

Konkurrens i ungdomsvården

-En kvalitativ innehållsanalys av HVB-hemsidor

Av: Emma Persson

LUNDS UNIVERSITET
Socialhögskolan

Kandidatuppsats
HT-13



Handledare: Karin Kullberg & Verner Denvall

Abstract

Author: Emma Persson

Title: "Competition in Youth Care" - A qualitative study and content analysis of HVB home web sites (residential care homes for children and young persons)

The purpose of this study was to investigate how private and public actors in the institutional care of children and young people's homes (HVB) market them self on the internet. In 1982 the new Swedish Social Law made it possible for private providers to establish the institution for institutional care of children and young people (HVB). Since then, the development within institutional care has taken a dramatic turn into privatization, and the market is controlled by the New Public Management, meaning a competition between healthcare participants. The specific aim of this study was to investigate differences or similarities between public and private actors way of market them self on the internet. The empirical material contains twenty websites, ten local actors and ten private actors. The qualitative content analysis was used for analyzing the material. The result shows that there are both differences and similarities between HVB-websites. The extent to which these differences exist and how they can be understood is interpreted on the basis of new institutional theory that broadens the perspective of organizations working in the same field of activity.

Keywords: residential care for children and young persons, marketing, web sites, new institutional theory

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Problemformulering.....	3
1.2 Syfte	4
1.3 Frågeställningar.....	4
2. Tidigare forskning.....	4
2.1 Människobehandlande organisationer	4
2.2 Välfärdsmarknaden	5
2.3 Svårigheter på marknaden.....	6
3. Metod.....	7
3.1 Innehållsanalys.....	8
3.2 Trovärdighet, validitet och reliabilitet.....	10
3.3 Begränsningar och valda hemsidor.....	11
3.4 Etiska övervägande.....	12
4. Teori.....	13
4.1 Marknadsföring.....	15
5. Resultat och analys.....	16
5.1 Tabeller av det empiriska materialet	16
5.2 En verksamhetsdomän.....	20
5.3 Pris.....	20
5.4 Plats.....	21
5.5 Marknadsföring och promotion.....	22
5.6 Produkt.....	23
5.7 Professionalitet, kompetens och arbetsmetod.....	24
5.8 Sammanfattning av analysen.....	26
6. Slutdiskussion.....	28
7. Referenser.....	29
7.1 Empiriskt material.....	31
7.2 Bilaga.....	33

1. Inledning

Hem för vård eller boende (HVB) är institutioner som ger vård för barn och ungdomar som är placerade av socialtjänsten. Barn och unga kan placeras på HVB-boende av olika anledningar, det kan vara barn eller ungas problematiska beteende eller problematik i hemmiljön (Wiklund, 2011). Placeringar av barn och ungdomar genomförs med stöd utav Socialtjänstlagen och/eller Lagen med särskilda bestämmelser av barn och unga (LVU) (Socialstyrelsen, 2012). I Sverige finns det 354 HVB-hem som tar emot ungdomar för att bedriva vård och behandling i privat regi (Socialstyrelsen, Nationella HVB-register)¹. En förekommande förkortning på hem för vård eller boende är HVB-hem och den kommer jag fortsättningsvis att använda mig av i uppsatsen. Det krävs tillstånd ifrån Socialstyrelsen för att driva HVB-hem och Socialstyrelsen ställer krav på hur HVB-hemmens verksamhet ska bedrivas. Socialstyrelsen genomför tillsyn av HVB-hemmen för att säkerställa att deras verksamheter bedrivs enligt de krav som Socialstyrelsen har på HVB-hemmen.

Institutionsvården för barn och unga i Sverige har förändrats under de senaste decennierna. I samband med den nya Socialtjänstlagen 1982, blev det tillåtet för privata aktörer att etablera sig på vårdmarknaden, innan dess var det främst offentliga utförare. I dag är privatiseringen inom HVB-marknaden stor, enligt Sallnäs, Wiklund och Östberg (2012) bedrivs 70-90% av HVB-hemmen för barn och unga i privat regi. De privata HVB-hemmen är i stor utsträckning vinstdrivande företag. De andra aktörerna på marknaden är kommunala och ideella HVB-hem, alla dessa aktörer konkurrerar på en vårdmarknad vars enda köpare av deras tjänster är kommunen. Privata HVB-aktörerna innefattas av vinstdrivande företag som aktiebolag, handelsbolag och enskild firma samt ideella icke vinstdrivande aktörer som stiftelser och ekonomiska föreningar (Sallnäs, 2005). De kommunala aktörerna drivs av kommuner och landsting i offentliga sektorn.

I den uppmärksammade boken Konkurrensens konsekvenser granskar Laura Hartman (2011) tillsammans med andra forskare konkurrensens konsekvenser inom olika välfärdsområden. En modell som introduceras är entreprenadmodellen som innebär att den offentliga sektorn köper tjänster av privata aktörer via ramavtal, vilket är en utgångspunkt för att skapa konkurrens mellan aktörerna på marknaden (ibid.).

¹ Socialstyrelsens Nationella HVB-register 2012-12-17

De kommunala, privata och ideella HVB-hemmen är alla verksamma aktörer på den marknaden där de säljer sina tjänster. De olika aktörsformerna påverkar verksamheternas drivkraft samt intresse för att utveckla och påverka kvalitén. För de privata aktörerna är HVB-hemmens avkastning vinst för ägaren och de kommunala HVB-hemmen har inte samma intresse då avkastningen går tillbaka till organisationen (Hartman, 2011). Utifrån dessa kriterier råder det en marknad av HVB-hem som fungerar utifrån att HVB-hemmen säljer sina tjänster till 290 kommuner (Sallnäs, 2005). HVB-hemmen skiljer sig åt i sin verksamhet utifrån vilka ålderskategorier, samt inriktning av kompetens kring vård.

Kostnaderna för vårdplatser på HVB-hem varierar beroende på HVB-hemmens olika kompetens och kommunerna ska enligt lagen om offentlig upphandling (LOU) upphandla platser på HVB-hemmen via ramavtal. Det finns tillfällen för undantag ifrån ramavtalen och det handlar främst om situationer som när man efterfrågar en specifik arbetsmetod eller kompetens som inte finns på de verksamheterna inom ramavtalen samt när platsen inte kan erbjudas på någon av verksamheterna innanför ramavtalen (Forkby & Höjer, 2008). Det innebär att det sker flera placeringar utanför ramavtalen och att det sker av flera anledningar. Placering av barn och ungdomar på HVB-hem är kostsamma för kommunerna och en stor del av individ och familjeomsorgens budget går åt för vårdkostnaderna (Sallnäs, 2005). HVB-hemmens verksamhet tjänar pengar på att kommunen gör sina placeringar hos dem, dygnskostnaderna varierar beroende på faktorer som behandling och personaltäthet. Borgnäs (2009) hävdar att ”HVB-hem är den mest privatiserade delen av välfärdsapparaten.” Beroende på storleken av HVB-hemmen kan enskilda placeringar vara avgörande för deras ekonomi. Vårdtiden på HVB-hem är generellt mer än 1 års tid (Sallnäs, 2005). Det innebär att det uppstår konkurrens mellan HVB-hemmen kring kommunernas placeringar av barn och unga på HVB-hem.

Sallnäs (2005) hävdar att hälften av de 100 HVB-hemmen i hennes studie marknadsför sig på olika sätt genom tidningsannonsering, information mot kommunerna i form av telefonsamtal och besök för att på olika sätt erbjuda sina tjänster. Eftersom hemsidor är allmänt publicerade är det ett möjligt sätt att marknadsföra sig på då många HVB-hem har en egen hemsida. Då Sallnäs studie inte nämner HVB-hemmens hemsidor har jag valt att granska och jämföra kommunala och privata HVB-hemsidor utifrån ett marknadsföringsperspektiv. I jämförelsen mellan privata och kommunala HVB-hem har jag medvetet valt bort ideella

HVB-hem eftersom det i urvalsprocessen blev tydligt att det inte fanns tillräckligt med ideella HVB-hem i varje län som kom med i urvalet. Ytterligare två kategorier av HVB-hem som inte är med i mitt urval, det är HVB-hem för ensamkommande flyktingbarn och Statens institutionsstyrelse § 12 hem. Under rubriken urval utvecklar jag mitt argument till varför dessa inte är med. Utifrån organisationsteori kommer det empiriska material som består av HVB-hemmens hemsidor analyseras och på så sätt ge möjliga förklaringar till hur de olika HVB-hemmen marknadsför sig.

1.1 Problemformulering

Enligt Sallnäs (2011) är det för kommunerna som uppköpare av HVB-vård svårt att få en överblick av de olika HVB-hemmen i aspekter som kostnader och kvalitet. Det beror på svårigheterna att få ett överskådligt perspektiv på alla alternativen på marknaden och de olika prissättningarna. Utifrån att kommunala och privata HVB-hem konkurrerar på samma marknad finns det en möjlighet att de liknar varandra i marknadsföringen. Sallnäs (2011) nämner att de flesta HVB-hemmen är väldigt aktiva i sin marknadsföring. Inför min problemformulering granskade jag HVB-hemsidor och noterade en variation mellan olika HVB-hemsidor. Variationen bland hemsidor för HVB-hem är stor och exempel på det är obligatorisk dykarutbildning på schemat (Stapel ungdomshem), HVB-hem belägen i vacker och naturskön miljö (Z-gården) och HVB-hem som benämner sig som ett av Sveriges absolut framgångsrikaste HVB-hem (Arken HVB Långared ungdomshem). Den marknadsföring som dessa HVB-hem framför på sina hemsidor skapar frågeställningar kring vad som anses vara god kvalitet på ett hem för vård eller boende. I dagens informationssamhälle används internet som en central källa för information och via HVB-hemmens hemsidor sprids information om deras verksamhet. HVB-hemmens hemsidor är i sin utformning skapade för varje enskilt HVB-hem, med undantag för de kommunala HVB-hemmens hemsidor som förekommer på kommunernas egen hemsida. De privata HVB-hems aktörer dominerar i antal på HVB-marknaden och det råder konkurrens mellan HVB-hemmen. Enligt Sallnäs (2011) sker det en marknadsföring av flera HVB-hem. Det är oklart hur marknadsföringen påverkar de privata och kommunala HVB-hem och jag vill i uppsatsen granska och jämföra hur marknadsföringen inverkar på de kommunala och privata HVB-hemmen.

1.2 Syfte

Syftet med uppsatsen är att granska hur privata och kommunala aktörer marknadsför sig via hemsidor på en marknad med konkurrens, frågeställningarna baserar sig på hur det skiljer sig åt och liknelser mellan dessa aktörer som är verksamma på samma marknad. För att skapa en förståelse för det valda området kommer jag att analysera mitt material med nyinstitutionell teori.

1.3 Frågeställningar

Vilka skillnader finns det mellan kommunala och privata HVB-hem i deras marknadsföring?

Vilka likheter finns det i kommunala och privata HVB-hems marknadsföring?

Hur kan skillnader och likheter förstås mellan kommunala och privata HVB-hemmens marknadsföring?

2. Tidigare forskning

Det har inte varit enkelt att finna tidigare forskning beträffande marknadsföring av HVB-hem, nedan introducera jag er till det kunskapsläge som råder kring HVB-hemmen. Den introduktionen görs utifrån områdena människobehandlande organisationer, välfärdsmarknaden och svårigheter på marknaden.

2.1 Människobehandlande organisationer

HVB-hem är människobehandlande organisationer vilket innebär att det finns flera faktorer som påverkade organisationens sätt att agera. För att ge en förståelse kring hur människobehandlande organisationer agerar på en gemensam marknad kommer jag att introducera faktorer och förutsättningar för hur människobehandlande organisationer arbetar. Det som skiljer människobehandlande organisationer ifrån andra organisationer är att deras råvara består av människor, det innebär att människor är deras produkt och det är med dem man arbetar. Levin (1998) utgår ifrån nyinstitutionell teori när han hävdar att människobehandlande organisationer påverkas av krav ifrån omgivningen såväl som sociala som kulturella krav för att anpassa organisationen till de institutionella kraven som de förväntas att leva upp till. Jag återkommer till nyinstitutionell teori i teoriavsnittet och utvecklar teorin. De institutionella krav som ställs på människobehandlande organisationer påverkar deras sätt att agera och att handla likriktande. Människobehandlande organisationers

förmåga att överleva skapas genom att anpassa sig till omgivningen och de krav som ställs på organisationen, detta skapar legitimitet menar Levin(1998). De krav som HVB-hemmen har ifrån Socialtjänsten för att bedriva HVB-hem är på så sätt legitimerande och HVB-hemmen måste anpassa sig enligt kraven. Människobehandlande organisationers arbete är även baserat på moraliska värderingar, dessa värderingar är föränderliga med tiden. Yeheskel Hasenfeld (2010:14) uttrycker det på följande sätt: ”Recognizing that human service organizations engage in moral work implies that they must constantly seek and maintain legitimacy for what they do.”

De moraliska värderingarna som finns i människobehandlande organisationer skapar legitimitet inom deras verksamhet. Förutom att människobehandlande organisationer behöver skapa legitimitet behöver de en förmåga att anpassa sig. Den som har förmågan att anpassa sig till omgivningen utifrån krav inom sektorn, normer, strukturer och regler, legitimerar sin organisation. Levin (1998) menar att det är komplicerade förhållande då det både råder kulturella normer och statliga normer över hur det borde vara och hur det sedan förhåller sig i verkligheten som kan vara en annan. Det syftar på att uppfostringsanstalter kan kritiseras för att vara fängelse för ungdomar och ibland en semester (ibid). För HVB-hemmen kan det vara en balansgång mellan hur de uppfattas av samhället och vad som är bra vård enligt HVB-hemmets principer.

2.2 Välfärdsmarknaden

Det svenska välfärdssamhället har förändrats sedan den nya Socialtjänstlagen 1982 gjorde det möjligt för privata aktörer att etablera sig på marknaden. Enligt Hartman (2011) har välfärden påverkats olika i de olika sektorerna, och vissa mer än andra så som ungdomsvården. Den traditionella modellen av välfärdsstaten innebär att det är offentliga aktörer som agerar på välfärdsmarknaden, till skillnad emot den nya modellen av välfärdssamhälle där möjligheten ges till att välja aktörer inom välfärdstjänsten. New Public management (NPM) är en marknadsorientering som förespråkar förändringar inom den offentliga sektorn för att ekonomiska aspekter ska bli mer centrala, vilket är till fördel för de privata aktörerna menar Hartman (2011). Det finns två modeller som beskriver hur man köper upp tjänster inom välfärdsmarknaden, det är kundvalsmodellen och entreprenadmodellen. Kundvalsmodellen innebär att kunden själv får välja utförare av aktörer på marknaden. Entreprenadmodellen innebär att offentliga aktörer avtalar uppköp av de privata aktörerna på marknaden. På HVB marknaden sker uppköpen enligt entreprenadmodellen och majoriteten av aktörerna är privata. Kommunerna gör upphandlingar av HVB-hems placeringar via ramavtal som är tidsbundna.

Ramavtalen skrivs enligt Lagen om offentliga upphandlingar (2007:1 091) som reglerar myndigheters uppköp av tjänster från privata aktörer. Lagstiftningen ska på så sätt innebära att uppköpen på marknaden är reglerad. Myndigheter ska annonsera ut de tjänster man vill köpa upp och de privata aktörerna lägger därefter sina anbud. På så sätt är det en tydlig upphandling för den som betraktar processen (ibid.). Hartman (2011) definierar förändringen inom ungdomsvården till modellen köp av tjänster som innebär att de organisationer som säljer tjänsterna även är ägare av deras organisation. Det betyder att det finns ett vinstdrivande intresse för de privata aktörerna att tjäna pengar på HVB-hemmens verksamhet.

Konsekvenser av privatiseringen är att det förespråkar argument kring HVB-hemsvårdens ekonomiska fördelar samtidigt som de ska bidra med kvalitet och en ökad effektivitet (ibid.). En utgångspunkt i granskningen av HVB-hemsidorna är deras beskrivning av HVB-hemmens kvalitet och effektivitet. Uppköpen av HVB-hem placeringar enligt ramavtalen gör att det barn och ungdom som ska bruka tjänsten har väldigt liten förmåga att få komma till tals och vara med att påverka. Det är inte heller alltid som barnens och ungdomars vårdnadshavare förespråkar sina barns intresse, vilket begränsar förmågan till att påverka och förbättra kvalitén av vården (Wiklund, 2012).

Wiklund (2012) beskriver att det skett en kraftig ökning av placeringen av barn och ungdomar under de senaste 20 åren, trots att det finns tillräckligt med kunskap om HVB-hemmens vårdkvalité och behandlingseffekter. Utifrån utvecklingen av HVB-vården i samhället kan man fråga sig om den placerade ungdomens möjlighet att vara delaktig i vården och HVB-hemmens kvalitet. Eftersom det inte finns någon gemensam grund av kunskap eller modell som alla HVB-hem ska basera sin verksamhet på är alla HVB-hem olika.

Socialstyrelsen bedriver tillsyn på HVB-hemmen för att det ska leva upp till en god kvalitet enligt lagstiftning. Resultaten av tillsynerna har visat att kommunala HVB-hem har högre andel utbildad personal men att privata HVB-hem i övrigt var bättre än de kommunala, anledningen till detta anses vara att de privata sedan tidigare varit granskade av Länsstyrelsen (ibid). Det påvisar dock inte att någon vårdform är bättre än den andra eftersom det saknas studier på området.

2.3 Svårigheter på marknaden

Det finns många omständigheter som kan kritiseras och ifrågasättas kring den marknaden som byggts upp kring HVB-hemmen och deras möjligheter att vara verksamma. På grund av hur marknaden är utformad är det svårt för kommunen som uppköpare att överskåda över hur

HVB-hemmens vårdkvalité och innehåll förhåller sig till andra aktörer. Detta drabbar främst de barn och unga som placeras på HVB-hem. Sallnäs, Wiklund och Östberg (2012) skriver att det är svårt att avgöra vem som är den faktiska kunden utifrån de som är inblandade. De menar även att den som är kund inte har samma möjligheter som kunder vanligtvis har utifrån att man kan reklamera om man inte är nöjd. Det saknas forskning kring vilka konsekvenser privatiseringen av HVB-marknaden inneburit för barn och ungdomar som är placerade på HVB-hem. De vinstdrivande HVB-hemmen uppmuntrar att behålla barn och ungdomar i vården trots att de inte längre har behov av det, därav är det av stor vikt att kommuner upprättar tydliga behandlingsplaner och mål (ibid). Vården och behandlingen som genomförs på HVB-hem är av olika karaktär. Genom att HVB-hemmen bedriver sin verksamhet enligt speciella metoder eller inriktningar kan de vara attraktiva för kommunerna i placeringssyfte av barn och ungdomar som behöver speciell kompetens eller metod.

Den behandling som barn och ungdomar får på HVB-hemmen varierar beroende på HVB-hem. Enligt Sallnäs (2012) saknas det forskning kring hur barn och ungdomar upplever dessa metoder och behandlingar samt hur det påverkar över tid. Barn och ungdomar som placeras på HVB-hem lever under en tidsperiod i förhållanden som inte liknar de vanliga familjeförhållanden och känslan av att bo på HVB-hem kan påverka dem på många sätt. Det finns lite svensk forskning kring effekterna av att vara placerad på HVB-hem en längre period (Asplind & Abdullah, 2010).

3. Metod

Val av metod för uppsatsen är kvalitativ innehållsanalys och jag kommer föra ett resonemang av vald metod och därefter beskriva metod. Utifrån frågeställningarna skulle det vara möjligt att genomföra intervjuer av föreståndare på kommunala och privata HVB-hem för att ta reda på hur det skiljer sig åt i deras marknadsföringsstrategier av hemsidor. Dessa intervjuer kan vara styrda av intervjupersonernas personliga övertygelse av vad som anses vara god marknadsföring och på så vis inte vara opartiska i sina åsikter. En enkätstudie av hur socialsekreterare upplever marknadsföringen av HVB-hemmens hemsidor, skulle lyfta fram personliga åsikter och deras erfarenhet skulle begränsas utifrån de HVB-hem som de haft kontakt med. Anledningen till att välja innehållsanalys av HVB-hemmens hemsidor är för att uppmärksamma hur den rådande situationen av HVB-hemmens utveckling tar sig i uttryck, likväl vad som får ta utrymme i allmänt publicerade hemsidor.

Ahrne & Svensson (2011) menar att när man studerar text så kommer man nära människors föreställningar av samhället.

3.1 Innehållsanalys

Jag anser att metoden innehållsanalys är lämplig för att lyfta fram det empiriska materialets marknadsförings perspektiv, utifrån den kontext de förhåller sig till. Innehållsanalys är en metod som används när man vill undersöka innehåll i dokument av olika karaktärer (Bryman, 2011). Genom att använda sig av ett analyschema kodas dokumentets innehåll (ibid.). Innehållsanalys kan användas både som kvalitativ- och kvantitativ metod, kvantitativ innebär att man mäter och räknar ord eller sammanhang i text (ibid.). Jag valde kvalitativ metod för att komma närmare det empiriska material och för att skapa en förutsättning för en heltäckande bild av HVB-hemmens hemsidors innehåll, än att bara redogöra vilka ord som används och antalet upprepade tillfällen. Bergström & Boréus (2005) hävdar att en fördel som innehållsanalys metoden har är att man kan få en bred överblick över en större mängd material vilket i sin tur underlättar om man ska göra en jämförelse.

Bryman (2011) menar att en av innehållsanalysens fördelar är dess objektivitet eftersom att analyskemat som skapas i olika kategorier innan det empiriska materialet bearbetas, detta skapar en objektivitet som begränsar att processen påverkas av forskarens personliga värderingar. Det finns en nackdel med innehållsanalys eftersom metoden har svårt att svara på frågeställningar med varför till materialet (ibid.). Därför har jag undvikit att använda varförfrågor i uppsatsens frågeställningar.

När jag skapat mitt analyschema har jag format kategorier vars innehåll baseras på argument ifrån litteratur. I Socialstyrelsens rapport (2012) framgår det att det råder brist i barns och ungdomars delaktighet i planeringen av vården på HVB-hem. HVB-hemmen är människobehandlande organisationer vars råmaterial är barn och unga och utifrån detta har jag i analyskemat skapat kategorin barn och ungdomar. Ifrån barnombudsmannen (2011) kan man ta del av barn och ungdomars kritik som är riktad mot att de inte blir bemötta på ett adekvat sätt på HVB-hemmen och att deras vistelse inte leder till något positivt. I kategorin barn och unga kommer jag att analysera hur HVB-hemmen beskriver barn och ungdomar och deras delaktighet i vården. Enligt Sallnäs (2005) kan personalens utbildningsnivå på HVB-hemmen användas som en indikator på kvalitén av HVB-vård. Personaltäthet är även kostsamt för HVB-hemmen och ökar priset på vårdplatserna (ibid.). Därav har jag valt att ha professionalitet och kompetens som en kategori i analyskemat eftersom det påverkar HVB-hemmens möjlighet att konkurrera om kvalitet. När barn eller ungdomar blir placerade på

HVB-hem är det socialnämndens ansvar att upprätta en vårdplan i samarbetet med HVB-hemmet (Socialstyrelsen, 2012). Vårdplanen ska innehålla syftet till att barn och unga placeras på HVB-hem och därav är vårdplanen en central del för HVB vårdens genomförande (Asplind & Abdullah, 2010). Jag har utifrån det valt kategorin arbetsmetod eftersom HVB-hemmens arbetsmetoder är en insats som påverkar placering av barn och unga på HVB-hem. Enligt Sallnäs (2005) studie av 118 HVB-hem visade det sig att hälften är aktiva i marknadsföring för att sälja sina vårdplatser till kommunerna. Marknadsföring är en av kategorierna i analys-schemat för att analysera hur HVB-hemmen marknadsför sin verksamhet utöver de andra kategorierna. Jag har med hjälp av analys-schemat fört protokoll när jag granskat hemsidorna och därefter sammanställt resultatet för de kommunala och privata HVB-hemmen. Analys-schemat finns med som bilaga i uppsatsen.

Mitt analys-schema reviderades efter det att jag började analysera mitt material, eftersom jag insåg att mina kategorier behövde specificeras och göras tydligare. När man använder sig av innehållsanalys som metod tillhör det att man gör en pilotstudie där man granskar en liten del av sitt material för att utvärdera sitt analysinstrument (Bergström & Boréus 2005). Kritik som riktas mot innehållsanalys handlar ofta om att metoden inte redovisar det som inte skrivs eller sägs i texten, samt att det som är av intresse i texten framkommer i förhållande till forskningsfrågan (ibid). Jag är medveten om denna utgångspunkt och det finns inte utrymme att diskutera det som inte är skrivet på hemsidorna, men det kommenteras i avslutande diskussion.

Det empiriska materialet består av hemsidor och det kan anses vara problematiskt eftersom det inte går att avgöra i vilket syfte de är utformade och skapa intresse. Internet används för flera olika syften och det kan både vara i professionella och privata syften och den kommunikationen som sker via internet gör det möjligt att studera olika fenomen (Ahrne & Svensson 2011). Min utgångspunkt i förhållande till HVB-hemmens hemsidor är att granska hur de marknadsför sig, det innebär att jag utgår ifrån ett antagande om att HVB-hemmen marknadsför sig via hemsidorna. Enligt Bryman (2011) bör man som en central utgångspunkt i en studie ifrågasätta hemsidornas uppkomst. Fördelarna med att använda sig av internet är att man på ett enkelt sätt kan samla data (ibid.). Den tillgänglighet som internet innebär är en fördel men även ett sätt att begränsa sig. Det är en lång process att få ett brett och representativt urval.

3.2 Trovärdighet, validitet och reliabilitet

För att bygga trovärdighet i en forskningsrapport använder man sig av transparens, det innebär att man som forskare beskriver hur val av metod sker samt hur forskningsprocessen sker (Ahrne & Svensson 2011). Uppsatsen är skriven med total öppenhet och för att öka trovärdigheten redogörs hela forskningsprocessens resultat för läsaren. Bryman (2011) menar att en av fördelarna med att använda innehållsanalys som metod är att det är en öppen metod som gör det lättare för läsaren att ta del av forskningsprocessen i både material och i utformandet av analys-schemat. Intersubjektivitet innebär att forskaren har en konsekvent förhållning till sitt material och att man genomför dubbelkodning av materialet (Bergström & Boréus 2005). Jag har inte haft möjlighet att genomföra en dubbelkodning på mitt material med hänsyn till tidsutrymmet för uppsatsen. Jag kommer utifrån mitt analys-schema samt metod och teori analysera det empiriska materialet på ett sådant sätt att de ska vara möjligt att replikera min studie. En central aspekt i min studie är att det empiriska materialet bestående av hemsidorna ständigt uppdateras, jag har därför sparat och daterat mitt empiriska material. Enligt Bryman ska man vara försiktig när man hävdar att ens studie är generaliserbar då det finns många faktorer som kan ändras samt att den är situationsbunden (2011). Utifrån detta resonemang samt det jag har nämnt ovan så är min studie inte generaliserbar men den kan ge en god förståelse på hur man kan analysera marknadsföringen mellan privata och kommunala aktörer inom välfärden. Detta innebär att reliabiliteten för min studie är situationsbundet till den nuvarande kontexten som råder inom HVB-marknaden.

På Socialstyrelsen hemsida finns det nationella HVB-registret, jag har dock valt att söka mitt urval på HVB-guidens hemsida. HVB-guiden eftersträvar att omfatta alla HVB-hem i Sverige (www.hvbguiden.se). För HVB-hemmen är det gratis att delta i deras söktjänst med sina grunduppgifter, men för att delta med bild och ytterligare information får man betala en avgift. Då HVB-guiden fungerar som ett sökregister med marknadsföringsprinciper anser jag det vara ett passande sökregister för uppsatsens syfte. HVB-guidens register är uppdelat i län och kategorier för HVB-hemmens olika målgrupper. Jag har lottat ut tio län av Sveriges alla län och därefter valt ut det första kommunala och privata HVB-hemmet. Jag har sökt mitt urval av HVB-hem i kategorin "Övriga hem för barn och unga (0-25 år)". De HVB-hem som endast deltog i HVB-guiden med sin kontakt information har sökts upp via google.se. Framgick det inte tydligt vem som var huvudman för HVB-hemmet via mina sökresultat valdes de bort på grund av tidsperiod för uppsatsskivandet. Kategorierna av HVB-hem är

privata vinstdrivande HVB-hem, ideella HVB-hem som stiftelser, ekonomiska föreningar eller kollektiv och kommunalt drivna HVB-hem.

3.3 Begränsningar och valda hemsidor

I mitt urval har jag valt bort två kategorier av HVB-hem, den första är HVB-hem som tar emot ensamkommande flyktingbarn och den andra är Statens institutionsstyrelse § 12 hem. Enligt Proposition 2005/06:46 är det kommunernas ansvar att ta hand om ensamkommande flyktingbarn efter den överenskommelse kommunerna har med Migrationsverket. Därför väljer jag bort dessa HVB-hem som tar emot ensamkommande flyktingbarn då de inte konkurrerar på HVB-marknaden. Den andra kategorin § 12 hem väljs bort då dessa hem drivs av staten och har ensamrätt att använda speciella vårdmetoder vilket gör att de inte konkurrerar på den övriga HVB-marknaden.

I mitt urval hade jag valt ut 18 stycken HVB-hem utifrån de tre kategorier som är privata-, ideella- samt kommunala aktörer som bedriver HVB-hem. Det uppstod problem i urvalsprocessen då de ideella HVB-hemmen inte var representerade i många län, vilket gjorde att jag valde att justera urvalet. Jag valde att utöka mitt urval till 10 privata HVB-hemsidor och 10 kommunala hemsidor. För att få spridning i urvalet och undvika samma huvudmän för HVB-hemmen gjorde jag en lottning av alla län i Sverige och valde de första tio länen. Det första kommunala och det första privata HVB-hemmet i kategorin ”övriga hem för barn och unga (0-25år)” och län har valts. I de län där de kommunala HVB-hemmen endast består av HVB-hem som tar emot ensamkommande flyktingbarn eller saknade kommunalt HVB-hem, har jag gjort en komplettering. Jag valde att komplettera med kommunala HVB-hem ifrån andra län i urvalet, det har medfört att det finns en överrepresentation av kommunala HVB-hem ifrån Uppsala och Stockholm kommun. Det innebär att det inte finns en bred spridning av kommunala HVB-hem i urvalet då de flesta är koncentrerade i Uppsala och Stockholmsregionen och det begränsar urvalet. Dock innefattar kompletteringen en hänvisning till minoriteten av kommunala HVB-hem på marknaden, samt att de flesta av de kommunala HVB-hemmen tar emot ensamkommande flyktingbarn. Vilket innebar att dessa kommunala HVB-hem inte ingick i mitt urval.

Tabellen 1 presenterar mitt urval av HVB-hem.

Län	Privata HVB	Huvudman	Kommunala HVB	Kommun
Blekinge län	Apelgården	Apelgårdens HVB i Blekinge AB	Giovannis akut och korttidsboende	Stockholms stad
Gotlands län	Gutebäckens ungdomshem	Gutebäckens ungdomshem HVB AB	Östertull HVB	Region Gotland
Hallands län	Andersson-Piltz ungdomshem	Andersson- Piltz ungdomshem AB	Stadsskogen	Uppsala kommun
Jönköping län	Behandlingshemmet 4:e våningen	4:e våningen i Jönköping AB	Tellus ungdomsboende	Jönköping kommun
Kronobergs län	Diö HVB	Crewford Care AB	Ungdomsenheten Fyren	Ljungby kommun
Norrbottnens län	Asp center	Carema care	Älby akut – och utredningshem	Uppsala kommun
Stockholms län	Atlas bo	Atlas bo AB	Exit Stockholm	Stockholms stad, Rinkeby- Kista Stadsförvaltning.
Uppsala län	Essagruppen	Essagruppen i Stockholm AB	Eksätra behandlingshem	Uppsala kommun
Västra Götalands län	Alba Camp Gården	Jopiso AB	Rosenhill	Uppsala kommun
Örebros län	Skäbo	Frösunda Staffansbo Vård AB	Mulitgruppen	Örebro kommun

Källa: HVB-guiden 2012-12-10, se referenslista.

Min analys av HVB-hemmens hemsidor består av huvudsidan på deras hemsidor, vilket är ett medvetet val. Momirovic (2008) menar på att reklam har ett begränsat utrymme och tid att kommunicera sitt meddelande till sina observatörer. Utifrån det resonemanget anser jag att HVB-hem förmedlar det som anses vara viktigast på HVB-hemmens huvudsida.

3.4 Etiska övervägande

Utifrån Vetenskapsrådets principer om informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet ska man göra sina etiska övervägande (Vetenskapsrådet, 2012). Det etiska övervägandet i denna uppsats berör det empiriska

materialat som används bestående av HVB-hemmens hemsidor. HVB-hemmens hemsidor är offentligt publicerade på internet, så de är tillgängliga för allmänheten. Det innebär att de etiska resonemanget kring mitt material inte behöver fördjupas då mitt syfte är att analysera innehållet av text på hemsidorna. Det finns namn med på personer med anknytning till HVB-hemmen i det empiriska materialet som figurerar på HVB-hemmens huvudsida, men eftersom att HVB-hemmens hemsidor är offentligt publicerat material förekommer de namn i det empiriska materialet.

4. Teori

Utgångspunkten i uppsatsen är hur offentliga och privata aktörer förhåller sig till varandra på en marknad där det råder konkurrens, mina frågeställningar baserar sig på hur det skiljer sig åt och liknelser mellan dessa aktörer som är verksamma på samma marknad. För att skapa förståelse för det valda området kommer jag att analysera mitt material med nyinstitutionell teori. Nedan kommer jag att ge en introduktion till nyinstitutionell teori och introducera begrepp som kommer att användas i analysen.

Nyinstitutionalismen har sitt ursprung ifrån 1970- talet utifrån en period då organisationsanalysen utvecklades och man fick andra perspektiv på hur organisationer samspelade (Johansson, 2006). Nyinstitutionalismen innebar ett nytt sätt att se på förhållanden mellan organisation och omgivningen, som då blev mer central i organisationsanalysen. Samspelet mellan de sociala och kulturella förhållandena mellan organisation och omgivning är det som anses vara det främsta intresset beskriver Johansson (2006). Enligt nyinstitutionalismen anpassar sig organisationer till institutionella krav som finns i omgivningen i form av lagstiftning, professionella och politiska beslut. Nyinstitutionalismen kom till Sverige via företagsekonomi men kom under senare delen av 90-talet få fäste inom det sociologiska området (ibid.). När teorin introducerades i Sverige så skedde det i mindre omgångar vilket medförde att vissa delar av teoribildningen ansågs vara av större intresse.

Eriksson- Zetterqvist, Kalling och Styhre (2012) beskriver att det finns organisationsmyter bland organisationer och dessa organisationsmyter kan fungera som formella strukturer. En organisationsmyt kan påverka andra organisationer inom samma område att uppträda på liknande sätt eller få andra organisationer att behålla en föreställning kring organisationen. Ur en synvinkel kan myter skapa positiva aspekter eftersom det legitimerar organisationer att

fortsätta arbeta formellt med deras arbetsuppgifter samtidigt som de ger organisationer möjlighet att utföra informella arbetsuppgifter (ibid.). Nyinstitutionell teori beskriver hur organisationer kan löskoppla sig ifrån den formella strukturen genom att separera det som praktiskt utförs ifrån den formella strukturen. Detta fenomen innebär att organisationen har två strukturer varav den ena är formell och den andra är informell. På så sätt kan organisationer utåt sett arbeta med det som organisationen anses arbeta med och på insidan arbeta på ett andra sätt. Detta fungerar på grund av att både omgivning och personal förutsätter att organisationen arbetar enligt de myter som finns och utifrån de antagande kan organisationer fränkoppla en del av arbetet ifrån de institutionella krav som de befinner sig under (ibid.). Det som organisationer vinner på att löskoppla sig från den formella strukturen är ett eget utrymme med möjlighet att skapa en organisationsidentitet som utförare och i vis mån distans till omgivningen.

De institutionella kraven påverkar organisationer att sträva efter en strukturell överensstämmelse och det påverkar organisationers förmåga till att anpassa sig och överleva. Johansson (2006) redogör för hur homogeniseringen av organisationer genomförs med DiMaggio och Powells begrepp isomorfism. Detta isomorfism begrepp delas upp i olika kategorier av isomorfism som tvingande isomorfism, mimetrisk isomorfism och normativ isomorfism. Den tvingade isomorfismen är den process som sker när organisationer måste anpassa sig till krav som kommer ifrån andra styrande organ så som staten. Mimetrisk isomorfism är när organisationer börjar eftersträva att likna mer framgångsrika organisationer inom samma område. Normativ isomorfism är när det inom organisationer blir norm att personal ska inneha professionell utbildning. Organisationer har ett behov av att utskilja sig ifrån andra organisationer och vara unika, genom att organisationerna skapar sig en egen identitet utskiljer dem sig från andra organisationer på det gemensamma organisationsfältet. Det kan märkas bland de privata HVB-hems aktörer genom att de vill utskilja sin verksamhet gentemot andra verksamheter genom att ha en nisch på sin verksamhet.

Grape (2006) presenterar begreppet verksamhetsdomän som innebär det område med aktiviteter som angränsas av de samarbetade aktörer som verkar på område. För att analysera hur organisationer agerar som de gör använder man begreppet domänanspråk, en organisations domän utgörs tydligast av de gemensamma målen som organisationerna eftersträvar. När man analyserar ett organisatoriskt område behöver man först utskilja en tydlig verksamhetsdomän och se till organisationernas domänanspråk. Inom en verksamhetsdomän kan det uppstå domänkonflikt och domänkonsensus. Det först nämnda sker när organisationer inte har skapat unika domänanspråk för att skapa sig legitimitet

gentemot de andra organisationerna (ibid). Domänkonsensus uppstår då alla aktörer inom en verksamhetsdomän är överrens kring vilka uppgifter som ska utföras av de olika aktörerna. Grape använder dessa begrepp när han har jämfört två olika projekt där flera olika aktörer samverkar och utifrån dessa begrepp förklarar han hur samspel både kan vara framgångsrika och mindre framgångsrika. För analys anser jag att dessa begrepp kommer att förklara hur samspelet på den gemensamma marknaden kan betraktas och hur interaktionen mellan organisationerna förhåller sig ur ett nyinstitutionellt perspektiv. Nyinstitutionalism kan beskrivas utifrån flera perspektiv och vidare ska jag beskriva teorin ifrån ett marknadsorienterat perspektiv.

Blom (2006) presenterar marknadsorientering inom socialtjänstens individ och familjeomsorg som bidragit till en förändring inom den offentliga sektorn som allt mer börjar likna den privata sektorn. Det innebär att den offentliga sektorn idag är mer marknadsorienterad. Enligt nyinstitutionell teori anses organisationer vara öppna enheter som påverkas av omgivningen. I den marknadsorienterade utvecklingen påverkar det till att den offentliga sektorn att tänka utifrån termer som ökad effektivitet, ökad ekonomisk styrning och ökade krav på enskilda arbetare att arbeta produktivt (ibid.). Utvecklingen förändrar den offentliga sektorn att allt mer likna den privata sektorn, vilket är ett exempel på hur omgivningen påverkar organisationer. Marknadsorienterade förändringar handlar inte enbart om organisationsförändringar utan även språket förändras inom organisationen och blir ekonomiskt inriktat menar Blom (2006). Dominerande organisationer på ett verksamhetsfält blir uppstöttade av icke dominerande organisationer inom verksamhetsfältet, därför beror organisationers möjlighet att överleva på deras position i verksamhetsfältet (Eriksson-Zetterqvist, 2009). De organisationer som inte är dominerande inom verksamhetsfältet befinner sig i en beroendeställning till de dominerande organisationerna eftersom det är i denna position som deras organisation överlever (ibid.). Det medför att organisationer inom ett verksamhetsfält börjar efterlikna dominerande organisationer och därför börjar likna varandra enligt mimetrisk isomorfism. Detta innebär en homogenisering inom verksamhetsfältet och det begränsar organisationernas möjlighet att utvecklas självständigt (ibid.).

4.1 Marknadsföring

Jag kommer att introducera begreppet marknadsföring och i vilket syfte företag använder sig av marknadsföring som strategi. Marknadsföring är ett begrepp som innefattar flera olika arbetsprocesser där man utifrån den marknad där man är verksam ser över i olika aspekter för

att göra strategiska beslut, enligt Agndal & Axelsson (2012). Enligt Agndal & Axelsson (2012) så finns det fyra grundprinciper man utgår ifrån för att skapa konkurrens och det är produkt, plats, pris och promotion. Dessa principer gäller även för HVB-hemmen när de ska sälja in vårdplatser, dock är det fler faktorer som är betydelsefulla. Företagen som matchar sina kunders krav och har en god kommunikation emellan sig är betydelsefull för att relationerna mellan parterna ska bli långvariga (ibid). HVB-hemmen har ofta en nisch som innebär en specialisering med att ta emot klienter med speciell problematik eller att de arbetar enligt en viss metod. Genom att använda sig av denna metod skapar företagen en dominans inom en marknad menar Agndal & Axelsson (2012).

När HVB-hem säljer tjänster är det viktigt att själva kunden är nöjd med tjänsten, en faktor som man inte kommer nära i uppsatsen. Det är socialnämnden som avgör vad som ska ingå i vårdplatsen på HVB-hem och avgör den kostnadsmässiga gränsen i förhandling med ramavtalen. När det handlar om tjänstproduktion så är det kvalitéstyrning samt att komma på rätt nivå med kundens förväntningar som är centrala (ibid). En möjlig utgångspunkt utifrån det är att HVB-hemmen möjliggör sin förmåga att konkurrera genom att ha en special inriktad kompetens samt att man uppvisar en god kvalitet av vården.

5. Resultat och Analys

5.1 Tabeller av det empiriska materialet

Analysen har jag valt att dela upp i två delar varav den första består av resultatredovisning av empiriska materialet som består av två skilda tabeller för de kommunala och privata HVB-hemmen. Efter tabellerna kommer jag att göra analys och komparation mellan de privata och kommunala HVB-hemmen med nyinstitutionell teori och marknadsföringsbegreppen produkt, plats, pris och promotion. Jag kommer använda marknadsföringsbegreppen i analysen för att framhäva olika perspektiv i HVB-hemmens marknadsföring. Den nyinstitutionella teorin skapar en förståelse för HVB-hemmens marknadsföring utifrån ett organisatoriskt perspektiv.

Tabell 2. Huvudsida av privata HVB-hem

HVB-hem	Professionalitet och kompetens	Beskrivning av barn och unga	Arbetsmetod	Marknadsföring
Apelgården	-	-	-	I menyraden: Boende/Kostnad, verksamhetsve

				cka
Gutebäckens ungdomshem	Anställda är medlevare	Barn/ungdomar 15-20 år, behandlingsplaceringar, utredningsplaceringar, neuropsykiatriska diagnoser, missbruk, kriminalitet, delaktighet, engagerad, trivas, behandlingsresultat, sammanhang, meningsfullhet.	Fokus på det friska, förändringsarbete, Positive behavior Support (PBS), bekräftar och belönar tydliga ramar och struktur	Utredningsplacerade, behandlingsplacerade, även ensamkommande barn/ungdomar, unikt boende, lantlig miljö, parkliknande trädgård, statyer och installationer från gotländska konstnärer, fridfullt, kvalitativ tid
Andersson-Piltz ungdomshem	Familjeföretag, utvecklas efter egen förmåga, fyra platser, mindre grupp	Pojkar 13-21 år, Psykosocial neuropsykiatrisk relation och identitetsproblematik.	-	Träningslägen heter för 18-23 år, gott samarbete med grund- och gymnasieskola, erbjuder psykolog och psykiatrisk utredning, ”Det lilla hemmet med stor kompetens”- står på deras logga
Behandlingshemmet 4:e Våningen	God hälsa, nätverksarbete, familjärt, fem inskrivna, positivförstärkning, individuellt anpassat, FN:s barnkonvention ”barnets/ungdomens bästa”, Gylleneregeln. Ledstjärnor i arbetet- omsorg, respekt, fostran, fokus på skolgången, samarbete med socialsekreterare, relation/ anknytning	Ungdomar 13- 20 år, neuropsykiatriska diagnoser och symptom och psykosocial problematik.	BBIC	Varierade fritidsmöjligheter, syskonkänsla
Diö HVB	Kvalitativt alternativ för målgruppen, positiv utveckling, individuellt stöd och behandling, tillgodogöra normer, värderingar, positiva verktyg, ansvarstagande fungerande samhällsmedborgare, humanistiskt förhållningsätt	Upplevelse av sin problematik, ungdomens hjälpbehov, egen takt och förmåga.	Salutogent perspektiv med kognitiva verktyg	Personliga relationer, stimulerar kreativitet och självkänsla, akutplacering, dygnet runt alla årets dagar, besörjer hämtning av ungdomar i

				hela landet
Asp Center	Individer med neuropsykiatriska funktionshinder, funktionsnedsättningar, psykosociala problematik, utvecklingsstörningar, LSS § 9:8, § 9:9 och SOL, individanpassade lösningar efter individens behov, förutsättningar och önskamål.	Individer av båda könen från 14 år och uppåt, LSS § 9:8, § 9:9 och SOL	Stöd och hjälp att anpassa sig i miljön, fysisk och psykosociala, hemma, studier, fritid	Tar emot gäster (placerade), omgivningen s förståelse, rimliga förväntningar, lämpligt bemötande, acceptans
Atlas bo	-	-	-	Verksamhet sedan 1993, bedrivs av Annsophie Grahn och Raija Puustak Aldén.
Essagruppen	Familjehem, utslusningslägenheter, spetskompetens med romska barn och ungdomar, bredd kunskapsbas, långerfarenhet, utbildad i ART.	Pojkar mellan 14-18 år.	Utbildad i ART(Aggression replacement training), flera metoder att tillgå	Ett unikt HVB-hem, familjära, längst ner på sidan står de tre olika HVB-hem med 5-8 platser samt antal lediga platser
Alba Camp gård	Coaching, träningslägenheter, samverkan med familjen, erfarenhet av ensamkommande flyktingbarn, ungdomar i psykosociala svårigheter, familjearbete, närhet och trygghet	-	Hur ungdomen vill ha det i framtiden, hantera svårigheter, tydliggöra det som fungerar	Erbjuda det bästa och effektivaste stödet, familjer och ungdomar, lång erfarenhet, framgångsrikt arbete, Göteborg sedan 1981
Skäbo	Socionom, pedagogik, genusvetenskap, sociologi, sociala omsorgsprogrammet Örebro Universitet, behandlingspedagogik, undersköterska, ART-instruktör, max 5 flickor, fjärde HVB-hemmet i företagens regi	Flickor 13-20 år, attityd- och relationsproblem, ADHD, neuropsykiatriska diagnoser, akuta- och utrednings placeringar, behandlingsplan med stöd av observationer, sysselsättning efter behov. LVU, SoL	KBT (Kognitiv beteende terapi), sunda och hållbara relationer, personal och placerade, beteende analys, beteende kontakt, behandling fasindelad, ART(Aggression replacement training), ”vettiga” fritidsaktiviteter, utvärdering/	Litet samhälle, närhet till skola och praktikplatser, behandling indelad i faser, tydlig struktur och gränssättning, självbestämmande, erbjuder vårdnadshavare föräldrar utbildning,

			uppföljning, skattningstabeller	konsulter: psykolog, allmänläkare, psykiatriker, drogterapeut och lärare.
--	--	--	------------------------------------	--

Källa: Respektive HVB-hem 2012-12-10, se referenslista.

Tabell 3. Huvudsidan av kommunala HVB-hemsidor

HVB-hem	Professionalitet och kompetens	Beskrivning av barn och unga	Arbetsmetod	Marknadsföring
Giovannis akut och korttidsboende	Tio platser, lägenhetskorridor, tar emot akut och planerat.	Ungdomar 15-20, enligt SoL eller LVU, Pojkar och flickor	-	Centralt på Södermalm, ” Vid förfrågning om platser eller boende ring 08-508 48 277”
Östertull HVB	-	Skriven på Gotland, tränas till självständigt liv	Miljöterapeutisk grund, ART (Aggression replacement training), social färdighetsträning	Planerar föräldrarutbildning för föräldrar till ungdomar som är placerade i framtiden.
Stadsskogen	Tar emot ifrån egna hemmet, tidigare placering ex. familjehem eller annat hem för vård eller boende (HVB).	Flickor och pojkar 14-20 år, av anledning inte kan bo hemma eller i sitt eget boende, egen vilja att bli placerad, arbeta för positiv förändring.	Systemteoretiskt förhållningssätt	Centralt i Uppsala, nära samarbete med familjer och socialtjänst.
Tellus ungdomsboende	Målbaserat praktiskt boendestöd, behovsstyrt psykosocialt stöd och individuell psykosocial behandling, boendestöd, boendeträning, psykosocial behandling.	Mellan 18-22 år, lämnar institution/familjehem, fortsatt placering på hemmaplan, kombinerat social och neuropsykiatrisk problematik	Kartläggning 4 veckor, social och praktisk färdighetsträning, individuella stöd och förändringssamtal, stöd i sysselsättning, stödsamtal med familj och nätverk	Stadigvarig förändring, leva självständigt liv, nätverksarbete, varaktigt stöd i påbörjan till vuxenlivet, livskvalité
Ungdomsenheten Fyren	-	Ungdomar 15-20 år, problematik och inte kan bo hemma, behandling till ungdomar och deras familjer, fullfölja sin skolgång	-	Tillsyn av socialstyrelsen, länkar till en oanmäld- och föranmäld inspektion på Fyren HVB

Älby akut- och utredningshe- m	Placering kan ske akut eller planerat	Ungdomar, pojkar och flickor, 13-20 år, tillgång till undervisning i skola, samverkar med hemskola, återgå till ordinarie skola, tar emot främst inom kommunen	Välstrukturerad vardag, enskilt schema	Tar emot främst inom kommunen
---	---------------------------------------	--	--	-------------------------------

Källa: Respektive HVB-hem 2012-12-10, se referenslista.

5.2 En verksamhetsdomän

Alla HVB-hemmen befinner sig på en marknad där de konkurrerar med varandra om att sälja sina vårdplatser till kommunen. Marknaden är styrd av Socialstyrelsens krav på HVB-hemmen, ramavtalen med kommunerna och de sociala och kulturella kraven ifrån samhället. Enligt Grape (2006) utgörs en verksamhetsdomän av det aktivitetsområde som verksamheterna bör samarbeta kring. Den begränsade HVB-marknaden där de endast kan sälja sina vårdplatser till kommunen och samarbetet med kommunerna uppfyller Grape definition för en verksamhetsdomän. HVB-hemmens möjlighet att utskilja sig inom verksamhetsdomänen är genom att skaffa sig ett domänanspråk. Ett domänanspråk kan legitimera en verksamhet att vara företrädare inom ett särskilt område (ibid.).

Inledningsvis ska det notera att alla kommunala HVB-hemmens hemsidor är presenterade på kommunernas hemsidor med undantag för Exit Stockholm. Exit Stockholm har en egen hemsida och urskiljer sig i urvalet av de kommunala HVB-hemmen. Bland de privata HVB-hemmen är alla presenterade på en egen hemsida förutom Skäbo HVB-hem vars hemsida är en undersida på Staffansbogruppens hemsida. Av de totalt tjugo hemsidorna i urvalet var det tre som inte omnämns i någon av kategorierna i större utsträckning, de privata HVB-hemmen Apelgården och Atlas bo samt det kommunala HVB-hemmet Exit Stockholm. Enligt Eriksson- Zetterqvist, Kalling och Styre (2012) finns det organisationsmyter bland organisationer som en formell struktur och på så sätt påverkar organisationsmyterna att uppträda enligt dessa på ett liknande sätt. HVB-hemmens hemsidor kan antagas innehålla viss information för att marknadsföra produkterna och därav vara utformade på ett visst sätt.

5.3 Pris

Kostnaden är en av marknadsföringsprincipernas fyra grundprinciper. Det förhandlas om prissättningar för HVB-vårdplatserna i samband med upphandlingen av kommunerna. Det innebär att uppsatsen inte kan närma sig prissättningen av HVB-hemmens vårdplatser utan endast de faktorer som kan påverka prissättningen för vårdplatserna. Upphandlingen av HVB-hemmens vårdplatser försätter HVB-aktörer i en konkurrens position mot varandra för att

skattemedel ska användas effektivt menar Forkby & Höjer (2008). De privata HVB-hemmen är beroende av att sälja sina vårdplatser på marknaden till skillnad gentemot de kommunala HVB-hemmen som är skattefinansierade. Av det empiriska materialet har det privata HVB-hemmet Apelgården hemsida en ikon med texten ”boende/kostnad” i menyraden. Det nämns inte på övriga hemsidor i det empiriska materialet.

5.4 Plats

Plats är en av de fyra grundprinciper som används när man skapar konkurrens (Agndal & Axelsson, 2012). Det innebär för HVB-hemmen att det både är HVB-hemmets lokalisering samt antalet vårdplatser som är en av de fyra faktorerna i HVB-hemmens konkurrensförmåga mot de andra HVB-hemmen. HVB-hemmen i urvalet skiljer sig åt med antalet vårdplatsantal mellan kommunala och privata HVB-hem. Bland de privata HVB-hemmen är platsantalet mellan fyra och åtta vårdplatser och bland de kommunala HVB-hemmen mellan sex och tio vårdplatser. Det privata HVB-hemmet Essagruppen utskiljer sig genom att på sin hemsida visa hur många vårdplatser som finns tillgängliga. Både de kommunala och privata-HVB-hemmen marknadsför HVB-hemmets lokalisering på hemsidorna genom att presentera verksamhetens lokalisering och beskriva omgivningen kring HVB-hemmet. Dessa beskrivningar är lika vanliga bland de kommunala och privata HVB-hemmen, och en del beskriver vilka möjligheter det finns till rekreation i samband med omgivningen och andra fördelar med HVB-hemmets lokalisering. Den marknadsorienterade utvecklingen inom socialtjänstens individ och familjeomsorg är en bidragande faktor till att den offentliga sektorn påverkas till att efterlikna den privata sektorn (Blom, 2006). De finns flera likheter kring hur HVB-hemmen presentera sin kapacitet och lokalisering på hemsidorna mellan de kommunala och privata HVB-hemmen. Den främsta skillnaden är antalet vårdplatser som skiljer mellan de kommunala och privata HVB-hemmen då de kommunala HVB-hemmen har fler antal vårdplatser än de privata HVB-hemmen. Marknadsorienteringen påverkar den offentliga sektorn att eftersträva ekonomisk effektivitet och ökad produktivitet (ibid.). Därav kan antalet vårdplatser bland kommunala HVB-hem vara en konsekvens av effektivitet. Bland de privata HVB-hemmen presenteras antalet vårdplatser till en fördel som exempel privata HVB-hem Andresson- Piltz vars logotyp säger ” Det lilla hemmet med stor kompetens”. Den offentliga sektorn efterliknar den privata sektorn och då handlar det om att leva upp till föreställningar om att vara produktiva och effektiva.

5.5 Marknadsföring och Promotion

Kategorin marknadsföring har som syfte att uppmärksamma innehållet på HVB-hemmens hemsidor som är strategiska bemärkelser av HVB-hemmen utifrån deras marknadsläge. Marknadsföring innebär olika arbetsprocesser som verksamheter gör genom strategiska beslut utifrån marknaden (Agndal & Axelsson, 2012). Det är en bred variation av marknadsföring av HVB-hemmen i urvalet eftersom marknadsföringen kan framhäva HVB-hemmen på olika sätt. Promotion tillhör en av de fyra grundprinciperna av konkurrens (ibid.).

Den nyinstitutionella teorin beskriver hur organisationer anpassar sig av institutionella krav och olika processer av isomorfism. De privata HVB-hemmen Atlas bo och Alba Camps hemsidor står årtalen för verksamhetens uppstart, 1993 respektive 1991. Det blev med den nya Socialtjänstlagen 1982 möjligt för privata aktörer att etablera sig på välfärdsmarknaden. Det kan förstås som att dessa två HVB-hem har en god förmåga att anpassa sina verksamheter efter utvecklingen i samhället och de institutionella krav och på så sätt vara starka konkurrens på HVB-marknaden. Andra exempel på att promotera sin verksamhet är det kommunala HVB-hemmet Fyrens hemsida visar som har länkar till två inspektioner av Socialstyrelsens varav en föranmäld och en oanmäld.

Promotion av HVB-hemmens lugna och vackra omgivning förekommer både bland de kommunala och privata HVB-hemmen, speciell beskrivning görs av det privata HVB-hemmet Gutebäckens ungdomshem vars hemsida beskriver en unik och vacker omgivning med en parkliknande trädgård och statyer samt installationer av gotländska konstnärer. Det finns även promotioner av framtida planer på den kommunala HVB-hemsidan Östertull HVB-hem som planerar att starta utbildning för föräldrar vars barn är placerade på Östertull HVB-hem.

De likheter som man kan utläsa ifrån det empiriska materialet bestående av kommunala och privata HVB-hem visar på att det finns flera likheter kring hur HVB-hem marknadsför sina verksamheter på hemsidor. Enligt Eriksson- Zetterqvist (2009) är det inom ett verksamhetsfält endast möjligt för de mindre dominerade verksamheterna att överleva genom att efterlikna de dominerande verksamheterna inom verksamhetsområdet. De likheter som finns mellan kommunala och privata HVB-hem kan vara ett resultat av att det finns en styrning inom verksamhetsområdet där det krävs att organisationerna anpassar sig till de dominerande organisationerna på verksamhetsområdet. Det medför att organisationer efterliknar varandra och det uppstår en homogenisering av verksamhetsfältet.

5.6 Produkt

HVB-hemmens produkt är vårdplatser och konkurrensen mellan HVB-hemmen baserar sig på produktens utformning utifrån faktorer som målgrupp, arbetsmetod, professionalitet och kompetens. Det empiriska materialet visar att det finns en variation mellan HVB-hemmens målgrupp, arbetsmetod, professionalitet och kompetens. Genom att HVB-hemmen gör anspråk på olika område skapar de ett domänanspråk och utskiljer sig gentemot de andra HVB-hemmen. Uppstår det konflikter på en verksamhetsdomän utifrån att man inte är överrens mellan domänanspråken uppstår det domänkonflikter (Grape, 2006).

Presentationen och beskrivningen av barn och ungdomar som målgrupp på hemsidorna beskrivs utifrån ålder, problematik, diagnos, lagrum och olika former av HVB-placeringar. Enligt nyinstitutionell teori utvecklas organisationer inom samma verksamhetsområde att efterlikna varandra samtidigt som organisationerna har ett behov av att vara unika och utskilja sig från de andra organisationerna. HVB-hemmen kan utskilja sig och skapa en egen identitet genom att forma sin målgrupp och behandling efter organisationens egen styrning.

Det är ungefär lika många kommunala som privata HVB-hem som på hemsidorna beskriver sin verksamhets målgrupp utifrån deras ålder och problematik som är ADHD diagnoser, neuropsykiatriska diagnoser, psykosocial problematik, missbruk, kriminalitet, relationsproblematik och social problematik. HVB-hemmen tar emot målgruppen enligt olika placeringar som akutplaceringar, ifrån tidigare HVB-placeringar, familjehem, utredningsplaceringar och behandlingsplaceringar. De kommunala Giovannis akut- och korttidsboende och Eksätra behandlingshem samt de privata Asp Center och Skäbo HVB-hem skriver på sina hemsidor ut enligt vilka lagrum som de tar emot den placerade målgruppen. Lagen är ett institutionellt krav som HVB-hemmen är tvingade att anpassa sig efter och är på sätt en process av tvingande isomorfism.

I det empiriska materialet visar det sig att kommunala Östertull HVB endast tar emot ungdomar som är skrivna på ön och Älby akut o-och utredningsenheten främst tar emot inom kommunen. Dessa två kommunala HVB-hem konkurrera inte på samma vis som de andra HVB-hemmen på marknaden eftersom de är inriktade för en lokal och regional målgrupp. Den begränsningen finns bara bland de kommunala HVB-hemmen, anledningen till varför de bara tar emot ifrån sina egna kommuner går inte att definiera men kan bero på kommunala avtal. Det kan bero på argument för ett nära samarbete och med barn och ungdomens nätverk ect. Bland de privata HVB-hemmen finns det ingen liknande begränsning av geografiskt

ursprung för barn och ungdomar. I övrigt visar granskningen av HVB-hemmen att det finns många likheter kring hur de beskriver barn och ungdomar samt placeringar mellan de kommunala och privata HVB-hemmen. Det är dock endast två kommunala HVB-hem som beskriver att verksamheten är till för ungdomar som av någon anledning inte kan bo kvar hemma och på så sätt ger en generell förklaring av verksamheten.

På hemsidorna beskriver HVB-hemmen hur verksamheterna arbetar tillsammans med ungdomarna. De är tre privata HVB-hemmen som på sin hemsida beskriver ett förhållningssätt där barn och ungdomar ska vara delaktiga och få utvecklas efter egen förmåga och takt. Exempel på det är Diö HVB-hem vars hemsida beskriver att man vill arbeta utifrån vad ungdomen själv anses sig vara sin problematik och arbeta efter egen takt. På Gutebäckens ungdomshem hemsida beskrivs det att man är måna om att ungdomen trivs på boendet eftersom att det är en förutsättning för bra behandlingsresultat. Dessa två exempel ger olika perspektiv på ungdomars delaktighet och är viktigt i behandlingsprocessen. Efter intervju med barn och unga som är placerade på familjehem och HVB-hem har Barnombudsmannen riktat kritik emot barn och ungdomars delaktighet i placering på familjehem och HVB-hem (Barnombudsmannen, 2011). Det är ett viktigt och aktuellt område för HVB-hemmen att arbeta med barn och ungas delaktighet i vården (Socialstyrelsen, 2012). Det kan inte uteslutande att de andra HVB-hemmen i urvalet arbetar med barn och ungdomars delaktighet, men det presenteras inte någon text som informerar om barn och ungdomars delaktighet på huvudsidan av deras hemsida. Socialstyrelsen är en styrande organisation vars riktlinjer och krav HVB-hemmen måste anpassa sig efter. Det är enligt nyinstitutionell teori en process av tvingade isomorfism när organisationer anpassar verksamheten efter de styrande organisationerna (Grape, 2006).

5.7 Professionalitet, kompetens och arbetsmetod

Enligt Sallnäs (2005) har HVB-hem med speciell behandling en utbildad personal som kan genomföra behandlingen. Det innebär att HVB-hem med utbildad personal och speciell behandling påverkar priset på vårdplatsen som produkt. Sju av de privata och sex av de kommunala HVB-hemmen beskriver på hemsidan om deras arbetsmetod och arbetssätt som verksamheten arbetar efter. Både kommunala och privata HVB-hem beskriver arbetsmetoder som kognitiv beteendeterapi, boende stöd, psykosocialt stöd etc. Majoriteten av HVB-hemmen hade ett eget förhållningssätt och det går att utläsas av tabellerna, därav kommenterar jag det inte ytterligare. Specifika behandlingsmetoder som KBT (kognitiv beteende terapi), ART (Aggression replacment traning), PBS (Positive behavior support),

BBIC (Barnets behov i centrum) och CRA (Community reinforcement approach) nämns både bland kommunala och privata HVB-hem. Av de kommunala HVB-hemmen i urvalet beskrivs inte personalens kompetens eller utbildning till skillnad mot de privata HVB-hemmen. De privata HVB-hemmen beskriver på varierande sätt om personalens utbildning och kompetens. Exempelvis det privata HVB-hemmet Skäbo presenterar personalgruppen efter profession och kompetens i jämförelse med Essagruppen som beskriver att all personal är utbildade i ART (Aggression replacement training). Enligt Wiklund (2012) har resultat av Socialtjänstens tillsyn visat att de kommunala HVB-hemmen har högre utbildad personal än de privata HVB-hemmen. Normativa isomorfismen innebär att när personal med utbildning inom organisationer blir norm. Det privata HVB-hemmen i urvalet framhäver personalens kompetens och utbildning på huvudsidan av hemsidan. Människobehandlande organisationer anpassar sig efter krav ifrån omgivningen och legitimerar på så sätt sin verksamhet menar Levin (1998). Hemsidorna lämnar en formell beskrivning av HVB-hemmens verksamhet som det utifrån sett arbetar enligt.

Enligt Levin (1998) kan krav ifrån omgivningen innebära komplicerade förhållande av kulturella och statliga normer och att det kan förhålla sig annorlunda inom organisationen. Därav kan organisationerna löskoppla sina verksamheter ifrån den formella strukturen, vilket fungerar så länge både omgivning och personal förutsätter att man arbetar enligt de organisationsmyter man byggt upp. Ifrån det empiriska materialet står det på Essagruppens hemsida att personalen är utbildad i ART och att det finns andra metoder att tillgå utan att definiera. Den formuleringen kan göra det möjligt för HVB-hemmet att påverka verksamhetens arbetssätt och metod. Det är en balansgång mellan vad som förutsätts av organisationer och vad som verkligen sker inom organisationen (ibid.). Både kommunala och privata HVB-hem beskriver på sina hemsidor att det arbetar samverkande med omgivningen i olika nivåer samt att man vill främja kontakten med den placerades familj och övriga nätverk.

Det privata HVB-hemmet Essagruppen har spetskompetens med att arbeta med romska barn och ungdomar utifrån deras långa erfarenhet, och de beskriver HVB-hemmet som unikt på hemsidan. Professionalitet och kompetens beskrivs på varierande sätt mellan de privata HVB-hemmen och kommunala HVB-hemmen. Enligt Hartman(2011) drivs argumentet för privatisering enligt dess ekonomiska fördelar och bättre kvalitet. Det empiriska materialet av HVB-hemmens huvudsidor innehåller beskrivningar av metoder och personal som utgör två faktorer som indikerar på vårdplatsens kvalitet.

De privata HVB-hemmen fördjupar sina beskrivningar av arbetsmetoder och redogör för vilket synsätt man har på arbetet tillsammans med barn och unga. De förväntningar som finns på barn och ungdomar under deras placeringstid samt deras utveckling beskrivs av de privata HVB-hemmen. Den mimitriska isomorfismen innebär en process som organisationer genomgår för att efterlikna andra framgångsrika organisationer. De privata HVB-hemmen kan efterlikna varandra i beskrivning av personal och deras förväntningar av utvecklingen av barn och ungdomar. Liknande beskrivningar förekommer inte bland de kommunala HVB-hemmen.

5.8 Sammanfattning av analysen

I min analys av det empiriska materialet återfinns det både likheter och skillnader mellan de kommunala icke vinstdrivande HVB-hemmen och de privata vinstdrivande HVB-hemmens marknadsföring. Marknadsorienteringen New Public Management (NPM) påverkar den offentliga sektorn att bli mer ekonomisk orienterad (Hartman, 2011). Det har medfört att den offentliga sektorn har fått anpassa sig till den privata marknaden (Blom, 2006). En huvudsaklig skillnad är att majoriteten av de kommunala HVB-hemsidorna består av en undersida på kommunens hemsida, vilket innebär att de är likartade i sin utformning av text och utrymme. De privata HVB-hemmens hemsidor består av HVB-hemmens egen hemsida med undantag för Skäbo. De privata HVB-hemmen är till skillnad mot de kommunala HVB-hemmen privatägda och vinstdrivande då de kommunala HVB-hemmen är statligt drivna och utan vinstintresse. HVB-hemmen agerar på en marknad med skilda bakgrunder, men inom verksamhetsdomänen är HVB-hemmen beroende av att följa samma kriterier och lagstiftning.

Resultatet av HVB-hemmens marknadsföring av hemsidor visar att det finns flera likheter mellan i HVB-hemmen. HVB-hemmen är organisationer som är tvungna att anpassa sig efter formella krav från lagstiftning och myndigheter. Det benämns inom nyinstitutionell teori som tvingande isomorfism som baseras på politiska beslut och lagstiftning (Eriksson-Zetterquist, Kalling, & Styhre (2012). Den tvingade isomorfismen utgör grundförutsättningarna för att HVB-hemmen ska kunna existera och agera enligt kraven. Det empiriska materialet visar att HVB-hemmen på liknande sätt presenterar sina verksamheter och enligt den mimetriska isomorfismen handlar det om att organisationerna efterliknar andra framgångsrika organisationer. För organisationer som är osäkra på olika sätt innebär den mimetriska isomorfismen en möjlighet att efterlikna framgångsrika organisationer och på så vis eftersträva deras legitimitet på samma område (ibid.).

Majoriteten av HVB-hemmens hemsidor presenterar information inom de kategorierna i analys-schemat, vilket innebär flera likheter i marknadsföring och omfattningen av information. Den efterliknelse som finns i det empiriska materialet av HVB-hemmens hemsidor antyder på en homogeniseringsprocess. En homogeniseringsprocess uppstår när organisationer börjar efterlikna varandra vilket medför att organisationer inom ett område tenderar att likna varandra (ibid.). Detta begränsar organisationers möjlighet att utvecklas självständigt vilket betyder att de påverkar HVB-hemmens möjlighet till att vara självständiga organisationer och utskilja sig gentemot andra HVB-hem.

Skillnaderna som finns mellan kommunala och privata HVB-hems sätt att marknadsföra sig kan tyda på en domänkonflikt inom verksamhetsdomänen eftersom få HVB-hem har skapat sig ett unikt domänanspråk som exempel Essagruppen som arbetar med romska barn och ungdomar. När aktörer gör domänanspråk anses det vara legitima företrädare inom verksamhetsdomänen (Grape, 2006). Av det empiriska materialet finns det mindre skillnader på HVB-hemmen utifrån deras målgrupp, behandling, arbetssätt och professionalitet. På så sätt kan man hävda att alla HVB-hem i urvalet hade skilda domänanspråk. Grape (2006) menar att domänkonflikter uppstår när inte alla aktörerna kommer överrens kring aktörernas uppgifter. HVB-hemmen befinner sig på en marknad där det råder konkurrens sinsemellan som grundar sig på prissättning av vårdplatser och HVB-hemmens utformning och egenskaper.

Organisationsmyter är organisationers möjlighet att framstå som rationella och legitima utförare för deras verksamhet (Eriksson-Zetterquist, Kalling, & Styhre (2012)). Det innebär att gemensamma myter för HVB-hemmen upprätthåller olika föreställningar och handlingar inom organisationerna. I det empiriska materialet finns det liknelser av beskrivningar på HVB-hemmens verksamheter, de beskrivningarna innehåller gemensamma benämningar av HVB-verksamheterna. De tre HVB-hem som inte presenterade sig på huvudsidan på hemsidan utskiljer i det empiriska materialet och utgör undantag i sina presentationer i jämförelse med övriga HVB-hem i urvalet. Organisationer riskerar att framstå som irrationella när de inte använder sig av de gemensamma benämningarna (ibid.). Det innebär att för organisationer finns det fördelar att likna varandra i sin utformning och använda sig av gemensamma benämningar för verksamheterna för att framstå som rationella utförare. HVB-hemmen är samtidigt människobehandlande organisationer som är utsatta av normer ifrån samhället om vad institutionsvård av barn och unga borde vara. Enligt Levin (1998) kritiseras ungdomsvården om den efterliknas ett fängelse eller en semester för unga.

Organisationernas mimetriska isomorfism får dem att eftersträva organisationer som är framgångsrika inom verksamhetsdomän och vinner på så sätt samma legitimitet. Marknadsföringen av HVB-hemmen kan på så sätt falla inom ramen för vad samhället anser vara ungdomsvård.

6. Avslutande diskussion

Det är rimligt att det finns skillnaderna på det organisatoriska fältet av HVB-hem och min föreställning innan uppsatsen var att skillnaderna skulle vara mer markanta än det jag upptäckte i min forskning. Det som har kommit fram under forskningsprocessen är begränsat av urvalet och därav inte generaliserbart på alla HVB-hemsidor, men det är intressanta skillnader och likheter som kan ge en förklaring utifrån teori. I ett större urval än det jag använde mig av skulle det vara möjligt att presentera ett mer tillförlitligt resultat vilket skulle kunna bidra som underlag för vidare forskning. Ett överraskande resultat i det empiriska materialet var de HVB-hemmen som inte marknadsförde sig via sin hemsida. Den iakttagelsen är intressant eftersom det bildar en lucka i studien och ifrågasätter uppsatsens utgångspunkt, att HVB-hem marknadsför sig.

Det finns en del begränsningar med uppsatsen, i mitt urval fick jag exkludera de HVB-hem som drivs av ideella organisationer på grund av att de inte fanns tillräckligt många av ideella HVB-hem i mina urvalsområden. Ideella HVB-hem hade förmodligen bidragit till ett mer heltäckande perspektiv av marknadsföring på HVB- marknaden. I det empiriska materialet har det varit en begränsning av kategorierna till huvudsidan eftersom man skulle få en mer djupgående presentation av HVB-hemmens arbetsmetoder på undersidor. I ett urval med färre HVB-hemsidor skulle en analys av hela hemsidan, huvudsida och undersidor vara möjlig. Det aktuella marknadsläget kommer göra det intressant att följa utvecklingen av HVB-hemmens marknadsföring. Den ökade konkurrensen på HVB-marknaden kommer förmodligen medföra ett behov av att fortsätta marknadsföra HVB-hemmens vårdplatser. En framtida forskning inom området vore intressant att genomföra utan ovan begränsningar.

7. Referenser

Agndal, H & Axelsson, B (2012) *Professionell Marknadsföring*. Studentlitteratur AB: Lund

Ahrne, G & Svensson, P (2011) *Handbok i kvalitativa metoder*. Malmö: Liber

Arken HVB Långared Ungdomshem

<http://www.hvbguiden.se/hvbhem/hemsida/id/6948>

(2013-08-30)

Asplind, A & Abdullah, M (2010) Upphandling och uppföljning av HVB- för barn och unga. Stockholm: Sveriges kommuner och landsting

http://brs.skl.se/brsbibl/kata_documents/doc39848_1.pdf

Barnombudsmannen (2011) *Bakom fasaden- barn och ungdomar i den sociala barnvården berättar*. Elander

Bergström, G & Boréus, K (2005) *Textens mening och makt*. Lund: Studentlitteratur

Blom, B (2006) ”Marknadsorientering av socialtjänsten- orsaker, motiv och effekter” I Ove Grape, Björn Blom & Roine Johansson (red.) *Organisation och omvärld- nyinstitutionell analys av människobehandlande organisationer*. Lund: Studentlitteratur

Borgnäs, 2009. ”Dålig kontroll av dyr ungdomsvård” (elektronisk)

http://svt.se/2.22620/1.1725777/dalig_kontroll_av_dyr_ungdomsvard

(2012-10-28)

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

Eriksson- Zetterqvist, Ulla (2009) *Institutionell teori- idéer, moden, förändring*. Malmö: Liber.

Eriksson-Zetterquist, U. Kalling, T & Styhre, A (2012) *Organisation och organisering*. Malmö: Liber.

Forkby, T & Höjer, S(2008) ”Ritual eller strategi- upphandling och ramavtal inom den sociala ungdomsvården” *Socialvetenskaplig tidskrift*, nr 2, 115-134

Grape, O(2006) ”Domänkonsensus eller domänkonflikt?- integrerad samverkan mellan myndigheter” I Ove Grape, Björn Blom & Roine Johansson (red.) *Organisation och omvärld- nyinstitutionell analys av människobehandlande organisationer*. Lund: Studentlitteratur

Hartman, Laura (2011) *Konkurrensens konsekvenser. Vad händer med svensk välfärd?* SNS förlag: Stockholm

Hasenfelt, Yeheskel (2010) *Human services as complex organizations*. Los Angeles: Sage

HVB-guiden

<http://www.hvbguiden.se/site/om-hvbguiden> (2012-11-27)

www.hvbguiden.se (2012-12-10)

Johansson, R(2006) ”Nyinstitutionell organisationsteori- från sociologi i USA till socialt arbete i Sverige”. I Ove Grape, Björn Blom & Roine Johansson (red.) *Organisation och omvärld- nyinstitutionell analys av människobehandlande organisationer*. Lund: Studentlitteratur

Levin, C (1998) *Uppfostringsanstalten*. Aktiv förlag: Lund

Momirovice, B (2009) *Image and text in advertising: an intermedial study of figures of speech and ekphrases*. Saarbrücken: Sudwestdeutscher Verlag für Hochschulschriften

Proposition 2005/06:46

<http://www.regeringen.se/content/1/c6/05/25/31/db8dc15e.pdf>

(2012-11-27)

Sallnäs, M (2005) ”Vårdmarknad med svårigheter- privata aktörer inom institutionsvården för barn och unga” *Socialvetenskaplig tidskrift*, nr 2-3, s226-245

Sallnäs, M (2012) ”Institutionsvård för barn och unga”. I Ingrid Höjer, Marie Sallnäs & Yvonne Sjöblom (red): *När samhället träder in- barn, föräldrar och social barnvård*. Studentlitteratur: Lund

Sallnäs, M, Wiklund, S & Östberg, F (2012) ”Organisering, sortering och marknadsorientering”. I Ingrid Höjer, Marie Sallnäs & Yvonne Sjöblom (red): *När samhället träder in- barn, föräldrar och social barnvård*. Studentlitteratur: Lund

Socialstyrelsen (2012) *Program för trygg och säker vård i familjehem och hem för vård eller boende*. Artikel 2012-6-22

Socialstyrelsen (2012) *Barn och unga i familjehem och HVB*. Artikel 2013-1-1

Stapel ungdomshem

<http://www.hvbguiden.se/hvbhem/hemsida/id/7077>

(2013-08-30)

Vetenskapsrådet (2012) *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. (elektronisk)

<http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>

(2012-10-29)

Wiklund, S (2012) ”Individ- och familjeomsorgens välfärdstjänster”. I Laura Hartman (red) *Konkurrensens konsekvenser- Vad händer med svensk välfärd?* SNS förlag: Stockholm

Z-gården

<http://www.hvbguiden.se/hvbhem/hemsida/id/6831>

(2013-08-30)

7.1 Empiriska material

Alba Camp Gården

<http://www.hvbguiden.se/hvbhem/hemsida/id/6934> (2012-12-10)

Andersson-Piltz ungdomshem

<http://www.hvbguiden.se/hvbhem/hemsida/id/7459> (2012-12-10)

Apelgården

<http://www.hvbguiden.se/hvbhem/hemsida/id/6890> (2012-12-10)

Asp center

<http://www.asperger.se/Pages/sv-SE/index.html> (2012-12-10)

Atlas bo ab

<http://www.atlasbo.com/index.html> (2012-12-10)

Behandlingshemmet 4:e Våningen i Jönköping AB

<http://www.hvbguiden.se/hvbhem/hemsida/id/7004> (2012-12-10)

Diö HVB, Crewford Care AB

<http://www.hvbguiden.se/hvbhem/hemsida/id/8015> (2012-12-10)

Eksätra, Uppsala kommun

<http://www.vardochbildning.uppsala.se/Omsorg/Barn-ungdom--familj/Anhorigvard111/Eksatra/> (2012-12-10)

Essagruppen

<http://www.hvbguiden.se/hvbhem/hemsida/id/7524> (2012-12-10)

Exit, Stockholm Stad. Rinkeby-Kista Stadsdelsförvaltning

<http://www.hvbguiden.se/hvbhem/hemsida/id/7526> (2012-12-10)

Giovannis akut och korttidsboende, Stockholms stad
<http://www.hvbguiden.se/hvbhem/hemsida/id/6790> (2012-12-10)

Gutebäckens ungdomshem
<http://kasamgarden.se/> (2012-12-10)

Multigruppen, Örebro Kommun
<http://www.hvbguiden.se/hvbhem/hemsida/id/7544> (2012-12-10)

Rosenhill, Uppsala kommun
<http://www.vardochbildning.uppsala.se/Omsorg/Barn-ungdom--familj/Anhorigvard111/Rosenhill/>(2012-12-10)

Skäbo, Staffansbgruppen vård och utbildning AB
<http://staffansbgruppen.se/page/main.php?page=4&menu=middle&in=2> (2012-12-10)

Stadsskogen, Uppsala kommun
<http://www.vardochbildning.uppsala.se/Omsorg/Barn-ungdom--familj/Anhorigvard111/Rosenhill/>(2012-12-10)

Tellus ungdomsboende, Jönköping kommun
<http://www.jonkoping.se/socialserviceomsorg/barnochungdomskontor/tellusungdomsboende.4.5f6990b6135d27202fb8112.html> (2012-12-10)

Ungdomsenheten Fyren, Ljungby kommun
<http://www.ljungby.se/Omsorg-och-stod/Ungdomar/Ungdomsenhet-Fyren/> (2012-12-10)

Älby akut – och utredningshem, Uppsala kommun
<http://www.vardochbildning.uppsala.se/Omsorg/Barn-ungdom--familj/Anhorigvard111/Alby/>
(2012-12-10)

Östertull HVB, Region Gotland
<http://www.hvbguiden.se/hvbhem/hemsida/id/8015> (2012-12-10)

Bilaga 1

Analysschema

Professionalitet och kompetens	Personalens kompetens Boendet Utbildning Tillsyn Utredningar
Beskrivning av barn och ungdomar	Delaktiga Problematik Ålder Kön Förmåga Familj
Arbetsmetod	Evidensbaserade metoder Behandling Samarbete
Marknadsföring	Hur HVB-hem beskriver sin verksamhet Attraktivt Egna definitioner