man kan utnyttja Stanfords resurser samtidigt som man

etablerar nya kontakter med skandinaviska forskare.

Förutom att tillbringa dagarna med att äta gratis luncher på seminarier så skriver jag på en bok som ska publiceras av Routledge nästa år. Arbetsnamnet är: "Managing Service Firms: The Power of Managerial Marketing". Utgångspunkten för boken är följande ganska enkla fundering: Den vetenskapliga (del)disciplinen tjänstemarknadsföring har producerat en mängd praktiker (modeller, mätinstrument och begrepp) syftande till att styra organisationer på ett specifikt sätt. Ingen har egentligen studerat vilken inverkan dessa praktiker har på utövandet av ledning och styrning i organisationer. Att göra detta är syftet med boken som baseras på en studie av ett svenskt tjänsteföretag.

Utifrån denna studie arbetar jag även

med en artikel om hur tjänstemarknadsföring påverkar frontpersonals identitet och skriver på en artikel om hur kontroll utövas i tjänsteföretag. Annat skrivarbete som jag sysselsätter mig med är en artikel om utsortering av arbetshandikappade och en artikel om begreppet 'service dominant logic'. Utöver skrivande så blir det en del läsande. Då brukar jag slå mig ner i "the social science reading room" i Green Library. Interiören där är hämtad från en engelsk kostymfilm – högt till tak och gamla hederliga aristokratiska läderfåtöljer – vilket inspirerar till förkovrande.

PER SKÅLÉN

PER.SKALEN@KAU.SE

KONFERENS OM KOMMUNIKATION

Kommunikation är ett centralt fenomen inom tjänsteutövning och tjänsteutveckling. Den 28-29 september 2007 arrangerade nätverket OFTI en konferens där forskare från de nordiska länderna samlades för att diskutera språkanvändning, interaktion och olika typer av kommunikation, med viss tonvikt åt samtal i institutionella sammanhang.

Konferensens tema var "På gränsen" och detta lockade forskarna att tala om det självklara men ändå vanskliga med att dra gränser för begrepp och teorier. En viktig aspekt av "På gränsen"-temat var diskussionerna om gränser mellan uppdragsgivares och forskares intresse av forskningen, vilket gick som en röd tråd genom konferensen.

Enighet rådde inom konferensen om att forskare och forskning kan och ska bidra till förbättring och utveckling av kommunikation. Det kunde handla om att ge råd om kommunikation till organisationer; om hur man bäst bör organisera kommunikationen och hur man bör formulera sig i texter o dyl. då man kommunicerar med kunder och klienter, vid undervisning av vuxna som befinner sig inom olika samtalskulturer osv. Design för IT-baserad kommunikation och om aspekter av att kommunicera via TV-studios kontrollrum diskuterades också.

Nätverket OFTI (Områdesforskning för tal och interaktion) firade 25 år och konferensen arrangerades av medarbetare inom CTF i samarbete med samtalsforskare från Avdelningen för Språk vid Karlstads universitet.

Plenartalare var professorerna Per Linell, Linköpings universitet, och Jakob

Steensig, Aarhus Universitet. Ytterligare 23 forskningspresentationer gjordes under konferensen, inte minst av forskare från Karlstads universitet som var väl representerade inom områdena; organisatorisk och institutionell interaktion och språkets utveckling, språk i skola och utbildning och språkstormingar.



Forskarkollegor från Linköpings universitet, Stockholms universitet, BI (Norge) och Karlstads universitet.



Här ses från vänster Marlin Thysell (CTF), professor Jan Svennevig (BI, Norge) och Annika Åberg (CTF).

Linell presenterade delar av sin omfattande forskning om kommunikation inom olika typer av verksamheter så som anställningsintervjuer, säkerhetssamtal in-om tågtrafik, polisförhör, middagssamtal, formella sammanträden, fokusgrupper och logopediska språktest. Linell fokuserade kommunikationstypernas (aktivitetstypens) kärna men även gränsöverskridanden mellan dem. Han visade hur stora likheter som finns mellan olika kommunikationstyper t ex hur ett säkerhetssamtal, som skall innebära ett strikt rapportering av fakta,

efter en tid kan innehålla många andra uppgifter som egentligen inte alls hör dit. Vilken funktion detta "avvikande" innehåll får och har, var även det en fråga för forskningen.

Steensigs presentation "Gränser för samtalsanalysen?" visade i detalj de olika möjligheter och problem som finns vid tillämpad kommunikationsforskning, t ex då praktiker eller ansvariga för olika företag och organisationer vill ha råd om kommunikationen av forskare. Han var föreläsningen igenom tydlig i förhållande

till vad han tyckte att forskarna inom ett urval forskningsfält kunde och inte kunde ge råd om.

Forskning presenterades också om språkets utveckling i stort och inom olika grupperingar i samhället, om språkhjälp genom tal- och skrivtolkning, om diskussioner i grupper och om t ex beslutsfattande genom gruppdiskussion och även ickeverbalt interagerande på tåg och bussar.

Det var en mycket lyckad och intressant konferens. Gustaf Fröding kom vägen förbi med ordkonst som "Å i å ä e ö" och Sångkompaniet interagerade genom härlig sång.

- Ett stort tack till Karlstad kommun som sponsrade middagen och tack till CTF, Arbetsvetenskap, Estetisk-Filosofisk fakultet och SAMOT vid Karlstads universitet för finansieringsstöd till konferensen! säger Birgitta Johansson-Hiden, forskare vid CTF och en av arrangörerna.

Nästa OFTI-konferens hålls vid Helsingfors Universitet i september 2008 och både nya forskare och praktiker välkomnas med i nätverket (För mer information se www.helsinki.fi/nordica/ofti/).

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

DOKTORAND FÅR PRIS PÅ 500 000 KR

Poja Shams, MIT-doktorand vid CTF, har tilldelats 2008 års Kompetensutvecklingspris. Priset kommer att delas ut av HM Konungen den 22 april i samband med Skogsnäringsveckan 2008 i Stockholm.

Poja Shams får Stiftelsen Gunnar Sundblads forskningsfonds Kompetensutvecklingspris för sin konsumentdrivna förpackningsutveckling. Han är sedan den 1 oktober 2007 doktorand vid CTF och hans forskarutbildning finansieras av forskarskolan MIT (Management och IT).

Poja studerar bland annat ögonrörelser för att kunna se vilka faktorer på en förpackning

som drar till sig konsumenternas uppmärksamhet. Priset ska användas för en 6-månaders vistelse vid Arizona State University, Center for Services Leadership och Department of Marketing i USA.

Kontakta Poja via Poja.Shams@kau.se eller 054-700 21 48.



Poja Shams MIT-doktorand vid CTF.

LITTERATUR

Varje år producerar forskarna vid CTF ett stort antal journalartiklar, forskningsrapporter, avhandlingar och böcker. Rapporter och avhandlingar kan beställas via e-post: infoctf@kau.se.

Doktorsavhandlingar 300 SEK

Licentiatuppsatser 250 SEK

Forskarrapporter 250 SEK

Samtliga priser exklusive moms. Vid leverans utanför Sverige tillkommer kostnader för porto. Information: www.ctf.kau.se, Research/Publications

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!

Skicka ett e-postmeddelande till: CTFnyhetsbrev@kau.se

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

DISPUTATION VID CTF

VÄLKOMMEN TILL DISPUTATION I ÄMNET FÖRETAGSEKONOMI

Den 9 juni 2008 disputerar Bård Tronvoll vid CTF. Hans doktorsavhandling har titeln "Customer Complaint Behavior in Service".

Opponent: professor Bob Johnston, Warwick Business School, England.

Tid: 9 juni 2008, kl. 13.15.

Plats: 11D 257, Karlstads universitet.

Disputationen är öppen för allmänheten.

Mer information: Linda.Rahkola@kau.se.

MANUS TILL IJSIM

Välkommen att skicka in manus till den internationella vetenskapliga tidskriften International Journal of Service Industry Management, IJSIM, som ges ut av det brittiska förlaget Emerald. Tidskriften är ledande i Europa inom tjänsteforskningens område.

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

KONFERENSER

MIT-KONFERENS

19-22 maj 2008, Ronneby och Karlskrona.
www.forskarskolan-mit.nu

THE LA LONDE CONFERENCE IN SERVICE MANAGEMENT

27-30 maj 2008, La Londe
Les Maures, Franrike.
www.cerog.org/lalondeCB/SM/

THE SERVSIG INTERNATIONAL RESEARCH CONFERENCE

5-7 juni 2008, Liverpool, UK.
www.servsig2008.org

11TH INTERNATIONAL QMOD CONFERENCE

20-22 augusti 2008, Helsingborg.
www.ch.lu.se/qmod

OFTI 26

25-26 september 2008, Helsingfors, Finland.
www.helsinki.fi/nordica/ofti/

THE 5TH NORDIC WORKSHOP ON RELATIONSHIP DYNAMICS

2-4 oktober 2008, Harjattula, Finland.
www.hanken.fi/public/en/nord2008

17TH ANNUAL FRONTIERS IN SERVICE CONFERENCE

2-5 oktober 2008, Washington DC, USA.
www.rhsmith.umd.edu/ces/frontiersconference.html

THE 11TH INTERNATIONAL RESEARCH SYMPOSIUM ON SERVICE EXCELLENCE IN MANAGEMENT (QUIS11)

11-14 juni 2009, Wolfsburg, Tyskland.
www.quis11.de

B



www.ctf.kau.se



CTF - CENTRUM FÖR
TJÄNSTEFORSKNING