



SAMOT

THE SERVICE AND MARKET ORIENTED TRANSPORT RESEARCH GROUP

ALLET

CAMPU

2

1

UNIVERSITETET

Campus

Höstgatan

Frödinghöjd

3

oparkskyrkan

Klarinettgatan



Ett ledande forskningscentrum

I april 2006 bildades SAMOT, the Service and Market Oriented Transport Research Group. Det är ett Vinn Excellence Center lokaliserat till Karlstads universitet och här bedrivs forskning av hög internationell klass. Den första etappen av uppdraget är avklarad. Den handlade mycket om att etablera forskningscentrumet och göra det känt både i forskarvärlden och i branschen.

– Och det har vi lyckats bra med. En internationell expertgrupp har nyligen utvärderat oss och vi får bra betyg. De tycker att vi har kommit anmärkningsvärt långt inom forskningen på relativt kort tid. Och vi får också beröm för hur vi kommunicerar vår verksamhet via webben, berättar Margareta Friman, forskare och föreståndare för SAMOT.

Det kan tilläggas att även ledningen av forskningscentrumet får beröm i den viktiga utvärderingen.

SAMOT griper sig an den viktiga frågan hur man kan förbättra kollektivtrafiken. Det långsiktiga målet är förstås att fler ska kunna och vilja resa kollektivt.

– Vår vision är en kollektivtrafik som förenar individens behov av enkla,

flexibla och effektiva transporter med samhällets mål vad gäller långsiktig och hållbar utveckling av städer och regioner.

För att nå dit krävs det utveckling av nya tjänster utifrån resenärernas behov. Fler ska välja att resa kollektivt och fler ska vara nöjda med den kollektiva trafiken.

– I många fall krävs det att branschen sätter användarna i centrum, inte bussarna. Vår uppgift är att leverera vetenskapligt förankrad kunskap som kan ligga till grund för förändringar i branschen.

Inför etapp två har forskargruppen inom SAMOT vuxit, och fler samverkansparter i branschen har anslutit sig. De två senaste är Västtrafik och Swebus.

I dag samverkar kollektivtrafikforskarna med följande aktörer:

Värmlandstrafik AB, Svenska Lokaltrafikföreningen, Stockholms Lokaltrafik, Göteborgs spårvagnar, Karlstadsbuss, Färdtjänsten i Göteborg och Veolia Transport, samt nytillskotten Västtrafik och Swebus.

Nu väntar än mer fokus på forskningsresultat. Forskarna ska publicera sina rön i vetenskapliga artiklar och delta i konferenser där de möter andra forskare. Den internationella aspekten blir viktigare.

– Vår uppgift är också att bidra till kunskapsspridningen och höja kompetensen i branschen. Det gör vi genom att skapa möten för både forskare och branschfolk.

Med kamera ut i verkligheten



Ofta frågar man resenärer vad de tyckte i efterhand, i en enkät. Det kanske inte alltid ger de mest innehållsrika svaren. I stället vill doktorand Jörg Pareigis fånga deras upplevelse direkt. Han ska ge sig ut bland kollektivresenärerna med filmkamera och anteckningsblock.

– Jag vill veta mer om hur resenärerna, kunderna, upplever sin resa. Min tanke är att den fysiska miljön spelar en stor roll för hur de trivs. Det handlar om hur det är inne i bussen, hur skyltarna är utformade, hur det ser ut vid hållplatsen och hur medresenärerna betar sig, förklarar han.

Det finns ganska lite forskning kring just detta. Och det Jörg Pareigis och hans kollegor kan få fram har stor betydelse för hur man kan förbättra kollektivtrafiken.

– Det jag gjort hittills är att be 26 personer föra resedagbok. De har fått anteckna hur de upplever sitt resande med kollektivtrafiken. Jag håller som bäst på att sammanställa och analysera svaren nu. Genom

min forskning hoppas jag få fram vad som är viktigast.

I det kommande projektet ska han be att få följa ett 20-tal eller 30-tal resenärer med filmkamera när de reser kollektivt. Det kan komma att ske i Karlstad, Göteborg eller Stockholm.

– Om jag får följa med och filma kan vi registrera vad som händer under resan från dörr till dörr. Det jag är intresserad av är att se vilka problem de kan tänkas stöta på och hur användbar de tycker bussen är.

Själv har Jörg Pareigis ställt bilen och tar numer bussen till och från jobbet.

– Jag tycker att det är viktigt att jag också gör det, inte bara skriver om andra som gör det.

Forskningsrönen kan hjälpa företagen som driver trafik med buss, pendel och tunnelbana att sätta in åtgärder där de bäst behövs.

Miljön blir den stora vinnaren

Bilister är ofta mindre nöjda med kollektivtrafiken, jämfört med dem som tar bussen, tåget, tunnelbanan eller pendeln. Den här negativa bilden kan bilisterna ha även om de saknar egna erfarenheter av att åka kollektivt. Det innebär att bilisterna kan ha en känslomässig uppfattning av hur det skulle vara att åka kollektivt, utan att veta så mycket om saken.

Tore Pedersen, industridoktorand från Norge, har fördjupat sig i fenomenet. Genom ett samarbete med Lunds kommun har han testat om man kan få bilisterna att ändra uppfattning. Forskarna fick ett hundratal bilister att åka kollektivt till och från arbetet under en månad. Innan de började fick bilisterna svara på frågan hur nöjda de var med kollektivtrafiken och hur nöjda de trodde sig bli efteråt. Efter testperioden fick deltagarna berätta hur det blev.

– Det visade sig att bilisterna blivit ännu nöjdare än vad de själva hade förutspått. Det här är en psykologisk effekt som innebär att människor ofta överskattar både positiva och negativa händelser i förväg. Vi missbedömer hur vi kommer att

uppleva en företeelse, förklarar Tore Pedersen.

För trafikforskarna innebär det här både möjligheter och utmaningar.

– Vi kan med olika metoder försöka minska bilisternas felaktiga föreställningar om hur det är att åka kollektivt. Kan de göra en mer korrekt bedömning, kan man kanske få fler att ta bussen till jobbet.

Miljön är förstås den stora vinnaren om fler kan byta färdmedel.

– Det går inte att åka kollektivt överallt. Bor man långt ut på landsbygden är bilen kanske enda alternativet. Men inne i städerna bör det gå att minska mängden bilar. Det skulle ge invånarna renare luft, mindre buller och färre trafikstockningar.

Kunskapen om hur vi människor resonerar hjälper samhällsplanerarna att finna nya sätt att nå fram med sina budskap. I Lund fortsätter försöket. Det Tore Pedersen vill ta reda på nu är om bilister som gör en mer realistisk bedömning av kollektivtrafiken faktiskt också åker mer kollektivt.



Servicekultur i praktiken



Det pratas mycket om kulturen på en arbetsplats. Men vad innebär det? Får det de anställda att vara på ett visst sätt eller är det mest fina ord?

Forskaren Markus Felleson och hans kollega Per Echeverri har djupdykt i begreppet servicekultur och försökt fånga betydelsen av det. Platsen för deras studier är tunnelbanan i Stockholm där trafiken sköts av företaget Veolia på uppdrag av Storstockholms Lokaltrafik, SL.

– Det är inte alltid så lätt att styra och organisera arbetet på ett ställe som tunnelbanan. Många arbetar ensamma och det blir mycket upp till den enskilde att använda sig av sin tolkning av servicetänkande, förklarar Markus Felleson.

Forskarna har genom intervjuer studerat hur de anställda tolkar serviceanda och regler. De har frågat om specifika situationer för att få reda på vad god service innebär i praktiken och för att se om de som jobbar i tunnelbanan gör på samma sätt eller om de har olika prioriteringar.

– Ta till exempel en situation då en resenär med en stor barnvagn

ska igenom spärren i tunnelbanan. Barnvagnen är för bred för att passera vid biljettkuren och samtidigt måste vakten se om resenären har en giltig biljett. Och spärrvakten får inte lämna sin plats.

Om vakten vinkar förbi dem utan att kolla biljetten gör han eller hon fel, bryter mot reglerna. Om spärrvakten begär att föräldern med barnvagnen ska krångla sig bort till biljettkuren och sedan tillbaka – lever man då upp till begreppet god service? Det är sådana dilemman som de anställda möter var och varannan dag.

– Vi slås av vilken stor yrkesstolthet de anställda har. De flesta vill kunna hantera situationer på ett bra sätt. Det är viktigt att ge dem goda förutsättningar. Det kan vara lätt att prata om serviceanda på en högre nivå inom företaget. Men när man sitter i spärren och ska leva upp till det är det kanske inte lika enkelt. Markus Felleson anser att det gäller att ta tillvara personalens serviceanda och kunskaper. Kanske kan förbättrad teknik göra att personalen kan lägga mindre tid på att kontrollera biljetter och mer på att hjälpa till när det behövs.

Forskning med stark förankring

– En styrka med forskningen inom SAMOT är att den har så tydliga kopplingar ut i samhället. Forskarnas ambition är att vara med ute i verksamheterna och inte hålla sig inom universitetsvärlden.

Charlotte Wäreborn Schultz är vd för Svensk kollektivtrafik och ordförande i SAMOT.

– Min främsta uppgift är att vara en brygga mellan forskarna och branschen. Genom min roll som vd för Svensk kollektivtrafik har jag också goda kontakter med de andra branschorganisationerna och med huvudmännen inom buss-, tåg- och taxitrafiken i landet.

Hon bedömer att kollektivtrafiken är en bransch som står inför behovet av en ny vägriktning. Fokus behöver flyttas från traditionellt produktionsinriktning till en tjänste- och serviceutveckling.

– Det är resenärems behov som måste tillgodoses. Och för att lyckas med det behöver vi veta mer om hur människor resonerar och betar sig. Vi är inte alltid så rationella som

vi gärna vill tro. Därför är det bra att forskningen är tvärvetenskaplig, att forskarna har sin bakgrund även inom psykologi och beteendevetenskap.

Det finns ett forskningsprojekt inom SAMOT där forskarna fördjupar sig i frågan varför bilister upplever en tillfredsställelse i att åka bil, och hur man kan uppnå samma känsla när man åker kollektivt.

– Det här är intressant. Jag tror att vi kan få nya resenärer att åka kollektivt, men då måste vi veta mer om vad den stora gruppen bilister tänker och tycker.

Det är inte lätt att peka på en enskild faktor som kan öka det kollektiva resandet. Charlotte Wäreborn Schultz ser behov av affärssystem som verkar för en ökning av antalet resenärer.

– I dag finns det inte alltid tydliga incitament för att öka antalet passagerare. I de avtal som skrivs med operatörerna bör det finnas starka drivkrafter för att fler resenärer också ska ge ökad lönsamhet, säger hon.





SAMOT

**THE SERVICE AND MARKET ORIENTED
TRANSPORT RESEARCH GROUP**

SAMOT, KARLSTAD UNIVERSITY
SE-651 88 KARLSTAD, SWEDEN.

PHONE: +46 54 700 10 00

E-MAIL: SAMOT@KAU.SE

WEB: WWW.KAU.SE/SAMOT



CTF - SERVICE
RESEARCH CENTER

