



LUND UNIVERSITY

Campus Helsingborg

Institutionen för Service Management

En studie om gästers upplevelseskapande på designhotell utifrån servicelandskapsperspektiv

Grupp: 92

Tobias Haraldsson

Natalia Pazinich

Handledare:
Mattias Wengelin

C-Uppsats
VT-2013

Sammanfattning

TITEL	En studie om gästers upplevelseskapande på designhotell utifrån servicelandskapsperspektiv
INLÄMNINGSDATUM	28 maj 2013
KURS	KSKK01 Service Management: Examensarbete för kandidatexamen
FÖRFATTARE	Tobias Haraldsson och Natalia Pazinich
AVDELNING	Institutionen för Service Management vid Lunds Universitet, Campus Helsingborg
HANDLEDARE	Mattias Wengelin
PROBLEMDISKUSSION	Service­lands­kaps­modeller har, sedan år 1992, använts för att förklara hur gäster upplever den fysiska miljön på ett service­företag. Sedan Bitner skapade den första service­lands­kaps­modellen har dock många forskare kompletterat denna modell för att ge en mer fullständig bild av service­lands­skapet. I denna kandidat­uppsats kommer dessa modellers fullständighet problematiseras med utgångspunkt från designhotell, i syfte att visa bristerna med de modeller som skapats för att förklara service­lands­skapet.
SYFTE	Denna kandidat­uppsats ämnar att analysera på vilket sätt designhotell utformar sitt service­lands­kap i syfte att bidra till gästers upplevelseskapande och samtidigt undersöka service­lands­skapets påverkan på personalens arbets­situation.
METOD	För att besvara vårt syfte och frågeställningar använder vi oss av ett kvalitat­ivt metodval, i form av kvalitat­iva intervjuer och observationer. Syftet med

vårt metodval var att genom intervjuer inhämta information från ett personalperspektiv som sedan kunde ställas i relation till våra observationer som gav oss gästperspektivet på samma servicelandskap.

RESULTAT

Vårt resultat från denna studie visar att designhotell använder sig av tre faktorer för att bidra till gästers upplevelseskapande på deras hotell. De tre faktorerna är ett välgenomtänkt koncept som integreras i hela servicelandskapet, välutformade fysiska faktorer och frontpersonalen. Frontpersonalen har på designhotell en avgörande roll då de, förutom sin vanliga roll som serviceleverantör även fungerar som en förmedlare av designhotellens koncept och deltar i utformandet av den fysiska miljön. Frontpersonalen påverkas mycket av hur servicelandskapet är utformat, där ett dåligt utformat servicelandskap leder till en försämring i deras arbetsprestation och arbetsnöje. Ifall frontpersonalen fick bestämma hur servicelandskapet skulle bli utformat skulle de främst vilja ha en ljus och ergonomisk arbetsplats. Det kan även fastställas att det finns vissa brister i den servicelandskapsforskning som hittills har presenterats, där exempelvis lokaliseringsfaktorn och relationen mellan frontpersonalen och den fysiska miljön tydliggörs som en faktor i gästers upplevda servicelandskap.

NYCKELORD

Servicelandskap, upplevelseskapande, designhotell, frontpersonal, välmående.

Innehållsförteckning

Innehåll

1. Inledning	6
1.1 Bakgrund	6
1.2 Problemformulering	7
1.3 Syfte och frågeställningar.....	8
1.4 Disposition	8
2. Tidigare forskning.....	9
2.1 Bitners servicelandskapsmodell	9
2.2 Kritiskt perspektiv på Bitners servicelandskapsmodell	11
2.2.1 Kritik till Bitners servicelandskapsmodell.....	11
2.3 Den fysiska miljöns utformning.....	15
3. Metod.....	17
3.1 Val av metod	17
3.2 Kvalitativa intervjuer.....	17
3.2.1 Tematisering	18
3.2.2 Planering	18
3.2.3 Intervjuer.....	18
3.2.4 Utskrift	20
3.2.5 Analys	21
3.2.6 Verifiering.....	21
3.2.7 Rapportering	21
3.3 Kvalitativa observationer	22
3.3.1 Observation på First Hotel G	22
3.3.2 Observation på Hotel Lundia	22
3.3.3 Observation på Elite Plaza Hotel	23

3.3.4	Observation på Planetstaden Art Design Hotel	23
4.	Analys	24
4.1	Designhotells utformning utifrån tio riktlinjer	24
4.2	Ett välutformat servicelandskap ur frontpersonalperspektiv	34
4.3	Designhotells fysiska miljö utifrån servicelandskapsmodellerna	37
5.	Slutdiskussion	41
5.1	Praktikens formande av teori.....	42
5.2	Framtida forskning	44
	Källförteckning	45
	Litterära källor	45
	Muntliga källor.....	46
	Observationer.....	47
	Webbdokument.....	47
	Bilagor.....	48
	Bilaga 1 - Intervjuguide	48
	Bilaga 2 - Receptionsarea på First Hotel G	50
	Bilaga 3 - Receptionsarea på First Hotel G	51
	Bilaga 4 - Receptionsarea på Hotel Lundia	52
	Bilaga 5 - Receptions- och restaurangsarea på Planetstaden Art Design Hotel	53
	Bilaga 6 - Receptions- och restaurangsarea på Planetstaden Art Design Hotel	54

1. Inledning

Vårt intresse för upplevelseskapande väcktes under första året av våra studier på Lunds Universitet Campus Helsingborg, då vi studerade Mary Jo. Bitners *Servicelandskapsmodell*. Denna modell fick oss att inse den stora betydelse som ett hotells utformning kan ha på gästers upplevelseskapandeprocess, samt vikten som ett hotell lägger på att utforma sin fysiska miljö för att förmedla vissa budskap till sina gäster. Vi vill med denna undersökning fördjupa våra kunskaper i hur företag resonerar i sin utformning av den fysiska miljön för att bidra till gästers upplevelseskapande samt studera hur personalen påverkas av den fysiska miljön. I avsnittet *Inledning* kommer vi belysa bakgrund, problemformulering, syfte och frågeställningar samt disposition till denna kandidatuppsats.

1.1 Bakgrund

I dagens hotellmarknad kan en gäst välja mellan olika former av hotell som erbjuder sina gäster tjänster beroende på vilken klass eller kategori som hotellet innehar. Dagens hotellmarknad kännetecknas av stor konkurrens där hotell använder sig av olika former av inriktningar, även kallat nischer, för att locka gäster till sina hotell. I dagens hotellbransch uppkommer det ständigt nya nischer, allt från olika nya koncept som riktar sig till en viss specifik målgrupp där målet för hotellet är att väcka intresset hos gäster för att besöka hotellet. En av de viktigaste faktorerna till dagens skiftande utbud på hotellmarknaden var uppkomsten av boutiquehotellen. För cirka 30 år sedan, år 1984, myntades en ny form av hotellkategori, som kallades för *boutiquehotell* (Christerdotter 2005, s. 188). Boutiquehotell brukar även kallas för livsstils- och designhotell (Strannegård 2009, s. 14). Enligt, bland annat, Rutes, Penner och Adams (2001) grundade sig uppkomsten av designhotellen på att hotellen ville särskilja sig från den standardisering som då förekom på hotellmarknaden (Christerdotter 2005, s. 189). Dåtidens dominans av stora hotellkedjor, som var enformiga i sin utformning, medförde att designhotellen bröt den standardisering som då rådde på hotellmarknaden. Designhotellen ville erbjuda mer än bara en övernattnings och en frukost, utan vill erbjuda gästen en upplevelse i form av image, design och en unik livsstil. Designhotells centrala värden var och är fortfarande hög kvalitet, trend, glamour, unikheter och individualitet (Strannegård & Strannegård 2012, s. 1999). Designhotellen erbjuder med andra ord gäster en ny form av upplevelseskapande på ett hotell.

Upplevelseskapande syftar till att en människa får minnesrika upplevelser som skiljer sig från det som de är vana vid och förväntar sig. Dessutom kan minnesvärda upplevelser medföra att

människors liv berikas och nya perspektiv kan skapas. Upplevelseskapande på ett designhotell grundar sig på att hotellet erbjuder en unik upplevelse, genom exempelvis en unik design och koncept, som medför att vistelsen på hotellet blir minnesvärd för gästen som resulterar i att den vill återkomma till det specifika hotellet (Mossberg 2003, s. 13; Boswijk, Peelen & Olthof 2012, s. 62-63). De minnesvärda upplevelsena som kan skapas på ett designhotell kan i många fall grunda sig på utformningen av den fysiska miljön, det vill säga servicelandskapet på hotellet (Boswijk et al. 2012, s. 168; Walls, Okumus, Wang & Joon-Wuk Kwun 2011, s. 168). Med andra ord spelar utformningen av den fysiska miljön en viktig roll i upplevelseskapande på ett designhotell.

Mary Jo. Bitner myntade år 1992 begreppet servicelandskapet som, enligt henne, bland annat innefattar design, inredning och layout vars mål är att tillfredsställa människans alla sinnen i den fysiska miljöns uppbyggnad (Bitner 1992, s. 60). Det som skiljer sig mellan olika designhotell är att de skapar unika design på sina hotell för att kunna tillfredsställa sina specifika målgruppers sinnen på bästa sätt. Det som dock kan framkomma som ett problem är att fysiska miljöer som är unika kan vara svårtolkade av gäster, vilket kan innebära att fel budskap som företaget vill förmedla når deras gäster (Strannegård & Strannegård 2012, s. 2001-2002; Strannegård 2009, s. 89). Servicelandskapet framställs ofta som en fysisk miljö som enbart riktar sig till gäster, men det är viktigt att ha i åtanke att personals prestationer, motivation samt arbetstillfredsställelse även påverkas av servicelandskapets utformning (Ek 2005, s. 204). Även Sundstrom och Sundstrom (1986) betonade sambandet mellan de fysiska faktorerna och personalens prestationer samt arbetstillfredsställelse (Medabesh & Upadhyaya 2012, s. 41).

Det är därför intressant att studera hur designhotell planerar sin fysiska miljö för att tillfredsställa gästers behov samtidigt som personal tas i åtanke i utformningen av servicelandskapet.

1.2 Problemformulering

Vi har sett en stor mängd forskning kring Bitners servicelandskapsmodell, där det förekommit kritik som kan tyda på att den är bristfällig och måste utvecklas (Ek 2005, s. 211). Det har exempelvis skapats en utvecklad modell för servicelandskapet som kallas *den utvidgade modellen för servicelandskapet* som kompletterar Bitners originalmodell för servicelandskapet (Grönroos 2008, s. 357). Vi har dock inte sett någon tidigare forskning, med utgångspunkt från Bitners servicelandskapsmodell, som behandlar resonemanget kring

problematiken att utforma fysiska miljöer på designhotell som tilltalar gäster samtidigt som den har en god inverkan på personalens arbetsprestation. Vi ser därför denna form av problematik som intressant att studera, eftersom denna studie tar hänsyn till både personalens och gästers perspektiv vid skapande av den fysiska miljön på ett designhotell.

1.3 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att undersöka hur designhotell utformar sitt servicelandskap för att skapa upplevelse för sina gäster samt studera på vilket sätt servicelandskapet påverkar personalens arbetssituation.

- Hur utformar designhotell sitt servicelandskap för att bidra till gästers upplevelseskapande på hotellet?
- På vilket sätt påverkas personalen på ett designhotell av hotellets servicelandskap?

Vi har valt dessa två frågor, eftersom vi ser dessa frågeställningar som relevanta att besvara för att i slutändan kunna studera syftet som är central för denna kandidatuppsats.

1.4 Disposition

Layouten på denna kandidatuppsats kommer innefatta fem avsnitt, vilka är inledning, teoretisk referensram, metod, analys och slutdiskussion. Inledningen kommer innefatta bakgrund kring upplevelseskapande på ett designhotell utifrån ett servicelandskapsperspektiv. I inledningen kommer även problemformuleringen ringas in samt syfte och frågeställningar att presenteras. I avsnittet tidigare forskning belyser vi tidigare forskning kring vårt ämne, som exempelvis Bitners *Servicescapemodell* och kritik som finns kring denna modell. I metodavsnittet kommer vårt tillvägagångssätt för insamlande av empiriskt material, som grundar sig på både kvalitativa intervjuer och observationer, att presenteras inklusive en ingående beskrivning av urval och intervjuprocessen. I analysavsnittet kommer vi framställa vårt empiriska material i relation till vår teoretiska referensram som innehåller tidigare forskning inom samma område. I vår avslutande diskussion lyfter vi fram våra slutsatser som vi har fått från vår analys, samtidigt som vi ställer dessa slutsatser i relation till tidigare forskning. I vår avslutande diskussion kommer även möjliga områden för framtida forskning att presenteras och diskuteras.

2. Tidigare forskning

Vi kommer under avsnittet *tidigare forskning* presentera Bitners servicelandskapsmodell. Vi kommer utöver beskrivning av denna modell även diskutera kritik på denna modell från andra forskare för att kunna ge läsaren ett fullständigt perspektiv på begreppet servicelandskapet och den tidigare forskning som gjorts kring detta område. Vi kommer även belysa de tio faktorerna som bör tas hänsyn till i utformandet av servicelandskapet, enligt Pine och Gilmore (1998).

2.1 Bitners servicelandskapsmodell

Forskningen kring den fysiska miljön härstammar från Mary Jo. Bitners servicelandskapsmodell, som presenterades år 1992 i hennes artikel som heter ”Servicescape: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees” (Bitner 1992). Diskussionen kring den fysiska miljöns inverkan på kunder har dock funnits tidigare än Bitners servicelandskapsmodell, som exempelvis i Kotler (1973-4), Broadbent (1980) och Rapoport (1982) men det var först i Bitners artikel där begreppet servicelandskap myntades (Namasivayam & Lin 2008, s. 45; Miles, Miles & Cannon 2012, s. 778). Ytterligare påpekade Martineau (1958) och Sherry (1998) att inte enbart aspekter som läge, utbud och priser var av intresse för kunder vid val av företag utan att även företagets fysiska miljö som exempelvis inredning, färger, layout, arkitektur och personal var viktigt för kunder i deras beslutsfattande (Ek 2005, s. 203). Även enligt Kotler (1973-4) äger den sociala kontakten mellan personal och kund rum på en specifik plats, där det finns en särskild atmosfär. Begreppet atmosfären använder Kotler i syfte att utforma försäljningsmiljöer som i sin tur ska väcka olika känslomässiga reaktioner hos kunder och i detta sammanhang öka kundernas inköpsförmåga. Kotler menade att atmosfären framträder som den primära produkten för kunden (Kotler 1973-4, s. 50, 54).

Bitners Servicelandskapsmodell utgår från att serviceprocessen äger rum i en fysisk miljö som kallas för servicelandskap (Bitner 1992, s. 57-58). Enligt Bitner inverkar servicelandskapet på personalens prestationsförmåga, arbetsnöje och motivation (Bitner 1992, s. 57).

Som man kan se på bilden förklarar Bitner i sin servicelandskapsmodell att en fysisk miljöns inredning påverkar människors känslor, som i sin tur påverkar dessa människors beteende mot andra personer (se bild 1). Bitner beskriver att skillnader i den fysiska miljön mellan olika platser bland annat kan bero på platsens temperatur, ljud,

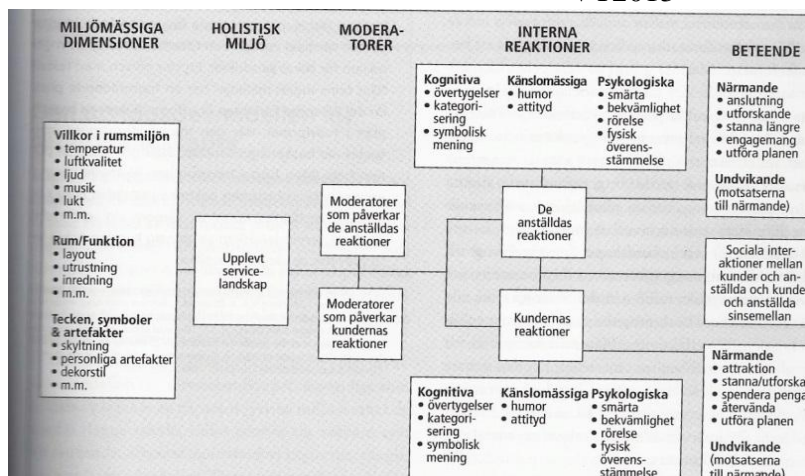


Bild 1. En modell för servicelandskapet (Grönroos 2008, s. 355)

ljus, musik, lukt, layout, inredning och personliga artefakter. Personliga artefakter kan i sin tur kommunicera ett visst budskap om den fysiska miljön de finns i (Bitner 1992, s. 60, 66).

Utformningen av den fysiska miljön på ett företag påverkar både de anställda och kunders interna reaktioner, som är uppdelade i tre olika typer. Dessa tre typer är kognitiva, känslomässiga och psykologiska reaktioner. I syfte att exemplifiera detta kan personals och kunders humör och attityder påverkas av den fysiska miljöns utformning och på ett psykologiskt plan kan den fysiska miljöns utformning medföra att personal och kunder känner exempelvis smärta eller bekvämlighet när de befinner sig på den fysiska platsen (Bitner 1992, s. 60-62). Den reaktion som personal och kunder får av den fysiska miljöns utformning påverkar i sin tur beteendet som dessa människor skapar gentemot andra människor. En bra utformad miljö på ett hotell kan exempelvis medföra att personalen får ett bra humör som medför att den känner sig engagerad och genom det skapas bättre integrationer med hotellets gäster. Ifall den fysiska miljön är dålig, genom exempelvis konstig lukt eller hög opassande musik kan det resultera i ett personligt missnöje hos personalen som medför att personalen inte är lika engagerade i att utföra sitt arbete på bästa sätt. Med andra ord kan en dåligt utformad fysisk miljö medföra att personal som exempelvis arbetar på ett hotell blir mindre angelägna om att sköta sina arbetsuppgifter på bästa sätt (Bitner 1992, s. 61). På samma sätt kan en fysisk miljö påverka eventuella gäster på exempelvis ett hotell, där en dåligt utformad miljö kan leda till att kunder inte vill bo på hotellet samtidigt som en bra utformad miljö kan resultera i att kunder vill återkomma till hotellet (Bitner 1992, s. 60).

Genom dessa två exemplifieringar av servicelandskapets påverkan på personal och gäster blir det därför tydligt att ett dåligt utformat servicelandskap kan påverka ett företag negativt på

två sätt, att personal inte trivs på arbetsplatsen som medför att de inte är lika motiverade att leverera god service till sina gäster samt att gäster blir missnöjda med serviceupplevelsen på företaget (Miles et al. 2012, s. 778). Det är därför av stor vikt i undersökning av servicelandskapet att studera påverkan på både personalen och gästerna, då personalens trivsel i servicelandskapet i sin tur påverkar gästernas totalbedömning av servicen på företaget.

2.2 Kritiskt perspektiv på Bitners servicelandskapsmodell

Det har, efter att Bitner myntade begreppet och skapade servicelandskapsmodellen, uppkommit mycket kritik och vidare forskning kring denna modell. I de flesta fall har det uppstått kritik mot modellens uppbyggnad, vilket har lett till att forskarna har utvecklat modellen och lagt till flera dimensioner för att den enligt dem skall bli mer fullständig. Den vidare forskning som vi ser som mest relevant för vårt forskningsområde är Clarke och Schmidt (1995), Aubert-Gaimet (1997) Reimer och Kuehn (2005) och Rosenbaum och Massiah (2011). Dessa ovanstående forskare, vilka presenteras i detalj nedan, har kritiserat Bitners servicelandskapsmodell och även skapat utvidgade och kompletterande modeller i syfte att göra den mer fullständig.

2.2.1 Kritik till Bitners servicelandskapsmodell

Två forskare som riktade kritik till Bitners servicelandskapsmodell är Ian Clarke och Ruth A Schmidt. Enligt Clarke och Schmidt (1995) behandlas den fysiska miljön betydelse i servicemötet i ett för begränsat tidsperspektiv i Bitners servicelandskapsmodell (Clarke & Schmidt 1995, s. 151). Bitner har utformat servicelandskapsmodellen utifrån människors reaktion på den fysiska miljön, men Clarke och Schmidt vill poängtera i sin artikel "Beyond the servicescape – the experience of place" att människor redan kan ha vissa emotionella kopplingar till ett servicelandskap innan de varit där som påverkar deras syn och upplevelse av servicelandskapet (Clarke & Schmidt 1995, s. 151). Utifrån detta perspektiv som Clarke och Schmidt anser att Bitner saknar i sin originalmodell av servicelandskapet har de skapat en utvidgad form av servicelandskapet som inkluderar betydelsen av emotionellitet i modellen. De vill med detta tillägg i modellen visa att människor kan ha ett visst emotionellt förhållningssätt till en plats som påverkar deras tolkning av platsen (Clarke & Schmidt 1995, s. 151-152).

Ytterligare kritik som Clarke och Schmidt riktar mot Bitners originalmodell av servicelandskapet är att människor och relationen mellan människor inte är en del utav

kunders tolkning av servicelandskapet i Bitners modell, vilket Clarke och Schmidt tycker är bristfälligt i Bitners modell. Enligt Clarke och Schmidt är människor inte bara några personer som vistas i den fysiska miljön, som det framställs som i Bitners originalmodell, utan människor som vistas i en miljö kan även påverka andra människors tolkning av den fysiska miljön på samma sätt som exempelvis interiör och andra delar i utformningen av servicelandskapet gör (Clarke & Schmidt 1995, s. 151-153).

Utifrån Clarke och Schmidts kritik på servicelandscapsmodellen har de utformat en egen modell, som de kallar för ”Servuction System”, vilket är en utvidgad variant av Bitners servicelandscapsmodell (Clarke & Schmidt 1995, s. 154; se bild 2).

Som det tydligt syns på bilden kan en kund, innan den har kommit in i det fysiska landskapet, ha vissa förväntningar som påverkar sin tolkning av landskapet. När kunden har kommit in i servicelandskapet är det, enligt Clarke och Schmidt, tre stycken faktorer som påverkar kundens tolkning av den fysiska miljön, vilka är andra kunder, personal samt servicelandskapet. Servicelandskapet har i ”Servuctionssystemet” delats upp i två delar, en konstgjord del och en naturlig del. Den konstgjorda delen är den delen som företaget har satt upp, exempelvis interiör, för att skapa någon form av intryck på kunderna. Den naturliga delen i servicelandskapet är den del som inte företaget utformar men som ändå påverkar kundens vistelse i servicelandskapet, som exempelvis högt ljud från andra gäster. Med andra ord påverkas kundens upplevelse på den fysiska miljön av kundens förväntningar, interaktioner med personal och andra gäster, hur företaget har utformat den konstgjorda delen av servicelandskapet och hur den naturliga delen av servicelandskapet fungerar (Clarke & Schmidt 1995, s. 154, 161).

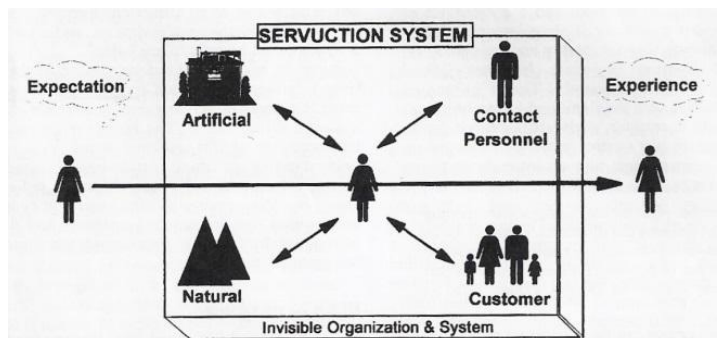


Bild 2. Servuction system (Clarke & Schmidt 1995, s. 154)

En annan forskare som kritiserade Bitners servicelandscapsmodell är Véronique Aubert-Gamet. Aubert-Gamet (1997) hade på många sätt samma kritik till Bitners servicelandscapsmodell som Clarke och Schmidt hade. Aubert-Gamet menar att servicelandskapet är begränsat och utgör en instrumentell roll i kundens servicebedömning som kunden har upplevt. Aubert-Gamet kritiserar Bitners servicelandscapsmodell för att kunden interageras väldigt lite i servicelandscapsmodellen, då Aubert-Gamet anser att

kunden inte bara spelar en passiv roll utan även innehar en aktiv roll i andra gästers tolkning av servicelandskapet. Aubert-Gamet kritiserar Bitners servicelandscapsmodell för att framställa kunder som människor som passivt i servicelandskapet handlar företagets tjänster eller produkter när de i verkligheten, enligt Aubert-Gamet, genom sitt handlande blir en aktiv del i servicelandskapet och tolkning av det (Aubert-Gamet 1997, s. 27, 39). Med andra ord beskriver även Aubert-Gamet, som Clarke och Schmidt gjorde, att kunder spelar större roll i servicelandskapet än vad Bitner framställde det i sin originalmodell.

Ytterligare forskare som har gett sin kritik på Bitners servicelandscapsmodell är Anja Reimer och Richard Kuehn. Även enligt Reimer och Kuehn (2005) finns det brister i Bitners servicelandscapsmodell, då vissa dimensioner i den fysiska miljön inte är integrerade med varandra utan är enskilt verksamma (Reimer & Kuehn 2005, s. 788). I Reimer och Kuehns artikel "The Impact of Servicescape on Quality Perception" har de skapat en modell som inrymmer både påtagliga samt opåtagliga faktorer i servicelandskapet i skapandet av servicekvalitet (Reimer & Kuehn 2005, s. 789; se bild 3).

Som man kan se på bilden påverkas servicekvaliteten i servicelandskap av både påtagliga och opåtagliga faktorer. De opåtagliga faktorerna som påverkar servicekvaliteten är, enligt Reimer och Kuehn, tillförlitlighet, lyhörddhet, säkerhet och empati där Reimer och Kuehn menar att dessa faktorer även påverkar kundens upplevda servicekvalitet. Det som är viktigt att påtala är att modellen även ämnar att visa den samverkan som finns mellan olika dimensioner i servicelandskapet, där de påtagliga

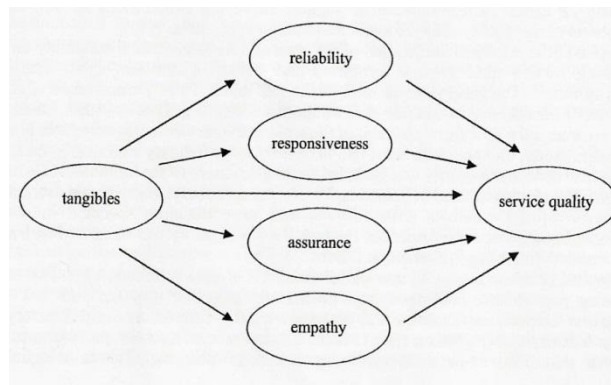


Bild 3. Reimer och Kuehns modell (Reimer & Kuehn 2005, s. 789)

faktorerna kan påverka de opåtagliga faktorerna i en viss riktning (se bild 3). Med andra ord är den stora skillnaden mellan Bitners servicelandscapsmodell och den forskning som Reimer och Kuehn har presenterat, då Reimer och Kuehn visar sambandet mellan olika dimensioner i servicelandskapet som Bitners modell saknar.

Ett fjärde forskarpar som har gett kritik till Bitners servicelandscapsmodell är Mark S. Rosenbaum och Carolyn Massiah. Enligt Rosenbaum och Massiah (2011) negligerar Bitner många dimensioner som kan påverka en kunds upplevda service i ett servicelandskap och fokuserar endast på den fysiska dimensionen (Rosenbaum & Massiah 2011, s. 472). De

dimensioner som Rosenbaum och Massiah anser att Bitner saknar i sin originalmodell av servicelandskapet är en social, socialsymbolisk och en naturlig dimension (Rosenbaum & Massiah 2011, s. 473). Utifrån den brist på dimensioner som Rosenbaum och Massiah ser i Bitners modell har de utformat en modell som de kallar för den utvidgade modellen av servicelandskapet (se bild 4). Som man kan se på bilden innefattar den utvidgade modellen av servicelandskapet fyra stycken dimensioner, vilka är den fysiska dimensionen, den sociala dimensionen, den socialsymboliska dimensionen och den naturliga dimensionen (se bild 4).

Den fysiska dimensionen omfattar, enligt Rosenbaum och Massiah, utformningen av servicelandskapet i form av exempelvis inredning, design, musik och doft (se bild 4).

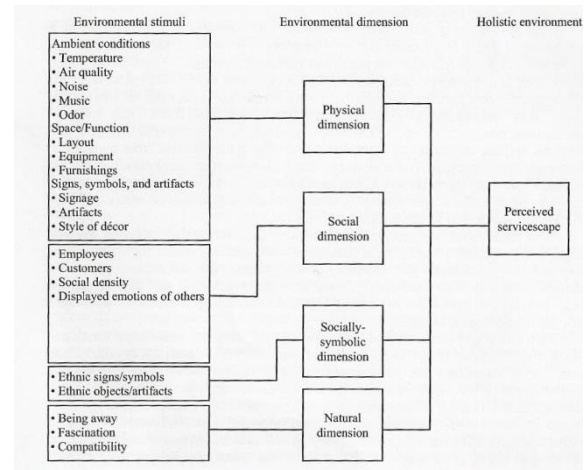


Bild 4. Rosenbaums & Massiahs modell (Rosenbaum & Massiah 2011, s. 473)

Den fysiska dimensionen i den utvidgade modellen av Rosenbaum och Massiah var den enda dimensionen som behandlades i Bitners servicelandskapsmodell, medan de tre resterande dimensionerna inte behandlades i Bitners modell (Rosenbaum & Massiah 2011, s. 481).

Den sociala dimensionen i den utvidgade modellen innefattar personal och kunder och vill förklara att kunders upplevda service även påverkas av hur mycket personer det finns i servicelandskapet samt vilka känslor som dessa människor uppvisar inför andra människor (Rosenbaum & Massiah 2011, s. 475). Den tredje dimensionen, socialsymboliska dimensionen, inbegriper etniska symboler och objekt som påverkar kunders upplevda service då dessa symboler och objekt i servicelandskapet förmedlar ett visst budskap till sina kunder (Rosenbaum & Massiah 2011, s. 478). Exempelvis kan ett servicelandskap ha speciella symboler och objekt som riktar sig mot olika etniska grupper för att servicelandskapet ska skapa en betydelse för dessa grupper. Den sista dimensionen, den naturliga dimensionen, syftar bland annat på kundernas hälsa och visar att kundens tolkning av servicelandskapet påverkas av hur servicelandskapet lyckas förmedla känslan som kunden vill ha av platsen. Den naturliga dimensionen omfattar bland annat känslan av tillhörighet som en kund kan uppleva i ett servicelandskap (Rosenbaum & Massiah 2011, s. 480). Det är viktigt att påpeka att även Clarke och Schmidt (1995) hade ett liknande resonemang om att servicemötet spelar en stor roll i kundens upplevda service (Rosenbaum & Massiah 2011, s. 479).

De fyra ovanstående dimensionerna formar tillsammans kundens upplevda service i servicelandskapet (Rosenbaum & Massiah 2011, s. 473). Med andra ord har Rosenbaum och Massiah utvidgat perspektivet kring vad i servicelandskapet som påverkar servicekvaliteten i Bitners servicelandshipsmodell och lagt till tre viktiga dimensioner till den dimension som Bitner beskrev i sin modell.

Den kritik som tagits upp mot Bitners servicelandshipsmodell har främst inriktat sig på att visa att den sociala delen i en fysisk miljö också påverkar tolkandet av servicelandskapet. Vidare har kritiken belyst att gäster och personal är del av servicelandskapet och inte enbart aktörer i servicelandskapet, som det framstod som i Bitners originalmodell. Det har även framkommit att det finns fler dimensioner som påverkar gästers tolkningar av servicelandskapet, exempelvis förväntningar som kunden har innan sitt besök, som medfört att nya och utvidgade modeller av servicelandskapet har skapats för att ge en fullständig bild av servicelandskapets påverkan.

2.3 Den fysiska miljöns utformning

B. Joseph Pine och James H. Gilmore beskriver i sin artikel ”Welcome to the experience economy” tio faktorer som kan vara viktiga att ta hänsyn till vid utformandet av en fysisk miljö där upplevelser skapas, i vårt fall på ett designhotell (Pine & Gilmore 1998). Dessa tio faktorer är tematisering av en upplevelse, harmonisering av intryck, eliminering av störande moment, prioritering av humör och atmosfär, skapande av minnesvärda händelser, inkludering av alla sinnen, fokusering på autenticitet, utformning av struktur, betraktande av sin personal som den viktigaste aktören och fokus på individers välmående (Pine & Gilmore 1998, s. 102-105).

Med tematisering av en upplevelse menar Pine och Gilmore att ett företag borde lyckas skapa ett konkret koncept med en specifik historia som skulle förmedlas genom verksamhetens design. Harmonisering av intryck innebär att kunders intryck är koherenta med varandra, vilket leder till att harmoni skapas hos kunder och kunder trivs hos företaget. Företaget borde även fokusera på att försöka eliminera störande faktorer som finns i företaget, exempelvis material som inte har någon inverkan på den upplevelseskapande processen, som inte medverkar till kundens upplevelseskapande. Företaget borde organisera stödjande processer på ett sätt så att det ska främja gästers upplevelseskapande, så de inte får faktorer som inte tillför något i gästers upplevelseskapande process. Företag borde även fokusera på att skapa

en positiv atmosfär, genom exempelvis musik, belysning och doft, i syfte att höja kundens humör för att kunder skulle vilja återkomma till företaget (Pine & Gilmore 1998, s. 102-103; Pine & Gilmore 1999, s. 54-56).

Ett företag bör erbjuda unika upplevelser som medför att kundernas vistelse blir minneskapande, så att de ska vilja återkomma till företaget. Ett företag bör inkludera alla människans sinnen, lukt, smak, hörsel, känsel och syn, i sitt serviceerbjudande för att locka kunder till företaget, vilket exempelvis kan göras genom att företaget skapar en signaturdoft som kopplas ihop med företaget. Ett företags koncept borde kännas naturligt och autentiskt i syfte att skapa en trovärdig känsla hos sina kunder för att kunderna ska känna sig rätt bemöta. Ett företag borde även skapa en tydlig struktur i form av konkreta riktlinjer som ska följas när kunder kommer till företaget, för att kunna hantera kunder på rätt sätt så att de inte blir missnöjda. Företaget bör även fokusera på sin personal, genom exempelvis utbildningar, i syfte att personalen ska kunna tillfredsställa kundernas olika behov. Den sista faktorn som man bör fokusera på i utformningen av servicelandskapet, enligt Pine och Gilmore, är att företaget borde värna om individers, både kunder samt personals, välmående i syfte att de ska trivas på företaget oavsett om de har det som en arbetsplats eller ifall det är kunder (Pine & Gilmore 1998, s. 102-105). Pine och Gilmore menar att ifall ett företag följer dessa tio faktorer kommer deras verksamhet vara utformad på ett sätt som höjer den upplevelseskapandeprocessen på företaget, samt värnar om personalen som arbetar där.

Genom denna teoretiska bakgrund har Bitners servicelandscapsmodell och den kritik som riktats mot denna modell beskrivits. Utöver detta har Pine och Gilmores tio riktlinjer vid utformandet av den fysiska miljön i syfte att skapa upplevelser för gäster lyfts fram. I nästa avsnitt kommer metoden och vårt sätt att samla in det empiriska materialet beskrivas.

3. Metod

I avsnittet *metod* kommer vi beskriva vilka angreppssätt som vi har använt för att samla in empiriskt material till denna undersökning. Vi kommer även förklara de faktorer som har avgjort varför vi valt en form av metod framför andra metoder. Vi kommer, förutom en beskrivning av vårt tillvägagångssätt i vår empiriinsamling, även att presentera våra respondenter. Metodavsnittet kommer även inkludera en presentation av vilket urval som vi har använt för att välja respondenter. Med beskrivningen av vårt tillvägagångssätt vill vi att vår empiriska insamling ska vara transparent som medför till att en hög validitet och reliabilitet uppnås.

3.1 Val av metod

Vi har genomfört en kvalitativ undersökning, i form av både kvalitativa intervjuer och observationer. Vi valde denna form av metod, eftersom vi var intresserade av att förklara både mening samt beteende inom vårt forskningsområde. Syftet med att välja bort ett kvantitativt tillvägagångssätt, exempelvis enkäter, är för att denna form av metod enbart ger statistik och generaliseringar som inte är lämpligt eftersom vi vill undersöka respondenters åsikter samt uppfattningar och utifrån det få ett mer fullständigt svar på våra frågeställningar. Vi ser även ett kvalitativt angreppssätt som en fördel att använda, då den möjliggör att följdfrågor kan ställas som kan ge djupare information, till skillnad från metoder inom den kvantitativa forskningen (Bryman 2011, s. 371-372). Sättet att använda mer än en metod kallas för triangulering (Bryman 2011, s. 354). Syftet som vi ser med att använda oss av triangulering är att få en mer fullständig information, då våra intervjuer och observationer kompletterar varandra och på detta sätt skapar mer trovärdig information.

3.2 Kvalitativa intervjuer

Som beskrevs ovan valde vi att genomföra kvalitativa intervjuer. Vi utformade våra intervjuer utifrån de sju stadier som Steinar Kvale diskuterar i sin bok "den kvalitativa forskningsintervjun" (Kvale 1997, s. 84-85). Dessa sju stadier är tematisering, planering, intervju, utskrift, analys, verifiering samt rapportering (Kvale 1997, s. 85). Vi valde att använda oss av dessa sju stadier för att göra det så tydligt som möjligt för läsaren att förstå vårt tillvägagångssätt och därmed skapa transparens i vår beskrivning.

3.2.1 Tematisering

Syftet med våra intervjuer är att ta reda på vad personal på designhotell tycker om servicelandskapet på hotellet de arbetar på, samt ifall servicelandskapet påverkar dem i deras arbetssituation. Vi vill med intervjuerna även studera faktorer som leder till gästers upplevelseskapande på dessa hotell. Ämnet som kommer behandlas i intervjuerna är främst servicelandskapet samt de faktorer som påverkar gästers upplevelseskapande på hotell, som vi diskuterade i avsnittet ”tidigare forskning”.

3.2.2 Planering

Vid planering av våra intervjuer har vi utgått från våra frågeställningar samt vår utvalda teori vid skapande av intervjuguide för att den enbart skulle innehålla relevanta frågor för vår undersökning (se bilaga 1). Vi använder oss mest av öppna frågor i vår intervjuguide i syfte att få omfattande svar från våra respondenter även om vi har några slutna frågor (Bryman 2011, s. 243-244). Vid planeringen av de intervjuer som genomförts på Hotel Lundia, First Hotell G och Elite Plaza Hotel informerades vi våra intervjupersoner i förväg om vilka specifika ämnen som skulle behandlas på intervjun samt gav möjligheten till våra respondenter att få ut vår intervjuguide i förväg för att även våra respondenter skulle kunna förbereda sig. Vi ringde till First Hotel G och Elite Plaza Hotel och frågade om tillåtelse att genomföra intervjuer på hotellen på en specifik dag och tid. Vi kom in på Hotel Lundia och kom överens om att genomföra intervjuer när personalen skulle vara tillgängliga samt lämnade intervjuguiden till dem. Vi tror att detta tillvägagångssätt i planering av intervjuerna gjorde våra respondenter mer förberedda, som i slutändan även medförde att vi kunde få ut mer relevant information från intervjuerna. Alla gruppmedlemmar närvarade vid alla intervjuer, där en av gruppmedlemmarna ställde de flesta frågor samtidigt som den andra antecknade huvudpoänger som intervjupersonen sa.

3.2.3 Intervjuer

Innan vi påbörjade alla våra intervjuer med våra respondenter var vi tydliga med att fråga ifall vi fick spela in intervjuerna samt ifall respondenten ville framträda med namn eller vara anonym. Detta genomfördes med syftet att respondenten skulle känna sig trygg och bekväm under tiden som intervjuerna pågick. Vårt tillvägagångssätt för att hitta intervjupersoner var att vi besökte de designhotell som vi såg som relevanta för vår studie för att sedan bli tilldelade intervjupersoner som personalen på hotellen själv valt ut. Denna form av tillvägagångssätt kan definieras som icke-sannolikhetsurval, eftersom vi inte valde ut

intervjupersoner på slumpmässig grund utan var benägna att intervjua specifika personer på frontpersonal eller chefer på förväg valda designhotell (Bryman 2011, s. 179). När vi ringde och besökte hotellen för att fråga om intervju var vi dock specifika med vilka positioner som intervjupersonerna borde ha för att de skulle bli relevanta för vår studie.

3.2.3.1 Hotel Lundia

Vi genomförde två intervjuer på Hotel Lundia i Lund den 24 april år 2013 samt en intervju den 17 maj år 2013. Hotel Lundia är ett centralt beläget designhotell i Lund med 97 rum. Hotel Lundia har en skandinavisk design med lite influenser från japansk design. Hotel Lundias ledord är design samt nordisk äkthet, som exempelvis hotellet vill integrera genom designföremål på alla olika delar i sin verksamhet (www.lundia.se). Alla tre intervjuer som genomfördes ägde rum i Hotel Lundias restaurang, som ligger i anknötning till hotellets reception. Den första intervjupersonen var en kvinna som vill vara anonym och därför kommer vi använda oss av det fiktiva namnet Emma. Emma jobbar i frontpersonalen på Hotel Lundia som receptionist. Emma har jobbat på Hotel Lundia i ett och ett halvt år (Emma 2013-04-24).

Den andra intervjun som genomfördes på Hotel Lundia var med Johan Viktorsson. Till skillnad från den första intervjupersonen som ville vara anonym och därför har ett fingerat namn hade den andra intervjupersonen inget emot att lämna ut sitt riktiga namn i denna undersökning. Johan Viktorsson jobbar som både receptionist och skyddsombud på Hotel Lundia och har arbetat som receptionist i sex år (Johan Viktorsson 2013-04-24).

Den tredje intervjupersonen heter Maria Paulsson Rickle och arbetar som VD på Hotel Lundia. Maria Paulsson Rickle har arbetat som VD på Hotel Lundia i åtta år (Maria Paulsson Rickle 2013-05-17). Genom att genomföra tre intervjuer på samma hotell fick vi olika perspektiv på samma arbetsplats som medför till en ökad förståelse kring den fysiska miljöns påverkan på personalen på Hotel Lundia.

3.2.3.2 First Hotel G

Förutom de tre intervjuerna som genomfördes på Hotel Lundia genomfördes även två intervjuer på First Hotel G som är beläget i Göteborg. First Hotel G är ett designhotell med 300 rum som är lokaliserat vid Göteborgs centralstation. First Hotel G vill vara en mötesplats för både göteborgare samt turister och marknadsför sig som ett designhotell med modern design som ger sina besökare ett personligt bemötande (www.firsthotels.se). De två

intervjuerna på First Hotel G genomfördes den 29 april år 2013 i hotellets restaurang. Den första intervjun genomfördes med Christian Lindbäck. Christian Lindbäck är frontoffice duty manager och ansvarar för frontpersonalen på First Hotel G. Christian Lindbäck har jobbat på First Hotel G sedan år 2006 (Christian Lindbäck 2013-04-29).

Den andra intervjun som vi gjorde på First Hotel G genomfördes med Daniel. Daniel är ett fingerat namn, då intervjupersonen ville vara anonym. Daniel är receptionist och har jobbat på First Hotel G i tre år (Daniel 2013-04-29). Genom att vi intervjuade både frontpersonalchefen och en receptionist fick vi två olika perspektiv på de frågor som vi ställde under våra intervjuer.

3.2.3.3 Elite Plaza Hotel

Förutom Hotel Lundia och First Hotel G genomförde vi tre intervjuer på Elite Plaza Hotel som är ett femstjärnigt designhotell i Göteborg. Elite Plaza Hotels koncept är att ha en svensk design med vissa inslag av internationell design. Elite Plaza Hotel kombinerar på sitt hotell den klassiska designen från byggnaden som hotellet är lokaliserat i med en mer modern design på inredning (Designhotels 2010, s. 300). Intervjuerna ägde rum den 14 maj år 2013 i hotellets restaurang. Den första intervjun på Elite Plaza Hotel genomfördes med Ann-Christine Lindberg som är reception- och konferenschef. Ann-Christine har jobbat på hotellet i sju år (Ann-Christine Lindberg 2013-05-14).

Den andra intervjupersonen heter Marita Spong och jobbar som assisterande husfru på Elite Plaza Hotel (Marita Spong 2013-05-14). Syftet med detta val av intervjuperson var för att hon hade en stor kunskap angående utformningen av den fysiska miljön på hotellet, även om hon har mer av en backstage-position på hotellet.

Den sista intervjun som genomfördes på Elite Plaza Hotel var med Martina Adamsson som har arbetat som receptionist på hotellet sedan ett och ett halvt år tillbaka (Martina Adamsson 2013-05-14). Syftet med att intervju tre personer med olika befattningar såg vi som en möjlighet att få olika perspektiv på samma miljö som kan medföra till att ett mer fullständigt perspektiv kan skapas.

3.2.4 Utskrift

När intervjuerna hade genomförts blev dessa transkriberade för att tydligare kunna analysera det som sades under intervjuerna. Under vår intervju informerade vi våra respondenter om att de vid önskan kunde få en transkribering av intervjun för att de skulle känna sig säkra om att

transkriberingen stämmer överrens med det som de sa och ingen ny information har tillkommit.

3.2.5 Analys

Efter att vi transkriberade våra intervjuer och fick allt material som kommit fram från intervjuerna analyserade vi vad som var viktigt ur materialet utifrån vårt syfte och våra frågeställningar. Vi ser vissa delar av transkriberingen som mer relevanta att använda för vår studie därför valde vi att sälla bort de irrelevanta delarna som inte är användbart för den form av undersökning som denna studie ska undersöka. Genom att sälla bort irrelevant information vill vi öka trovärdigheten för den information som vi använder, då den är specifikt utvald av oss i syftet att vi ser den som relevant.

3.2.6 Verifiering

Då vår undersökning är en kvalitativ studie, där vi har några få större intervjuer istället för många små blir generaliserbarheten mindre då våra intervjupersoner är färre än på exempelvis en kvantitativ studie. En kvantitativ studie brukar omfatta fler respondenter än en kvalitativ studie därför blir information från en kvantitativ studie mer generaliserbar än en kvalitativ studie. I vår kvalitativa studie fick vi dock en kontextuell förståelse och fylligare data, jämfört med en kvantitativ studie, som är mer relevant för att våra frågeställningar skall kunna besvaras (Bryman 2011, s. 371). Då vi skapade vår intervjuguide efter främst våra frågeställningar men även våra valda teorier medförde detta till att vi fick en hög validitet av vår studie, eftersom vårt tillvägagångssätt gjorde att intervjuerna inte behandlade faktorer som inte var relevanta för vår studie. Reliabiliteten på våra intervjuer anser vi är hög, då vi har frågat våra intervjupersoner om deras egna åsikter och de var konsistenta i sina svar. Då vi fick i princip samma svar från alla våra intervjupersoner kände vi en informationsmättnad, där sannolikheten för ytterligare intervjuer där andra svar uppkommit är relativt låg. Vi anser därför att vår studie och tillvägagångssätt medförde att en hög validitet och reliabilitet skapades.

3.2.7 Rapportering

Genom att ha följt denna form av struktur när vi planerade och genomförde våra intervjuer anser vi att vårt tillvägagångssätt har medfört att vi har lyckats samla in empiriskt material som är relevant för vår undersökning. Genom att ha använt detta tillvägagångssätt anser vi även att vi har uppfyllt de etiska kriterier som fanns gentemot våra intervjupersoner, för att

intervjupersonerna skall känna att de har blivit rätt bemöta och inte blivit kränkta på något sätt under intervjuprocessen.

3.3 Kvalitativa observationer

I syfte att komplettera den information som vi fått från ovanstående intervjuer har vi även genomfört fyra kvalitativa observationer. Vår ambition var att genomföra icke-deltagande observationer, dock är vi medvetna om att vi var en del i den fysiska miljön vilket kan ha medfört att vi till viss mån påverkade det servicelandskap som vi observerade. Vår utgångspunkt vid våra observationer var att se på designhotellens servicelandskap utifrån både ett personals- och gästersperspektiv. Med tanke på vår utgångspunkt valde vi att genomföra öppna, ostrukturerade, observationer där vi försökte studera hela omgivningen och observerade personernas beteende, handlingar och reaktioner så detaljerat som möjligt (Bryman 2011, s. 266). Vi tog många relevanta bilder av den fysiska miljön som finns tillgängliga både i analysen och i bilagorna. De mest väsentliga bilderna som vi tog finns i analysavsnittet, resterande bilder finns tillgängliga i bilagorna (se bilagor 2-6).

3.3.1 Observation på First Hotel G

Vi genomförde vår första observation på Hotel G den 29 april 2013. Observationen varade i en timme, där vi satt i lobbyn och observerade den fysiska miljön samt försökte uppleva hur personal och gäster skulle känna sig ifall de vistades i hotellets lobby. Alla gruppmedlemmar närvarade vid observationstillfället. Vårt huvudsakliga mål med denna observation var att känna hur den fysiska miljös utformning skulle kunna påverka personal som jobbar där samt gäster som också vistas där. Innan denna observation började hade vi frågat om tillåtelse av den receptionistchefen som fanns tillgänglig för att få tillstånd att genomföra observationen. Vi såg det som viktigt att de i detta fall viste om det, då vi inte ville bryta några etiska normer vilket hade varit fallet ifall vi genomfört en dold observation på hotellet (Bryman 2011, s. 136).

3.3.2 Observation på Hotel Lundia

Vi genomförde även en kvalitativ observation på Hotel Lundia den andra maj 2013. Även denna observation varade i en timme, där vi satt bredvid receptionen i hotellets restaurang för att observera hur lobbyn var utformad för att värna om personal och gäster som vistas där. Även på Hotel Lundia fick vi tillåtelse att genomföra vår observation, dock kände vi inte att det var lämpligt att genomföra denna i lobbyn, då lobbyn inte är särskilt stor samt att

restaurangen ligger i anknytning till lobbyn och har en öppen planlösning som gör det möjligt att observera lobbyn från restaurangen. Vi satte i närheten till många gäster därför genomförde vi vår anteckning dold för att inte störa andra gäster som vistades i restaurangen.

3.3.3 Observation på Elite Plaza Hotel

Den 14 maj år 2013 genomförde vi en kvalitativ observation på Elite Plaza Hotel i Göteborg. Observationen ägde rum runt lunchtid och vi satt i den kombinerade lobbyn och receptionen. Under vår observation studerade vi den fysiska miljön för att kunna få en känsla över hur den påverkar gäster och personal som vistas där. Vi studerade under observationen även personalens och gästernas agerande i servicemötet på hotellet. Vår observation var öppen, då vi öppet kunde föra våra anteckningar och därför inte var tvungna att dolt anteckna under observationen.

3.3.4 Observation på Planetstaden Art Design Hotel

Den sjunde maj år 2013 genomförde vi en kvalitativ observation på Planetstaden Art Design Hotel i Lund. Planetstaden Art Design Hotel är ett fyrstjärnigt designhotell, som vill erbjuda sina gäster en unik design som värnar om gästernas trivsel. Planetstaden Art Design Hotel är en del av hotellkedjan Clarion Collection (www.planetstaden.se). Observationen varade i en timme, där vi också satt på hotellets restaurang som ligger i direkt anknytning till hotellets reception och lobby. Vårt fokus var, precis som de andra observationerna, att studera hur den fysiska miljön var utformad där vi exempelvis studerade inredning, layout, färger och belysning. Med tanke på att vi inte ville störa de gäster som befann sig på hotellets allmänna miljöer, valde vi dock att genomföra våra anteckningar av observationen diskret. Vi är medvetna om att vi inte genomförde intervjuer på Planetstaden Art Design Hotel, men i syfte att studera den fysiska miljön på designhotell fullt ut valde vi att komplettera intervjuerna och observationerna från de andra designhotellen med en observation på detta hotell.

Genom våra observationer skapade vi våra egna uppfattningar av servicelandskapen som vi kunde sätta i relation till den information som vi fick från intervjuerna. Observationerna möjliggjorde att vi kunde tolka servicelandskapet från ett gästperspektiv, medan intervjuerna i främsta hand bidrog till att förklara personalperspektivet på servicelandskapet. Genom vår användning av de två olika metoderna kan vi därför tolka servicelandskapet från både ett gäst- och personalperspektiv.

4. Analys

Under avsnittet *analys* kommer vi, med hjälp av våra teorier och vårt empiriska material, diskutera samt besvara vårt syfte och våra frågeställningar. Vi kommer dela upp vårt analysavsnitt i tre delar. Den första delen i vår analys kommer rikta sig mot hur designhotell skapar trivsamma arbetsmiljöer för sina anställda och gäster. Den andra delen i analysavsnittet kommer diskutera hur frontpersonal på designhotell tycker att fysiska miljöer borde bli utformade för att skapa en positiv miljö för både personal och gäster på designhotell. Den sista delen i detta analysavsnitt kommer vi behandla problematik mellan teorier om servicelandskapet och hur det ser ut i praktiken på designhotell.

4.1 Designhotells utformning utifrån tio riktlinjer

Som nämndes i teorin finns det tio riktlinjer som ett serviceföretag bör lägga märke till för att kunna skapa bra upplevelser för sina gäster. Dessa principer är tematisering av upplevelse, harmonisering av intryck, eliminering av störande moment, prioritering av humör och atmosfär, skapande av minnesvärda händelser, inkludering av alla sinnen, fokusering på autenticitet, utformning av struktur, betraktande av sin personal som den viktigaste aktören samt fokus på individers välmående (Pine & Gilmore 1998, s. 102-105). För ett designhotell som strävar efter att skapa unika upplevelser så är det viktigt att ha dessa tio principer i åtanke när man formar servicelandskapet på hotellet.

På alla designhotellen som vi besökte fanns det tydliga koncept som hotellen följde i sin utformning av den fysiska miljön. Även om designhotellen som vi besökte har unika koncept som de använder sig av för att locka gäster, har de tänkt på det utifrån ett helhetsperspektiv för att utforma alla olika delar av hotellet efter samma koncept. På Hotel Lundia gäller ett koncept där hotellet vill framhäva nordisk design, som tillämpas på många olika sätt i hotellets fysiska miljö. Det finns exempelvis designartefakter i lobbyn skapade av nordiska designers, som exempelvis fåtöljer vilka är designade av Arne Jacobsen som är en känd dansk designer (Emma 2013-04-24; se bild 5; se bilaga 4).

Även vår andra intervjuperson, Johan Viktorsson, påtalade den nordiska designen som dominerar på Hotel Lundia genom att visa hur nordiska



**Bild 5. Lobbyn på Hotel Lundia.
(Observation på Hotel Lundia
2013-05-02)**



Bild 6. Tvillingmålning på Hotel Lundia (Observation på Hotel Lundia 2013-05-02)

designföremål genomsyrar hela hotells fysiska miljöer (Johan Viktorsson 2013-04-24). Ytterligare exempel på designföremål var exempelvis två tvillingtavlor av Bengt Lindström, som är en känd svensk konstnär (Johan Viktorsson 2013-04-24; se bild 6).

Denna användning av nordiska designföremål gjorde att Hotel Lundias koncept genomsyrade hela den fysiska miljön och skapade ett helhetsintryck på Hotel Lundia som är ett hotell som prioriterar nordisk

design i sitt koncept. Det finns därmed en tydlig tematisering på Hotel Lundia som de använder på många olika delar i sin fysiska miljö för att bidra till gästernas upplevelseskapande.

Även på First Hotel G har vi uppmärksammat en tydlig tematisering i form av modern design och fräsch inredning som skall styrka First Hotel G:s koncept om att vara en mötesplats för sina gäster (Christian Lindbäck 2013-04-29; se bilaga 2). Till skillnad från Hotel Lundia har dock inte First Hotel G ett lika begränsat koncept vilket medför att hotellet är friare i sin utformning av den fysiska miljön och använder sig av olika sorters designföremål till skillnad från Hotel Lundia som utgår från nordisk design. Det som dock särskiljer First Hotel G från Hotel Lundia är att det förstnämnda har valt ett koncept som innebär att de ständigt måste förnya sitt servicelandskap för att kunna leva upp till sitt koncept med modern design (Christian Lindbäck 2013-04-29). I nuläget har First Hotel G en design, där de vill lyfta fram nytänkande idéer för att förmedla en känsla av modernitet i sin fysiska miljö. Christian Lindbäck på First Hotel G beskrev exempelvis att hotellet har skapat sin egen unika design genom att forma servicelandskapet på ett nytänkande sätt (Christian Lindbäck 2013-04-29).

Ett tydligt exempel på detta kan vara att hotellet i sin lobby har hängt upp ett japanskt körsbärsträd i taket, som Christian Lindbäck förklarar att många gäster både lägger märke till och uppskattar (Christian Lindbäck 2013-04-29; se bild 7; se bilaga 3).

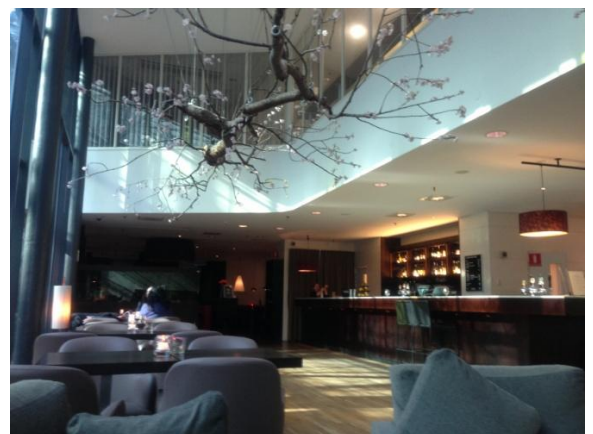


Bild 7. Det japanska körsbärsträdet (Observation på First Hotel G 2013-04-29)



**Bild 8. Den fysiska miljön på First Hotel G
(Observation på First Hotel G 2013-04-29)**

Det framkommer på bilderna sju och åtta att även First Hotel G har skapat ett helhetsperspektiv i sitt koncept, där konceptet speglar hela den fysiska miljön på hotellet och inte enbart vissa delar av hotellet.

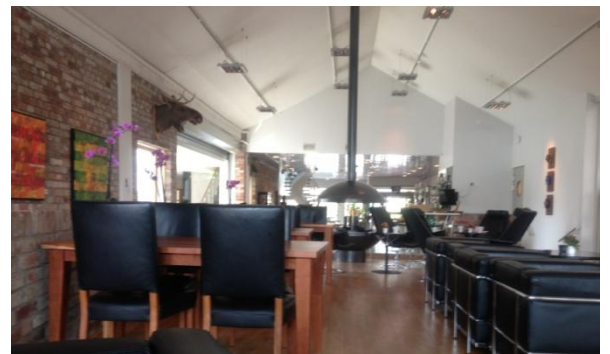
Planetstaden Art Design Hotel, vars koncept är att erbjuda sina gäster en trivsamt miljö där deras gäster kan koppla av, har precis som de två ovanstående designhotellen lyckats skapa ett helhetsperspektiv med sin fysiska miljö. Genom en öppen planlösning med mycket ljusinsläpp och varma färger har Planetstaden Art Design Hotel skapat ett designhotell där konst inte är centralt i sig utan kompletterar hotellets koncept (Observation Planetstaden Art Design Hotel 2013-05-07; se bilaga 5-6).

Som man kan se på bild nio framkommer den öppna planlösningen, teglet på väggarna, de varma färgerna, mycket växter och blommor samt den öppna spisen som de främsta anledningarna till att känslan av avkoppling och trivsel skapas på Planetstaden Art Design Hotel (Observation Planetstaden Art Design Hotel 2013-05-07; se bild 9; se bilaga 5-6).

Efter vår observation blev det tydligt att konsten framträdde som ett sekundärt medel för att förmedla den avkopplande atmosfären, medan exempelvis färger, den öppna spisen, växter samt blommor och den öppna planlösningen spelade den primära faktorn till att hotellet skulle kunna möjliggöra det koncept som de använder sig av (Observation Planetstaden Art Design Hotel 2013-05-07).

Precis som de tre ovanstående designhotellen har Elite Plaza Hotel lyckats skapa ett koncept som genomsyrar de olika delarna av hotellets fysiska miljö (Martina Adamsson 2013-05-14).

Förutom detta specifika träd som man kan se på bild sju finns det ett likadant träd på en annan plats vid lobbyn samt modern konst på väggarna vilket medför att man som gäst tolkar servicelandskapet som modernt och unikt (se bild 8).



**Bild 9. Restaurangsarea på Planetstaden Art Design Hotel
(Observation på Planetstaden Art Design Hotel 2013-05-07)**

Elite Plaza Hotels koncept är att bevara den klassiska stilen från byggnaden som de är lokaliserade i med inslag av modern design. Inredningen som fanns på hotellet var inspirerat främst av svensk men även internationell design (Anne-Christine Lindberg 2013-05-14). Som



exempelvis Ann-Christine Lindberg förklarade så har Elite Plaza Hotel många internationella gäster och därför hade hotellet många internationella inslag i inredningen för att gästerna ska trivas bra och känna sig hemma (Ann-Christine Lindberg 2013-05-14).

Bild 10. Receptionsarea på Elite Plaza Hotel.

(www.booking.com)

Genom att bevara väggar, golv samt tak från byggnaden, som var ett försäkringsbolag innan det blev hotell, medför till att hotellet förmedlar byggnadens historia till sina gäster. Layouten som finns på Elite Plaza Hotel spelar med andra ord en viktig roll i hotellets koncept. Bortsett från vad hotellet har bevarat sedan det var ett försäkringsbolag, har Elite Plaza Hotel genom diverse moderna designföremål kombinerat känslan av en klassisk stil med modern design. Som man kan se på bild tio och elva förmedlar Elite Plaza Hotel byggnadens klassiska stil samtidigt som man



Bild 11. Fojé på Elite Plaza Hotel.

(www.booking.com)

kombinerar denna klassiska layout med modern konst på väggarna (se bild 11). Känslan som Elite Plaza Hotel vill förmedla med sin layout och inredning till sina gäster är en lugn och rofylld atmosfär, där de ska kunna slappna av och inte känna någon stress (Ann-Christine Lindberg 2013-05-14).

Det som särskiljer de fyra ovanstående hotellen som har beskrivits, är att de har lyckats skapa tydliga tematiseringar trots att de har olika koncept. Det som särskiljer Planetstaden Art Design Hotel och Elite Plaza Hotel från Hotel Lundia och First Hotel G är att Planetstaden Art Design Hotel och Elite Plaza Hotel har behövt prioritera andra faktorer förutom just konst för att kunna uppnå sitt koncept. Hotel Lundia marknadsför sig som ett hotell med nordisk design därför har de enbart varit tvungna att tillämpa materiella ting för att leva upp till detta. På First Hotel G har även det främsta fokuset varit att tillämpa sig av modern konst för att kunna uppnå sitt koncept. Det som särskiljer Planetstaden Art Design Hotel är att ledningen

på hotellet varit tvungna att tänka på exempelvis takhöjd, layout samt planlösning för att kunna förmedla sitt koncept till sina gäster. Planetstaden Art Design Hotel har därmed varit beroende av att driva sin verksamhet på en specifik lokalisering i syfte att kunna tillämpa sitt koncept på hotellet fullt ut. Det som dock stämmer in på alla ovanstående designhotell är att de har använt sig av många olika delar av servicelandskapet för att förmedla sitt koncept till sina gäster och på bland annat det sättet bidragit till gästernas upplevelseskapande. På Elite Plaza Hotel är hotellet däremot till skillnad från alla tre ovanstående designhotell direkt beroende av sin layout för att förmedla sitt koncept till sina gäster.

Genom dessa olika sätt att integrera sitt koncept i den fysiska miljön eller genom den fysiska miljön vill dessa designhotell att deras gäster ska få den bild utav dem som de försöker förmedla. Det som dock kan vara problematiskt, som även Strannegård och Strannegård (2012) påpejade, är att inte alla gäster tolkar servicelandskapet på samma sätt, vilket medför att bilden som företaget vill förmedla inte når fram till alla gäster som hotellet har (Strannegård & Strannegård 2012, s. 2002). Det sättet som designhotellen har löst detta problem framgick tydligt genom alla våra intervjuer, då de personerna som vi intervjuade hade tillräcklig kunskap både om deras koncept samt hur de hade utformat sitt servicelandskap efter detta koncept (Emma 2013-04-24; Johan Viktorsson 2013-04-24; Christian Lindbäck 2013-04-29; Daniel 2013-04-29; Ann-Christine Lindberg 2013-05-14; Marita Spong 2013-05-14; Martina Adamsson 2013-05-14; Maria Paulsson Rickle 2013-05-17). Ett exempel på detta resonemang uttryckte Anne-Christine Lindberg på Elite Plaza Hotel:

Lite grann har vi fångat upp historien från byggnaden, till exempel på garderober och minibar så finns det en bild av SVEA och det sitter också en staty och staty på taket som är kvar från ursprunget så att säga så vill man fånga upp den historien i designen (Anne-Christine Lindberg 2013-05-14).

Även berättade Johan Viktorsson på Hotel Lundia om exempelvis historik kring de designers som står bakom de designföremål som Hotel Lundia har i sin inredning som visar att hotellet har utbildat och engagerat sin personal i syfte att göra så att frontpersonalen kan vara en del i förmedlandet av hotellets koncept (Johan Viktorsson 2013-04-24). Ytterligare påpejade Emma på Hotel Lundia att många gäster på hotellet var intresserade av att veta mer om historia kring de designföremål som finns på hotellet, vilket medförde att frontpersonalen var en stor del i upplevelseskapandet hos sina gäster på hotellet (Emma 2013-04-24). Även Bitner påpejade att verksamhetens symboler och inredningsföremål förmedlar ett visst

budskap till kunder på en plats, i detta fall designhotell, vilket påverkar kunders förståelse och tolkningar av verksamheten (Bitner 1992, s. 60).

Det framgick även under intervjuerna att frontpersonalen på designhotellen har större del i gästernas upplevelseskapande på hotellet förutom att enbart vara del i förmedlandet av hotellets koncept. Frontpersonalen kan även justera eller eliminera störande faktorer i servicelandskapet för att kunder skall bli nöjda samt känna sig uppskattade av personalen på hotellet. I syfte att exemplifiera detta berättade Johan Viktorsson och Daniel att de alltid kunde justera ljudnivå och belysning efter gästernas önskemål som antyder på att frontpersonal framträder som viktiga aktörer i servicelandskapet, då de kan eliminera störande faktorer som hade kunnat medföra att gästernas vistelse på hotellet hade blivit sämre (Johan Viktorsson 2013-04-24; Daniel 2013-04-29). Även Ann-Christine Lindberg och Martina Adamsson förklarade att frontpersonalen alltid kan påverka och eliminera störande faktorer som gäster klagat på i syfte att gästerna alltid ska vara nöjda under sin vistelse (Ann-Christine Lindberg 2013-05-14; Martina Adamsson 2013-05-14).

Genom att designhotellen utformar ett unikt servicelandskap samt involverar frontpersonalen till att vara del av hotellets koncept och fungera som problemlösare är det med stor sannolikhet att det skapas en positiv atmosfär på designhotellen. En bidragande faktor till att en god atmosfär uppkommer, enligt våra intervjupersoner, är att det finns en god relation mellan personalen som medför att personalen trivs och då mår bättre och är mer motiverade att leverera en god service till sina gäster. Ett citat från en av våra intervjuer som återspeglar detta resonemang är: ”Det är väldigt kul att komma hit och jobba varje dag. Det är extra roligt att det är ett bra och fräscht ställe och roliga kollegor...” (Christian Lindbäck 2013-04-29). Ytterligare uttryckte Daniel liknande åsikter vad det gäller atmosfären på arbetsplatsen:

När man mår bra och alla jobbar bra tillsammans då tycker man är kul och bra för andra också liksom. Man lägger mycket mer tid på en gäst //Asså man känner sig peppad och motiverad (Daniel 2013-04-29).

Ett liknande resonemang som Johan Viktorsson på Hotel Lundia uttryckte var: ” ... står man där i en trevlig miljö så är det ju väldigt trevligt jobb // tror det påverkar att man mår bättre” (Johan Viktorsson 2013-04-24). När gästerna bemöts på ett bra sätt av motiverad frontpersonal medför det med stor sannolikhet till att gästerna trivs bättre och då skapas en bra atmosfär, där både personal och gäster är delaktiga i förandet av den positiva atmosfären (Daniel 2013-04-29; Johan Viktorsson 2013-04-24). Även Kotler (1973-4)

påpekade att en atmosfär bör väcka känslomässiga reaktioner hos gäster, där ett, i detta sammanhang, positivt bemötande av frontpersonal kan vara ett sätt att väcka goda känslomässiga reaktioner hos gäster som medför till att en god atmosfär skapas (Kotler 1973-4, s. 50). Med andra ord är designen på den fysiska miljön tillsammans med ett bra arbetsklimat mellan personalen sättet som designhotell använder sig av för att lägga grunden till att en bra atmosfär kan skapas när gäster besöker hotellet.

Designhotell vill, precis som alla andra sorters hotell, att sina gäster ska återkomma till hotellet. Designhotellens sätt att göra detta är att, genom en unik design, göra så att deras gäster tycker att hotellet är unikt och därför vill besöka det igen. Designhotellen måste därför skapa en minnesvärd upplevelse för sina gäster på sitt hotell (Pine & Gilmore 1998, s. 102-103). Som har beskrivits ovan har designhotell ett helhetsperspektiv på sitt unika koncept som gör att hela hotellets olika delar, exempelvis hotellrummen, lobbyn och restaurangen är utformade och designade efter hotellets koncept. Utöver den unika designen medför frontpersonalen, som utbildas för att kunna berätta om designen, till att en unik upplevelse kan skapas hos designhotells gäster. Den minnesvärda upplevelsen på designhotell grundar sig därmed i att både gästen kan uppleva något som den inte är van vid samt att gästen kan få veta om historien bakom designföremålen, eller layout ifall den ingår i konceptet, genom att fråga frontpersonalen. Det är därför både det materiella i form av designföremål samt det immateriella i form av personals kunskap om exempelvis designföremålen som gör att designhotellen kan erbjuda en minnesvärd upplevelse till sina gäster. Ett tydligt exempel på detta finns på Hotel Lundia, där frontlinjepersonalen berättade att de brukar besvara frågor från sina gäster om sina designföremåls uppkomst (Johan Viktorsson 2013-04-24; Emma 2013-04-24). Även på Elite Plaza Hotel prioriterar ledningen att frontpersonalen har kunskap om både byggnadens historia samt designföremål som är viktiga för hotellets koncept, vilket de får genom informationspärmar som frontpersonalen kan studera för att sedan kunna besvara eventuella frågor från gäster (Ann-Christine Lindberg 2013-05-14). Detta styrker det faktum att både frontpersonalen och hotellets design är viktiga för designhotell i skapandet av minnesvärda upplevelser.

Som beskrevs tidigare i analysen utformar designhotellen de olika delarna i sin verksamhet efter sitt koncept för att skapa en helhet på hotellet. Enligt Pine och Gilmore är det dock viktigt att i denna utformning även fundera på att utformningen bör beröra alla sinnen som människan har för att kunna påverka gästers upplevelseskapande på så många sätt som

möjligt (Pine & Gilmore 1998, s. 104). Under våra observationer studerade vi hur designhotellen hade jobbat med att integrera de fem sinnen, synen, hörsel, smak, lukt och känsel, i sin fysiska miljö (Observation First Hotel G 2013-04-29; Observation Hotel Lundia 2013-05-02; Observation Planetstaden Art Design Hotel 2013-05-07; Observation Elite Plaza Hotel 2013-05-14; se bilaga 2-6). Under våra observationer framgick det att de flesta sinnen inkluderas, även om inte alla gjorde det på ett tydligt sätt, på designhotellen som vi besökte. Sinnena som var mest påtagliga på designhotellen som vi besökte var synen, hörseln och lukt. Synen integrerades genom alla designföremål samt genom layouten, belysningen, färgsättningen samt inredningen (Observation First Hotel G 2013-04-29; Observation Hotel Lundia 2013-05-02; Observation Planetstaden Art Design Hotel 2013-05-07; Observation Elite Plaza Hotel 2013-05-14; se bilaga 2-6).

Bortsett från designföremålen som skiljer sig mellan de olika designhotellen var hotellen generellt utformade med ljus färgsättning, stor och öppen planlösning. På alla designhotellen var det för det mesta mycket ljusinsläpp, annars var den vanligaste belysningen inifrån hotellen genom spotlights. Färgsättningen var mer varma färger och ljusa nyanser, vilket ansågs användas i syfte att förmedla en hem- och rofylldkänsla (Observation First Hotel G 2013-04-29; Observation Hotel Lundia 2013-05-02; Observation Planetstaden Art Design Hotel 2013-05-07; Observation Elite Plaza Hotel 2013-05-14). Christian Lindbäck och Daniel på First Hotel G förklarade att motivet till att ledningen på hotellet använde sig av ljusa färger på hotellet var att ledningen ville skapa en hemkänsla där gästerna skulle kunna trivas och koppla av (Christian Lindbäck 2013-04-29; Daniel 2013-04-29).

Även ljud och särskilt musik var viktiga aspekter på alla designhotellen som vi observerade, då det av hotellen användes som ett medel för att förmedla en känsla av rofylldhet till sina gäster. Alla designhotellen hade i princip liknande loungemusik, där de dock anpassade den på olika sätt (Observation First Hotel G 2013-04-29; Observation Hotel Lundia 2013-05-02; Observation Planetstaden Art Design Hotel 2013-05-07; Observation Elite Plaza Hotel 2013-05-14). På Planetstaden Art Design Hotel och Hotel Lundia var ljudnivån låg vid receptionen för att värna om en lugn atmosfär där musiken inte skulle störa samtal mellan gäster och personal (Observation Planetstaden Art Design Hotel 2013-05-07; Observation Hotel Lundia 2013-05-02). Till skillnad från Planetstaden Art Design Hotel och Hotel Lundia spelades det på Elite Plaza Hotel väldigt hög musik i receptionen och lobbyn som till viss del dock motverkade att en rofylld känsla kunde skapas, då samtal mellan gäster och personal var

tvungna att vara på en hög ljudnivå (Observation Elite Plaza Hotel 2013-05-14). På First Hotel G anpassades musiken på hotellet efter vilken tid på dygnet det var, då de på morgonen hade en lägre ljudnivå som sedan höjdes desto senare det blev på dagen (Daniel 2013-04-29). Syftet med musiken på dessa designhotell var att skapa en rofylld känsla och därför tolkades First Hotel G:s tillvägagångssätt som mest lämpligt, eftersom det var en anpassad ljudnivå beroende på tid på dygnet för att både gäster och personal ska kunna hålla samtal på en lagom ljudnivå. I syfte att lyckas skapa ett harmoniskt servicelandskap kan det ses som mest lämpligt att sätta musik i enlighet med vilket budskap som hotellet vill förmedla och utifrån de hotell som studerats var den anpassade ljudnivån på First Hotel G lämpligast eftersom man hörde musiken tydligt samtidigt som den inte störde gästerna.

Lukten på hotellet var även en faktor som har inverkan på gästers upplevelseskapande som de studerade hotellen har tagit hänsyn till. Det finns olika sätt att påverka vilka lukter som finns inne på ett hotell. Ett tydligt exempel på detta var på First Hotel G där Daniel berättade att hotellet använder sig av doftsensorer, som byts varje vecka, som sprutar ut doft (Daniel 2013-04-29). På Hotel Lundia, Elite Plaza Hotel och Planetstaden Art Design Hotel använder de sig av mindre avancerade tillvägagångssätt för att anpassa lukter på hotellet. Ett exempel är Hotel Lundia som använder sig av aromatiserade ljus för att påverka vilka lukter som finns på hotellet (Observation Hotel Lundia 2013-05-02; Emma 2013-04-24). Ett ytterligare exempel är på Elite Plaza Hotel, där de använder sig av aromatiserade pinnar med olja då de ansåg att doftsensornerna gav en för starkt doft som medförde att personalen stördes i sitt arbete (Ann-Christine Lindberg 2013-05-14; Marita Spong 2013-05-14). Det finns med andra ord olika angreppssätt för att påverka vilka dofter som finns på hotellet.

De resterande två sinnen, vilka är smak och känsel, framkom inte tydligt på de designhotellen som vi observerade. En möjlig förklaring till detta är att det är svårt att som gäst uppmärksamma dessa sinnen eftersom de inte implementeras lika lätt i en fysisk miljö. Med andra ord finns det en tydlig tanke kring hur man utformar servicelandskapet, där det dock finns utvecklingsmöjligheter när det kommer till att behandla gästers sinnen fullt ut.

Oavsett antalet sinnen som hotellet prioriterar att fokusera på i syfte att locka gäster är det, enligt Pine och Gilmore viktigt att hotell väcker en känsla av autenticitet hos sina gäster (Pine & Gilmore 1998, s. 103). Genom att de designhotell som vi studerat har lyckats skapa ett helhetsperspektiv på sitt koncept medför det till att deras koncept uppfattas som trovärdigt och skapar en känsla av autenticitet hos gästerna. Som beskrivits ovan är frontpersonalen en

viktig faktor till att denna autenticitet skapas, då de kan berätta om utformningen och layouten av hotellet till gästerna som medför att hotellets koncept framställs som äkta. Gäster kan genom detta se ett tydligt samband mellan inredningen, layouten och konceptet och därför kan gäster tolka designhotellets koncept som mer trovärdigt.

Som framkommit ur analysen har frontpersonal en väldigt viktig roll på många olika sätt i designhotellens verksamhet. Då frontpersonalen spelar en viktig roll är det därför av stor vikt att det finns en tydlig struktur som frontpersonalen kan jobba efter för att de ska kunna uppehålla en god service gentemot hotellets gäster. På de designhotell som har studerats har det blivit tydligt att hotellens ledningar har lagt stor vikt vid att utbilda sin personal i både praktiska moment som exempelvis vanliga arbetsrutiner samt brandövningar men även i vad de kan erbjuda sina gäster (Johan Viktorsson 2013-04-24; Christian Lindbäck 2013-04-29; Ann-Christine Lindberg 2013-05-14). Genom dessa personalutbildningar på designhotellen får frontpersonalen tydliga riktlinjer som skapar en struktur i hur de bör jobba för att leva upp till den servicenivå som hotelledningen vill uppnå och som gäster förväntar sig när de besöker hotellen. Anne-Christine uttryckte liknande resonemang på följande sätt:

Vi har verkligen satsat på vår service och kvalitet och att man ska få en speciell känsla när man bor här att det är en atmosfär dels med den här historiska byggnaden men att det ska vara lite flärd, lite historia och kvalitet. // Vi försöker ge unika upplevelser genom att vara extremt serviceinriktade och när gästerna tillmötes innan de själva vet vad de ska ha så ska vi liksom ge dem förslag (Anne-Christine Lindberg 2013-05-14).

Utbildningar till frontpersonalen kan därför ses som ett viktigt verktyg inte bara för att skapa en god struktur i det vardagliga arbetet, men även för att uppnå en högre servicenivå gentemot sina gäster. Det är därför till ett designhotells fördel att satsa mycket på personalutbildningar eftersom frontpersonalen på designhotell framträder som den viktigaste aktören, då frontpersonalen både är en stor del av hotellets koncept och är en avgörande resurs för att hotellets önskvärda service ska kunna levereras till sina gäster.

Ett designhotells ledning bör därför vara angelägen om att prioritera sin frontpersonal som deras viktigaste resurs. Maria Paulsson Rickle som är VD på Hotel Lundia beskrev exempelvis frontpersonalen som själen på hotellet som gör att hotellet känns äkta, vilket antyder på att frontpersonalen är den viktigaste resursen för ett hotell (Maria Paulsson Rickle 2013-05-17). Med tanke på frontpersonalens avgörande roll på designhotell är det av en stor vikt att hotellets ledning prioriterar personalens välmående på arbetsplatsen så att

frontpersonalen skall trivas och därför vill leverera service av högsta kvalitet till sina gäster. Ett tydligt exempel på att de designhotellen som vi undersökt prioriterar sin frontpersonals välmående är att de har gett friheten till frontpersonalen att alltid kunna anpassa den fysiska miljön som de arbetar i för att hela tiden kunna trivas och må bra på sin arbetsplats. Maria Paulsson Rickle förklarade hur de ser på personalens välmående med följande citat: ”Vår filosofi är att skapa en miljö där folk vill bo och arbeta. Det är själva affärsidé. Hotellet är designat för att personal ska trivas” (Maria Paulsson Rickle 2013-05-17).

4.2 Ett välutformat servicelandskap ur frontpersonalperspektiv

Som tidigare har beskrivits spelar frontpersonalen en avgörande roll för designhotells verksamhet och det är, enligt Miles, Miles och Cannon, därför viktigt att frontpersonalen trivs i den fysiska miljön som de arbetar i, i syfte att kunna prestera bättre (Miles et al. 2012, s. 778). Även Bitner (1992) betonade att servicelandskapet har inflytande på personals prestationsförmåga och engagemang (Bitner 1992, s. 57). Ett exempel på detta resonemang uttryckte Daniel på First Hotel G: ”...jag tror att miljön har på nåt sätt någon inverkan på hur man betar sig och känner sig” (Daniel 2013-04-29). Det är därför intressant att ta reda på hur frontpersonal ser på den fysiska miljön.

Som beskrivits under tidigare del av analysen har frontpersonal på de undersökta designhotellen en viss möjlighet att anpassa vissa faktorer i servicelandskapet efter hur de tycker det är bäst för deras välmående. Johan Viktorsson på Hotel Lundia förklarar servicelandskapets påverkan på personal på följande sätt ”Du måste kunna utföra ditt jobb utan att det alltid är frestande för dig, det ska vara rätt belysning och ska vara rätt temperatur och det är jätteviktig fråga” (Johan Viktorsson 2013-04-24). De faktorer som frontpersonalen på alla designhotellen nämnde att de kunde justera var belysning, ljudnivåer samt temperatur (Johan Viktorsson 2013-04-24; Christian Lindbäck 2013-04-29; Ann-Christine Lindberg 2013-05-14). Ledningen på designhotellen har med andra ord gett frontpersonalen ett visst utrymme för personlig anpassning av servicelandskapet, för att de ska trivas att vistas och jobba där under en längre period. Daniel på First Hotel G påpekade att de inte enbart kunde justera ljudnivån men även välja vilken sorts musik som spelades, som medförde till att de trivdes bättre på arbetsplatsen när de själv fick välja vilken musik som de ville lyssna på (Daniel 2013-04-29). Det märktes tydligt under våra intervjuer att frontpersonalen uppskattade att de fick detta anpassningsutrymme av ledningen, eftersom frontpersonalen därmed inte behövde stå och arbeta i en miljö som de inte trivdes i och inte kunde påverka det

på något sätt (Emma 2013-04-24; Johan Viktorsson 2013-04-24; Christian Lindbäck 2013-04-29; Daniel 2013-04-29; Ann-Christine Lindberg 2013-05-14; Marita Spong 2013-05-14; Martina Adamsson 2013-05-14). Bortsett från de anpassningar som frontpersonalen kunde göra fanns det även tydliga åsikter om hur den övriga delen av servicelandskapet bör vara utformad och designad för att värna om frontpersonalen i deras arbetsituation.

Vid intervjuerna framkom det att personalen ville ha en ljus miljö i den fysiska miljön de arbetade i. Exempelvis förklarade Johan Viktorsson på Hotel Lundia på följande sätt:

Nu jobbar vi i en så pass ljus miljö redan, många stora glasrutor så vi har ju en idealisk arbetsmiljö men det ska vara ljust. Det ska inte vara för mörka färger (Johan Viktorsson 2013-04-24).

Detta resonemang från Johan Viktorsson sammanfattar de medel som intervjupersonerna föreslog om hur de ville skapa den ljusa miljön i servicelandskapet. Under intervjuerna framkom det att mycket glasrutor, som släppte in naturligt ljus, samt ljusa färger på golv, tak och väggar var sådana faktorer som bidrog till skapandet av en harmonisk arbetsmiljö till personalen. Under våra observationer blev det även tydligt att designhotellen kombinerade dessa ovanstående faktorer för att skapa den rofyllda känslan som hotellen ville förmedla (Observation First Hotel G 2013-04-29; Observation Hotel Lundia 2013-05-02; Observation Planetstaden Art Design Hotel 2013-05-07; Observation Elite Plaza Hotel 2013-05-14). Det var med andra ord viktigt för frontpersonalen att de inte skulle behöva arbeta i mörka miljöer som hade medfört till en ökad ansträngning på ögonen och fysisk obehag. Bitner konstaterade att ett servicelandskap kan påverka människor och människors känslor både positivt eller negativt, på bland annat ett psykologiskt sätt (Bitner 1992, s. 64). På de studerade designhotellen fanns det dock inga markant störande faktorer i den arbetsmiljön som kunde påverka personalen och deras prestationsförmåga på ett negativt sätt.

En annan viktig faktor som frontpersonalen lyfte fram är att den fysiska miljön borde vara ergonomiskt utformad. Frontpersonalen ansåg att den utrustning som de använde sig av i sin dagliga verksamhet borde kunna anpassas efter dem som jobbar för att inte störa dem när de utför sitt arbete. Både Emma på Hotel Lundia och Martina Adamsson på Elite Plaza Hotel påpekade att exempelvis deras höj- och sänkbara skrivbord medförde att varje enskild person i personalen kunde anpassa arbetsytan efter sina specifika behov (Emma 2013-04-24; Martina Adamsson 2013-05-14). Denna form av anpassning som frontpersonalen kunde göra medförde till att de inte behövde arbeta under obekväma förutsättningar i många timmar och var därför en faktor i den fysiska miljön som personalen uppskattade. Även Ann-Christine

Lindberg lyfte fram att frontpersonalen har fått mattor bakom disken i receptionen som de kan stå på när de arbetar på grund av att hotellet har ett marmorgolv som medför att personalen lätt kan ramla (Ann-Christine Lindberg 2013-05-14). Dessa exempel på att en ergonomiskt utformad arbetsplats som frontpersonalen efterfrågar prioriteras även av de olika designhotellens ledningar. Det är därför oerhört viktigt att ledningen lyssnar på sin personal och involverar dem på något sätt i utformandet av den fysiska miljön. Både Christian Lindbäck och Daniel berättade att de alltid har möjlighet att lämna förslag kring utformningen eller förbättringen av den fysiska miljön (Christian Lindbäck 2013-04-29; Daniel 2013-04-29). En liknande diskussion förde Johan Viktorsson då han berättade om att Hotel Lundia är ett väldigt öppet företag och alla som arbetar får delta och lämna sina synpunkter. De brukar ha möten och många grupparbeten där olika förslag diskuteras (Johan Viktorsson 2013-04-24). Dessutom resonerade Emma som arbetar på Hotel Lundia på ett liknande sätt vilket återspeglas i följande citat:

Vi är väldigt delaktiga. Vi får själva komma med förslag också, vilket dels gör att man får tänka till lite grann och dels så känner man sig mycket mer delaktig i företaget i sig också, att de bryr sig om sina anställda (Emma 2013-04-24).

Emma har även berättat om att när ledningen bestämde att göra om lobbyn då frågade de sina anställda om hur de tyckte det skulle påverka deras sätt att arbeta (Emma 2013-04-24). Detta tyder på att ledningen på Hotel Lundia prioriterar sin personal väldigt mycket och ger dem utrymme att till en vis del påverka utformandet av den fysiska miljön. Dessutom berättade Anne-Christine Lindberg om deras sätt att involvera personal:

Det är väldigt öppen kommunikation med personalen som kan absolut komma med idéer och liksom bidra med vad de tycker och vi lyssnar på dem för att det är de som är i produktionen så att säga (Anne-Christine Lindberg 2013-05-14).

Som beskrivits ovan vill frontpersonal för att kunna prestera bra i den fysiska miljön att det både ska vara en ljus miljö och ergonomiskt planerad arbetsplats, där de även ska kunna justera mindre faktorer som stör dem. Genom att ha en bra utformad arbetsmiljö mår frontpersonalen bättre när de arbetar, vilket medför till att deras arbetsprestation blir bättre. Maria Paulsson Rickle förklarade exempelvis att ifall den fysiska miljön är dåligt utformad med bland annat dålig belysning eller för hög eller låg temperatur medför detta att frontpersonalen kan uppleva en fysisk och psykisk trötthet som kan leda till att deras arbetsprestation försämras och att personalen därför inte mår bra på arbetsplatsen (Maria

Paulsson Rickle 2013-05-17). Ett liknande resonemang uttryckte Bitner (1992) samt Sundstrom och Sundstrom (1986) då de påpekade att servicelandskapet påverkar både personal samt deras arbetsprestation och arbetsnöje (Bitner 1992, s. 57; 64; Medabesh & Upadhyaya 2012, s. 41). En dåligt utformad miljö är därför dålig ur ett hälsoperspektiv som i sin tur kan resultera i ekonomiska försämringar för hela verksamheten, det vill säga hotellet, på grund av att servicen försämras. Det är därför viktigt att frontpersonalens åsikter angående hur den fysiska miljön bör bli utformad tas på största allvar av ett hotells ledning.

4.3 Designhotells fysiska miljö utifrån servicelandscapsmodellerna

Genom de intervjuer samt observationer som genomförts på Hotel Lundia, First Hotel G, Planetstaden Art Design Hotel samt Elite Plaza Hotel kan fullständigheten i tidigare forskning om servicelandskapet och de modeller som skapats i syfte att förklara servicelandskapet till viss mån kritiserats. Det som framgick tydligt utifrån denna undersöknings empiriska material är att tidigare modeller av servicelandskapet inte är helt fullständiga för att kunna förklara hur personal och gäster påverkas av servicelandskapet.

Mary Jo Bitner som år 1992 skapade den ursprungliga modellen av servicelandskapet presenterade i sin modell en bra, men bristfällig, inblick i på vilka sätt servicelandskapet bör bli utformat. Som förklarades i Bitners modell finns det tre olika miljömässiga dimensioner, vilka är villkor i rumsmiljön, rum och funktion samt tecken, symboler och artefakter, som påverkar servicelandskapet (Bitner 1992, s. 60). Under intervjuerna med exempelvis Ann-Christine Lindberg och Maria Paulsson Rickle framkom det att de faktorer som Bitner har beskrivit påverkar det upplevda servicelandskapet, men det finns ytterligare faktorer som påverkar det upplevda servicelandskapet (Ann-Christine Lindberg 2013-05-14; Maria Paulsson Rickle 2013-05-17). Maria Paulsson Rickle antydde exempelvis att frontpersonalen bidrog till den fysiska miljön och i detta sammanhang är det möjligt att konstatera att frontpersonalen framträder som aktiva aktörer i den fysiska miljön, vilket påverkar hur gäster upplever servicelandskapet (Maria Paulsson Rickle 2013-05-17). Frontpersonalen betraktades inte som en del utav servicelandscapsmodellens utformning i Bitners servicelandscapsmodell därför blir det tydligt att Bitner inte inkluderat alla möjliga faktorer som en gäst upplever, vilket fastställer att modellen är ofullständig.

Även Clarke och Schmidt riktade samma kritik som vi har betonat och påpekade att frontpersonalen spelar stor roll i servicelandskapet (Clarke & Schmidt 1995, s. 154). Clarke och Schmidt lyfte även fram andra faktorer som de ansåg saknades i Bitners

servicelandskapsmodell för att den skulle bli mer fullständig. Enligt Clarke och Schmidt kan ett företags servicelandskap delas upp i två delar, vilka är en naturlig och en konstgjord del. Dessutom antydde Clarke och Schmidt att en kunds upplevelse påverkas av andra kunder som vistas i samma fysiska miljö samt att förväntningar hos en kund kan påverka dens tolkning av servicelandskapet (Clarke & Schmidt 1995, s. 154). Ett exempel på detta kan vara att Maria Paulsson Rickle på Hotel Lundia förklarade att när en gäst såg exteriören av hotellet medförde det till att gästen skapade negativa förväntningar som sedan förändrades när gästen kommit in och upplevde interiören samt interagerade med frontlinjepersonalen (Maria Paulsson Rickle 2013-05-17). Genom att dessa negativa förväntningar uppkom påverkades gästens syn på servicelandskapet på hotellet. Under observationen på Elite Plaza Hotel blev det även tydligt att gäster på ett hotell kan påverkas av andra gäster då den rofyllda atmosfären, som gäster eftersträvade där, stördes av andra hotellgäster som pratade högt och som genom det påverkade gästens upplevelse av servicelandskapet (Observation Elite Plaza Hotel 2013-05-14). Detta tyder på, precis som Aubert-Gamet resonerar, att gäster spelar en aktiv roll i servicelandskapet och påverkar hur servicelandskapet uppfattas av andra gäster samt personal (Aubert-Gamet 1997, s. 39). Detta bevisar även att servicelandskapet inte helt kan styras av enbart hotellet utan även påverkas av andra faktorer, vilka Clarke och Schmidt definierar som naturliga faktorer, som inte hotellet har någon möjlighet att åtgärda (Clarke & Schmidt 1995, s. 154). Även Ann-Christine Lindberg förtydligade detta när hon påpekade att lokaliseringen av Elite Plaza Hotel, som var nära Göteborgs restaurangområde, medförde att hotellets rofylldhet till viss utsträckning försämrades av faktorer som inte hotellet kunde påverka (Ann-Christine Lindberg 2013-05-14). Ur resonemang kring konstgjorda och naturliga delarna av servicelandskapet blir det tydligt att hotell och särskilt designhotell, med ett unikt servicelandskap, måste anpassa sin lokalisering efter vilket koncept de har för att kunna förmedla rätt budskap till sina gäster men även värna om sin personals välmående. Ett tydligt exempel som förtydligar vikten av rätt lokalisering kan hämtas från First Hotel G då de har ett koncept där de vill skapa en varm känsla genom levande ljus men där byggnadens fönster inte går att öppna (Daniel 2013-04-29). Genom att First Hotell G befinner sig på den specifika lokaliseringen innebär det att de levande ljusen på hotellet i kombination med att det inte går att öppna fönstren medför att sannolikheten för torr luft skapas blir högre, vilket i sin tur påverkar frontpersonalens hälsa och välmående negativt. Utifrån detta resonemang blir det tydligt att ett hotells lokalisering kan påverka personalens välmående som i sin tur kan resultera i försämrad arbetsprestation.

Det framgår tydligt genom denna undersökning att lokalisering samt utformning av servicelandskapet påverkar frontpersonalen, vilket dock är ett samband som inte Bitner förmedlade i sin originalmodell av servicelandskapet (Bitner 1992). Ett forskarpar som lyfte fram servicelandskapets påverkan på servicekvaliteten var dock Reimer och Kuehn, som i sin modell förklarade att materiella föremål kan påverka människors känslor och genom det kan materiella ting påverka ett företags servicekvalitet (Reimer & Kuehn 2005, s. 788-789). Daniel på First Hotel G förklarade exempelvis att miljön och inredning påverkar hur han beter sig och känner sig, vilket är ett bevis på att frontpersonalen påverkas av servicelandskapets utformning (Daniel 2013-04-29). Även Emma på Hotel Lundia påtalade att inredningen har en stor inverkan på hur bra hon presterar och trivs på arbetsplatsen genom följande citat: ”Humöret påverkas ju väldigt mycket efter ens omgivning och det vet man själv ju glad man är desto bättre jobbar man” (Emma 2013-04-24). Reimer och Kuehns resonemang om vad som påverkar servicekvalitet kan därför genom denna undersökning styrkas. I syfte att skapa en bra servicekvalitet borde därför frontpersonalen involveras i beslutsfattandet om hur servicemiljön bör utformas, då den påverkar dem i sina dagliga arbetsprestationer. Det framgick i denna undersökning att ledningen på de studerade designhotellen prioriterar sin personal och involverar dem på ett visst sätt i utformandet av den fysiska miljön.

Den form av servicelandshipsmodell som vi ser som mest fullständig i dagsläget är Rosenbaums och Massiahs utvidgade modell av servicelandskapet. Många av de faktorer som denna undersökning visar att Bitners servicelandshipsmodell saknar ingår i den modell som Rosenbaum och Messiah presenterat (Rosenbaum & Messiah 2011). Under denna undersökning har det framkommit att inte enbart den fysiska dimensionen utan även kunder samt personal påverkar servicelandskapet. Det har dessutom i vår undersökning bevisats att designhotell använder sig av många olika etniska designföremål som exempelvis det japanska trädet på First Hotel G, italienska möbler på Elite Plaza Hotel och nordiska designföremål på Hotel Lundia i formandet av sitt servicelandskap (Observation First Hotel G 2013-04-29; Observation Elite Plaza Hotel 2013-05-14; Observation Hotel Lundia 2013-05-02). Det har under denna undersökning även bevisats att känslor och förväntningar påverkar hur gäster tolkar servicelandskapet. De ovanstående faktorer som vi har kunnat bevisa genom denna undersökning finns även behandlade i Rosenbaum och Massiahs utvidgade servicelandshipsmodell som medför att denna modell i dagsläget är den som omfattar de viktigaste dimensionerna i servicelandskapet (Rosenbaum & Messiah 2011, s. 481). Den

modell som Rosenbaum och Massiah presenterat ser vi som i princip fullständig, fast en faktor som varken Rosenbaum och Massiah eller annan av ovanstående forskare inkluderat i sina modeller är påverkan av lokalisering. Lokalisering är därmed en faktor som på sikt påverkar det upplevda servicelandskapet och som vi saknar utifrån den forskning som hittills har presenterats inom servicelandskapsområdet. För att skapa en fullständig modell av servicelandskapet och vad som påverkar den upplevda servicekvaliteten i servicelandskapet är det av stor vikt att inkludera lokalisering i framtida servicelandskapsmodeller.

Det som framkommit ur denna undersöknings analysavsnitt är att designhotellen har lyckats utforma sitt servicelandskap efter unika koncept som integreras på många olika sätt på hotellen. Det har även blivit tydligt att designhotellens fysiska miljö är utformad på ett välplanerat sätt, där det exempelvis råder en positiv atmosfär, som medför till ett bra upplevelseskapande för designhotellens gäster. Det har även konstaterats att frontpersonalen spelar en nyckelroll på designhotell, då de på dessa hotell fungerar både som förmedlare av konceptet och deltagare i utformandet av den fysiska miljön. Detta faktum att frontpersonal spelar en nyckelroll på designhotell tyder på att det är av stor vikt att personalen tas i åtanke i formandet av servicelandskapet. Som framkommit ur denna undersökning vill frontpersonal att servicelandskapet ska vara främst ljust och ergonomiskt planerad för att värna om personalens välmående i servicelandskapet. Denna undersökning kan i relation till tidigare forskning om servicelandskapet fastställa att det finns många forskare som gjort viktiga bidrag till forskningen kring servicelandskapsområdet men som har misslyckats i att ge en fullständig bild av vad som påverkar servicelandskapet och servicekvaliteten, där exempelvis lokalisering är en viktig faktor i servicelandskapsforskningen som inte har behandlats tidigare.

5. Slutdiskussion

Som beskrevs i inledningen var vårt syfte med denna undersökning att studera hur designhotell utformar sitt servicelandskap i syfte att bidra till gästers upplevelseskapande. Denna kandidatuppsats ämnade även till att förklara hur personal påverkas av servicelandskapets utformning. Vår första frågeställning var att undersöka hur designhotell utformar sin fysiska miljö i syfte att bidra till gästers upplevelseskapande på designhotell. Vår andra frågeställning var att ta reda på hur frontpersonal påverkas av den fysiska miljön på ett designhotell.

Efter denna undersökning kan det fastställas att designhotell använder sig av både fysiska faktorer samt frontpersonal för att skapa ett unikt koncept som bidrar till gästers upplevelseskapande. Genom undersökningen har det framkommit att designhotellen har lyckats skapa välplanerade servicelandskap, där deras koncept framkommer på många olika delar i hotellens verksamhet och medför till att det skapas ett helhetskoncept. Det som skapar detta helhetskoncept är i främsta hand de designföremål som designhotellen använder på många olika ställen i sin fysiska miljö för att förmedla samma koncept i sin fysiska miljö till sina gäster. Det har dock även blivit tydligt att designhotell även använder sig av layout och utformning för att förmedla sitt koncept och ett specifikt budskap. Det som sammankopplar designföremålen och de andra faktorer som tillämpas av designhotellen för att förmedla sitt koncept är frontpersonalen. Genom att frontpersonalen på designhotellen involveras i förmedlandet av konceptet med hjälp av exempelvis kunskap om både hotellets historia och de designföremål som hotellet använder i sin fysiska miljö blir frontpersonalen en viktig aktör i gästers upplevelseskapande. Med tanke på att frontpersonalen kan påverka störande faktorer i servicelandskapet, bidra till en bättre atmosfär samt är denna förmedlare av konceptet framträder frontpersonalen som den enskilt viktigaste resursen för ett designhotell vid skapandet av nöjda gäster. Det är därmed kunnig frontpersonal som skapar nöjda gäster och på det sättet bidrar till att en god atmosfär skapas, som i sin tur även bidrar till gästers upplevelseskapande, då gäster påverkas av personal och andra gäster i tolkandet av servicelandskapet på ett designhotell. Med andra ord är det en kombination mellan ett välgenomtänkt koncept som genomsyras i hela hotellet, välutformade fysiska faktorer och kunnig frontpersonal som förenar alla dessa faktorer till den helhet, som gäster tolkar servicelandskapet utifrån och bidrar till gästernas upplevelseskapande på designhotell.

Den andra frågeställningen som vi ville besvara var hur personal på ett designhotell påverkas av den fysiska miljön. Vi kom fram till att ett bra utformat servicelandskap medför till att personalen mår bra, vilket i sin tur leder till ett bättre arbetsklimat där personalen är mer motiverade att leverera god service till sina gäster. I syfte att skapa detta positiva servicelandskap som frontpersonalen vill ha borde arbetsplatsen vara ergonomiskt utformad för att ta hänsyn till varje enskild persons välmående. Arbetsplatsen borde även vara ljusst utformad med ljusa färger och många fönster. Vi har kommit fram till att personalen inte bara påverkas av den fysiska miljön utan även utformar den. Frontpersonalen har möjligheten att anpassa faktorer som exempelvis belysning, ljudnivå och temperatur för att trivas när de arbetar i servicelandskapet. Det är en kombination mellan dessa faktorer som medför att frontpersonalen trivs i och blir en integrerad del av servicelandskapet. Ifall den fysiska miljön inte är utformad på detta sätt som beskrivits ovan kan det leda till att frontpersonalen inte trivs och mår bra på arbetsplatsen som i sin tur kan resultera i minskat arbetsnöje hos personalen. Genom det minskade arbetsnöjet är sannolikheten stor att även frontpersonalens arbetsprestationer och motivation minskas som försämrar den servicekvalitet som frontpersonalen skall leverera till ett hotells gäster. Genom ett dåligt utformat servicelandskap, som inte bidrar till frontpersonalens välmående, motverkas frontpersonalen i sitt förmedlande av koncept och levererande av god servicekvalitet på ett designhotell som i slutändan resulterar i att gästers upplevelseskapande på designhotell försämras.

5.1 Praktikens formande av teori

Utifrån den undersökning som genomförts i denna kandidatuppsats kan det fastställas att forskningen inom servicelandskapsområdet kan utvecklas genom en ny servicelandskapsmodell där de relevanta faktorerna som behandlats i denna studie inkluderas. Den servicelandskapsmodell vi vill presentera utifrån de slutsatser vi kunnat dra i denna kandidatuppsats illustreras på bild tolv (se bild 12). Vår modell börjar med koncept, då vi ser det som huvudfaktorn som påverkar både lokalisering och utformningen av den fysiska miljön. Det är först när ett hotell har bestämt vilket koncept som det ska ha, som det är lämpligt att undersöka vilken lokalisering som är bäst för att konceptet ska kunna implementeras fullt ut på hotellet. Genom att hotell undersöker relationen mellan sitt valda koncept och lokaliseringen hade hotellet kunnat motverka att störande faktorer som inte hotellet kan påverka uppkommer som kan relateras till den specifika lokaliseringen. På samma sätt bör ett hotells ledning, ifall de bestämt sin lokalisering först, undersöka vilket koncept som är lämpligast för att kunna implementera detta fullt ut. När koncept och

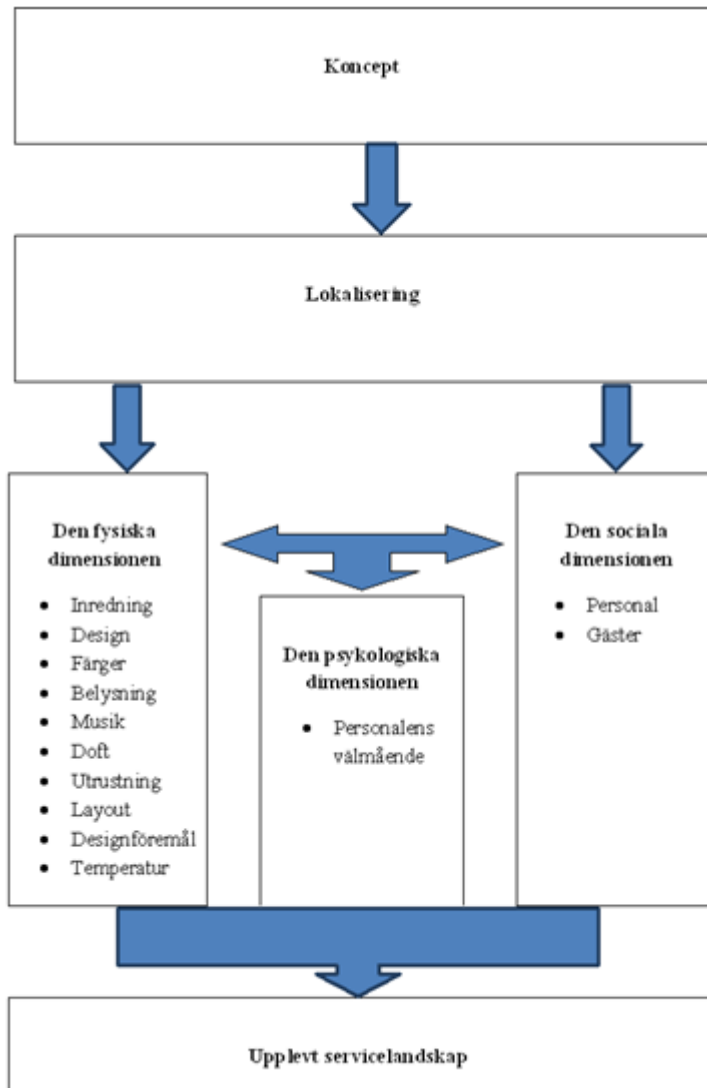


Bild 12. Den utvidgade modellen av servicelandskapet.

ett hotell påverkar hur gäster och personal uppfattar servicelandskapet. Med den psykologiska dimensionen vill vi tydliggöra att det finns en relation mellan den fysiska och sociala dimensionen, där frontpersonal påverkas av den fysiska miljön vilket i sin tur påverkar den servicekvalitet som de levererar till sina gäster. Det är en kombination mellan de fysiska, sociala och psykologiska dimensionerna som skapar det servicelandskap som gäster och personal upplever. Det som skiljer vår modell från tidigare modeller är att vi har inkluderat koncept och lokalisering samt förtydligar den påverkan som personal kan få av den fysiska dimensionen i servicelandskap.

lokalisering är fastställda måste hotellets ledning utforma ett serviceerbjudande som leder till ett bra servicelandskap. I vår modell finns det tre dimensioner som påverkar hur servicelandskapet upplevs, vilka är de fysiska, sociala och psykologiska dimensionerna. Den fysiska dimensionen borde bli utformat efter det valda konceptet. Den fysiska dimensionen innefattar exempelvis inredning, design, layout, belysning, musik och temperatur som påverkar hur gästerna och personal upplever servicelandskapet. Den sociala dimensionen i vår modell inrymmer både personal och gäster, då även atmosfären på

5.2 Framtida forskning

Denna kandidatuppsats har undersökt servicelandskapet på designhotell. Det som denna undersökning resulterade i är att vi kunde fastställa att lokalisering spelar en viktig faktor, samt att frontpersonalens roll är avgörande för designhotellens serviceerbjudande. Ett förslag på framtida forskning hade kunnat vara att genomföra en undersökning som studerar ifall de nya faktorer som vi lyft fram har lika stor inverkan på andra typer av hotell, som det hade på designhotell. Ett ytterligare förslag på framtida forskning är att genomföra en liknande studie, där dock restaurangers servicelandskap hade undersökts utifrån den nya servicelandshipsmodell vi har skapat. Ett annat område kan vara att undersöka om hur frontpersonalens konceptkunskap kan förmedlas genom berättelser i sin kommunikation med gäster, samt hur denna ”storytelling” bidrar till gästers upplevelseskapande.

Källförteckning

Litterära källor

Aubert-Gamet, V. (1997). Twisting Servicescapes: diversion of the physical environment in a re-appropriation process. *International Journal of Service Industry Management*, 8. (1), 26-41.

Bitner, Mary J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56. (2), 57-71.

Boswijk, A., Peelen, E. & Olthof, S. (2012). *Economy of experiences*. Amsterdam: Pearson Education Benelux.

Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber.

Christerdotter, M. (2005). Boutiquehotell och aura-ekonomi. I H. Corvellec & H. Lindquist (red.), *Servicemötet: Multidisciplinära öppningar* (s. 185-201). Malmö: Liber.

Clarke, I. & Schmidt, R. A. (1995). Beyond the servicescape – The experience of place. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2 (3), 149-162.

Ek, R. (2005). Mot ett kritiskt perspektiv på servicelandskap – Behovet av Critical Service Management Studies (CSMS). I H. Corvellec & H. Lindquist (red.), *Servicemötet: Multidisciplinära öppningar* (s. 202-219). Malmö: Liber.

Grönroos, C. (2008). *Service management och marknadsföring: Kundorienterat ledarskap i servicekonkurrensen*. Malmö: Liber.

Kotler, P. (1973-4). Atmospherics as a Marketing Tool. *Journal of Retailing*, 49. (4), 48-64.

Kvale, S. (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur AB.

Medabesh, A. & Upadhyaya, M. (2012). Servicescape and Customer Substitution of Star Hotels in India's Metropolitan City of Delhi. *Journal of Marketing & Communication*, 8. (2), 39-47.

Miles, P. C., Miles, G. & Cannon, A. (2012). Servicescape and Customer Satisfaction: Exploring the Contingent Role of Business Strategy. *International Journal of Operations and Production Management*, 32. (7), 772-795.

Mossberg, L. (2003). *Att skapa upplevelser – från OK till WOW*. Lund: Studentlitteratur.

Namasivayam, K. & Lin, I. Y. (2008). The servicescape. I P. Jones, *Handbook of Hospitality Operations and IT* (s. 43-62). New York: Butterworth Heinemann.

Pine, B. J. & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.

Pine, B. J. & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard business review*, 76. (4), 97-105.

Reimer, A. & Kuehn, R. (2005). The impact of servicelandscape on quality perception. *European Journal of Marketing*, 39. (7/8), 785-808.

Rosenbaum, M. S. & Massiah, C. (2011). An expanded servicescape perspective. *Journal of Service Management*, 22. (4), 471-490.

Strannegård, M. (2009). *Hotell Speciell: Livsstilskonsumtion på känslornas marknad*. Malmö: Liber.

Strannegård, L. & Strannegård, M. (2012). Works of Art: Aesthetic Ambitions in Design Hotels. *Annals of Tourism Research*, 39. (4), 1995-2012.

The Design Hotels Book: Edition 2010: a Curated Collection of 170 Design Hotels Worldwide. (2010). Calbe: DesignHotels AG.

Walls, A., Okumus, F., Wang, Y. & Joon-Wuk Kwun, D. (2011). *Understanding the Consumer Experience: An Exploratory Study of Luxury Hotels*. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20. (2), 166-197.

Muntliga källor

Ann-Christine Lindberg, reception- och konferenschef på Elite Plaza Hotel. Intervju: Elite Plaza Hotel, 2013-05-14.

Christian Lindbäck, front office duty manager på First Hotel G. Intervju: First Hotel G, 2013-04-29.

Daniel, receptionist på First Hotel G. Intervju: First Hotel G, 2013-04-29.

Emma, receptionist på Hotel Lundia. Intervju: Hotel Lundia, 2013-04-24.

Johan Viktorsson, receptionist och skyddsombud på Hotel Lundia. Intervju: Hotel Lundia, 2013-04-24.

Maria Paulsson Rickle, VD på Hotel Lundia. Intervju: Hotel Lundia, 2013-05-17.

Marita Spong, assisterande husfru på Elite Plaza Hotel. Intervju: Elite Plaza Hotel, 2013-05-14.

Martina Adamsson, receptionist på Elite Plaza Hotel. Intervju: Elite Plaza Hotel, 2013-05-14.

Observationer

Observation Elite Plaza Hotel, 2013-05-14.

Observation First Hotel G, 2013-04-29.

Observation Hotel Lundia, 2013-05-02.

Observation Planetstaden Art Design Hotel, 2013-05-07.

Webbdokument

Booking. (2013). *Elite Plaza Hotel*.

<http://www.booking.com/hotel/se/elite-plaza.sv.html>. (Läst 2013-05-08.)

Firsthotels. (2013). *First Hotel G*.

<http://www.firsthotels.se/Vara-Hotell/Hotell-i-Sverige/Goteborg/First-Hotel-G/?gclid=CLSpkqCNoLcCFa12cAodqwwAnw>. (Läst 2013-04-24.)

Lundia. (2013). *Design*.

<http://www.lundia.se/?id=187>. (Läst 2013-04-15.)

Lundia. (2013). *Om hotellet*.

<http://www.lundia.se/?id=156>. (Läst 2013-04-15.)

Planetstaden. (2013). *Clarion Collection Planetstaden*.

<http://www.planetstaden.se/>. (Läst 2013-04-25.)

Bilagor

Bilaga 1 - Intervjuguide

- Vad heter du?
- Vilken position har du?
- Hur länge har du jobbat här?
- Trivs du på arbetsplatsen?

Företaget

- Vilken bild försöker hotellet förmedla till sina gäster?
- På vilket sätt har ni utformat hotellet efter denna bild?
- På vilket sätt medverkar ni i personalen för att förmedla denna bild?
- Känner du till om ledningen har använts sig av vissa riktlinjer vid utformning av den fysiska miljön? (vi menar både personal och den fysiska miljön)
- Har företaget några unika upplevelser att erbjuda sina gäster?

Personal

- Känner du som del i frontpersonalen att du har varit delaktig i forandet av den fysiska miljön här på hotellet?
- Känner du att du påverkas av den fysiska miljön i arbetssituation?
- Hur tycker du att den fysiska miljön bör vara utformad för att på bästa sätt ta hänsyn till personals välmående på arbetsplatsen?
- Finns det något i den fysiska miljön påverkar er negativt och i så fall vad?
- Tycker du att atmosfären spelar någon roll för din arbetssituation och hur i så fall?
- Hade en dåligt utformad fysisk miljö kunnat medföra att du hade genomfört dit arbete sämre, och i så fall varför och hur?
- Kan den sociala kontakten med gäster och övriga i personalen påverka din arbetsprestation?
- Vad är det främsta syftet med personalens utbildningar?

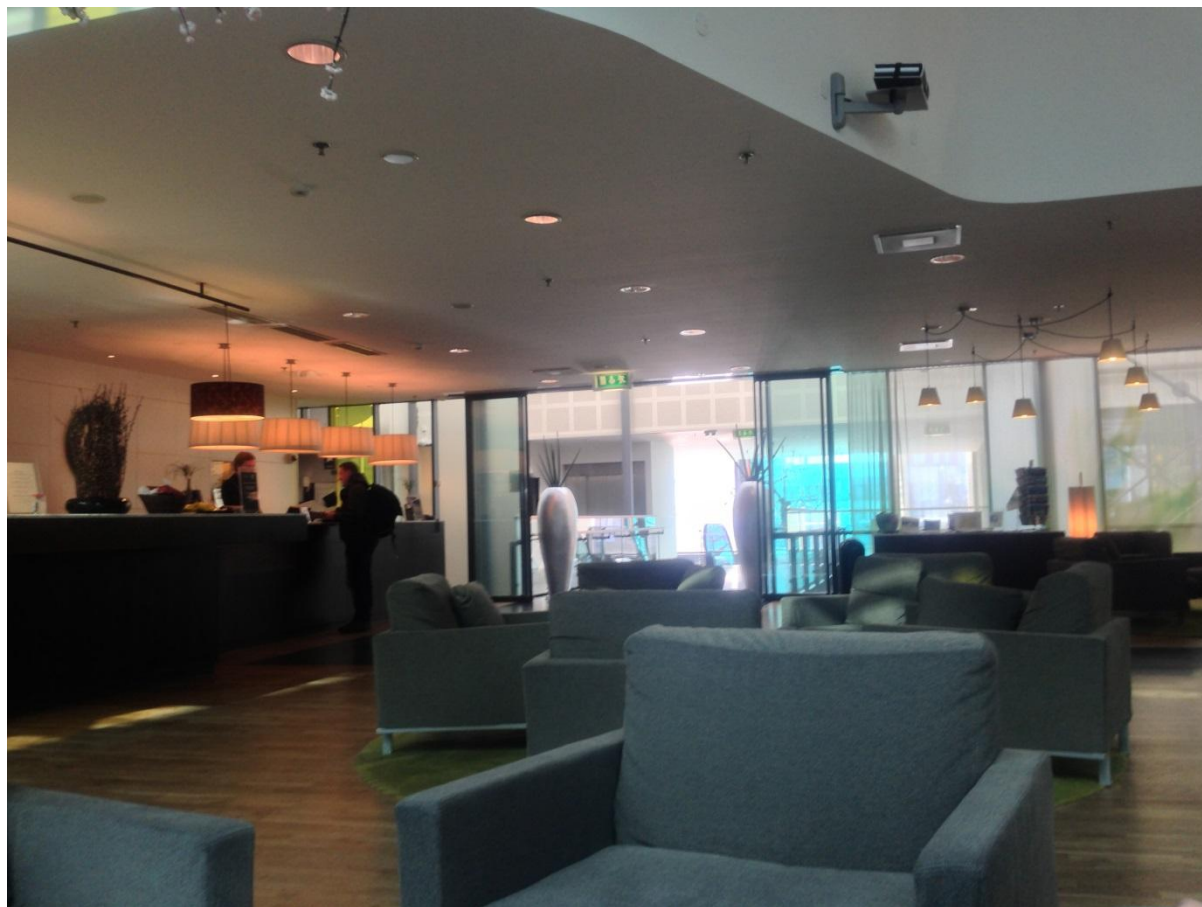
Kunder

- Tycker du att den fysiska miljön påverkar kundens upplevelseskapande?
- Vilka allmänna faktorer hos er tror du påverkar kundens upplevelseskapande på ert hotell?

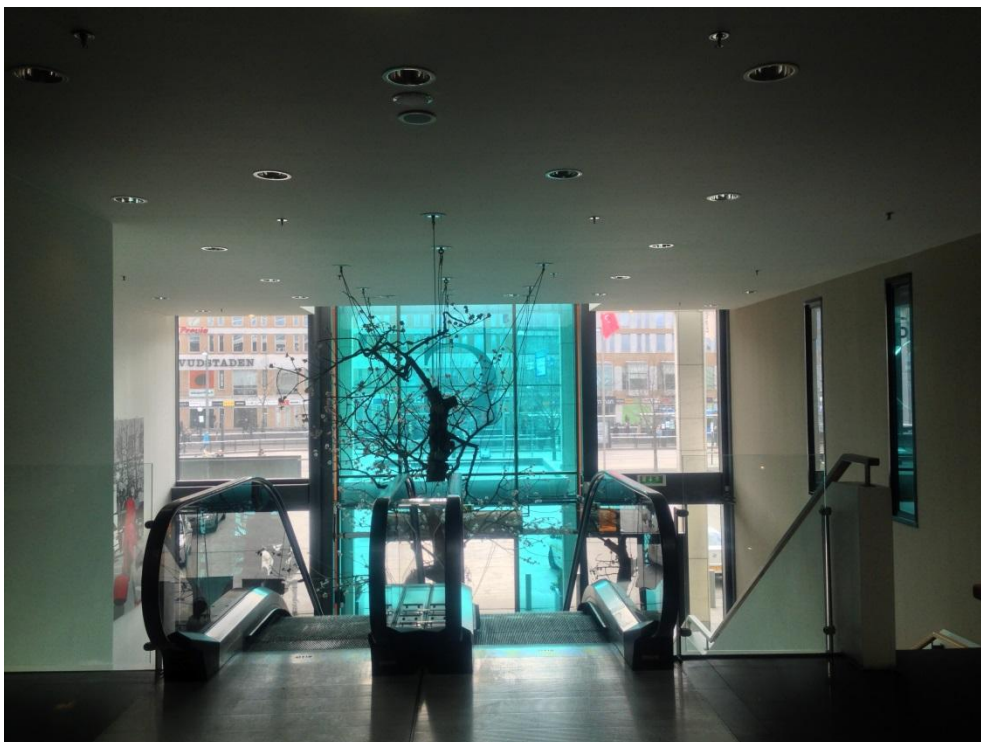
- Kan du nämna dem viktigaste faktorerna av den fysiska miljön som du tror påverkar kunderna mest?
- Tror du att det finns vissa störande faktorer i den fysiska miljön som kan motverka kundens upplevelseskapande?

Bilaga 2 - Receptionsarea på First Hotel G

(Observation på First Hotel G 2013-04-29)

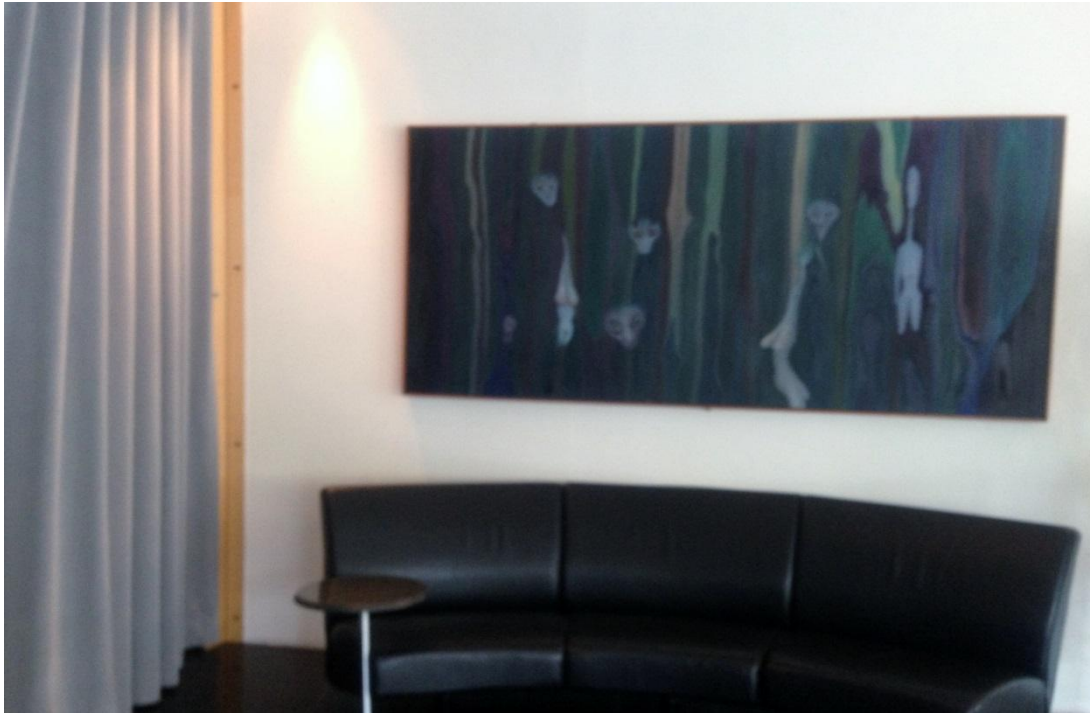


Bilaga 3 - Receptionsarea på First Hotel G (Observation på First Hotel G 2013-04-29)



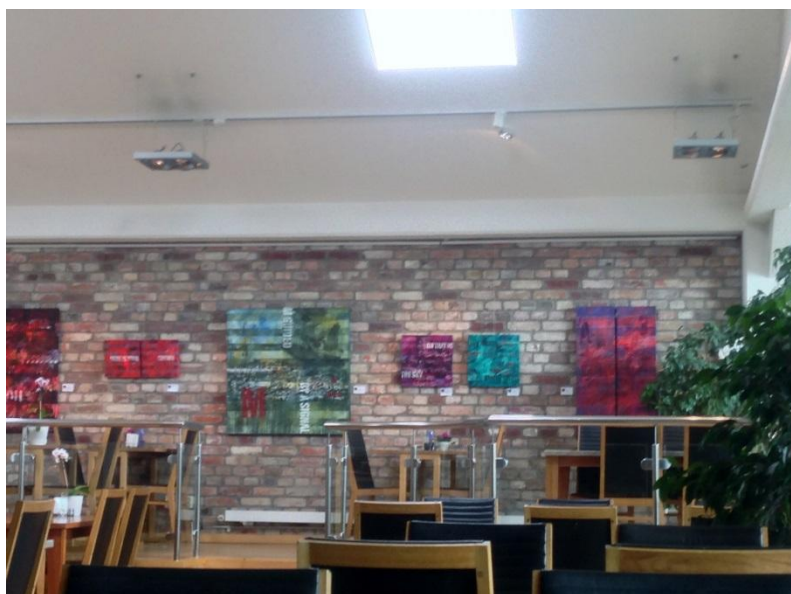
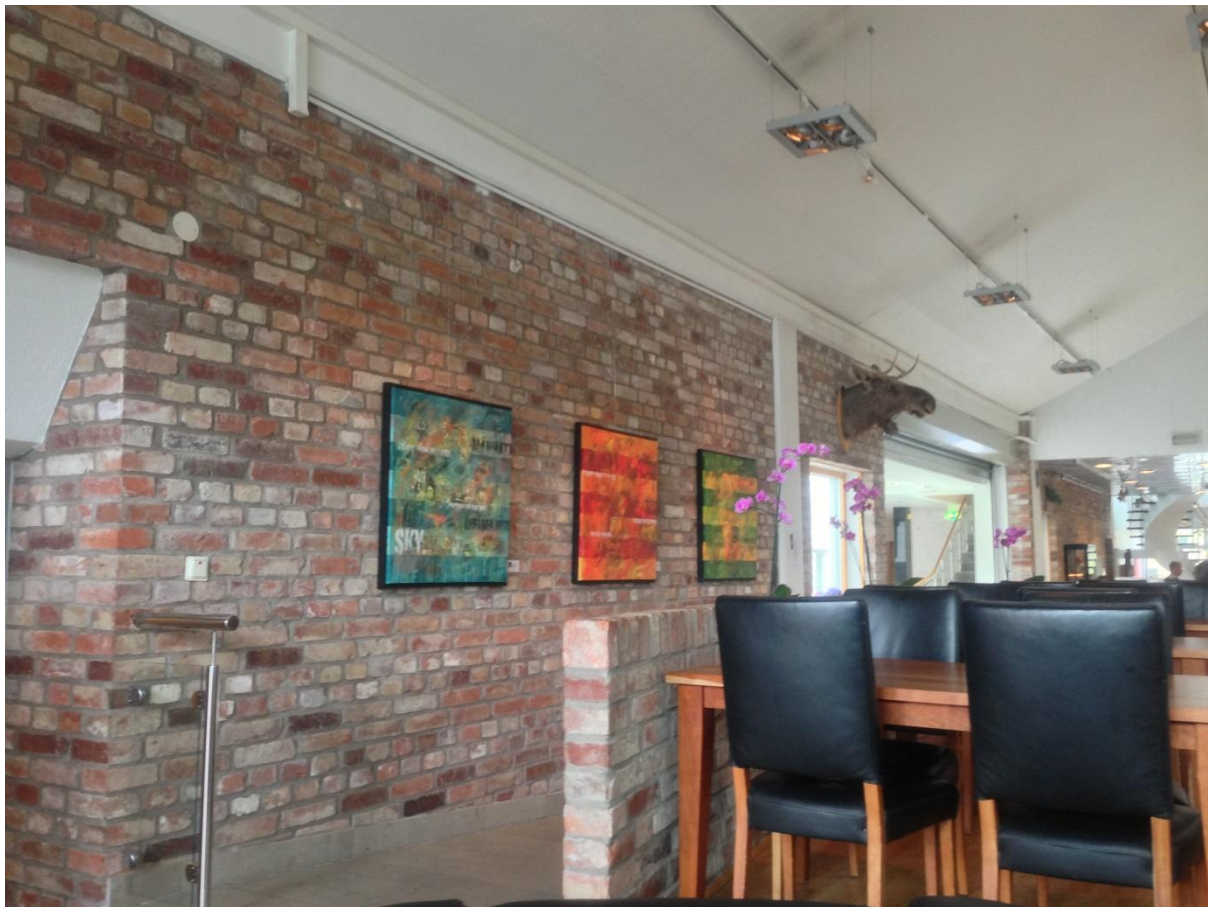
Bilaga 4 - Receptionsarea på Hotel Lundia

(Observation på Hotel Lundia 2013-05-02)



Bilaga 5 - Receptions- och restaurangsarea på Planetstaden Art Design Hotel

(Observation på Planetstaden Art Design Hotel 2013-05-07)



Bilaga 6 - Receptions- och restaurangsarea på Planetstaden Art Design Hotel

(Observation på Planetstaden Art Design Hotel 2013-05-07)

