

*Presenterat på VITS projektseminarium, 1998-08-19—20, Åtvidaberg
Reviderad version3 (1999-10-22)*

Produktbegreppet

En praktikteoretisk innebördsbestämning

av

Annie Röstlinger ^{1) 2) 3)}
Göran Goldkuhl ^{1) 2) 3) 4)}

1) Forskningsgruppen VITS

2) Centrum för studier av Människa, Teknik och Organisation (CMTO)

3) Institutionen för datavetenskap
Linköpings universitet

4) Internationella Handelshögskolan i Jönköping

Sammanfattning: Rapporten presenterar en teoretisk modell för produktbegreppet grundad i praktikteori. En förenklad uppdelning i varor och tjänster överskrids. Detta baseras på en kritisk analys av kriterier från tjänsteteorin samt på en fördjupad analys av produktbegreppet. En klassifikationsmodell avseende produkter presenteras som består av 4 huvudproduktklasser, 8 mellanproduktklasser och 27 detaljproduktklasser. De olika produktklasserna karaktäriseras utifrån såväl producentens produktion som klientens konsumtion. Den utvecklade produktteorin ses som väsentlig både för nyutveckling och redesign av produkter. Rapporten utgör ett komplement till en tidigare rapport framställd av författarna: "Praktikbegreppet - en praktik-generisk modell som grund för teoriutveckling och verksamhetsutveckling".

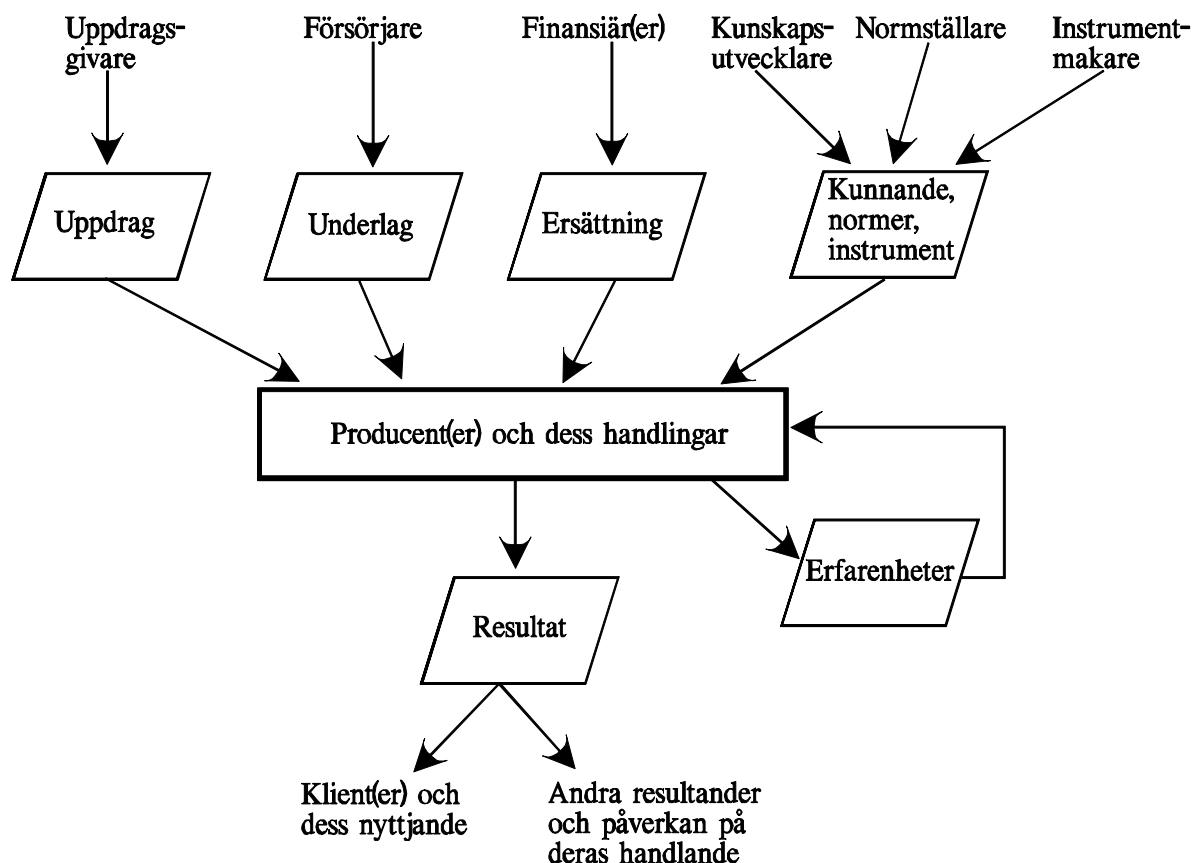
INNEHÅLL

1	INLEDNING	1
2	TJÄNSTETEORINS PRODUKTKARAKTÄRISTIKA - UTGÅNGSPUNKT FÖR ANALYS	3
2.1	Tjänster är immateriella	3
2.2	Tjänster produceras, levereras och konsumeras ofta samtidigt	4
2.3	Kunden deltar ofta som medproducent	5
2.4	Tjänster är heterogena företeelser	5
2.5	Tjänsten som produkt	7
3	PRODUKTBEGREPPET - EN SYSTEMATISERING	9
3.1	Kriterier för produktklassificering	9
3.2	Huvudproduktklasser	11
3.2.1	Tillhandahållen vara	11
3.2.2	Behandling	12
3.2.3	Förflyttning	12
3.2.4	Förevisning	13
3.2.5	Produktklasser och förändringsbegreppet	14
3.3	Mellanproduktklasser	14
3.4	Fyra bruksdimensioner avseende produkter	14
3.5	Detaljproduktklasser	15
3.6	Klassificering av produkter	18
4	KARAKTÄRISERING AV PRODUKTKLASSER	22
4.1	Produktbegreppet - ytterligare precisering	22
4.2	Avgränsning av produktklassers praktiker	23
4.3	Produktion och konsumtion av produkt	24
4.4	Varors konsumtionsbeständighet	28
4.5	Nyttjande av förutsättningar i produktionsprocessen	32
4.6	Samband produktion, leverans och konsumtion	35
4.7	Delaktighet i produktion och konsumtion	39
4.8	Ägande och besittning av vara	43
5	PRAKTIKINRIKTAD PRODUKTTEORI - NYA PERSPEKTIV PÅ VAROR OCH TJÄNSTER	46
5.1	Bortom en förenklad uppdelning i varor och tjänster	46
5.2	Produktteori för ökad förståelse av produktutveckling	48
5.3	Slutord	49
	REFERENSER	50

1 INLEDNING

Författarna har tidigare skrivit en rapport "Praktikbegreppet - en praktikgenerisk modell som grund för teoriutveckling och verksamhetsutveckling" (Goldkuhl & Röstlinger, 1998). I den rapporten har vi utifrån en praktikteoretisk grund formulerat en generisk modell för verksamheter/praktiker. Den praktikgeneriska modellens grafiska framställning återfinns i figur 1 nedan. Där framgår att "resultat" (dvs produkter i form av varor och/eller tjänster) är ett väsentligt element i praktiker. Vid en teoretisk utveckling av den praktikgeneriska modellen har vi fokuserat olika sådana generiska element i praktiker, t.ex uppdrag (ibid). Även produktbegreppet har behandlats i den rapporten. Vi har nu upplevt ett behov av en fördjupad förståelse avseende just resultat/produkter från en praktik. I den här rapporten gör vi därför en sådan fördjupning. Vi presenterar en systematik kring produktbegreppet: Ett utkast till en praktikgenerisk produktteori.

En sådan produktteori har betydelse för den teoretiska förståelsen av olika typer av praktiker. Den har också en betydelse för praktiskt arbete med att utvärdera och utveckla verksamheter. Denna dubbla funktion (teoriutveckling och verksamhetsutveckling) finns ytterligare beskriven i Goldkuhl & Röstlinger (1998).



Figur 1.1 Den praktikgeneriska modellen

En produktteori är ett väsentligt konceptuellt instrument för att förstå den grundläggande *praktiklogiken* i verksamheter. En produktteori är viktig för att förstå:

- producentens arbete (dvs produktionen)
- interaktion mellan producent och klient
- interaktion mellan producent och uppdragsgivare respektive försörjare
- produkten och dess roll i klientens behovstillfredsställelse

2 TJÄNSTETEORINS PRODUKTKARAKTÄRISTIKA - UTGÅNGSPUNKT FÖR ANALYS

Inom tjänsteteorin (se t.ex Grönroos, 1990; Norman; 1992; Arnerup-Cooper & Edvardsson, 1998) kan man finna viss teoretisering kring produktbegreppet. Man har där gjort olika typer av karaktäriseringar av tjänster och differentierat tjänster gentemot varor, vilket därmed även inneburit viss karaktärisering av varor.

Vid formulering av vår produktteori startar vi vår analys i den traditionella uppdelningen i varor och tjänster. Som framgår nedan finns dock ett behov av att överskrida denna uppdelning. Vi har funnit ett behov av en mer nyanserad uppdelning och indelning i olika begreppsklasser avseende produkter (se kap 3 nedan). I vår teoriutveckling utgår vi alltså från uppdelningen i varor och tjänster samt de olika karaktäriseringar som görs inom tjänsteteorin (ibid). Vi hämtar inspiration från tjänsteteorin, men vi är samtidigt kritiska mot en del kriterier och definitioner som ges inom denna teori.

Arnerup-Cooper & Edvardsson (1998, s 29f) gör en genomgång av olika definitioner av tjänstebegreppet. I dessa definitioner finns olika typer av karaktäriseringar av tjänster som aktivitet, nytta, tillfredsställelse och upplevelse. Dessa olika betydelser används ofta på ett sammantaget sätt inom tjänsteteori. Dessa skiftande betydelseangivelser av tjänstebegreppet är dock klart otillfredsställande. Det är svårt, om inte omöjligt, att komma vidare i teoriutveckling om man inte klart kan avgränsa fenomen och precisera dess innebörd. När man talar om en tjänst (som avgränsat fenomen) kan man inte samtidigt mena 1) aktiviteter utförda av tjänsteproducenter och 2) upplevelser hos klienter (tjänstekonsumenter). Man måste tydligt skilja på handling, resultat av handling och effekter av handlingar/resultat (Goldkuhl, 1998); dvs mellan tjänsteaktivitet, tjänsteresultat, nyttjande och upplevelse av tjänsteresultat. Tyvärr så görs detta sällan i tjänsteteorin. Mer om detta i slutet av kapitlet.

Ett antal grundkaraktäristika anges ofta för tjänster. I litteraturen (t.ex Grönroos, 1990; Norman; 1992; Arnerup-Cooper & Edvardsson, 1998) återkommer framförallt fyra sådana egenskaper:

- Tjänster är immateriella (intangibla)
- Tjänster produceras, levereras och konsumeras ofta samtidigt
- Kunden deltar ofta som medproducent
- Tjänster är heterogena företeelser

2.1 TJÄNSTER ÄR IMMATERIELLA

Vi kommer till viss del att ifrågasätta samtliga dessa särskiljande kriterier för tjänster. Låt oss börja med det första; att tjänster är immateriella. Detta innebär i sin tur ett implicit antagande att varor är materiella, se figur 2.1. Det stämmer att vissa tjänster kan ses som immateriella, t.ex juridisk rådgivning. Men beträffande flera andra sk tjänster så är den materiella karaktären uppenbar. Vid biluthyrning så ställs en bil till förfogande för kunden. Det är ett materiellt objekt som kunden får (begränsad) nyttjanderätt till. En bilreparation innebär materiella förändringar av ett materiellt objekt. En tidigare ej fungerande bil transformeras till en

funktionsduglig sådan. Dessa två exempel visar att vissa tjänster har en tydlig materiell karaktär.

Produkttyp	Produktegenskap
Varor	Materiellt
Tjänster	Immateriellt

Figur 2.1 Produktindelning enligt tjänsteteori

I Goldkuhl & Röstlinger (1998) har vi gjort en produktklassificering baserad på tjänsteteorin. Vi har där utgått ifrån produkttyperna varor och tjänsteresultat men har lagt till ytterligare en dimension. Vi skapade då en indelning av produkter utifrån två dimensioner; å ena sidan enligt produkttyperna varor och tjänsteresultat och å andra sidan enligt egenskaperna materiellt, informativt och upplevelsemässigt. Detta resulterade i 6 olika bruksklasser för produkter, se figur 2.2¹.

Produkter	Materiellt	Informativt	Upplevelsemässigt
Varor	Materiella varor	Informationsvaror	Upplevelsevaror
Tjänsteresultat	Materiella tjänster	Kunskaps-tjänster	Upplevelsetjänster

Figur 2.2 Översiktlig produktindelning enligt praktikteori

I denna indelning delas varor in i tre olika bruksklasser, varav en klass kan ses om materiell (materiella varor) och de två övriga som immateriella (informationsvaror och upplevelsevaror). Det finns, som nämnts ovan, sk tjänster som är av materiell karaktär; biluthyrning och bilreparation är två exempel. Det finns också varor som är icke-materiella till sin karaktär. En fackbok kan ses som en informationsvara och ett dataspel som en upplevelsevara. Det primära är inte varans materiella karaktär utan istället dess förmåga att informera respektive att ge upplevelser. Med dessa exempel och detta resonemang som grund måste vi avvisa immaterialitet som ett avgörande kriterium för uppdelning i varor och tjänster. Det är dock, som framgått ovan och i Goldkuhl & Röstlinger (1998), mycket viktigt att karaktärisera produkter ur dimensionen materiellt - immateriellt.

2.2 TJÄNSTER PRODUCERAS, LEVERERAS OCH KONSUMERAS OFTA SAMTIDIGT

En viktig tes inom tjänsteteorin är att tjänster ofta produceras, levereras och konsumeras samtidigt. Detta kallas oskiljbarhet ("inseparability"; se t.ex Grönroos, 1990 s 29). Det finns givetvis flera exempel på detta, t.ex en teaterföreställning. Men det finns också många exempel på motsatsen. Grönroos (ibid) skriver: "A hair stylist's service is almost totally produced when the customer is present and receives the service, that is, consumes it." Här föreligger, enligt vår

¹ Denna systematik kommer att förfinas ytterligare i kapitel 3 nedan. Figur 2.2 kommer ursprungligen från Goldkuhl & Röstlinger (1998).

mening, en uppenbar förvirring. Om jag får mitt hår klippt och behandlat så måste jag självklart vara närvarande då frisören gör detta. Däremot sker inte min konsumtion av det som utförs då, vid själva utförandet, utan egentligen först senare; på samma sätt som vad gäller för inköp och konsumtion av varor. Min konsumtion av en vara (t.ex en inköpt hårsax) sker givetvis inte under inköpstillfället. Det sker istället vid senare tillfällen när den inköpta varan utnyttjas. Det som sker hos frisören är att mitt hår blir klippt - jag erhåller en ny frisyr. Denna nya frisyr kan inte ses som färdigkonsumerad när jag lämnar frisören. Tvärtom, det är nu som jag börjar att konsumera (bruka) min nya frisyr. Konsumtionen sker alltså efter produktionen. Vi menar att Grönroos och andra tjänsteteoretiker här har gjort ett allvarligt felslut. Många tjänster konsumeras efter det att de producerats. Det finns vissa tjänster där produktion och konsumtion sammanfaller, men detta kan inte ses som något avgörande kriterium för tjänster. Däremot är detta kriterium, dvs oskiljbarhet, viktigt att diskutera i samband med karaktärisering av produkter. Vi behandlar detta under avsnitt 4.3 nedan, se också figur 4.5 och 4.6.

2.3 KUNDEN DELTAR OFTA SOM MEDPRODUCENT

Kundens medverkan i produktionen anges som ett viktigt kriterium för tjänster, men detta kriterium är problematiskt på ett liknande sätt som det föregående kriteriet. Arnerup-Cooper & Edvardsson (1998, s 32) anger tre typexempel på kundmedverkan.

Att kunden kan bidra med information eller annan input i processen är ett sådant exempel. För det första så innebär detta inte, enligt vår mening, att kunden blir medproducent. Enligt vår begreppsbildning är det viktigt att skilja mellan producenter och olika förutsättningsaktörer som förser producenter med input till sin produktionsprocess (Goldkuhl & Röstlinger, 1998). Viktiga sådana förutsättningsaktörer är uppdragsgivare (som ger uppdrag till producenter) och försörjare som ger underlag att användas (transformeras/förädlas) i produktionsprocessen. Kunder kan agera i roller av olika förutsättningsaktörer¹. För det andra så kan detta, dvs att ge input till produktionsprocessen, mycket väl även gälla för produktion av varor. Detta gäller t.ex både när klienten talar om vilken längd och färg han vill ha på sitt hår som skall behandlas och när han specificerar mått och färg på ett skåp som skall tillverkas. Kunden som förutsättningsaktör utgör alltså inte något särskiljande kriterium.

Arnerup-Cooper & Edvardsson (ibid) säger också att kunden kan utföra moment och aktiviteter. Om det är direkta moment i framställande av resultat (inte bara att t.ex specificera krav som uppdragsgivare) så kan det vara befogat att tala om kunden som medproducent. Men kunden kan dock ha rollen som medproducent även då det gäller produktion av varor.

Den tredje punkten som Arnerup-Cooper & Edvardsson anger är att kunden kan ”marknadsföra” tjänsten genom att förmedla sina intryck och uppfattningar till andra (potentiella) kunder. Detta utgör dock inte någon skillnad gentemot inköp och bruk av varor. Även avseende varor kan givetvis kunden förmedla sin uppfattning om produkten till andra. Vi kan inte heller se hur denna generella företeelse (förmedling av intryck) kan innebära att kunden uppfattas som medproducent.

¹ En klient är vanligtvis uppdragsgivare (beställare av produkt). Klient kan i vissa fall även vara försörjare. Ett exempel på detta är när en klient lämnar in sin bil för reparation; klienten försörjer reparationsprocessen med sin bil. Bilen blir då underlag för denna process. För genomgång av dessa olika begrepp se Goldkuhl & Röstlinger (1998).

Vi tror att tjänsteteoretikerna till viss del blandar samman kundens närvaro vid tjänsteproduktion med idén om att vara medproducent. I flera tjänstesituationer (t.ex hårklippning, teaterföreställning) så måste kunder vara närvarande vid produktionen. I fallet med hårklippning så förser kunden dessutom frisören (producenten) med olika önskemål och synpunkter under processens gång. Kunden är också delaktig i hårklippningen genom att vara underlag för denna. Det oklippta håret förädlas till klippt hår. Dessa egenskaper är viktiga för denna typ av tjänst. Men för den skull så definierar vi inte denna typ av delaktighet som medproduktion. Kunden ger synpunkter och önskemål i sina roller av klient och uppdragsgivare. Att ge uttryck för krav och önskemål ingår som naturliga element i dessa roller. Klienters delaktighet i produktion behandlar vi närmare i avsnitt 4.5 och 4.7 nedan samt i figur 4.4 och 4.5.

Det är dock givetvis viktigt i en praktikteori och produktteori att behandla olika aspekter av medproduktion och klientnärvaro i produktionsprocessen; se vidare kapitel 3 nedan.

2.4 TJÄNSTER ÄR HETEROGENA FÖRETEELSER

Den fjärde aspekten handlar om tjänsters heterogenitet. Arnerup-Cooper & Edvardsson (1998 s 33f) behandlar detta som att tjänster kan vara av många olika slag, t.ex grad av kapitalintensitet, personalintensitet och kunskapsintensitet. Detta är ju snarare frågan om att olika typer av tjänster kan vara olika, på liknande sätt som att olika typer av varor kan vara olika, snarare än att en typ av tjänst har heterogenitet vad gäller sina instanser. Denna aspekt av heterogenitet är därför inte relevant för karaktärisering av tjänster.

Vi ser dock att det kan förekomma variation inom en och samma tjänstetyp. Grönroos (1990) hävdar att beroende på personinslaget i kund-producentmötet så blir tjänster varierande. "A service to one customer is not exactly the same as the 'same' service to the next customer" (ibid s 30). Vi tror att det ofta är på detta sätt även om det finns vissa typer av tjänster som är tämligen standardiserade och homogena. Om vi t.ex studerar den sk tjänsten biltvätt i en tvättautomat, ser vi att denna typ av biltvätt innebär en hög grad av homogenitet. Oberoende av klient och dennes bilmodell kommer kvaliteten på tvättningen att bli densamma. Eventuella skillnader beror i första hand på egenskaper hos bilen (underlaget i produktionsprocessen), t.ex grad av smutsighet, och inte på producentens behandling. Om vi istället studerar hårklippning, kan vi däremot identifiera en hög grad av heterogenitet. Resultatet från en hårklippning av en producent kan se väldigt olika ut, man kan t.ex ha fått snagg eller långa flätor när man har varit hos frisören. Producenten har här möjlighet att variera produktionen, inom ramen för produkttypen klippning och kamning, för att nå olika resultat. Givetvis har även här underlaget, dvs klientens obehandlade hår, betydelse för resultatet.

Vi anser att grad av kundanpassning (som heterogenitet här handlar om) är en viktig egenskap i all typ av framställning och försäljning av produkter. Även inom varuområdet är detta en viktig aspekt att beakta eftersom kundanpassning nu för tiden förekommer och är möjlig även för många typer av varor. Möjligheten till kundanpassning är dock många gånger större vid tjänsteproduktion eftersom klienten då ofta är närvarande under produktionen (se ovan).

2.5 TJÄNSTEN SOM PRODUKT

Konklusionen här är att de fyra angivna kriterierna för tjänster knappast kan ses som hållbara. Inget av dessa kan ses som utmärkande eller särskiljande för tjänster. Vi menar dock att dessa kriterier är relevanta för att karaktärisera olika typer av produkter. De är med andra ord viktiga ingredienser i en produktteori, men inte riktigt på det sätt som tjänsteteoretikerna har framställt det på.

De definitionsproblem som vi tidigare i detta kapitel har påtalat har sin grund i oklarheter med avgränsning av tjänst som fenomen. Tjänst definieras av t.ex Grönroos (1990 s 27) som aktivitet och process. Andra definitioner framhåller tjänst som nytta och tillfredsställelse (ibid samt Arnerup-Cooper & Edvardsson, 1998). Ur en handlingsteoretisk synvinkel är det viktigt att skilja på handlingens *aktiva utförande* och *dess resultat* (dess ”framställning”) samt de *efterföljande effekter* (dess ”åstadkommande”) som resultatet kan leda till (Goldkuhl, 1998). Vi menar att kunden primärt är intresserad av producentens handlingsresultat och inte av handlingen som aktivitet. Vi är inte intresserade av klippandet av hår, utan istället att få vårt hår klippt. Det är den nyklippta frisyren som är det resultat som vi eftersträvar. Det är detta som vi kallar för resultat eller produkt.¹ Frisörens praktik (som inrymmer bl.a hårklippning) har som resultat klippt hår, dvs frisyrer som ska vara tillfredsställande för klienterna. Detta innebär en nedtoning av vad som görs och en betoning av *vad som blir gjort* för klienten. Vi kan kalla det för *tjänsten som faktum*² för klienten.

Det finns dock exempel där producentens aktivitet kan sägas vara det som *direkt erfars* av klienten. Detta kan t.ex gälla för teaterföreställning och avslappningsmassage. Vi upplever skådespelandet respektive masserandet. Vad som blir gjort för klienten är detsamma som det som görs av producenten. Producentens görande och konsumentens konsumtion sammanfaller tidsmässigt. I dessa fall kan det tyckas mindre meningsfullt att göra en väsentlig åtskillnad mellan görandet och det gjorda, dvs mellan skådespelandet och den framställda teaterföreställningen. Här skulle vi lika gärna kunna säga att vi är intresserade av aktiviteten istället för dess resultat i form av något framställt. Vi ser det dock som meningsfullt att även i detta sammanhang tala om *görandet* för att därigenom framhäva producentens perspektiv samt att tala om *det gjorda* för att framhäva konsumentens perspektiv.

Vi uppfattar alltså att det finns en stor oklarhet med tjänstebegreppet; att tjänst ibland står för

- **tjänsteaktivitet**, dvs producentens utförande av handling
- **tjänsteresultat**, dvs det resultat som klienten erhåller från producentens tjänsteaktivitet
- **tjänsteeffekt**, dvs kundens nyttjande av resultatet och den tillfredsställelse och upplevelse som detta leder till

Ordet tjänst är ett substantiv härlett från verbet tjäna. Som verb uttrycker tjäna *en aktivitet som riktar sig från den tjänande till den tjänade*. Själva ordet kommer etymologiskt från ett gemensamt germanskt ord med denna grundbetydelse (Lewander & Wessén, 1932). Att notera är att ordet service har en liknande ursprungsbetydelse. Det kommer från latinets servire med

¹ Om klienten är närvarande vid tjänsteproduktion, som t.ex vid hårklippning kan det givetvis finnas ett visst sekundärt intresse av denna aktivitet. Vi går dock normalt inte till frisören för att i första hand uppleva klippandet av vårt hår, utan vi går dit för att besöket skall resultera i klippt hår (en ny frisyr).

² Ursprungsbetydelsen av faktum är just ”någonting gjort”; från latinets factum (Lewander & Wessén, 1932).

betydelsen tjäna (ibid). Enligt Stora svenska ordboken (1998) står tjänst för: Handling som är till nytta för någon annan. Tjänstehandlingens syfte bör alltså vara att ge nytta för den tjänade.

Vårt budskap är alltså att man bör skilja mellan de tjänande handlingarna och resultatet av dessa handlingar. När man talar om *tjänst som produkt* så bör man avse resultatet av (tjänste) handlingarna och inte handlingarna i sig. Vi vänder oss alltså mot de definitioner som ser tjänst som bara aktivitet (t.ex Grönroos, 1990). För att få en meningsfull jämförbarhet mellan varor och tjänster som produkter (dvs något producerat) måste tjänsteprodukten vara ett resultat av handlingar och inte de handlingar som utförs¹.

Om man vill tala just om själva aktiviteterna som producerar tjänsteresultat så kan man kalla dem tjänsteakter, tjänstehandlingar eller något liknande. Namngivningen av många tjänster utnyttjar ord från tjänsteaktiviteter (t.ex hårklippning). Vi ser inte detta som något konstigt eller felaktigt. Det kan ibland vara naturligt att benämna en tjänst genom att referera till den typ av aktivitet som framställer den. Vid djupare analys och resonemang om tjänsten är det dock, som framgått av vår framställning ovan, viktigt att skilja mellan tjänsteaktivitet och tjänsteresultat; dvs vad är det som görs och vad är det som blir gjort för klienten.

I begreppet tjänst finns en implicit referens till *tillfredsställelse*. En tjänst som jag inte har någon nytta eller glädje av uppfattar jag inte som en tjänst även om den var avsedd att vara så. Att tjäna är ett *relationellt* fenomen. Någon tjänar någon annan. Att notera här är närheten till vår grunddefinition av begreppet praktik: "Någon/några som gör något åt någon/några" (Goldkuhl & Röstlinger, 1998).

I bland talas det om att varor kan ha inbyggda tjänster. T.ex kan varan mikrovågsugn sägas producera tjänsten värma mat varje gång som den brukas för detta ändamål. Alla varor har varierande grad av funktionalitet i relation till olika syften. Sådana bruksegenskaper och förmågor ingår i varan och kan därför inte separeras från den. Vi ser alltså sådana egenskaper som en del i själva varan och vi väljer att ej karaktärisera detta fenomen som "tjänster hos varor". Med sådan språkanvändning vill vi bl.a undvika en eventuell begreppsförvirring mellan varor och tjänster.

Vi tror att en del problem med definitioner och resonemang hos flera tjänsteteoretiker är en inblandning av "tjänst som attityd", dvs *tjänstvillighet* (service-orienterad, service-minded) vilket enligt Stora svenska ordboken (1998) innebär att *gärna* utföra en tjänstehandling. Denna företeelse (en attityd av tjänstvillighet hos en tjänande producent) är givetvis teoretiskt och praktiskt viktig. Rent praktiskt har en tjänstvillig inställning en betydelse för utförandet av producenters handlingar och därmed dess resultat samt även för klienters uppskattning av utfört arbete. Teoretiskt är det därmed förstås viktigt i en praktikteori, men vi måste konceptuellt kunna separera detta från tjänstehandlingar och tjänsteresultat. Attityd, handling, resultat, nyttjande och tillfredsställelse är skilda men relaterade företeelser.

¹ Vi hänvisar till resonemanget om hårklippning ovan.

3 PRODUKTBEGREPPET - EN SYSTEMATISERING

3.1 KRITERIER FÖR PRODUKTKLASSIFICERING

I kapitel 2 ovan har vi redogjort för en traditionell uppdelning av produkter i varor och tjänster. Vi har också identifierat några svagheter i denna uppdelning. Sammanfattningsvis har vi identifierat följande problem med en sådan traditionell indelning:

- Kriterierna för indelning i varor respektive tjänster är inte alltid logiskt hållbara, detta ger problem/osäkerhet vid kategorisering av produkter.
- Kriterierna bortser från viktiga likheter mellan produkter. Detta medför att produkter med väsentliga likheter ändå kan komma att betraktas som radikalt olika då den ena klassificeras som tjänst och den andra som vara.
- Sammanblandning av produktionsprocess och produktionsresultat, vilket ger oklarheter vad avser produkten och dess bidrag till klientens behovstillfredsställelse.
- Kriterierna är inte tillräckligt starkt grundade i klientens bruk och tillfredsställelsebehov, vilket kan leda till att klientperspektivet inte tillräckligt starkt fokuseras och att producentens behov prioriteras framför klientens vid t.ex produktutveckling.
- Kategoriseringen vara - tjänst är alltför grov. De produkter som hänförs till tjänstekategorin är av mycket varierande karaktär. Detta gör att kategoriseringen inte kan vara till så stor hjälp för att nå ökad kunskap och förståelse, vare sig för produkter eller för produktion respektive konsumtion.

Utifrån denna problembild har vi arbetat med utveckling av varu- och tjänstebegreppet i syfte att uppnå en klassificering som är mer nyanserad, konceptuellt konsistent samt både producent- och klientorienterad. Syftet med produktklassificeringen är att öka möjligheterna till bättre förståelse av såväl produkt som produktion och konsumtion, dvs både producentens produktion av produkten och klientens bruk av produkten samt produktens bidrag till någon typ av behovstillfredsställelse.

Vid vår klassificering utgår vi ifrån praktikteori¹ där vi kallar olika typer av resultat från praktiker för produkter. Men olika produkter har olika karaktär. Karaktären har betydelse för såväl producenten och produktionsprocessen som klienten och konsumtionsprocessen. Enligt vårt synsätt ser vi produkten producerad i syfte att konsumeras (nyttjas) av en klient.

En viss vara kan brukas på olika sätt av olika klienter. En keramikskål kan t.ex införskaffas av en klient för att användas vid matlagning/servering. En likadan skål kan införskaffas av en annan klient för att den skall stå på en hylla och se dekorativ ut. I det första fallet handlar det om att varan har ett materiellt värde för klienten och i det andra fallet om ett upplevelsemässigt (estetiskt) värde. Många gånger är båda aspekterna viktiga för klienten och en vara kan också innehålla flera egenskaper och tillgodose flera bruksfunktioner.

Vissa produkter kan användas med olika syften av olika klienter. Men även om klienten i vissa fall själv kan välja bruksfunktion för en produkt, kan det för producenten vara väsentligt att ta ställning till det huvudsakliga syftet med sin produkt. Vad gäller produkten keramikskål ställer det t.ex helt andra krav på den keramikskål som skall användas till matlagning än på den som

¹ Se kapitel 1 ovan.

endast skall vara dekorativ; krav vad avser värme, vattentålighet mm. Det ställer också olika krav på distribution av produkten då kunderna kan nås på olika sätt genom t.ex presentbutiker eller husgerådsbutiker.

Klientens användningssyfte med produkten har alltså stor betydelse för producenten och produktionsprocessen. Vid karaktärisering av varor tar vi därför utgångspunkt i klientens bruk av produkten, dvs syftet med produkten för klienten. Men det finns även andra aspekter som kan vara viktiga att beakta vid klassificering av produkter. T.ex så kan producentens produktion och klientens konsumtion ibland sammanfalla tidsmässigt; dessa kan ske samtidigt och blir då ofta beroende av varandra. Men det kan också vara så att produktions- och konsumtionsprocessen sker vid olika tillfällen och då ofta helt oberoende av varandra. Produktion och konsumtion blir separerade från varandra. Det finns alltså flera olika aspekter avseende produktion och konsumtion som kan vara viktiga att beakta vid klassificering av produkter.

I vår produktteori fokuserar vi primärt produkter som riktar sig mot sk externa klienter¹. Prototypfall är kunder/klienter som köper (eller på annat sätt erhåller) varor eller tjänster från en organisation. Vi fokuserar alltså inte på ”delresultat” som produceras inom en organisation till dess interna klienter¹.

För tjänster finns olika försök att skapa klassifikationsmodeller; se Lovelock (1983) och Grönroos (1990) för översikter. Flera viktiga kriterier presenteras där, men knappast någon fullständig systematik. En modell presenteras av Lovelock (1995 s 210) där en uppdelning görs i å ena sidan ”direkt mottagare” av tjänsten (människor eller tillhörigheter) och å andra sidan karaktären på tjänsteakten (tangibel eller intangibel). Detta ger fyra tjänsteklasser strukturerade i en fyrfältstabell. De presenterade dimensionerna är viktiga men i likhet med andra försök är detta ofullständigt. Modellen är begränsad till tjänster, varor lämnas utanför. Lovelocks modell förefaller inte heller vara heltäckande för det som brukar räknas som tjänster; t.ex sk uthyrningstjänster är svåra att få in i hans modell.

I vår klassifikationsmodell utgår vi ifrån följande karaktäristika:

- klientens behovstillfredsställelse vid bruk av produkten (utifrån fyra dimensioner)
- producentens delaktighet i klientens konsumtion
- klientens delaktighet i producentens produktion
- framställt resultat från produktionsprocessen
- förutsättningar för produktion
- förutsättningar för konsumtion
- samband mellan produktion, leverans och konsumtion
- producentens relation till produkten avseende ägande och besittning
- klientens relation till produkten avseende ägande och besittning

¹ Begreppen extern och intern klient finns beskrivna i Goldkuhl & Röstlinger (1998).

3.2 HUVUDPRODUKTKLASSER

Tillämpning av ovanstående karaktäristika har i första steget resulterat i en produktindelning bestående av fyra huvudkategorier. Våra fyra *huvudproduktklasser* är:

- Tillhandahållen vara
- Behandling
- Förflyttning
- Förevisning

3.2.1 Tillhandahållen vara

Tillhandahållen vara innebär att någon vara tillhandahålles av producenten för konsumentens konsumtion. Producenten tillhandahåller vara för klienten som sedan kan bruka denna vara. Med vara avser vi en produkt av materiell beskaffenhet; ett ting¹. En vara har en självständighet. Till skillnad från en behandling kan varan klart separeras/avgränsas från dess producent och dess konsument samt föras vidare mellan olika klienter t.ex säljas vidare eller skänkas bort. Med tillhandahålla avser vi tillgängliggörandet av vara.

En tillhandahållen vara kan vara permanent tillhandahållen eller begränsat tillhandahållen. Om en vara tillhandahålles permanent, som en *överlåtelse*, innebär detta att klienten förfogar över varan under obegränsad tid. Klienten är ägare av varan och kan bruka varan enligt egna mål och regler. Om det istället handlar om ett *begränsat tillhandahållande av vara*, förfogar klienten över varan under en begränsad tid, som hyra eller lån, samt måste därefter återlämna varan. Klienten har alltså en begränsad tillgång till varan. Förutom begränsningar i tiden kan producenten ställa upp andra begränsningar för klientens bruk av varan.

För vissa branscher är det i vissa avseenden inte så stora skillnader mellan överlåtelse och begränsat tillhandahållande av vara, t.ex mellan köp och hyra av en videofilm. Inom videobranschen kan försäljning och uthyrning ske på samma ställe och av samma typ av videovara. Producenten beställer både hyr- och köpfilm av samma leverantör, exponerar varorna i samma lokaler och på liknande sätt. Båda videovarorna kan hanteras av samma personal. Skillnaden för producenten ligger i att han i hyrfallet äger filmen och måste ha kontroll över att den blir återlämnad. Även för klientens del innebär de båda videovarorna stora likheter. Klienten går till samma producent oavsett om klienten vill hyra eller köpa. Vad gäller vissa filmer så sammanfaller utbudet helt mellan hyr- och köpfilm. Klienten kan i sista stund bestämma sig för om det är aktuellt med att hyra eller köpa. Skillnaden för klienten ligger i att klienten i hyrfallet får begränsad tillgång till filmen och måste ta ansvar för att den blir återlämnad.

Innan en vara kan tillgängliggöras för klienten måste producenten anskaffa varan. Denna process kan variera mellan olika producenter och olika varor. En producent kan t.ex tillverka, köpa, låna eller få varan för att sedan tillhandahålla denna för klienten. Klientens nyttjande av varan och producentens tillgängliggörande av varan påverkas i princip inte av på vilket sätt producenten har erhållit varan. Sedan är det givetvis stora skillnader för producenten och

¹ En vara är materiell till sitt innehåll men behöver inte vara det till sin funktion, dvs en vara brukas inte alltid för att ge tillfredsställelse av materiell karaktär. Detta behandlas vidare under avsnitt 3.4 och 3.5 nedan.

producentens praktik om denne har valt tillverkning eller köp, men detta är en annan aspekt av produkt och produktion som vi inte behandlar i denna rapport.

3.2.2 Behandling

Behandling innebär att någon behandling (hantering, bearbetning) utförs av en producenten åt en klient. Producenten kan utföra behandlingen på *något som tillhör klienten* eller på *klienten själv*. Produkten är resultat av behandlingen och/eller själva behandlingen. Om en behandling utförs på klients tillhörighet utgörs produkten av resultatet från behandlingen. Trasiga skor som lämnas till skomakaren för lagning innebär en behandling av klients tillhörighet. Klienten är här intresserad av de lagade skorna, dvs behandlingsresultatet, och inte av själva lagningsprocessen i sig. Om behandlingen utförs på klienten påverkas klienten av behandlingen, klienten får del av behandlingen under tiden som behandlingen utförs.¹ Behandling av klient kan därför innebära att produkten konsumeras i samband med produktionsprocessen och/eller efter produktionsprocessen, dvs behandlingen. Vid t.ex fotvårdsbehandling kan denna konsumeras både under och efter utförande av behandlingen.

Själva behandlingen respektive resultatet av behandlingen kan vara av olika värde för olika klienter. T.ex kan en klient som går till frisören enbart vara intresserad av slutresultatet av frisörsbesöket, dvs den färdiga friseringen, en materiell förändring. Medan en annan klient kan gå till frisören för att det dessutom är trevligt och skönt att bli ompysslad och alltså värdesätter den upplevelsemässiga delen av behandlingsprocessen.

Utifrån producentens perspektiv kan det innebära stora skillnader vad avser produktionsprocessen om behandlingen utförs på en tillhörighet eller om behandlingen gäller klienten själv. Många gånger är processerna också helt olika och benämns på olika sätt. Behandling av en bil kan t.ex uttryckas som att reparera eller laga. När det gäller motsvarande behandling avseende en person talar man istället om att utbilda, kureras, operera eller liknande.

Om behandlingen utförs på klientens tillhörigheter behöver i regel klienten inte vara närvarande under behandlingen. Men om behandlingen utförs på klienten, deltar klienten i behandlingen som underlag och måste därför i regel också vara närvarande under produktionsprocessen.

3.2.3 Förflyttning

Förflyttning innebär att något förflyttas från en plats (utgångsläge) till en plats (destinationsläge). Utgångsläge och destinationsläge kan i vissa fall sammanfalla ("rundresa"). Producenten förflyttar något för klientens räkning. Det kan antingen handla om att förflytta *klients tillhörighet* eller att *förflytta klienten själv*. Produkten är primärt resultatet av förflyttningen, dvs en förändrad plats för klientens tillhörighet eller klienten själv. I vissa fall utgörs dock produkten av själva förflyttningen. Klientens konsumtion av produkten sker alltså i första hand efter genomförande av processen, dvs när förflyttningen är genomförd, men i vissa fall sker konsumtionen under förflyttningsprocessen.

¹ Påverkan på klienten kan vara mer eller mindre påtaglig. Om behandlingen avser massage är påverkan på klienten påtaglig samt kräver klientens fysiska närvaro, men om behandlingen däremot avser personförsäkring (behandling utifrån ett ekonomiskt syfte) blir påverkan mindre påtaglig samt kräver ej klientens fysiska närvaro. Se även figur 3.1.

Den stora skillnaden för producenten mellan att förflytta klient och att förflytta klients tillhörighet är att klienten i det första fallet är närvarande under produktionsprocessen och blir påverkad av processen. Detta kan ha stor betydelse för producenten då det kan ställa olika krav på processen, avseende t.ex säkerhet och komfort. Det kan t.ex innebära stora skillnader att med flyg förflytta klients tillhörighet i form av bagage eller att istället förflytta klienten själv, dvs en passagerare.

Förflyttning kan ses som en typ av behandling (hantering, bearbetning) och skulle därigenom kunna utgöra en subklass till behandling. Egenskapen rumslig förändring som karaktäriserar denna subklass gör klassen så särpräglad att vi i stället väljer att ha med förflyttning som en egen klass på samma nivå som behandling. Som framgår nedan har vi också identifierat andra väsentliga skillnader mellan behandlingsklasser och förflyttningssklasser (se t.ex figur 3.1 och 4.7).

3.2.4 Förevisning

Förevisning innebär att något förevisas. Producenten förevisar något för klienten, klienten låter något bli förevisat för sig. Producenten kan antingen *förevisa en vara* eller *förevisa sig själv* (uppträda). Klienten konsumerar produkten genom varseblivning; genom att titta, lyssna, lukta, smaka eller känna samt genom att minnas och återuppleva det förevisade. Om det handlar om förevisning av en vara, innebär detta att det är själva varan som förevisas. Klientens intresse är fokuserat på varan och inte på producenten. Om producenten förevisar sig själv, är klienten däremot intresserad av producenten och det som producenten förmedlar genom förevisningen, dvs kunskap/uttryck.

Att förevisa sig själv ställer andra krav på producenten än att förevisa vara. Att förevisa producenten kräver t.ex närvaro av både producent och klient under produktionen som också till stor del sammanfaller med konsumtion. Med produktion menar vi här endast förevisandet och inte förberedelserna inför förevisandet. Vid förevisande av vara gör producenten en förberedelse, dvs arrangerar varan som skall förevisas. Men när själva förevisningen sedan produceras behöver producenten oftast inte vara närvarande, varan "får tala för sig själv". Många förevisningsprodukter är en kombination av förevisning av vara och förevisning av producent. En guidad musévisning är dels en förevisning av vara, dvs olika muséeföremål, dels också en förevisning av producent genom att producenten förmedlar (förevisar) sin kunskap om föremålen.

En vara som förevisas av producenten kan producenten få tillgång till på olika sätt. Producenten kan, på samma sätt som vad gäller tillhandahållna vara, t.ex tillverka, köpa, låna eller få varan för att sedan kunna förevisa den för klienten.

Vid förevisning kommer klienten inte att få med sig det som förevisas. Klienten kan endast föra med sig minnen och upplevelser av det förevisade. Vid tillhandahållande däremot kommer klienten att få med sig det tillhandahållna, dvs själva varan. Vissa konstutställningar innebär att klienterna endast får betrakta konstverken, dvs förevisning av vara. Medan andra utställningar kan innebära att klienterna både får betrakta konstverken och ha möjlighet att köpa dessa samt därmed också ta dem med sig. Utställning innebär i detta fall både förevisning av vara och vara för överlåtelse.

3.2.5 Produktklasser och förändringsbegreppet

Aristoteles har gjort en klassisk kategorisering av *förändring* i fyra olika generiska kategorier (se t.ex Skirbekk & Gilje, 1993). Aristoteles skiljer då mellan lägesförändring och kvalitativ respektive kvantitativ förändring. Lägesförändring anges som ”substans eller ting byter plats i rummet” vilket då motsvaras av huvudklassen förflyttning. Kvalitativ förändring anges som ”substans eller ting förändrar egenskaper” och kvantitativ som ”substans eller ting får mer eller mindre av en egenskap eller förändrar en egenskap”. Kvantitativ och kvalitativ förändring kan då motsvara vår huvudklass behandling. I nuläget skiljer vi alltså inte på aspekterna kvalitativ respektive kvantitativ för denna huvudklass. Vi har istället funnit det mer väsentligt att diskriminera mellan aktör/klient och vara. Aristoteles fjärde klass substantiell förändring som beskrivs som ”substans som uppstår eller upphör” skulle kunna motsvara vår huvudklass tillhandahållen vara. Vår huvudklass förevisning motsvaras inte av någon av Aristoteles förändringskategorier. Vi ser dock denna klass, i flera avseenden, som klart separerad från övriga klasser, se figur 3.1, 4.4, 4.5 och 4.7. Vi anser alltså att det finns behov av även denna klass.

3.3 MELLANPRODUKTKLASSER

Av ovanstående beskrivning av våra fyra huvudproduktklasser framgår att samtliga fyra klasser kan delas in i vardera 2 underklasser. Vi kallar dessa för *mellanproduktklasser*. Nedan följer en sammanställning av huvudklasserna och dess underklasser på mellanklassnivå.

TILLHANDAHÅLLEN VARA

- Vara för överlåtelse
- Begränsat tillhandahållen vara

BEHANDLING

- Behandling av klients tillhörighet
- Behandling av klient

FÖRFLYTTNING

- Förflyttning av klients tillhörighet
- Förflyttning av klient

•

FÖREVISNING

- Förevisning av vara
- Förevisning av producent

3.4 FYRA BRUKSDIMENSIONER AVSEENDE PRODUKTER

Ovanstående klassificering i huvudproduktklasser och mellanproduktklasser är dock inte tillräcklig för att förstå produkter och dess användning i olika sammanhang. Vi kan t.ex inte nöja oss med klassen ”vara för överlåtelse”. Inom denna klass kan vi finna flera undergrupper. Överlåtelse talar om relationen mellan producent och klient. Men bruket av en överlåtten vara

kan skilja sig åt beroende på vilken vara det gäller och vilket syfte klienten har. T.ex kan en bok som överläts, i det fall det är en fackbok, brukas i informativt syfte. Om boken däremot är en deckare brukas den förmodligen i underhållningssyfte. En antikvarisk bok, med en dedikation från en mycket känd författare, kanske köps av en klient enbart som en investering utifrån ett ekonomiskt syfte. Man kan också tänka sig att en bok kan uppfattas som oläsbar, men att den ändå kan användas, t.ex för att stötta upp en trasig sida på ett skåp. Boken brukas då i ett materiellt syfte. Klassen vara för överlåtelse kan på detta sätt delas upp i 4 underklasser.

I vår vidare klassificering av produkter har vi utgått i från människans behov i form av det:

- kroppsligt-motoriska (tillfredsställs med materiella medel)
- kognitiva (tillfredsställs med informativa medel)
- sociala, emotionella och andliga (tillfredsställs med upplevelsemässiga medel)
- utbytes och värdebevarande (tillfredsställs med ekonomiska medel)

På detta sätt får vi följande fyra bruksdimensioner avseende produkter:

- Materiell
- Informativ
- Upplevelsemässig
- Ekonomisk

När vi tidigare har behandlat produktbegreppet har vi inte tagit med den ekonomiska dimensionen (se figur 2.2 ovan samt Goldkuhl & Röstlinger, 1998), eftersom denna dimension inte kan relateras till människans grundläggande behov. För att få en mer täckande karaktärisering av produkter har vi dock sett det nödvändigt att även införa en ekonomisk dimension i vår modell. Denna dimension relaterar till behov som uppstår utifrån social interaktion och organisation mellan människor (vad avser arbets- och produktutbyte) för att tillfredsställa de övriga tre behoven.

3.5 DETALJPRODUKTKLASSER

Om vi kombinerar de fyra bruksdimensionerna med produktklasserna på mellannivå får vi 32 potentiella produktklasser på detaljnivå. Samtliga bruksdimensioner är dock inte relevanta för samtliga 8 produktklasser. Om vi utgår ifrån att de produkter som är relevanta att klassificera är sådana som kan utgöra resultat från någon praktik, resulterar vår analys av potentiella produktklasser i 27 produktklasser på detaljnivå. Dessa produktklasser presenteras i nedanstående schema (figur 3.1, Bruksorienterat produktklassifikationsschema). I schemat återfinns först en kort karaktärisering av respektive klass och därefter ges exempel på någon produkt som kan tillhöra klassen (produkten anges med kursiv stil).

	Materiell	Informativ	Upplevelse- mässig	Ekonomisk
Vara för överlåtelse	Vara som köps för materiellt bruk <i>Köpt bil</i>	Vara som köps för informativt bruk <i>Köpt fackbok</i>	Vara som köps för upplevelsebruk <i>Köpt videofilm (action)</i>	Vara/ekonomiska medel som köps i utbytes-/avkastningssyfte <i>Obligation</i>
Begränsat tillhandahållen vara	Vara som hyrs/lånas för materiellt bruk <i>Hyrbil, hyra av tvätthall för bil</i>	Vara som hyrs/lånas för informativt bruk <i>Fackbok som lånas (bibliotek)</i>	Vara som hyrs/lånas för upplevelsebruk <i>Hyrfilm, spelpass i squash-hall</i>	Vara/ekonomiska medel som lånas i utbytes-/avkastningssyfte <i>Lån av pengar</i>
Behandling av klients tillhörighet	Klients tillhörighet behandlad för materiellt bruk <i>Bilreparation, biltvätt</i>	Klients tillhörighet behandlad för informativt bruk <i>Revision av bokföring, bilbesiktning</i>	Klients tillhörighet behandlad för upplevelsebruk <i>Kopiering av foto/film</i>	Klients tillhörighet behandlad i ekonomiskt syfte <i>Fondförvaltning, sakförsäkring</i>
Behandling av klient	Klient behandlad för påverkan i kroppsligt avseende <i>Ögonoperation</i>	Klient behandlad för påverkan i kunskapsmässigt avseende <i>Synundersökning, utbildning, handledning</i>	Klient behandlad för påverkan i upplevelsemässigt avseende <i>Psykoterapi, avslappnings-massage</i>	Klient behandlad för påverkan i ekonomiskt avseende <i>Personförsäkring</i>
Förflyttning av klients tillhörighet	Klients tillhörighet/material förflyttat i materiellt syfte <i>Möbeltransport</i>	Klients tillhörighet/information förflyttat i informativt syfte <i>Telefoni, brevbefordran, e-post, fax</i>	Klients tillhörighet/information förflyttat i upplevelsesyfte <i>Telefoni, brevbefordran, e-post, fax</i>	Klients tillhörighet/ekonomiska medel förflyttat i ekonomiskt syfte <i>Betalnings-uppdrag, uttag av pengar från konto</i>
Förflyttning av klient	Klient förflyttad för att uppnå platsförändring <i>Bussresa</i>	Klient förflyttad i informativt syfte <i>Körlektion</i>	Klient förflyttad i upplevelsesyfte <i>Kryssning</i>	
Förevisning av vara		Vara förevisad i informativt syfte <i>TV-utsänd dokumentärfilm</i>	Vara förevisad i upplevelsesyfte <i>Konstutställning, underhållnings-film på bio/TV</i>	
Förevisning av producent		Producent förevisar sig i informativt syfte <i>Föredrag av föreläsare</i>	Producent förevisar sig i upplevelsesyfte <i>Teater-föreställning</i>	

Figur 3.1 Bruksorienterat produktklassifikationsschema

Vid **överlåtelse av vara** är samtliga bruksdimensioner aktuella. I bokexemplet som vi redogjorde för tidigare, dvs deckare, fack- respektive antikvarisk bok samt den oläsbara boken, visade vi exempel på en boks användning utifrån såväl ett materiellt, informativt, upplevelsemässigt som ekonomiskt syfte. Exemplet visar på hur en viss typ av produkt (en bok) kan brukas utifrån olika syften. Vissa produkter är flerdimensionella och kan då brukas utifrån flera syften medan andra produkter endast kan brukas utifrån en bruksdimension. I produktklassifikationsschemat finns andra exempel på produkter för de olika bruksdimensioner som är aktuella inom klassen överlåtelse av vara.

Vid **begränsat tillhandahållen vara** kan vi finna likheter med varan som överlåts, dvs en vara som hyrs eller lånas kan ofta tillfredsställa samma behov som den som köps. Inom mellanproduktklassen begränsat tillhandahållen vara kan vi alltså även här finna produkter som brukas för att tillfredsställa en eller flera de fyra olika bruksdimensionerna.

Behandling av klients tillhörighet innebär även detta produkter som kan tillfredsställa klienten i någon eller några av de fyra bruksdimensioner. Här finns likheter med tillhandahållen vara, men tillhörigheten måste vara behandlingsbar samt kunna upplåtas av klienten för behandling av producenten.

Även vid **behandling av klient** kan produkten konsumeras utifrån ett materiellt, informativt, upplevelsemässigt eller ekonomiskt syfte. Vissa produkter kan brukas i samband med behandlingen t.ex avslappningsmassage medan andra enbart kan brukas efter avslutad behandling t.ex ögonoperation.

Vad gäller **förflyttning av klients tillhörighet** kan detta ge ett bidrag till klientens behovstillfredsställelse ur såväl en materiell, informativ, upplevelsemässig som ekonomisk dimension. För bruksdimensionen upplevelsemässig har vi angivit samma exempel som för bruksdimensionen informativ, dvs telefoni, brevbefordran, e-post och fax. Dessa produkter kan primärt vara inriktade på antingen att informera eller ge upplevelser. Vid förflyttning av klients tillhörighet sker förflyttning från sändarklient till mottagarklient. Bruket av produkten kan då betraktas både utifrån ett sändar- respektive mottagarperspektiv. I de fall då sändarklient och mottagarklient är olika aktörer kan dessa ha olika syften med förflyttning av varan.

Vid **förflyttning av klient** ser vi detta som en behovstillfredsställelse av materiell, informativ eller upplevelsemässig art. Vi har inte identifierat någon praktik som producerar förflyttning av klient där produkten är inriktad mot att uppnå en ekonomisk tillfredsställelse. Kidnappning skulle kunna vara ett exempel på en sådan produkt. Vi väljer dock att bortse från sådana brottsliga praktiker. För vissa produkter gäller att bruket av förflyttningen kan ske i samband med förflyttningen t.ex kryssning i Medelhavet medan för andra sker bruket efter avslutad förflyttning t.ex bussresa till arbetsplatsen.

Förevisning av vara kan bidra både till en informativ och upplevelsemässig dimension i konsumtionen. Däremot har vi inte funnit någon förevisningssituation som innebär att förevisningen ger en materiell eller ekonomisk behovstillfredsställelse för klienten. Konsumtion av förevisningen kan ske under själva förevisningen, t.ex vid förevisning av en underhållningsfilm där filmen roar för stunden utan att ge klienten särskilt mycket att minnas och tänka på efteråt. Konsumtion kan också ske i huvudsak efter förevisningen, t.ex vid förevisning av en dokumentärfilm där klienten i första hand är intresserad av den kunskap som klienten kan få ut av filmen och använda sig av i andra sammanhang.

På liknande sätt som för förevisning av vara har vi för klassen **förevisning av producent** funnit att det endast är ur ett informativt¹ och upplevelsemässigt perspektiv som det är adekvat att betrakta denna kategori. Även här gäller att bruk kan ske under eller efter genomförd förevisning. Av de båda exemplen i produktklassifikationsschemat är det troligt att teaterföreställning konsumeras främst under förevisningen samt att föredrag av föreläsare i första hand konsumeras efter förevisningen.

Det bruksorienterade klassifikationsschemat visar att utifrån tidigare valda dimensioner finns 32 möjliga klasser. Av schemat framgår också att av möjliga klasser har vi identifierat exempel på produkter tillhörande 27 av dessa klasser. Som nämnts ovan har vi utgått ifrån produkter som kan utgöra ett resultat från någon praktik. En praktik som är etablerad för att dess produkter skall kunna efterfrågas och brukas av andra än av producenten. Skidåkning kan t.ex inte ses som en produkt i detta avseende. Men däremot skidåkningsrelaterade praktiker och produkter som t.ex skidshop med skidor och andra tillbehör, skidanläggning med backar och liftar mm samt skidskolor för instruktion i skidåkning.

3.6 KLASSIFICERING AV PRODUKTER

Många av de produkter som utbjuds av producent och efterfrågas av klient är sammansatta produkter som inrymmer flera av de klasser som presenteras i klassifikationsschemat. I klassifikationsschemat har vår avsikt varit att renodla klasserna för att få fram en klar typicitet för varje klass. Vi har då valt exempel som enligt vår bedömning skall kunna uppfattas som representativa för sin klass, dvs produkten och dess användning skall vara vanligt förekommande i samhället. Vi kan dock i flera fall se att alternativa klassificeringar är möjliga för de produkter som vi här har valt att exemplifiera med.

Man kan se det som att detaljproduktklasserna representerar idealtypiska produkter och att produkter på marknaden ofta är en kombination av flera ”rena” klasser. Vid en produkt som t.ex sightseeing sker en förflyttning av klienten där klienten förflyttas mellan olika platser samtidigt som klienten både kan bli informerad och få upplevelser. Denna produkt kan ses som tillhörande minst fem klasser, nämligen:

- förflyttning av klient, materiellt bruk; klienten förflyttas mellan olika platser
- förevisning av vara, informativt bruk; producenten (en guide) förevisar olika platser och ting för att klienten skall få information/kunskap om dessa
- förevisning av vara, upplevelsemässigt bruk; producenten (en guide) förevisar olika platser och ting för att detta skall ge klienten upplevelser
- förevisning av producent, informativt bruk; producenten (en guide) förmedlar sina kunskaper om förevisade platser och ting för att klienten skall få information/kunskap om dessa
- förevisning av producent, upplevelsemässigt bruk; producenten (en guide) förmedlar sina kunskaper om förevisade platser och ting på ett sådant sätt att det ger klienten särskilda upplevelser av förevisningen

¹ Erhållen kunskap kan sedan nyttjas för materiella eller ekonomiska syften, men detta ses som sekundära effekter av produkten.

Sker sightseeingen per båt kan man också tänka sig att båtfärden i sig kan upplevas som angenäm. Man kan då också tillfredsställa behovet:

- förflyttning av klient, upplevelsemässigt bruk; båtfärden sker på ett sådant sätt att den ger klienten positiva upplevelser

Även andra produkter kan kombineras med själva sightseeingen t.ex försäljning av drycker och glass, försäljning av guidebok och souvenirer, uthyrning av hörlurar för att förstärka guidens röst. Detta kan då beröra andra produktklasser, som t.ex:

- vara för överlåtelse, materiellt bruk; dryck
- vara för överlåtelse, informativt bruk; guidebok
- vara för överlåtelse, upplevelsemässigt bruk; souvenir
- begränsat tillhandahållen vara, informativt bruk; hörlurar

Vissa produkter kan vara svåra att klassificera. För en produkt som inte helt följer den idealtypiska indelningen kan gränsdragningen mellan olika klasser vara oklar och glidande. En föreläsning t.ex, där en föreläsare är producent och deltagarna på föreläsningen är klienter, kan vi se som antingen behandling av klient eller som förevisning av producent. Om föreläsningen är en del i en utbildning där föreläsaren/läraren tar ansvar för att eleverna tillägnar sig kunskaper och uppnår en kunskapsutveckling, ser vi föreläsningen som behandling av klient i ett kunskapsmässigt/informativt syfte. Om föreläsningen istället innebär att en föreläsare håller ett öppet föredrag och inte tar ansvar för deltagarnas inlärnings-/utvecklingseffekter, ser vi istället föreläsningen som en förevisning av producent i ett informativt syfte. I det bruksorienterade klassifikationsschemat, figur 3.1, framgår detta genom exemplet utbildning under kategorin behandla klient samt exemplet föredrag av föreläsare under kategorin förevisa producent. Ögonoperation har vi klassificerat som behandling av klient i en materiell dimension, därför att vi i detta fall ser den kroppsliga påverkan som så påtaglig. Resultatet av ögonoperationen, som bör vara en bättre syn, kan dock användas på flera olika sätt. Här skulle man kunna identifiera både ett informativt, upplevelsemässigt och ekonomiskt syfte.

Även om vår avsikt är att exemplifieringarna för varje klass skall representera idealtypiska produkter kan man alltså tänka sig andra klasstillhörigheter beroende på klienten och dess brukssituation. Till exempel finns köpt videofilm av action-typ med i produktklassifikationsschemat som ett exempel på vara för överlåtelse med upplevelsemässigt bruk. Vi har sett denna användning som den typiska för just denna produkt. Man kan dock tänka sig att det skulle kunna finnas någon klient som köper en sådan film för att spela upp filmen och studera hur den mer tekniskt är uppbyggd, t.ex avseende olika filmiska effekter. Filmen blir då brukad av klienten i ett informativt syfte. Enligt våra erfarenheter ser vi dock en sådan användning av produkten som mer udda och definitivt en användning som producenten inte har planerat. Olika människor har olika referensramar angående produkters användnings sätt. Detta ger olika tolkningar av de exempel som vi använder i produktklassifikationsschemat, vilket därmed även kan ge olika placeringar vid klassificering av produkter enligt produktklassifikationsschemats olika kategorier.

Att det finns olika användningsområden för en viss produkt kan ses som en styrka för produkten. Flerfunktionella produkter tillgodoser fler behov och kan efterfrågas av fler klientgrupper och därmed fler klienter. Produktklassifikationsschemat kan användas av producenter för att klassificera en viss produkt och identifiera dess aktuella bruk och klientkate-

gorier. Detta kan ge viktiga kunskaper inför ett arbete med att t.ex profilera marknadsföring mot vissa klientgrupper. Men klassifikationsschemat kan också användas för att identifiera potentiella brukssituationer och potentiella klientgrupper för att därigenom få ett ökat användningsområdet för en produkt. Detta kan ske både i en design- och en redesignsituation, dvs både då det handlar om att finna användningsområden för nya produkter eller då man önskar finna nya användningsområden för redan existerande produkter.

För att kunna klassificera produkter är alltså klienten och brukssituationen centrala faktorer. Möjliga brukssituationer bestäms till viss del av aktuell klient. En 15-årig flicka och en 75-årig man befinner sig troligen i ganska olika behovssituationer. Detta kan resultera i helt olika preferenser vid t.ex val av en semesterresa. Men ålder och kön är endast två faktorer av många som kan påverka brukssituationen. Även en 35-årig kvinnlig alpinist och en lika gammal kvinnlig filatelist kan befinna sig i mycket olika behovssituationer. Också dessa behovssituationer kan resultera i olika val för att tillgodose personernas behov vid en semesterresa. Om valet av resa skulle överensstämja kan resultatet bli att resan brukas och uppskattas på olika sätt. Då det oftast är klienten och inte producenten som avgör hurvida klienten har ett behov av en viss produkt, är kunskaper om klienten mycket väsentliga för producenten. Det finns olika sätt att få kunskaper om kunders och potentiella kunders konsumtionsprofiler och åsikter om produkter. Genom t.ex kundklubbar får många producenter möjligheter att registrera klienter utifrån olika aspekter.

Den klient som vi har utgått ifrån under arbetet med vår produktmodell är en klient som är slutkonsument av en produkt producerad i en praktik. Avsikten är att vår modell skall vara giltig för alla sådana praktiker och klienter även om våra exempel ofta är tagna från mer traditionella praktiker och klienter. Förutom slutklienten finns det även andra klienter som brukar produkter producerade i någon praktik. En nästaklient¹ (kan vara organisation, del av organisation eller person) kan bruka en produkt som underlag i produktionsprocessen i en praktik.

För en produkt som skor kan t.ex gälla att en tillverkare tillverkar skor, dessa säljs sedan vidare till en grossist, som i sin tur säljer skorna till en detaljist, skorna köps därefter av en slutklient som brukar skorna genom att ha dem på sina fötter. Både grossisten, detaljisten och slutklienten är brukare av skorna. Men grossisten och detaljisten har ett annat bruk av skorna än vad slutklienten har. Grossisten och detaljisten är inte slutklienter utan nästaklienter. Dessa brukar skorna som underlag för att producera (tillhandahålla) skor i sina respektive praktiker. Dessa praktiker, skoförsäljning till detaljister respektive skoförsäljning till konsumenter, kan ses som producenter av varor för överlåtelse. Grossistens respektive detaljistens tillgång till skor utgör här en förutsättning för produktion av produkt, dvs försäljning av skor.² Grossistens/detaljistens bruk av skorna kan då ses utifrån en materiell dimension; skorna köps och används av grossisten/detaljisten för att skapa grossistens/detaljistens produkt.³

¹ Begreppen nästaklient och slutklient finns beskrivna i Goldkuhl & Röstlinger (1998).

² I samband med grossistens/detaljistens produktion kan olika typer av bearbetningar ske som gör att varans väde ökar för klienten. Varan kan t.ex behandlas och förflyttas. Behandling kan innebära att varan förpackas i dimensioner som är lämpliga för slutklienten bruk av varan. Förflyttning kan innebära att varan flyttas närmare klienten för att öka tillgängligheten av varan.

³ Både grossist/detaljist och slutklient alla har ett materiellt bruk av skorna. Av exemplet framgår dock att det materiella bruket inte är av samma slag för alla klienter. Det skulle alltså vara möjligt att göra ytterligare klassificeringar av de identifierade bruksdimensionerna.

Grossistens/detaljistens bruk av skorna kan också ses utifrån en ekonomisk dimension; skorna köps av grossisten/detaljistens i utbytes/avkastningssyfte för att praktiken skall ge lönsamhet.

Många varor produceras i sin helhet för att sedan säljas vidare i ett eller flera led, som skorna i exemplet ovan. Vidareföringen handlar då i första hand om distribution av en vara. Den ursprungligen producerade varan har i dessa fall stora likheter med den vara som tillhandahålls för klient. Många andra varor produceras ursprungligen för att ingå som del/komponent i någon annan vara. En sådan produkt kan då vidareföras i syfte att behandlas/bearbetas för att transformeras/förädlas till en ny/förädlad produkt. Denna bearbetning innebär en materiell behandling. Detta gäller t.ex för skotillverkaren när denne köper in läder från någon producent och sedan bearbetar lädret som kommer att bli en del av de färdiga skorna. Producentens materiella bruk av varan (lädret) blir i detta fall mer påtagligt än i de fall då det endast handlar om distribution av vara. Vid köp och bruk av råvara/halvfabrikat är också den ekonomiska dimensionen giltig, eftersom även en tillverkande producents praktik måste vara lönsam.

När en skotillverkare producerar skor måste denne ha en slutklient i fokus. Men produktionen i övriga led (dvs distributionen) kan också ha en påverkan på slutprodukten som skall brukas av slutklienten. Därför måste även sådana övriga produktionsled avsiktligt medverka till att göra produkten nyttig för slutklienten. Skorna tillverkas och vidareförs som vara för att överlåtas och/eller begränsat tillhandahållas utifrån ett materiellt och kanske även ett upplevelsemässigt bruk. Skon som slutprodukt är i alla produktionsled producerad för att ge slutklienten nytta vid bruk av produkten. För att produkten skall bli lyckad är det dock inte tillräckligt att slutklienten kan uppskatta produkten, utan produkten måste även vara attraktiv för övriga produktionsled, t.ex för grossister och detaljister. Dessa klienter/producenter har andra behov av produkten än slutklienten. Men även dessa behov måste tillgodoses, om man ser till den totala produktionsprocessen från råmaterial till slutprodukt som brukas av slutklient. Tillverkaren måste alltså se både till grossistens och detaljistens möjligheter att sälja skorna vidare med ekonomisk avkastning. Hela processen från tillverkning till slutklient måste inriktas på behovs-tillfredsställelse i samtliga delprocesser. Olika sätt förekommer för att kontrollera och reglera delprocesser så att dessa kan verka för gemensamma mål. Initiativ till samverkan på olika nivåer kan initieras från såväl tillverkare, grossister som detaljister.

4 KARAKTÄRISERING AV PRODUKTKLASSER

Som framgår ovan har vår produktklassificering resulterat i en indelning av produkter i huvudproduktklasser, mellanproduktklasser och detaljproduktklasser. Indelningen i detaljklasser framhäver klientens bruk och det huvudsakliga syftet med produkten. Enligt vårt praktik-inriktade synsätt utgör användning av produkten ett mått på meningsfullheten i produktionen. Bruket av produkten legitimerar därigenom framställning av produkten. Ett tydliggörande av bruksdimensionen blir därför väsentlig vid en detaljerad produktanalys.

För att få en djupare förståelse för de olika produktklasserna har vi utfört en karaktärisering av klasserna på mellannivå utifrån några olika karaktäristika; egenskaper som baseras på såväl producent och produktion som på klient och konsumtion. Karaktäriseringen visar på både likheter och olikheter mellan de olika mellanproduktklasserna. Genom karaktäriseringen identifierar och beskriver vi egenskaper hos de olika klasserna samtidigt som behovet av de olika klasserna tydliggörs.

Nedan följer karaktäriseringar av produktklasserna med avseende på produktion och konsumtion, nyttjande av förutsättningar, samband produktion - leverans - konsumtion, delaktighet samt ägande och besittning. Men innan vi går in på dessa karaktäriseringar gör vi en innebördsbestämning av produktbegreppet samt en avgränsning av produktklassers praktiker.

4.1 PRODUKTBEGREPPET - YTTERLIGARE PRECISERING

Med *produkt* menar vi något som avsiktligt framställs av någon och som är avsett att brukas av någon på något sätt. *Producenten* är den som avsiktligt framställer produkten och som därigenom skapar förutsättningar för klientens bruk av produkten; utan produkt kan inte heller något bruk förekomma. Produktförutsättningarna kan utgöras av både möjligheter och hinder för klientens brukande av produkten. Dessa förutsättningar kan fastställas enbart av producent eller gemensamt som en överenskommelse mellan producent och klient. *Klienten* är den som brukar produkten och väljer hur produkten skall brukas utifrån produktförutsättningarna. Värdet av produkten uppstår vid brukandet av produkten. Produkten i sig utgör en *värdepotential*; en potential för att tillföra klienten värde vid nyttjande av produkten. En produkts bruksvärde uppstår vid nyttjandet men baseras på produktens inneboende egenskaper. Klientens bruk av produkten betingas av såväl egenskaper hos produkten som egenskaper hos brukaren samt av övriga egenskaper i brukssituationen.

En bil har tillverkats genom varuförädling. Bilen existerar som en vara/ett ting. Men bilen blir ingen fullständig produkt, som kan övergå från producenten till att brukas av klient, innan produktförutsättningarna för brukandet har fastställts. För klienten innebär det stora skillnader om denne får bruka bilen fritt, bruka den men endast under viss begränsad tid eller om klienten får nöja sig med att endast titta på bilen. Formerna för klientens bruk påverkar producenten och produktionsprocessen. Det ställer olika krav på producenten om bilen skall säljas (vara för överlåtelse), hyras ut (begränsat tillhandahållen vara) eller visas på en utställning (förevisning av vara).

Produkt är det resultat av producentens produktionshandlingar som kan konsumeras av någon klient. Med produkt avser vi det som traditionell brukar betraktas som varor såväl som det som brukar betraktas som tjänster. Vi ser produkt som ett resultat av utförda handlingar, något framställt. Detta innebär att vi i detta avseende likställer tjänsten med varan. Vi ser tjänster som något som är gjort istället för något som görs. Bilverkstadens produkt blir den reparerade bilen istället för bilreparationen i sig, dvs resultatet istället för processen. Synen på tjänst diskuteras även i 2.5 där vi fokuserar på tjänsteteorins behandling av tjänst.

Vi ser inte en produkt som en lösryckt företeelse utan en produkt är någonting som är skapat av en producent och implicerar både en tänkt klient och en brukssituation. Produkten bör därför betraktas utifrån dess kontext av producent/produktion och klient/konsumtion. En produkt utgör resultat av en produktionsprocess samt också förutsättningar för en konsumtionsprocess. Produkten bör då ha sådana egenskaper att både producentens behov i produktionsprocessen och klientens behov i konsumtionsprocessen kan tillgodoses.

4.2 AVGRÄNSNING AV PRODUKTKLASSERS PRAKTÍKER

En praktik innebär att en eller flera producenter utför handlingar (producerar) som ger resultat (produkter) som kan nyttjas av klienter. Resultatet skapas av producenten utifrån några förutsättningar (se figur 1.1 den praktikgeneriska modellen, se även avsnitt 4.5 samt figur 4.4). Förutsättningarna utgörs av:

- **Uppdrag** från uppdragsgivare; t.ex beställning av en service på en bil, servicen specificeras med t.ex bilmodell, typ av service.
- **Underlag** från försörjare; t.ex klientens bil som skall repareras, reservdelar från reservdelsproducenter.
- **Kunnande, normer, instrument**; t.ex producentens kunnande om bilar och bilservice, kvalitetsnormer inom bilservicebranschen, verktyg för reparation/service av bilar.
- **Ersättning** från finansierer; t.ex klienten betalar för utförd bilservice.

Med underlag avser vi olika resurser som kommer att ingå i den slutliga produkten. Underlaget kommer att vara en del av slutprodukten. I vilken omfattning underlaget är en del av slutprodukten är beroende både på underlaget och den avsedda slutprodukten. Reservdelar som glödlampor och avgasrör blir en del av den slutliga produkten, dvs den reparerade bilen. Producenten bidrar med underlag till produktionen. Men den som tillhandahåller underlaget, dvs försörjaren, kan vara såväl den aktuella producenten som andra producenter. Om det handlar om behandling eller förflyttning utgör även klientens tillhörighet eller klienten själv underlag i produktionsprocessen. I dessa fall blir klienten också en försörjare.

De producentunderlag som utgörs av varor kan vara av olika typ:

- råmaterial
- komponenter
- färdiga varor

Är underlaget i form av råmaterial kan detta kräva mer omfattande förberedelser av producenten innan produkten kan tillgängliggöras för slutklienten. Produktionen kan då

innebära tillverkning, dvs från råmaterial till färdig produkt till slutklient. Är underlaget istället i form av komponenter/halvfabrikat kan producentens praktik handla om vidareförädling (i bland i form av montering) av en vara till färdig produkt till slutklient. Om underlaget till producentens praktik är i form av färdiga varor kan det handla om vidareföring av vara till slutprodukt att brukas av slutklient. För samtliga produktklasser kan underlag av de olika typerna, dvs råmaterial, komponenter och färdiga varor, vara aktuella.¹

Praktiker kan ha olika omfattning. Såväl underlag som produkt ger en praktik dess avgränsning. I denna rapport går vi inte närmare in på de olika avgränsningar som kan förekomma för olika typer av praktiker, dvs hur många moment i processen från råvara till färdig produkt som producenten väljer att utföra. För t.ex praktiker som producerar tillhållna varor samt förevisning av vara förutsätter vi att producenten på något sätt har anskaffat själva varan. Vid behandling kan olika material användas som underlag. Vi går heller inte in på hur sådana material har framställts. Vi går heller inte in på hur kunskande, normer och instrument skapas eller vilka olika praktiker det berör. I vår produktteori fokuserar vi alltså endast en producent, vilken utgör det sista produktionsledet för att slutprodukten skall kunna vara tillgänglig för bruk av slutklient.

Som nämnts i avsnitt 3.6 ovan fokuserar vi i produktteorin primärt produkter som riktar sig till slutklienter. När vi talar om produkt avser vi ett resultat som är avsett att brukas av en eller flera slutklienter. Slutklienter kan finnas både på den sk konsument- som på producentmarkanden. Våra exempel avser sk konsumentprodukter, dvs när personer anskaffar produkter för i första hand ett personligt brukande. T.ex när en dammsugare köps av en person som skall använda dammsugaren i sitt hem. Vi har valt dessa exempel för att öka sannolikheten att läsaren skall känna igen sig. Produktteorin är lika giltig för produkter som vänder sig till slutklienter på producentmarknaden, dvs när organisationer anskaffar produkter för bruk i organisationen. T.ex när en dammsugare köps av en organisation för att den skall brukas i organisationens praktik vid dess produktion av städning. Dammsugaren brukas som instrument i den städproducerande praktiken när praktikens producenter städar åt sina klienter. Städproducenten brukar dammsugaren medan städproducentens klienter brukar städningen.

Instrument är slutprodukter som är färdiga att brukas av slutklienten oberoende om slutklienten är en privatperson eller en producent. Producentunderlag däremot kan vara av olika karaktär.

4.3 PRODUKTION OCH KONSUMTION AV PRODUKT

Vi inleder karaktäriseringen med att fokusera på produkten. Produkten studeras både utifrån producentens perspektiv och utifrån konsumentens/klientens perspektiv. Med *produkt som produceras* avser vi produkten så som den skapas av producenten, dvs resultatet av produktionsprocessen utifrån producentens perspektiv. Med *konsumtion av produkt* belyser vi

¹ Gränserna mellan råmaterial, komponent och färdig vara kan vara oklar och flytande eftersom produkter kan vara flerfunktionella och brukas på olika sätt av olika klienter. Men också beroende på att såväl råmaterial som komponenter och färdiga varor kan brukas direkt av slutklienten i klientens brukssituation. Slutklienten kan t.ex efterfråga och bruka såväl bilar som avgassystem vilka är en komponent i slutprodukten bilar. För en viss produkt är det alltså inte alltid självklart om produkten utgör slutprodukt till slutklient eller underlag för en producent.

produkten utifrån klientens perspektiv avseende nyttjande av produkten. I figur 4.1 återfinns de 8 produktklasserna på mellannivå karakteriserade utifrån dessa båda perspektiv.

Vi karakteriserar också produkter med avseende på självständighet. En *produkts status vid konsumtion* visar på huruvida den produkt som produceras är självständig eller bunden. Även denna karakterisering beskrivs i figur 4.1 nedan.

Med *bunden* menar vi att produkten inte kan konsumeras som en självständig enhet utan är sammanlänkad med antingen en tillhörighet eller en klient. Bunden innebär då att produkten inte kan överlåtas till någon annan samt att produkten inte heller kan återgå till producenten. Produkten har endast ett bruksvärde tillsammans med produktbäraren som kan vara antingen en tillhörighet eller en klient.

Vid **behandling av klients tillhörighet** gäller t.ex att en lagning som är utförd på ett par skor blir en del av skorna och har endast ett värde tillsammans med skorna. Då klienten brukar lagningen brukar klienten också skorna. Lagningen i sig kan inte återlämnas eller säljas vidare, dvs lagningen kan inte hanteras som en självständig enhet utan är bunden till klientens tillhörighet. Gäller det **behandling av klient** är produkten istället bunden till klienten. En redan mottagen kroppsmassage kan inte överlåtas till någon annan, man kan inte heller ångra sig och lämna tillbaka massagen. Bundenheten medför att det t.ex inte kan finnas någon begagnatmarknad för skolagningar eller kroppsmassager, det är i dessa fall heller inte aktuellt med någon ångervecka.

På liknande sätt som vid behandlingsklasserna gäller vid förflyttningsklasserna, **förflyttning av klients tillhörighet** och **förflyttning av klient**, att produkten är bunden till tillhörigheten respektive till klienten. Förflyttningen konsumeras genom att tillhörigheten befinner sig på ny plats. En förflyttad klient konsumerar själv förflyttningen och kan inte överlåta den på någon annan. Vid **förevisning av vara** blir produkten bunden till klienten, där upplevelser och kunskaper från förevisningen blir en del av klienten. Detta gäller även vid **förevisning av producent**.

När en produkt är bunden till en klient, kan den i vissa fall återskapas av klienten och vidareföras till andra, t.ex då klienten vidareför den kunskap som klienten har erhållit av producenten vid behandling av klient eller förevisning av producent. Produkten kan ändå inte ses som självständig utan måste ses som bunden till klienten, eftersom det alltid krävs en skapandeprocess utförd av klienten för att produkten skall bli vidareförbar.

	Produkt som produceras	Konsumtion av produkt	Produktstatus vid konsumtion
Vara för överlåtelse	Vara att äga	Nyttjande av ägd vara	Självständig
Begränsat tillhandahållen vara	Vara för uthyrning/lån	Nyttjande av hyrd/lånad vara	Självständig
Behandling av klients tillhörighet	Resultat av behandling	Nyttjande av behandlingsresultat	Bunden till tillhörighet
Behandling av klient	Behandling och/eller resultat av behandling	Nyttjande av behandlingsresultat och/eller behandlingsprocess	Bunden till klient
Förflyttning av klients tillhörighet	Resultat av förflyttning	Nyttjande av förflyttningsresultat (platsförändring)	Bunden till tillhörighet
Förflyttning av klient	Förflyttning och/eller resultat av förflyttning	Nyttjande av förflyttningsresultat och/eller förflyttningsprocess	Bunden till klient
Förevisning av vara	Förevisning/det förevisade	Nyttjande av förevisning	Bunden till klient
Förevisning av producent	Förevisning/det förevisade	Nyttjande av förevisning	Bunden till klient

Figur 4.1 Karaktärisering av produktklasser med avseende på produktion och konsumtion

Vid behandling av klient, förflyttning av klient, förevisning av vara och förevisning av producent sker en påverkan på klienten i samband med att klienten mottar produkten, även om det huvudsakliga syftet är att produkten skall konsumeras efter leverans. Vi kan därför se det som att klienten i dessa fall alltid i något avseende får del av produkten i samband med att klienten mottar produkten. Den som får håret klippt får del av hårklippningen under behandlingen, även om syftet är att frisyren skall konsumeras under flera veckor efter det att klippningen är avslutad. När vi talar om konsumtion är det inte ett nödvändigt mottagande av produkten som vi avser, utan den konsumtion som klienten ser som syftet med att få tillgång till produkten. Denna konsumtion kan, när det gäller behandling av klient, förflyttning av klient, förevisning av vara och förevisning av producent, ske i samband med mottagandet eller efter mottagandet av produkten.¹

Behandling, förflyttning och förevisning kan också utföras med det huvudsakliga syftet att tillfredsställa någon annan än den primärt påverkade klienten. Man kan t.ex frisera håret för att någon annan person önskar det. Om en 2-åring får sitt hår permanentat är det kanske i första hand någon förälder som konsumerar behandlingen. Förflyttning av klient kan också ske utifrån någon annans önskemål om förflyttning. En fångtransport där en intern förflyttas till ett säkrare fängelse sker inte i första hand för att tillfredsställa den förflyttade internen. Förevisning av vara och förevisning av producent kan också detta ske till gagn för någon annan än för den direkt mottagande klienten. Vid förevisningen kan en klient inhämta information som klienten sedan skall förmedla till någon annan person som är den som i huvudsak skall bruka informationen. När man talar om klient kan man behöva skilja på olika typer av klienter, t.ex nästa-klient, slutklient, sidoklient eller biklient; dessa begrepp finns närmare beskrivna i Goldkuhl & Röstlinger (1998).

Bundenhet vid konsumtion gäller alltså för produktklasserna behandling av klients tillhörighet, behandling av klient, förflyttning av klients tillhörighet, förflyttning av klient, förevisning av vara och förevisning av producent. För de övriga två produktklasserna, vara för överlåtelse samt begränsat tillhandahållen vara, gäller istället självständighet vid konsumtion.

Med *självständig* menar vi att produkten kan hanteras som en separat enhet. Detta kan t.ex innebära att produkten kan överlåtas till annan klient eller att produkten kan återgå till producenten², vilket kan vara aktuellt vid t.ex öppet köp. Att en produkt är självständig kan alltså enbart gälla vid **vara för överlåtelse** och **begränsat tillhandahållen vara**.³ Om man har köpt en cd-spelare kan man t.ex låna ut den eller sälja den vidare, man kan också lämna tillbaka den till affären om man inte är nöjd med den. Den cd-spelare som man en gång har köpt existerar som ett självständigt objekt med ett visst värde under en viss tid.

¹ Samband produktion - leverans och leverans - konsumtion behandlas i avsnitt 4.6 nedan.

² Hela produktklassen begränsat tillhandahållen vara baseras just på möjligheten att låna ut och lämna tillbaka varan.

³ Att produkter av klasserna vara för överlåtelse och begränsat tillhandahållen vara kan ses som självständiga vid konsumtion baseras på att varor i sig är självständiga objekt, se definition av vara i avsnitt 3.2.1 ovan.

4.4 VARORS KONSUMTIONSBESTÄNDIGHET

Av föregående avsnitt framgår att produkter tillhörande klasserna vara för överlåtelse och begränsat tillhandahållen vara kan karaktäriseras som självständiga vid konsumtion. En vara utgör i sig ett självständigt objekt som kan ha ett visst värde under en viss tid. Hur länge en vara existerar och har ett bruksvärde beror på varans *konsumtionsbeständighet*. Konsumtionsbeständighet kan ses som en egenskap hos varor. Denna egenskap varierar starkt hos olika varor.

Vissa varor har kort konsumtionsbeständighet och kan mista sitt ursprungliga värde för konsumtion utan att de konsumeras, medan andra varor har lång konsumtionsbeständighet och kan bevara sitt ursprungliga bruksvärde under lång tid, trots att de konsumeras. En varas konsumtionsbeständighet påverkas av tiden och av brukandet av varan. Vi delar upp konsumtionsbeständigheten i tidsbeständig och återbrukbar, se figur 4.2 nedan.

	Återbrukbar		Tidsbeständig	
	ja	nej	lång	kort
Bokhylla	X		X	
Dagstidning	X			X
Skokräm		X	X	
Glasspinne		X		X

Figur 4.2 Exempel på självständiga produkters konsumtionsbeständighet

Återbrukbar innebär att varans ursprungliga bruksvärde och bruksfunktion består även efter konsumtion, varan är återanvändbar och kan brukas flera gånger av samma person eller av olika personer. En bokhylla kan först brukas/konsumeras av köparen och sedan överlåtas för att användas som hylla för böcker åt någon annan. En burk med skokräm är däremot inte återbrukbar. När skokrämen en gång har konsumerats är den förbrukad och den går då inte att återanvända.^{1 2} Avsaknad av återbruk gäller även då varan kan delas upp i delar, och där dessa kan konsumeras vid olika tillfällen. Man kanske inte använder hela skokrämsburken då man öppnar burken för första gången, utan skokrämen kan användas då och då under en längre tid. Den del av skokrämen som man brukar vid varje tillfälle är dock förbrukad och kan inte nyttjas igen.

¹ Då självständiga produkter inte går att återbruka, beror detta ofta på att konsumtionsprocessen är av typen behandlingsprocess där produkten används som underlag. Den självständiga produkten blir då del av behandlingsresultatet eller behandlingsprocessen, dvs bunden till process och/eller produkt.

² Bruket av skokrämen sker dels när krämen smörjes in i skorna (behandling av tillhörighet) samt dels när skokrämen är insmord i skorna (behandlad tillhörighet). Skokrämen smörjes in i skorna för att ge hållbara och vackra skor. När skokrämen är insmord i skorna är skokrämen bunden till skorna och klienten brukar skokrämen, tillsammans med skorna, utifrån ett materiellt, upplevelsemässigt och eventuellt ett ekonomiskt syfte. När skokrämen brukas insmord i skorna sker detta i form av återbruk; klienten kan använda skorna många gånger med samma insmorda skokräm. Det är istället när skokrämen brukas i samband med insmorningen (behandling) som återbruk inte är möjligt. När skokrämen brukas i samband med behandlingen sker en egenskapsförändring av skokrämen som gör att skokrämen inte kan brukas på samma sätt, dvs för insmorning, på nytt. Skokrämen har en viss bruksfunktion när den finns i burken och en annan bruksfunktion när den finns insmord på skorna.

Tidsbeständig avser den tidsrymd under vilken varan bevarar sitt bruksvärde och bruksfunktion utan att den brukas. Skokrämen har en relativt lång tidsbeständighet. En burk med skokrämen kan stå oanvänd under en längre tid utan att dess värde eller funktion förändras. Även en bokhylla har lång tidsbeständighet. Det bruksmässiga värdet av bokhyllan förändras oftast inte speciellt mycket över tiden. En dagstidning och en glasspinne är båda exempel på varor med kort tidsbeständighet. Glasspinnen smälter snabbt bort och dagstidningen blir snabbt inaktuell att bruka för nyhetskonsumtion.

Bokhyllan och skokrämen har båda lång tidsbeständighet men dessa varor har ändå olika konsumtionsbeständighet. Denna olikhet kan alltså i första hand inte relateras till tidsbeständigheten utan bör istället bero på skillnaderna i återbrukbarheten. På liknande sätt är glasspinnens och dagstidningens tidsbeständighet lika, medan dessa varors återbrukbarhet är helt olika. Glasspinnen förbrukas vid konsumtion medan dagstidningen består och kan nyttjas flera gånger och av flera personer. Varor med lägst grad av konsumtionsbeständighet blir de som både saknar återbrukbarhet och har kort tidsbeständighet. I exemplifieringen ovan gäller detta för glasspinnen.

De olika klasserna av konsumtionsbeständighet visas med exempel i figur 4.2 ovan. För klassen tidsbeständig har vi valt en grov skala med enbart två värden, lång och kort. Vid behov kan denna skala givetvis förfinas för att bidra till en mer nyanserad karaktärisering av varor.

För vissa varor är konsumtionsbeständigheten ganska given, medan för vissa andra är den mycket osäker. Att en vara inte går att återanvända är många gånger inte så svårt att avgöra i de fall då varan helt förändras efter första brukstillfället; då konsumtionen förändrar varans egenskaper så att den ursprungliga vara transformeras till någonting annat. I sådana fall är det relativt uppenbart att varan är förbrukad. Detta gäller t.ex för glassen som inte kan ätas igen och för skokrämen som inte kan smörjas in igen. I bland kan det dock vara svårare att avgöra återbruk. Det finns t.ex varor som förändras och där förändringen får sådana effekter att varan är avsedd att förbrukas vid första brukstillfället, men där produkten i vissa fall ändå går att återanvända, t.ex engångshandskar. Sådana varor kanske inte entydigt kan klassificeras enligt de varandra uteslutande klasserna återbrukbar respektive ej återbrukbar.

Hur en vara förändras vid konsumtion varierar mellan olika varor. Det är relativt vanligt att en vara består av olika delar, där någon del inte är återbrukbar och andra delar kan återbrukas. En kopiator t.ex kan ses som en återbrukbar vara, men en del av färgpulvret i kopiatorn förbrukas varje gång en kopia framställs. En kopiator får en kort konsumtionsbeständighet om inte konsumerat färgpulver kan ersättas med nytt, i annat fall får kopiatorn en lång konsumtionsbeständighet.¹

¹ Utbytes- och påfyllnadsprodukter som reservdelar och refiller förlänger konsumtionsbeständigheten. Men produkter som är beroende av dessa kan ändå få begränsad konsumtionsbeständighet, eftersom tillgången på utbytes- och påfyllnadsprodukter kan vara svår att garantera från någon producent, särskilt i ett långsiktigt perspektiv. Produktutveckling som innebär nya standarder och modeller ställer nya krav på utbytes- och påfyllnadsprodukter vilket även detta leder till begräningar i tillgång på sådana produkter.

En varas bruksvärde kan såväl öka som minska vid bruk. En T-shirt har ett visst ursprungligt bruksvärde, men T-shirten kan få ett högre bruksvärde efter konsumtion om den som har brukat plagget är en "kändis". För vissa varor kan konsumtionen innebära att varan eller delar av varan kan brukas på något helt nytt eller delvis annat sätt än den ursprungligen avsedda; en varas ursprungliga bruksfunktion kan förändras då varan brukas. En burk med senap har ett visst bruksvärde. När senapen är konsumerad kan eventuellt senapsbehållaren brukas som dricksglas. Vi ser då glaset som en biprodukt till produkten senap men dricksglaset betingar förmodligen ett lägre bruksvärde än den icke konsumerade senapsburken.¹ Vissa konsumerade produkter kan transformeras till en annan produkt med en helt ny bruksfunktion. T.ex kan använda PET-flaskor användas till att göra fleecetyg. Vi ser då detta som en ny process där PET-flaskorna utgör underlag för produktion av fleece.

För en återbrukbar vara, t.ex en cd-spelare, kan det i bland vara svårt att avgöra graden av återbrukbarhet. De flesta varor påverkas och förändras av konsumtion, men kan ändå brukas till sitt ursprungliga ändamål. Brukandet sliter ofta på varan. Olika varor är olika tåliga och det slitage som uppstår efter ett visst brukande varierar. En cd-spelare håller i genomsnitt för ett visst antal speltimmar. Bruksvärdet för en vara kan minska både beroende på användningsgraden och slitstyrkan hos varan.

I figur 4.2 har vi för klassen återbrukbar valt skalindelningen ja eller nej. Vi ser det som viktigt att i första hand diskriminera mellan återbrukbara varor och sådana varor som inte är återbrukbara. För återbrukbarhet kan vi dock tänka oss att vid behov införa flera skalsteg för att då kunna visa på att t.ex en bok i halvfranskt band är återbrukbar i större utsträckning än en pocketbok.²

Även graden av tidsbeständighet kan vara olika svår att avgöra. Hur länge håller en bukett med snittblommor? Hur länge kan en burk med lim stå utan att limmet torkar? I dagens läge har många icke återbrukbara varor ett "bäst före datum" som då blir bestämmande för tidsbeständigheten.

För vissa varor kan konsumtionsbeständigheten påverkas på olika sätt. För återbrukbara varor kan återbrukbarheten i vissa fall påverkas. Den förslitning som ofta förekommer i samband med konsumtion kan eventuellt påverkas genom handhavande och underhåll. T.ex så påverkas en bils återbrukbarhet av både körsätt och skötsel, t.ex häftiga inbromsningar och avsaknad av tvättning. Både bokhyllans och tidningens återbrukbarhet kan påverkas av handhavandet i samband med konsumtion.

Även tidsbeständigheten kan påverkas. För en glasspinne kan tidsbeständigheten förlängas genom att glasspinnen förvaras i en frys och förkortas genom en placering i solen. Även skrämers tidsbeständighet, som vi här har uppskattat till relativt lång, kan förmodligen påverkas genom speciella lagringsförhållanden. Vad gäller en dagstidning kan innehållets tidsbeständighet inte ökas eftersom bruksvärdet är relaterat till tiden för denna vara. Tidsbeständigheten kan dock minskas om tidningen handhas på ett olämpligt sätt, t.ex placeras ute i regnet, detta bör även gälla för bokhyllan.

¹ Begreppet biprodukt finns beskrivet i Goldkuhl & Röstlinger (1998).

² Innehållet i boken påverkas egentligen inte av själva avläsningen av boken. Men för att kunna läsa boken måste man också hantera boken (bläddra i boken), och det är denna hantering som ger ett visst slitage. Det handhavande som är nödvändigt för att kunna konsumera produkten hänför vi till klassen konsumtionsbeständighet.

För de flesta varor har förmodligen, både sättet som varan behandlas och underhålls på samt tiden i sig betydelse för varans konsumtionsbeständighet. Detta gäller för såväl återbrukbarheten som tidsbeständigheten.

Vid klassificering utifrån tidsbeständighet har vi utgått ifrån själva varan som självständig enhet och dess status avseende konsumtion. För produkter som tillhör klassen vara för överlåtelse har klienten en obegränsad tillgång till varan. Men alla produkter som tillhör klassen begränsat tillhandahållen vara har en begränsning i sin tidsbeständighet vad gäller klientens konsumtion av varan, eftersom klienten endast förfogar över produkten under en begränsad tid. En cd-spelare som är hyrd över en dag får då en kort tidsbeständighet medan en cd-spelare som är hyrd på tre år får en relativt lång tidsbeständighet för klienten. Huruvida produkten tillhör klassen vara för överlåtelse eller begränsat tillhandahållen vara har alltså även detta betydelse för konsumtionsbeständigheten avseende klientens bruk av varan.

För klassen begränsat tillhandahållen vara gäller, förutom tidsbegränsningen, även att varan skall återlämnas. Den skokräm som har konsumerats av klienten kan inte återlämnas till producenten¹. Den dagstidning som har konsumerats kan återlämnas men då tidsbeständigheten i detta fall är kort, finns det risk för att varans bruksvärde har minskat i en sådan omfattning att producenten inte kan tillhandahålla varan till andra klienter. Det finns alltså begränsningar för vilka varor som lämpar sig för ett begränsat tillhandahållande. I första hand är det återbrukbara varor med lång tidsbeständighet, t.ex bokhylla² i exemplet om självständiga produkters konsumtionsbeständighet (figur 4.2 ovan).

För produkter av klassen vara för överlåtelse kan varor med varierande grad av konsumtionsbeständighet tillhandahållas av producent. Men för klassen begränsat tillhandahållen vara har alltså varans konsumtionsbeständighet stor betydelse för vilka varor som kan vara aktuella att tillhandahålla. Samband mellan varors konsumtionsbeständighet och produktklasserna för tillhandahållen vara framgår av figur 4.3 nedan.

Produktklass	Konsumtionsbeständighet			
	Återbrukbar		Tidsbeständig	
	ja	nej	lång	kort
Vara för överlåtelse	X	X	X	X
Begränsat tillhandahållen vara	X		X	

Figur 4.3 Varor lämpade för överlåtelse respektive begränsat tillhandahållande

¹ Ibland kan en annan förekomst av produkttypen accepteras som ersättning för den vara som konsumeras, detta är dock inte vanligt förekommande.

² Bokhylla är dock inte ett så bra exempel på produkter som lånas eller hyrs ut, cd-spelare är ett bättre exempel. Vilka produkter av klassen begränsat tillhandahållen vara som erbjuds av producent och efterfrågas av konsument beror inte enbart på egenskaperna återbrukbarhet och tidsbeständighet. Faktorer som finansiering, användningsfrekvens, flyttbarhet och produktförnyelse bör ha en stor inverkan på förekomst av sådana produkter.

4.5 NYTTJANDE AV FÖRUTSÄTTNINGAR I PRODUKTIONS- PROCESSEN

I vår produktkaraktärisering fokuserar vi även på produktionsprocessen och de resurser som utgör nödvändiga förutsättningar för denna process. I figur 4.4 nedan, karaktäriseras produktklasserna utifrån förutsättningar för produktionsprocessen avseende såväl producentens bidrag respektive klientens bidrag i processen.

Med *producentbidrag* avser vi de huvudsakliga resurser som tillhandahålls av producenten vid framställning av produkten. Detta kan vara en redan färdig vara som förbrukas eller återbrukas av producenten. Det kan också vara den tid eller det kunnande¹ som producenten använder vid framställning av produkten. När producenten använder tid så förbrukas denna, men när producenten brukar sitt kunnande så sker ingen förbrukning utan snarare ett återbruk². I vissa fall behöver producenten material som underlag i framställningsprocessen och ibland nyttjar producenten olika instrument³ som hjälp för att skapa produkten. Material förbrukas medan instrument ofta återbrukas.

Med *klientbidrag* avser vi klientens bidrag vid själva framställning av produkten i sig. Antingen ger klienten inget bidrag till denna process eller så bidrar klienten med sin tillhörighet eller med sig själv.

Vid **vara för överlåtelse** baseras produktionen på förekomst av vara, varan är underlag för produktionsprocessen, t.ex en bil som kan säljas. Utifrån producentens perspektiv är varan inte återbrukbar utan varan förbrukas i produktionsprocessen (vid överlåtelsen) och producenten har då ej längre tillgång till den sålda bilen. Vid **begränsat tillhandahållen vara** baseras även här produktionen på förekomst av vara, men varan förbrukas inte, utan det sker istället ett återbruk av vara och varans värde kvarstår. I vilken utsträckning varans bruksvärde bevaras är dock beroende av varans konsumtionsbeständighet. Återbruk av vara kan kräva att producenten underhåller varan, i de fall då klientens konsumtion innebär förslitning av varan eller förbrukning av delar av varan. Varans bruksvärde måste vidmakthållas och detta kan ske genom förebyggande och/eller avhjälpande åtgärder. En hyrbil kan behöva repareras, tvättas samt återfyllas med bensin.⁴

¹ Inom samtliga produktklasser nyttjar producenten sitt kunnande i produktionsprocessen. Vi vill här visa de produktklasser som förutsätter speciella framställningskunskaper och där producentkunnandet utgör en väsentlig del i produktionsprocess och produktionsresultat (produkt).

² Aktörers kunnande nyttjas utan att detta kunnande reduceras. Vi kan därför tala om återbruk av kunnande. De flesta handlingar som människor utför baseras på tidigare inhämtade kunskaper, som vi återbrukar i nya eller välkända situationer. Men i samband med att människor utför handlingar så sker också ett lärande. Lärande kan ske genom att effekter av utförda handlingar explicit granskas och utvärderas. Men en stor del av lärandet sker relativt automatiskt, dvs på en låg medvetandenivå. Man kan tala om handlingars reflexivitet; dvs att utförda handlingar, på ett eller flera sätt, alltid återverkar på utföraren. Människor utvecklar sitt kunnande och förändrar sina handlingar för att uppnå ett bättre resultat, vilket alltså kan ske mer eller mindre omedvetet. Detta innebär att när människor återbrukar sitt kunnande, reflekterat eller oreflekterat, kan detta aldrig ske på ett så statistiskt sätt som vid återbruk av en vara, ett ting. Återbruk av kunskap är erfarenhetsskapande och ger ökade kunskaper. Denna speciella typ av återbruk borde därför kunna benämnas för *merbruk* istället för återbruk. Denna terminologi kan vara ett sätt att betona att människans kunnande är dynamiskt och förändras kontinuerligt baserat på erfarenheter av utförda handlingar.

³ Begreppet instrument beskrivs utförligare i Goldkuhl & Röstlinger (1998).

⁴ Underhåll av vara kan i sig innebära en process av typen behandling av klients tillhörighet. Vi ser detta som en separat process och tar därför inte upp underlag för underhåll av vara i denna karaktärisering.

	Förutsättningar för produktion	
	Producentbidrag	Klientbidrag
Vara för överlåtelse	<ul style="list-style-type: none"> • Förbrukning av vara 	-
Begränsat tillhandahållen vara	<ul style="list-style-type: none"> • Återbruk av vara • Ev underhåll av vara 	-
Behandling av klients tillhörighet	<ul style="list-style-type: none"> • Förbrukning av producenttid • Återbruk av kunnande • Ev behandlingsmaterial/instrument 	Klients tillhörighet
Behandling av klient	<ul style="list-style-type: none"> • Förbrukning av producenttid • Återbruk av kunnande • Ev behandlingsmaterial/instrument 	Klient
Förflyttning av klients tillhörighet	<ul style="list-style-type: none"> • Förbrukning av producenttid • Återbruk av kunnande • Ev förflyttningsinstrument/material 	Klients tillhörighet
Förflyttning av klient	<ul style="list-style-type: none"> • Förbrukning av producenttid • Återbruk av kunnande • Ev förflyttningsinstrument/material 	Klient
Förevisning av vara	<ul style="list-style-type: none"> • Återbruk av arrangerad vara 	-
Förevisning av producent	<ul style="list-style-type: none"> • Förbrukning av producenttid • Återbruk av kunnande 	-

Figur 4.4 Karaktärisering av produktklasser med avseende på förutsättningar för produktion

Vid vara för överlåtelse och begränsat tillhandahållen vara skapas själva varan genom en förädlingsprocess där material mm transformeras till en vara. Varan kan skapas av producenten eller av annan producent. För att producenten skall kunna producera en tillhandahållen vara krävs inte något bidrag från klienten till denna process.

Vid **behandling av klients tillhörighet** och **behandling av klient** är det producentens tid som förbrukas. Producentens kunnande används också i processen, men här sker ett återbruk. I många fall krävs även behandlingsinstrument och/eller material för att genomföra processen. Vid behandling transformeras tid, kunnande och material in i produkten för att uppnå en egenskapsförändring, dvs någon typ av förbättring av klienten eller klientens tillhörighet. Behandling kan också handla om förebyggande eller avhjälpande insatser i syfte att bevara vissa egenskaper. Då det gäller behandling av klient, utgör klienten ett nödvändigt underlag för produktionsprocessen. Klienten måste se till att vara åtkomlig för behandling, annars kan inte produkten framställas. Handlar det om behandling av klients tillhörighet utgör istället klientens tillhörighet ett nödvändigt underlag i produktionsprocessen. Utan tillhörigheten produceras ingen produkt. Klienten måste därför se till att tillhörigheten är tillgänglig för producenten. Klienten måste medverka till att skomakaren får tillgång till skorna som skall lagas. Producenten, skomakaren, måste i sin tur avsätta tid för att utföra lagningen. Lagningen kräver också att producenten besitter skomakarkunnande. Vid lagning av skor åtgår förmodligen material som t.ex lim, tråd och läder. Producenten behöver också använda olika instrument som symaskin och kniv för att kunna utföra lagningen på klientens skor.

Vid **förflyttning av klients tillhörighet** och **förflyttning av klient** sker även här en förbrukning av producentens tid. Med hjälp av tid, kunnande och eventuellt förflyttningsinstrument och/eller material skapar producenten förflyttningsprodukten. Förflyttningsinstrument kan t.ex vara bil, båt eller flyg. Material kan t.ex vara bensin. På liknande sätt som vid behandling bidrar klienten med underlag till framställningsprocessen. Producentens tillgång till klientens tillhörighet utgör en förutsättning för förflyttning av klients tillhörighet, t.ex de möbler som skall transporteras. Klienten själv utgör underlag vid förflyttning av klient.

Vid **förevisning av vara** kan man se likheter med produkter tillhörande klassen begränsat tillhandahållen vara. Produktionen förutsätter en vara som kan förevisas för klient. Den arrangerade varan, t.ex tavlorna på en konstutställning, förbrukas inte utan återanvänds och kan förevisas på nytt för nya eller gamla klienter. Vid tillhandahållen vara kan det vara aktuellt med underhåll av varan. Men vid förevisning av vara sker oftast inte någon påtaglig förslitning av varan. Vi ser därför inte underhåll av vara som någon väsentlig förutsättning för produktionsprocessen vid förevisning av vara. Vid **förevisning av producent** utgör producentens tid och kunnande de resurser som i första hand kan ses som förutsättningar för produktionsprocessen. Aktörerna i en teaterföreställning ger av sin tid och sitt kunnande vid framförande av en föreställning. Producentens tid förbrukas medan producentkunnandet återbrukas. En förevisning kan produceras av producenten utan något bidrag från klienten. Producenten nyttjar inte klienten i sin produktion.

För produktklasserna behandling och förflyttning baseras framställning av produkten på bidrag från klienten. Processen kan inte komma till stånd utan någon form av medverkan från klienten. Denna medverkan ställer krav på klienten. Om det handlar om klientens tillhörighet måste klienten se till att producenten har tillgång till tillhörigheten på ett sådant sätt att producenten har möjlighet att behandla respektive förflytta tillgången. Om det t.ex handlar om förflyttning av möbler, måste möblerna vara åtkomliga på platsen där möblerna skall hämtas; lägenheten

måste vara upplåst. Möblerna måste också vara flyttningsbara. Det kan inte föreligga något hinder för flyttning av möblerna, de får t.ex inte vara för ömtåliga eller för tunga så att de inte är möjliga att förflytta.

Medverkan från klient, som i fallen behandling och förflyttning, medför att då produkten produceras måste det existera en klient som har för avsikt att bruka produkten. Produkten framställs alltid för viss klient, dvs produktionen måste alltid vara kundorderstyrd. Framställning av produkten kan inte ske i syfte att bygga upp ett lager, vilket istället är möjligt vid tillhandahållande av vara. Att producenten alltid arbetar med en existerande (oftast känd) kund innebär möjligheter för producenten att anpassa produktionen efter kundens önskemål. Kundanpassning kan ingå som ett naturligt inslag i behandlings- och förflyttningsproduktion. Att producenten vidtar någon typ av anpassning efter kundens önskemål har blivit tradition inom en stor del av denna typ av produktion. Det är t.ex naturligt för en frisör att i detalj fråga efter hur kunden önskar få sitt hår friserat istället för att erbjuda fem standardfrisyrer utan möjligheter till anpassning. Skillnaden i resursinsats för producenten är förmodligen inte särskilt stor. Medan skillnaden i bruksvärde för klienten däremot oftast är stor.

4.6 SAMBAND PRODUKTION, LEVERANS OCH KONSUMTION

Vi fortsätter vår karaktärisering av produktklasser genom att fokusera på samband mellan produktion och konsumtion. Detta beskrivs i figur 4.5 nedan.

Med *samband produktion - leverans* belyser vi hur producentens produktion av produkten kan tidsrelateras till producentens leverans av produkten, dvs produktionstillfället i förhållande till leveranstillfället. Produktion¹ innebär att produkten framställs och kan levereras. Leverans innebär att produkten blir tillgängliggjord för konsumtion av klienten. Sambanden mellan produktion och leverans kan vara separerad eller integrerad. *Separerad* gäller då produktion av produkten kan ske avskilt från leverans av produkten. Först sker produktion och därefter leverans. *Integrerad* gäller då leveransen är integrerad i produktionen. Att producera innebär i detta fall också att produkten levereras till klienten. Dessa två aspekter är förenade i en handling och producenten kan inte producera utan att produkten därmed också tillgängliggörs för konsumtion av klienten.

Vad gäller *samband leverans - konsumtion* avser vi hur leverans av produkten kan tidsrelateras till klientens bruk av produkten, dvs leveranstillfället i förhållande till konsumtionstillfället. Här skiljer vi mellan separerad och samtidig konsumtion och leverans. Med *separerad* avser vi de fall då konsumtion av produkten är separerad från själva leveransen. Klienten konsumerar då produkten efter det att produkten är tillgänglig för konsumtion. Leverans och konsumtion kan då ofta ske oberoende av varandra. Om produktion och leverans sker separerat, medför detta att också leverans och konsumtion sker separerat. Med *samtidig* avser vi att leverans sker samtidigt som konsumtion, dvs leverans och konsumtion sammanfaller tidsmässigt.

¹ Tidigare i vår framställning har vi använt produktion som ett heltäckande begrepp för producentens aktiviteter. I detta avsnitt har vi alltså skilt ut leverans som en särskild aktivitet som vi relaterar till övrig produktion. Detta innebär att "produktion" i detta avsnitt används i en snävare och mer avgränsad betydelse än i övrig text.

	Samband produktion - leverans	Samband leverans - konsumtion	Klientens delaktighet i producentens produktion	Producentens delaktighet i klientens konsumtion
Vara för överlåtelse	Separerad	Separerad	Ingen	Ingen
Begränsat tillhandahållen vara	Separerad	Separerad	Ingen	Genom ägande av uthyrd/utlånad vara
Behandling av klients tillhörighet	Separerad	Separerad	Genom ägande av behandlad tillhörighet	Ingen
Behandling av klient	Integrerad	Separerad och/eller samtidig	Genom medverkan som underlag	Vid separerad produktion - konsumtion: Ingen Vid samtidig produktion - konsumtion: Genom närvaro och utförande
Förflyttning av klients tillhörighet	Separerad	Separerad	Genom ägande av förflyttad tillhörighet	Ingen
Förflyttning av klient	Integrerad	Separerad och/eller samtidig	Genom medverkan som underlag	Vid separerad produktion - konsumtion: Ingen Vid samtidig produktion - konsumtion: Genom närvaro och utförande
Förevisning av vara	Integrerad	Separerad och/eller samtidig	Genom närvaro	Genom ägande av förevisad vara
Förevisning av producent	Integrerad	Separerad och/eller samtidig	Genom närvaro	Vid separerad produktion - konsumtion: Ingen Vid samtidig produktion - konsumtion: Genom närvaro och utförande

Figur 4.5 Karaktärisering av produktklasser med avseende på samband produktion och konsumtion samt delaktighet i produktion respektive konsumtion

Då produktion och leverans är förenade använder vi begreppet integrerad för att karaktärisera detta samband. Vi använder integrerad eftersom produktion och leverans integreras i en och samma handling som utförs av producenten. I de fall då leverans och konsumtion är förenade använder vi istället begreppet samtidig. Vi karaktäriserar detta som samtidigt eftersom det är olika separata handlingar som utförs, men de utförs under samma tid. Producenten levererar samtidigt som klienten konsumerar.

När produktion och leverans sker integrerat framställs resultatet vid leveranstillfället. Producentens leverans av produkten sker då utsträckt i tiden, man kan se det som att produkten levereras till klienten i "portioner". Klienten har då inte tillgång till hela produkten på en gång och konsumtionen av produkten i sin helhet kan ej ske momentant. Vid en teaterföreställning sker leveransen (och produktion som sammanfaller med leveransen) utsträckt i tiden. Som publik får vi inte tillgång till en teaterföreställning momentant, utan den levereras (och framställs) för oss under en tidsperiod då vi dessutom kan konsumera den.

Vid **vara för överlåtelse** är produktion och leverans separerade såväl som leverans och konsumtion. Producenten kan först producera varan, t.ex ordna alla förutsättningarna så att en bil kan köpas av någon klient. Därefter kan varan levereras till viss klient om överenskommelse om detta har ingåtts. Klienten kan sedan bruka bilen. Klientens bruk av bilen kan ske oberoende av producenten. I de fall det handlar om **begränsat tillhandahållen vara** är även här produktion, leverans och konsumtion separerade. I de fall då producenten också tillhandahåller platsen där varan brukas, sker konsumtionen separerad från produktionen men kanske inte helt oberoende av producenten. T.ex då producenten upplåter ett spelpass i en squash-hall, kan inte konsumtionen (spelandet på banan) ske helt oberoende av producenten eftersom producenten normalt har kontroll över squash-hallen när spelasset utnyttjas.

Vid **behandling av klients tillhörighet** är produktion och leverans separerade såväl som leverans och konsumtion. Producenten behandlar först tillhörigheten, klienten får därefter tillgång till den behandlade tillhörigheten och kan då bruka tillhörigheten. Konsumtion av behandlingsresultat sker efter produktion och leverans. Produktionen sker oberoende av klienten. Men i de fall då klienten är närvarande under behandlingen eller behandlingen sker på plats som tillhör klienten, t.ex vid reparation av diskmaskin hemma hos klienten, kanske produktionen inte sker helt oberoende av klienten. Om det istället handlar om **behandling av klient** sker produktion och leverans integrerat. Producenten överlämnar produkten i och med att behandlingen utförs, t.ex vid kroppsmassage. Leverans och konsumtion kan ske separerat och/eller samtidigt. En bindvävsmassage t.ex, kan vara ganska plågsam för klienten och syftar till läkande på längre sikt. Klienten konsumerar då massagen (det bestående behandlingsresultatet) efter det att behandlingen har utförts och levererats (separerat) och oberoende av producenten. Om det istället handlar om en behaglig avslappningsmassage kan klienten konsumera denna under behandlingen (samtidigt med produktion och leverans) men också dra nytta av behandlingen efter att den är slutförd.

Vid **förflyttning av klients tillhörighet** sker produktion och leverans separerad såväl som leverans och konsumtion. Klienten får tillgång till sin platsförändrade tillhörighet först efter att förflyttningen är avslutad och klienten nyttjar platsförändringen för sin tillhörighet efter det att tillhörigheten är levererad. Först flyttar producenten klientens möbler, därefter får klienten tillgång till möblerna och kan först då bruka dem. Produktionen sker oberoende av klienten. Men i de fall då klienten är närvarande under förflyttningen eller förflyttning sker på plats som tillhör klienten, t.ex vid förflyttning av ett piano från källaren till vinden i klientens bostad,

kanske produktionen inte sker helt oberoende av klienten. I de fall då förflyttning gäller **förflyttning av klient** sker produktion och leverans integrerat. Klienten får tillgång till förflyttningen när förflyttningen genomförs. När producenten har producerat halva produkten, kört med buss halvvägs mellan Linköping och Göteborg, har producenten också levererat halva produkten till klienten, klienten har då också förflyttats halvvägs. Samband leverans konsumtion kan vara separerad och/eller samtidig. Förflyttningen kan konsumeras efter det att förflyttningen är avslutad (separerad), man har anlänt till resmålet. Konsumtion kan också ske under själva förflyttningen, dvs under produktion och leverans då klienten också avnjuter båtferden.

Vid **förevisning av vara** och vid **förevisning av producent** sker produktion och leverans integrerat. Själva förevisandet innebär att klienten får tillgång till det förevisade, t.ex de upphängda tavlorna eller producentens egen gestaltning i samband med producentens produktion. Leverans och konsumtion kan vara samtidig och/eller separerad. Samtidighet gäller då klienten roas av tavlorna vid besök på utställningen eller aktörernas agerande under teaterföreställningen. Konsumtion vid förevisning kan till viss del vara beroende av producenten om förevisningen sker på plats som kontrolleras av producenten samt om producenten är närvarande. Leverans och konsumtion blir separerad då klienten genom hågkomst njuter av tavlorna eller föreställningen efter det att producenten har avslutat förevisningen eller klienten har lämnat föreställningen/utställningen.

Inom tjänsteteorin behandlas samband mellan produktion, leverans och konsumtion. Man säger att tjänster produceras, levereras och konsumeras ofta samtidigt (se avsnitt 2.2). Vi anser också att samtidighet förekommer i detta sammanhang och att det utgör ett viktigt karaktäristiska avseende produkter. Vi väljer dock att nyansera detta begrepp genom att dels fokusera aspekterna integrerad, samtidig och separerad samt att dels tydliggöra processen produktion-leverans-konsumtion genom en mera explicit uppdelning av ingående delprocesser. Vi har också tidigare (avsnitt 2.2) invänt mot att tjänsteteorins omtalade samtidighet skulle vara ett särskiljande kriterium för tjänster.

Av figur 4.6 nedan framgår att tre olika typsituationer förekommer vad gäller sambanden produktion-leverans-konsumtion. Kolumn ett visar de produktklasser då produktion, leverans och konsumtion kan vara separerade. Kolumn två visar de klasser där produktion och leverans kan vara integrerade samt leverans och konsumtion separerade. Kolumn tre visar de produktklasser där produktion och leverans kan vara integrerade samt leverans och konsumtion samtidig.

	Produktion≠ leverans≠ konsumtion	Produktion+ leverans≠ konsumtion	Produktion+ leverans+ konsumtion
Vara för överlåtelse	X		
Begränsat tillhandahållen vara	X		
Behandling av klients tillhörighet	X		
Behandling av klient		X	X
Förflyttning av klients tillhörighet	X		
Förflyttning av klient		X	X
Förevisning av vara		X	X
Förevisning av producent		X	X

Figur 4.6 Samband produktion - leverans - konsumtion

4.7 DELAKTIGHET I PRODUKTION OCH KONSUMTION

Ovan och i figur 4.5 har vi beskrivit samband som kan gälla mellan produktion, leverans och konsumtion för de 8 produktklasserna. Vi går nu vidare med produktions- och konsumtionsprocesserna och karaktäriserar producentens respektive klientens delaktighet i varandras processer, även detta beskrivs i figur 4.5.

Vi delar upp delaktighet i *klientens delaktighet i producentens produktion* respektive *producentens delaktighet i klientens konsumtion*. Vad gäller klientens delaktighet kan den vara av typerna ingen, genom ägande, genom medverkan som underlag eller genom närvaro. *Ingen* innebär att klientens konsumtion sker helt separerad och oberoende av producentens produktion. *Genom ägande* innebär att klienten äger den tillhörighet som producenten behandlar eller

förflyttar.¹ Klienten kan därigenom ha ett visst inflytande på produktionsprocessen. *Genom medverkan som underlag* innebär att klienten själv utgör underlag i produktionsprocessen. Klienten blir då nödvändig för klientens möjligheter att producera och kan därigenom ha ett inflytande på produktionen. *Genom närvaro* innebär att klienten måste vara närvarande under produktionen. Klienten kan även här ha ett inflytande på produktionen.

Producentens delaktighet i klientens konsumtion kan vara av typerna ingen, genom ägande samt genom utförande/närvaro. *Ingen* innebär att producentens produktion sker helt separerad och oberoende av klientens konsumtion. *Genom ägande* innebär att producenten äger den vara som klienten hyr/lånar. Producenten kan därigenom ha inflytande på konsumtionsprocessen. *Genom utförande/närvaro* innebär att producenten utför sin produktion samtidigt som klienten konsumerar produkten. Detta innebär oftast också att producenten är närvarande under konsumtionen.

Vid **vara för överlåtelse** existerar ingen delaktighet, vare sig i klientens konsumtion eller i producentens produktion. Produktion och konsumtion kan ske helt oberoende av varandra. Vid **begränsat tillhandahållen vara** blir producenten delaktig genom att producenten är ägare av den vara som klienten konsumerar, t.ex den hyrda bilen. Producenten får därigenom en viss påverkan på konsumtionen, fastställer t.ex restriktioner för hur konsumtionen kan ske. Däremot har klienten ingen delaktighet i producentens produktion.

Vid **behandling av klients tillhörighet** har producenten ingen delaktighet i konsumtionen. Producenten har t.ex ingen delaktighet i klientens användningen av de lagade skorna. Klienten har dock en delaktighet i produktionen genom att klienten är ägare av tillhörigheten som producenten behandlar och producenten kan inte utföra en behandling utan klientens medgivande.

Vid **behandling av klient** är klienten delaktig i produktionen genom att klienten utgör underlag i produktionen. Klienten utgör alltså en förutsättning för produktionsprocessen. T.ex är förutsättningarna för att utföra en ögonoperation att klienten medverkar vid operationen. På vilket sätt som klienten medverkar som underlag kan dock variera. Klienten kan vara mer eller mindre aktiv under behandlingen. Klienten kan underlätta för producenten att utföra behandlingen. Detta kan påverka såväl produktionsprocessen som framställt resultat. Resultatet kan t.ex bli bättre om klienten bidrar på ett konstruktivt sätt. Klienten kan även störa och försvåra för producenten att utföra behandlingen, vilket kan ha betydelse för möjligheten att utföra processen samt för uppnått resultat.² Vad gäller producenten, så har denne ingen delaktighet i klientens konsumtion i de fall då leverans och konsumtion är separerade, dvs då konsumtion sker efter produktion/leverans av produkten. Detta gäller t.ex i många fall vid hårklippning. Om produktion/leverans och konsumtion istället sker samtidigt blir producenten delaktig i konsumtionen genom utförande vilket ofta också innebär att producenten är närvarande vid klientens konsumtion.

¹ Med ägare/ägande menar vi ägande i formell mening eller de motsvarande rättigheter och skyldigheter som en person/ organisation har som erhållit fullmakt från den formelle ägaren.

² Även om klienten vid viss produktion kan ses som mindre aktiv, t.ex under en operation där patienten är ned-sövd, innebär det inte att vi ser klienten som ett passivt objekt utan tankar, känslor och intentioner. Detta gäller vid behandling av klient men även vid annan produktion där klienten på något sätt är delaktig.

Vid **förflyttning av klients tillhörighet** gäller att producenten inte är delaktig i konsumtionen om förflyttningen avser en tillhörighet. Producenten har inget ägande och konsumtion sker separerad från produktionen, på samma sätt som vid behandling av klients tillhörighet. Men om förflyttning däremot handlar om klienten, så blir producenten delaktig i konsumtionen, i de fall då konsumtion sker samtidigt som förflyttningen genomförs, eftersom det är producenten som utför förflyttningen. Vad gäller klientens delaktighet, kan klienten genom sitt ägande av det som förflyttas få en påverkan över produktionen och blir därigenom delaktig i produktionen. Om det däremot är klienten själv som förflyttas, blir klienten delaktig genom att klienten medverkar som underlag i produktionen (förflyttningen).

Vid **förevisning av vara** för klient är producenten delaktig i konsumtionen genom att producenten äger den vara som förevisas. Vid **förevisning av producent** sker utförande (produktion) samtidigt som konsumtion och producenten blir därmed delaktig i klientens konsumtion genom att vara närvarande och utföra förevisningen. I båda fallen av förevisning är klienten delaktig i producentens produktion genom sin närvaro.

När vi, vid tillhandahållande av vara, talar om att klienten inte är delaktig i produktionen, så utgår vi från en strikt idealtypisk karaktärisering. Vi utgår ifrån en uppdelning i å ena sidan att skapa ett uppdrag och å andra sidan att genomföra ett uppdrag (Goldkuhl & Röstlinger, 1998). Delaktighet i uppdragsskapande, dvs vid behovsspecificering, skall skiljas från delaktighet i produktionsprocessen, dvs vid genomförande av uppdrag. Även om klienten/uppdragsgivaren är mycket aktiv i att specificera sina krav på produkten, så behöver detta inte innebära att klienten/uppdragsgivaren blir delaktig i produktionen. Inom tjänsteteorin talar man om kunden som medproducent och avser då klientens delaktighet i uppdragsskapandet, se avsnitt 2.3 ovan.

Vid behandling av klient är klienten ofta närvarande under behandlingen. Det finns då ofta förutsättningar för att processerna behovsspecificering och produktion kan bli överlagrade, dvs tidsmässigt överlappa varandra. Detta innebär att klienten har möjlighet att ändra och detaljera sina önskemål under produktionsprocessens gång, dvs under tiden behandlingen utföres av klienten så ger klienten producenten nya uppdragsinstruktioner. Ett bra exempel på sådana överlagrade processer är, det flera gånger tidigare refererade exemplet, hårklippning.

För vissa produkter kan de olika processerna behovsspecificering och produktion vara överlagrade. Om t.ex producenten tillverkar ett skåp utifrån klientens specifikation, men klienten på förhand inte riktigt kan beskriva hur skåpet skall se ut, kan klienten successivt under tillverkningens gång ge producenten en förnyad specifikation. Detta kan ske genom att klienten är med under hela eller delar av produktionen, eller att klienten på annat sätt får ta del av produktens förädling.

Då vara överlåtes kan specifikation av varan utföras av producent, av klient eller av både klient och producent.

- 1) Specifikationen kan utföras av producenten till 100%. Vid överlåtelse av vara är detta mycket vanligt. Detta gäller t.ex när producenten tillhandahåller ett standardsortiment av kläder och klienten köper en dräkt utan några modifieringar av dräkten.
- 2) Specifikation av varan kan också utföras till 100% av klienten. Detta kan t.ex vara fallet vid skräddarsydda kläder. Klienten gör en design och bestämmer tyg samt ger producenten ett uppdrag att sy en dräkt helt enligt det egna mönstret.
- 3) Specifikationen kan också göras av klienten och producenten i någon typ av samverkan. Både producenten och klienten har del i specifikationen om t.ex klienten går till skräddaren med en idé om hur dräkten skall se ut och ber skräddaren om råd för att få en dräkt som stämmer med t.ex figur och hårfärg.

I det första fallet, då producenten står för specifikationen, gör producenten en specifikation av en dräkt. Denna process handlar då om att producera ett mönster och alltså inte någon dräkt som kan användas av klient. Denna process kan då ses som en förprocess för att kunna producera produkten (dvs dräkten) till klienten. Denna förprocess kan utföras av producenten själv eller av någon annan producent, som då ofta kallas för underleverantör.

I fall 2, då klienten står för specifikationen, är det klienten själv som utför förprocessen att specificera produkten. Specifikationen, dvs resultatet av klientens specifikationsprocess, kommer att ingå i själva uppdraget, det som producent och klient kommer överens om. Klienten utför specifikationen och producenten utför produktionen. Producenten producerar även i detta fall produkten (dräkten) utan inblandning av klienten. Vi hänför detta till kategorin vara för överlåtelse samt ser det som att klienten inte har någon delaktighet i producentens produktion. Klienten är dock, som framgått ovan, mycket aktiv i uppdragsskapandet.

I fall 3, då specifikationen framställs av både producent och klient, tillhandahåller producenten inte bara en färdigsydd dräkt utan också en design som passar den specifika kunden. Man kan se det som att producenten i sitt sortiment har två olika produkter som kan köpas av kund. Den produkt som förmodligen är mest självklar är den färdigsydda dräkten. Denna produkt kan enligt ovanstående ses som vara för överlåtelse. Den andra produkten, dvs design av dräkten för den specifika kunden, innebär en specifikation av produkten. Producenten gör i detta fall inte specifikationen ensam utan tillsammans med kunden i något avseende. Vi kan se det som att producenten bearbetar klientens idéer. Producenten utgår ifrån klientens förutsättningar, behov och önskemål och behandlar dessa vilket resulterar i en specifikation, i skräddarexemplet ett mönster. Specifikationsprocessen är alltså en behandling och vi ser denna behandling som behandling av klients tillhörighet. I detta fall en abstrakt tillhörighet, en idé som omvandlas till ett klädmönster. Klädmönstret är då att betrakta som en kundanpassad tillhörighet som skall brukas informativt och i detta speciella fall av producenten på klientens uppdrag. Vid produktion av anpassade IT-system där t.ex en konsult tar fram specifikationen för det IT-system som skall anpassas till klientens verksamhet, ser vi också detta som behandling av klients tillhörighet. Det kan även innebära behandling av klient, då t.ex klientens syn på verksamheten kan förändras.

Det finns dock vissa produkter som pga sin komplexitet eller av andra orsaker innebär en viss överlappning eller oklarhet vad gäller gränsdragning mellan uppdragsskapande och uppdrags-

genomförande, t.ex utveckling av IT-system. I sådana speciella fall kan man se någon viss form av medverkan (medproduktion) från klienten i produktionen.

När producenten är ägare av underlag för produkten (t.ex ett tyg eller en färdig klänning) handlar det om vara för överlåtelse. Men när klienten är ägare till underlaget, tillhör produkten istället kategorin behandling av klients tillhörighet. Detta blir fallet då klienten lämnat sitt tyg till skräddaren för att han skall sy upp en dräkt. En kombination av dessa båda kategorier, dvs vara för överlåtelse och behandling av tillhörighet, kan föreligga då produkten består av delar som kan hanteras separat. T.ex då klienten äger tyget som skräddaren behandlar men skräddaren äger sidenblommor som han dekorerar dräkten med.

Tillverkar producenten en ”skräddarsydd” vara utifrån klientens beställning, är det vanligt att klienten också har förbundit sig att köpa varan när den är färdigproducerad, klienten kan t.ex ha betalat en del av varan innan produktionen startar. Klienten blir då i någon mån ägare till produkten innan den är producerad. Att klienten på detta sätt kan ha del av varan före och under produktionen betraktar vi inte som en aspekt som berör själva produktionen utan vi hänför istället detta till uppdrags- och överenskommelsefasen. Relationen mellan producent och klient regleras t.ex i köplagen. Avtal mellan de olika aktörerna kan också upprättas. Om klienten inte fullföljer avtalet kan följden bli att klienten får betala skadestånd.

4.8 ÄGANDE OCH BESITTNING AV VARA

Av våra 8 mellanproduktklasser är det 5 klasser som handlar om varor. Dessa varor kan vara producent- eller klientägda, dvs *en vara ägs* antingen av producent eller klient. Karaktärisering utifrån ägande beskrivs i figur 4.7. Med ägande avser vi här, liksom tidigare, ett ägande i formell mening¹ eller de motsvarande rättigheter och skyldigheter som en person/organisation har som befullmäktigats genom den formelle ägaren.

Ägandet av en vara kan förändras i samband med överlåtelse eller förflyttning. Vid **överlåtelse av vara** ägs varan ursprungligen av producenten och i samband med överlåtelsen övergår ägandet till klienten. Vid **förflyttning av klients tillhörighet**, kan ägandet övergå från den sändande klienten till den mottagande klienten i samband med förflyttning av varan. Men ägarförändring sker inte alltid vid förflyttning, utan sändarklienten kan kvarstå som ägare även efter det att varan har mottagits av den mottagande klienten.

Vid de tre produktklasserna **begränsat tillhandahållen vara**, **behandling av klients tillhörighet** respektive **förevisning av vara** sker inget ägarbyte. Varan ägs hela tiden av ursprunglig ägare, dvs av producent eller klient.

Förutom ägande har vi sett det som intressant att karaktärisera produktklasserna utifrån *besittning av vara*. Med besittning avser vi här att faktiskt förfoga över varan. Genom denna karaktärisering kan vi få kunskap om varans väg och var varan befinner sig vid olika tillfällen, dvs en logistisk aspekt. Aspekten besittning av vara beskrivs liksom aspekten ägande av vara i figur 4.7.

¹ Betydelsen av ”äga” enligt Stora svenska ordboken (1998): ”ha stadigvarande, laglig rätt att oberoende och (mer eller mindre) utan inskränkningar förfoga över”.

	Ägande av vara	Besittning av vara
Vara för överlåtelse	Producentägande som övergår till klientägande i samband med överlåtelsen (P→K)	Besittning av varan övergår från producent till klient i samband med överlåtelsen (P→K)
Begränsat tillhandahållen vara	Producentägande (P)	Besittning av varan övergår från producent till klient för konsumtion och återgår därefter till producent (P→K→P)
Behandling av klients tillhörighet	Klientägande (K)	1) Besittning av varan övergår från klient till producent för behandling och återgår därefter till klient (K→P→K) 2) Besittning av varan hos klient (K) alternativt 1 eller 2
Behandling av klient	---	---
Förflyttning av klients tillhörighet	1) Sändarklientägande (SK) 2) Sändarklientägande som i samband med förflyttning övergår till mottagarklientägande (SK→MK) alternativt 1 eller 2	Besittning av varan övergår från sändarklient till producent (transportör) under förflyttning och till mottagarklient efter förflyttning (SK→P→MK)
Förflyttning av klient	---	---
Förevisning av vara	Producentägande (P)	Producentbesittning (P)
Förevisning av producent	---	---

Figur 4.7 Karaktärisering av produktklasser med avseende på ägande och besittning av vara

Vid **förevisning av vara** har producenten varan i sin besittning hela tiden och någon besittningsförändring sker då inte. För övriga produktklasser kan det däremot ske en förändring avseende vem som har varan i sin besittning.

Vid **överlåtelse av vara** är det producenten som initialt har varan i sin besittning. Besittningen övergår sedan till klienten i samband med överlåtelsen.¹ Vid **begränsat tillhandahållande av vara** återfår producenten besittningen av varan efter klientens konsumtion.

Vid **behandling av klients tillhörighet** har klienten initialt varan i sin besittning, men vid behandlingen övergår besittningen till producenten, för att efter behandlingen återgå till klienten. I de fall då behandlingen sker hos klienten, t.ex vid reparation av en tvättmaskin, har klienten varan i sin besittning hela tiden och besittningen övergår då aldrig till producenten.

Vid **förflyttning av vara** har klienten (sändarklient) initialt varan i sin besittning. I samband med förflyttningen övergår besittningen till producenten, för att därefter övergå till mottagaren av varan, dvs mottagarklienten. Sändarklient och mottagarklient kan vara samma person. Detta inträffar t.ex då en person låter flytta sitt bohag i samband med byte av bostad.

¹ I vissa fall kan överlåten vara finnas kvar hos producenten och klienten får då aldrig varan i sin besittning. Vi ser då detta som två produkter: överlåten vara + behandling av klients tillhörighet. Behandlingen innebär att producenten förvaltar eller på annat sätt behandlar den vara som producenten har överlåtit till klienten. Detta kan vara aktuellt vid köp av obligationer då klienten också överlåter åt säljaren att bevaka utdelning på obligationerna.

5 PRAKTIKINRIKTAD PRODUKTTEORI - NYA PERSPEKTIV PÅ VAROR OCH TJÄNSTER

5.1 BORTOM EN FÖRENKLAD UPPDELNING I VAROR OCH TJÄNSTER

Vi har ovan formulerat en praktikinriktad produktteori bestående av ett bruksorienterat produktklassifikationsschema samt ett antal karaktäriseringar av olika produktklasser. Vår produktklassifikation överskrider den traditionella uppdelningen i varor och tjänster. Av våra 8 (mellan)produktklasser är det 7 klasser som motsvarar det som man ofta räknar som tjänster. Det är därmed endast en av de 8 klasserna som i en traditionell uppdelning brukar klassificeras som vara, dvs klassen vara för överlåtelse. I denna klass är det endast detaljproduktklassen köpt vara för materiellt bruk som helt skulle kunna motsvara en traditionell varutillverkande industri, alltså endast 1 av de 27 detaljproduktklasserna.

Många av de produkter, som ofta sägs tillhöra tjänstesektorn, innebär omfattande hantering av varor och kan alltså ses som varuorienterade i vissa avseenden. Detta gäller för:

- begränsat tillhandahållen vara; t.ex hotellrum
- behandling av klients tillhörighet; t.ex tvätter
- förflyttning av klients tillhörighet; t.ex spedition
- förevisning av vara; t.ex biograf

Inom traditionell produktklassificering räknas, på ett mycket oklart sätt, hela detaljhandeln samt restaurangnäringen som tillhörande tjänstesektorn. Enligt vårt synsätt handlar både restaurang och detaljhandeln om en hantering av varor som kan hänföras till klassen vara för överlåtelse. Måltidsservering på restaurang skulle kunna ses som en kombinationsprodukt som innehåller flera andra klasser, åtminstone klassen begränsat tillhandahållen vara i form av bord, stolar, glas, bestick mm.

Det är alltså endast vår klass vara för överlåtelse som kommer att klassificeras som vara enligt en traditionell uppdelning. Vid vår karaktärisering av de olika klasserna kan man se att just klassen vara för överlåtelse skiljer sig åt från de sju övriga klasserna. Av figur 4.5 framgår att delaktighet saknas helt, både vad gäller producentens delaktighet i klientens konsumtion och klientens delaktighet i producentens produktion. Produktion och konsumtion är dessutom tidsmässigt separerad, vilket även detta framgår av figur 4.5. Egenskapen delaktighet blir då det avgörande kriteriet för en traditionell uppdelning i varor och tjänster. Det inom tjänste-teorin använda begreppet samtidighet i produktion och konsumtion (se kapitel 2 ovan) är endast en aspekt av flera som berör delaktighet.

Den traditionella uppdelningen i varor och tjänster innebär en klassificering i endast två klasser. Vi ser denna indelning som onyanserad och döljande av viktiga egenskaper hos produkter. Utifrån våra 8 produktklasser kan vi betrakta produkter utifrån flera olika perspektiv.

Utifrån ett varufokus, där vara utgör underlag i produktionen, kan det vara viktigt att studera följande klasser:

Tillhandahållen vara

- Överlåtelse
- Begränsat tillhandahållen
- Behandling av vara/klients tillhörighet
- Förflyttning av vara/klients tillhörighet
- Förevisning av vara

Samtliga dessa klasser handlar i något avseende om hantering av vara. Man kan finna likheter hos dessa klasser både utifrån klientens och producentens perspektiv.

Anlägger vi istället ett aktörsfokus, där aktör utgör underlag i produktionen, kan vi finna följande 3 klasser, där 2 av klasserna kan fokuseras på klient samt 1 klass på producent:

Klient

- Behandling av klient
- Förflyttning av klient

Producent

- Förevisning av producent

Även mellan dessa klasser kan vi finna likheter, eftersom produktionen i samtliga klasser avser handlingar som utförs med personer i fokus.

Om vi anlägger ett produktionsfokus utgående ifrån klients delaktighet i produktionen finner vi nedanstående 6 klasser:

- Behandling av vara/klients tillhörighet
- Förflyttning av vara/klients tillhörighet
- Förevisning av vara
- Behandling av klient
- Förflyttning av klient
- Förevisning av producent

I samtliga av dessa klasser är klienten i något avseende delaktig i produktionen. Vilket kan innebära att producenten behöver ta någon form av hänsyn till den aktuella klienten.

Den här presenterade produktteorin innehåller alltså 27 olika produktklasser på detaljnivå. Dessa 27 klasser har skilda karaktäristika, bl.a baserade på ett bruksorienterat perspektiv. Detta ger förutsättningar för en mer nyanserad och preciserad syn på produkter som resultat från praktiker; bättre förutsättningar än vad en traditionell uppdelning av produkter i varor och tjänster ger.

5.2 PRODUKTTEORI FÖR ÖKAD FÖRSTÅELSE AV PRODUKT-UTVECKLING

Vid studium av våra produktklasser kan man finna, att för flera produkter har produktutveckling inneburit att produkten har flyttats från en klass till en annan klass. Vi kan skönja en tendens där förflyttning sker från mer aktörsorienterade klasser, med samtidighet vad gäller produktion och konsumtion, till klasser som innebär en separerad produktion och konsumtion samt ett ökat producent- och klientberoende. Vi kan här åskådliggöra detta med ett exempel från underhållningsbranschen. Ursprungligen handlade underhållning uteslutande om live-uppträdande av aktörer (förevisning av producent). Sedan började man att spela in uppträdanden på film och förevisa filmen istället för aktörerna själva (förevisning av vara). Många filmer spelas nu in direkt som videofilm som kan hyras ut för att ses av klient relativt oberoende av producent (begränsat tillhandahållen vara). Vissa filmer går nu för tiden också att köpa för eget bruk (sk köpfilm) vilket innebär att ingen delaktighet råder avseende producentens produktion respektive klientens konsumtion (vara för överlåtelse). Man kan se detta som en utveckling mot en minskad grad av interaktion samt en ökad andel varor. Detta strider därmed mot en del populäriserade uppfattningar om det interaktiva tjänstesamhället och dess expansion.

Exemplet ovan visar att produkten underhållning har utvecklats på ett sådant sätt att den i dag kan innehålla en högre grad av funktionalitet än vad den har gjort tidigare. Denna ökade funktionalitet i t.ex ett videoband i jämförelse med en teaterföreställning, gör att klienten kan bruka varan själv utan medverkan från producenten. Produktförändringen har alltså medfört att även klientens brukande har förändrats. Det är stor skillnad för klienten mellan att vara åskådare på en teaterföreställning och att bruka en inspelad videofilm. Brukandet av den förändrade produkten ställer ofta andra krav på brukaren/klienten. Brukaren måste ha kunskaper för att bruka produkten och ibland också lämpliga instrument, i detta exempel en videobandspelare och en TV-apparat.

Utvecklingen inom underhållningsbranschen överensstämmer med utvecklingen även inom andra branscher. Man kan se det som att mycket av den produktutveckling som har skett har inneburit ett ökat materiellt innehåll i olika produkter och därmed en ökad funktionalitet. Totalt sett har många produkter förändrats över tiden på ett sådant sätt att producenter givit produkter ett minskat aktörsinnehåll samtidigt som det materiella innehållet har utökats. Ovanstående exempel med liveuppträdandet som har övergått till videofilm är ett exempel på detta. Denna produktutveckling har drivits på av den ekonomiska utvecklingen samt möjliggjorts av den tekniska utvecklingen inom området. Den ekonomiska utvecklingen med höga personalkostnader har gjort produkter med ett högt aktörsinnehåll kostsammare i relation till produkter med ett högt materiellt innehåll. Den tekniska utvecklingen har gjort det möjligt att materialisera vissa typer av handlingar som tidigare har utförts av personer. En ökad teknikutveckling kan alltså leda till en högre grad av *varufiering* av olika produkter. Data-/elektronikbranschen är ett tydligt exempel på detta.

En följd av varufiering är att det i dagens samhälle produceras många produkter, i form av varor för överlåtelse eller begränsat tillhandahållande, med högt teknikinnehåll med avsikt att de skall användas som *substitut* till produkter inom t.ex klassen behandling. Användning av sådana varor, som ofta kan ses som någon typ av instrument, baseras på en tidsinsats av klienten. Tvättmaskin och bakmaskin och är exempel på sådana typer av produkter. Klienten köper en tvättmaskin och tvättar sina kläder med hjälp av detta instrument själv istället för att

få sina kläder tvättade av ett tvätteri, dvs en produkt av klassen behandling av klients tillhörighet. Klienten kan också köpa en bakmaskin för att själv producera bröd istället för att köpa bröd som har producerats av ett bageri, dvs en produkt av klassen vara för överlåtelse. Denna företeelse, dvs att klienten själv utför någon typ av bearbetning och tar över en del av producentens arbete, kallar flera författare för självbetjäning (se t.ex Ingelstam, 1995).

Ett annat exempel på produkter som också hänförs till kategorin självbetjäning är produkter som reducerats på en del av sitt ursprungliga aktörsinnehåll utan att detta helt har kompensats med teknikinnehåll (Ingelstam, 1995). Dessa produkter innehåller då en *reducerad funktionalitet* och kan ses som "halvfabrikat". Producenten gör inte produkten helt färdig för slutlig konsumtion, utan klienten får utföra moment i produktionen. Klienten måste själv färdigställa produkten innan den kan brukas. Ofta handlar klientens produktionsinsats om de sista faserna i produktionsprocessen. Men det kan också innebära att produktionsprocessen har omdesignats för att göra det möjligt att byta ut producentens insats mot klientens insats och ändå uppnå en brukbar produkt. IKEAs produktkoncept är ett tydligt exempel på detta. Många producenter har nu lärt av IKEA, så att många varor som i dag överlåtes följer principen om reducerad funktionalitet. Detta gäller ofta för t.ex möbler, inredning, verktyg, leksaker, sportutrustning mm.

5.3 SLUTORD

Vi ser den utvecklade produktteorin som en potential och förutsättning för att:

- klargöra åtaganden och förväntningar både gentemot producent och klient
- profilera, utveckla och marknadsföra produkter som kan brukas av klienter
- utveckla flerfunktionella produkter med stort bruksvärde för klient och effektivt resursutnyttjande för producent
- definiera, diagnostisera och designa verksamheter

I produktteorin framhåller vi inte ensidigt vare sig producentens eller klientens perspektiv. Vi vill med produktteorin bidra till en mer nyanserad syn, där man kan betrakta en produkt både utifrån ett producent- och ett klientperspektiv. Vår förhoppning är att detta skall vara till gagn både för en förbättrad processkvalitet avseende produktion av produkter och för en förbättrad produktkvalitet som kan komma klienten till nytta vid konsumtion av produkten.

Den här presenterade produktteorin är ännu under utveckling. En vidare utveckling kan påvisa att det finns behov av ytterligare karaktäriseringar och klassificeringar. T.ex kan det vara betydelsefullt att, för klassen vara för överlåtelse, göra en distinktion mellan informationsutrustningsvaror och informationsinnehållsvaror. Produktteorin behöver också prövas empiriskt i olika sammanhang som underlag för fortsatt utveckling.

REFERENSER

Arnerup-Cooper B, Edvardsson B (1998) Tjänstemarknadsföring i teori och praktik. Studentlitteratur, Lund.

Goldkuhl G (1998) Handlingars vad, vem och var. Ett praktikteoretiskt bidrag, CMTO, Linköpings universitet.

Goldkuhl G, Röstlinger A (1998) Praktikbegreppet - en praktikgenerisk modell som grund för teoriutveckling och verksamhetsutveckling. CMTO, Linköpings universitet.

Grönroos C (1990) Service marketing and management. Managing the moments of truths in service marketing. Lexington Books, Lexington.

Ingelstam L (1995) Ekonomi för en ny tid. Carlsson Bokförlag, Stockholm.

Levander L, Wessén E (1932) Våra ord. Deras uttal och ursprung. Populär etymologisk ordbok, Bonniers, Stockholm.

Lovelock CH (1983) Classifying services to gain strategic marketing insights. Journal of Marketing, summer.

Lovelock CH (1995) Managing services. The human factor. In Glynn WJ, Barnes JG (Eds, 1995) Understanding service management. John Wiley, Chichester.

Normann R (1992) Service management. Ledning och strategi i tjänsteproduktionen. Liber Ekonomi, Malmö.

Skirbekk G, Gilje N (1993) Filosofins historia. Bokförlaget Daidalos AB, Göteborg.

Stora svenska ordboken (1998) Nordstedts Förlag AB, Stockholm.