



Fakulteten för ekonomi, kommunikation och IT

Daniel Grund och Johannes Persson

Järnvägsstationsmiljön

- Hur upplevs den och hur undersöks den?

The Railway Station Environment

Företagsekonomi
C-uppsats

Termin: VT-07
Handledare: Carolina Camén
Markus Fellesson

Sammanfattning

Varje resa börjar och slutar på en station. Då tågresandet i Sverige under de senaste åren ökat och fortsätter att öka så spelar start- och slutdestinationen för resan en stor roll för hur tjänsten som helhet uppfattas. Järnvägsstationen är denna plats som kan komma att påverka främst resenärer, men även andra människor som vistas där, och deras uppfattningar om en tågresor. Med denna uppsats syftar vi därför till att ta reda på vad människorna i och runt järnvägsstationen påverkas utav, vad är viktigt på stationen, vad det är som gör att de trivs och vad kan göras för att de ska trivas bättre. Något som även kommer att undersökas är hur man på bästa sätt kan göra denna undersökning, vilken metod som lämpar sig bäst för just detta.

Enligt olika teorier, avhandlingar och undersökningar visade det sig att en kvantitativ metod med en enkätundersökning var det bästa alternativet för att nå syftet. Denna enkätundersökning utfördes på två i förväg bestämda järnvägsstationer och dessa belägna i Norrköping och Linköping. I den utförda enkätundersökningen såg vi vissa fördelar men även vissa nackdelar som kunde ha gjort enkätverktyget bättre.

Den genomförda undersökningen visade på en rad olika faktorer som påverkar resenärerna på järnvägsstationen. En punkt som kom att visa sig vara väldigt viktig, och samtidigt som var väldigt dålig på de båda stationerna var renligheten. Både renligheten gällande toaletterna men även stationens renlighet som helhet. Den här delen var något som visade sig påverka resenärens helhetsuppfattning om stationen, och något som även andra undersökningar och teorier har visat på. En annan aspekt som även det påverkade resenärernas helhetsuppfattning var beroende på vilket humör de var på. Det är dock svårt att göra någonting åt då humöret kan påverkas utav så många olika faktorer.

Resultatet av undersökningen visar att det finns ett antal olika förbättringsåtgärder både gällande enkäten som utformades, men även gällande resenärerna och vad som är viktigt för dem.

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	3
1.1 PROBLEMBAKGRUND.....	3
1.2 FRÅGESTÄLLNING.....	4
1.3 SYFTE	4
2. DISPOSITION OCH FÖRKLARINGAR	5
2.1 DISPOSITION	5
3. BAKGRUNDSINFORMATION	7
3.1 STATIONERNA I UNDERSÖKNINGEN	7
3.1 LINKÖPINGS CENTRALSTATION	8
3.2 NORRKÖPINGS CENTRALSTATION	9
4. TJÄNSTEN OCH TJÄNSTEMILJÖN.....	10
4.1 TJÄNSTEDEFINITION	10
4.2 SERVICESCAPE	11
4.2.1 <i>Tjänstemiljöns tre dimensioner</i>	12
4.2.2 <i>Inre reaktioner</i>	16
4.2.3 <i>Beteendemässiga konsekvenser</i>	16
5. UNDERSÖKNINGSDESIGN/METODUTVECKLING	19
5.1 ANSATS	19
5.2 URVAL OCH REPRESENTATIVITET	20
5.3 BORTFALL	22
5.4 VALIDITET OCH RELIABILITET.....	22
5.5 ENKÄTUTFORMNINGEN	23
5.6 PERSPEKTIVVAL OCH OBJEKTIVITET	26
6. VÅRT TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	27
7. RESLUTAT/ANALYS	29
7.1 UNDERSÖKNINGSMETODEN	29
7.2 SERVICESCAPE.....	32
7.2.1 <i>Renlighet</i>	32
7.2.2 <i>Ljud, musik och färgsättning</i>	34
7.2.3 <i>Sittplatser</i>	35
7.2.4 <i>Skyltning och information</i>	36
7.2.5 <i>Viktiga faktorer på stationen</i>	37
7.2.6 <i>Stationen som helhet</i>	38
7.3 RESENÄRERNAS EGNA KOMMENTARER	39
8. SLUTSATS	41
8.1 FRAMTIDA UNDERSÖKNINGSOMRÅDE	42
9. KÄLLFÖRTECKNING.....	43
BILAGA 1. ENKÄTEN	
BILAGA 2. RESENÄRSTYP	
BILAGA 3. RENLIGHET I LINKÖPING OCH NORRKÖPING	
BILAGA 4. LJUDNIVÅ I LINKÖPING OCH NORRKÖPING	
BILAGA 5. UPPFATTNINGAR OM LJUDVOLYM OCH MUSIK BEROENDE AV STRESSNIVÅN	
BILAGA 6. MUSIK PÅ STATIONEN	
BILAGA 7. VAD ÄR VIKTIGT RESENÄRSGRUPPERNA EMELLAN	
BILAGA 8. TRYGGHETEN PÅ STATIONERNA	

Del I

Inledning

1. Inledning

I detta inledande avsnitt kommer problembakgrunden, frågeställning och syfte att återges.

1.1 Problembakgrund

Tågresandet i Sverige har de senaste åren ökat, runt sekelskiftet ökade resandet enligt banverket med 28 % (www.banverket.se) och det fortsätter att öka. Under första kvartalet 2006 ökade SJ's resenärer med 12 % jämfört med samma period föregående år. Tillväxten beror främst på att det har tillkommit nya resenärer (www.sj.se). På grund utav det ökande resandet började 2001 ett intensivt arbete med att utveckla den svenska järnvägstrafiken. Det beslutades att en ny länk i Östsvrige skulle bildas, denna länk benämns som Ostlänken¹. Med denna satsning ville man öka resandet ännu mer och försöka ta marknadsandelar från både bil- och flygtrafiken och genom ett stort miljöprojekt utveckla ett större resande med tåget (www.ostlanken.se).

Ökningen av resenärer och satsningen på Ostlänken som ska öka resandet medför konsekvenser på stationerna. Kraven på stationerna för trivseln höjs, stationernas utrymmen kan behöva utökas. Även behoven ökar då fler resenärer tillkommer, till exempel kan fler sittplatser krävas liksom antal toaletter, kraven på caféer och deras utbud kan komma att öka etcetera. Det ökade resandet får alltså en rad konsekvenser på andra delar än bara på själva resan. Stationsmiljöerna utgör en viktig del och kan behöva förbättras för att tillgodose resenärernas behov, och tillgodoses inte behoven så kanske inte resandet ökar lika mycket som önskas. Stationsmiljön är alltså en del av tjänsten när kunderna köper en tågbiljett, och därför en viktig del i helhetsbedömningen av en resa (Hultgren 2002).

Tjänstemiljön, i detta fall järnvägsstationernas utformning, blir en viktig del för hur resenärerna trivs och upplever tjänsten (Lovelock & Wirtz 2004). För att ta reda på vilka faktorer som är viktiga för människornas trivsel i en tjänstemiljö har det gjorts undersökningar och avhandlingar som visat på betydelsen av olika faktorer i miljön. Wakefield och Blodgett (1996) talar till exempel om vikten av renlighet. Undersökningen visade att renligheten får olika betydelse för hur kunderna upplever tjänstekvaliteten beroende på hur länge de vistas i miljön. De talar också om sittplatsernas påverkan på hur människorna upplever miljön. Vissa av undersökningarna av tjänstemiljöer har även visat på brister i form av till exempel bortfall.

Järnvägsstationsmiljön och hur resenärerna upplever den har då blivit en utgångspunkt i vår uppsats. Samtidigt ser vi också en viss utvecklingspotential i själva undersökningsverktyget. Genom att titta på olika modeller och teorier och hur man med hjälp av dessa kan undersöka stationsmiljön vill vi skapa ett verktyg. Ett

¹ Ostlänken är en länk med 150 kilometer dubbelspår som ska göra att persontrafiken ska kunna transporteras snabbare och effektivare. Det beräknas till exempel att restiden från Linköping till Stockholm kommer att bli kortare än en timme. Parterna som ingår i denna satsning och som planerar att genomföra projektet är Jernhusen AB, Nyköpings- Östgötalänken, SJ samt Banverket AB.

verktyg som gör det möjligt att på ett lämpligt sätt undersöka stationsmiljön för att skapa oss en bild av hur människorna i stationsmiljön upplever den.

1.2 Frågeställning

Uppsatsen utgår ifrån den stora frågeställningen:

- Hur upplever resenärerna järnvägsstationers tjänstemiljö och hur kan man utforma ett verktyg för att undersöka detta på lämpligt sätt?

Denna fråga har vi sedan utvecklat till mindre och mer lättbearbetade delfrågor:

- Hur kan man utforma ett lämpligt verktyg och hur fungerar det i verkligheten?
- Hur upplever resenärerna de olika delarna i tjänstemiljön?
- Vilka faktorer är viktigast för resenärerna på järnvägsstationerna?

1.3 Syfte

Syftet med uppsatsen är genom en metoddiskussion skapa ett lämpligt undersökningsverktyg för att ta reda på hur resenärerna upplever tjänstemiljön och vad som är viktiga element för trivseln på en järnvägsstation. Resultatet av undersökningen ska sedan användas för att utforma förslag och möjliga lösningar om hur tjänstemiljön på järnvägsstationerna kan förbättras.

2. Disposition och förklaringar

I detta avsnitt kommer det förklaras hur uppsatsen är upplagd och vilka delar som berörs.

2.1 Disposition

Inför uppsatskursen pratade vi i tidigt skede om att vi ville skriva om något inom området tjänstemarknadsföring. Under marknadstorget som inledde kursen intresserade vi oss för en presentation som handlade om kollektivtrafiken. Efter kontakt med de ansvariga handledarna diskuterade vi fram ett lämpligt undersökningsområde som då skulle komma att handla om järnvägsstationsmiljöer. Det har tidigare inom detta område gjorts en undersökning av studenter från Karlstad universitet (Andersen et al. 2006) som handlat om stationsmiljöer, och detta var något som vi ville jobba vidare med och utveckla. Den tidigare undersökningen genomfördes under två dagar på tre stationer och dessa var Nyköpings-, Linköpings- och Norrköpings centralstation.

Det bestämdes att uppsatsen inte skulle ha det "traditionella" utseendet utan att den istället skulle utgöras av två stora diskussioner, dels vad som gör att resenärerna trivs på stationer och hur de påverkas utav den, och dels hur man på lämpligaste sättet kan undersöka detta fenomen. Uppsatsen har delats in i fyra olika delar:

- Del I - Inledning
- Del II - Stationsmiljön - Vad skall undersökas
- Del III - Stationsmiljön - Hur kan den undersökas
- Del IV - "Vad" och "Hur" i praktiken

I Del II diskuteras "tjänsten och tjänstemiljön" alltså "Vad" som skall undersökas. I Del III diskuteras "Hur" en stationsmiljö kan undersökas men vi förklarar även vilka val vi har gjort för att skapa ett lämpligt undersökningsverktyg. Båda dessa delar (Del II och Del III) är av dels teoretisk och dels analytisk art. Slutligen presenteras i Del IV resultatet med analyser både gällande hur verktyget fungerade i verkligheten men även om vad vi kom fram till genom undersökningen gällande stationsmiljön.

Del II

*Stationsmiljön - Vad skall
undersökas*

3. Bakgrundsinformation

I detta avsnitt kommer bakgrundsinformation om organisationen att återges samt vilka stationer som valts och dess utseende.

Jernhusen äger, förvaltar och utvecklar Sveriges fastighetsbestånd av stationer, kontor och verkstäder längs den svenska järnvägen. Jernhusen AB är ett helägt dotterbolag till holdingbolaget AB Swedcarrier som i sin tur är helägt av svenska staten. Deras uppdrag från staten är att medverka till att stationer och verkstäder utvecklas och ställs till trafikoperatörers, resenärers och andra användares förfogande på konkurrensneutrala villkor. De har också i uppdrag att se till att resenärernas behov av trygghet, säkerhet och service uppfylls. Det innebär att stationerna har väntsalar, förvaringsutrymmen, toaletter mm och som i sin tur ska bidra till ett ökat kollektivt resande (www.jernhusen.se).

Jernhusen AB är indelat i fem olika affärsområden, dessa områden är stationer, verkstäder, projektfastigheter, mindre stationer samt Svenska Reseterminaler AB (SRAB) (www.jernhusen.se). Det är det sistnämnda området som kommer att beröras och förklaras mestadels då det är dessa som tillhandahåller väntsalar och i sin tur hyr ut dem.

Syftet med SRAB är att säkerställa kostnadstäckning och konkurrensneutralitet för landets väntsalar. SRAB hyr i dagsläget 150 väntsalar och erbjuder dem till trafikoperatörer som i sin tur upplåter dem till sina passagerare. 133 av väntsalarerna finns i stationer som vid årsskiftet 2006/2007 ägdes av Jernhusen AB. Utgångspunkten för Jernhusen AB har bland annat varit att väntsalserbjudandet inte ska ge någon operatör fördel av sin storlek framför en mindre aktör. Operatörerna betalar en så kallad stationsavgift som ska täcka SRAB's kostnader. Stationsavgiften inkluderar även vissa kringtjänster som städning, bevakning och öppethållande (www.jernhusen.se).

3.1 Stationerna i undersökningen

På de två följande sidorna kommer de två järnvägstationer som undersökningen utfördes på att beskrivas i både ord och bilder. Stationerna är Linköpings centralstation och Norrköpings centralstation. Anledningen till att dessa valdes ut som undersökningsobjekt är för att dels har en tidigare undersökning av Andersen et al. (2006) gjorts på bland andra dessa stationer. Det blev då intressant att undersöka dessa igen då det fanns utvecklingspotential i den. Den andra anledningen är att Linköpings- och Norrköpingsstation kommer att ingå i Ostlänken-satsningen som tidigare nämnts och det kommer då att satsas lite extra på de här stationerna.

3.1 Linköpings centralstation

Linköping har en relativt stor järnvägsstation med en busstation i anslutning, även en taxiparkering i närheten finns att tillgå. På stationen finns en "resebutik", pressbyrå, restaurang och en mindre diverseaffär. Ytan har utnyttjats bra inne på stationen med många sittplatser, det finns även ett 30-tal förvaringsboxar. Inne på stationen finns även 2 toaletter, och de båda kostar 5 kronor för att få använda. På stationen finns en undergång med hiss för att komma till de borte plattformarna vilket gör att stationen känns relativt säker då spåren inte behöver korsas av resenärerna. Datorer med internet finns och kostar 19 kronor för en timme. Linköping centralstation är en station som i framtiden kommer att flyttas i samband med Ostlänken-satsningen.



Bild 1. Linköpings centralstation

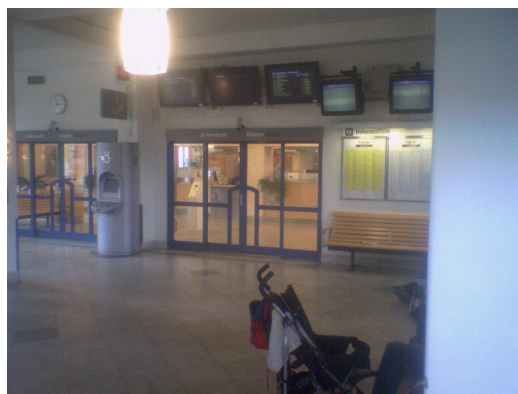


Bild 2. Resebutik



Bild 3. Pressbyrå samt mindre diverseaffär

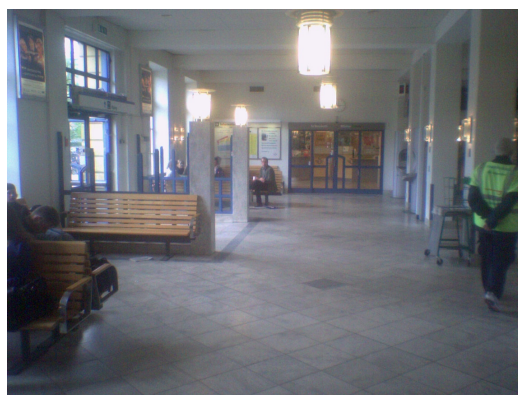


Bild 4. Del av vänsal

3.2 Norrköpings centralstation

Norrköpings centralstation är en lite mindre station i jämförelse med Linköping och den har faciliteter som resebutik och ett café. Stationen har ingen undergång till borte placerade spår, till skillnad från Linköping, utan resenärerna får gå över spåren för att komma till plattformarna längre bort. Det finns gott om golvyta inne på stationen så den blir ganska rymlig och det hade kunna fyllts ut med mer sittplatser. Även i Norrköping finns ett antal förvaringsboxar och även där betaltoiletter, närmare bestämt tre stycken. Både bussar och spårvagnar har avgångar utanför stationen, och det finns en taxiparkering i anslutning till stationen. Internetdatorer finns också här för samma pris som i Linköping.



Bild 5. Norrköpings centralstation



Bild 6. Resebutik

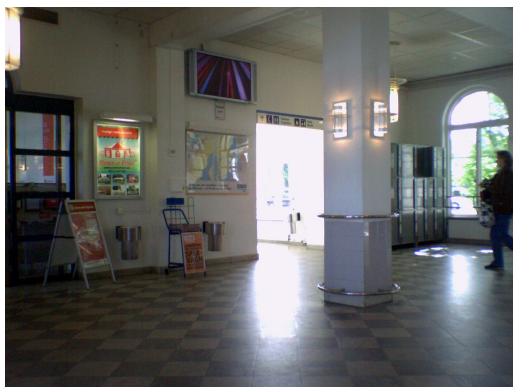


Bild 7. Del av väntsal

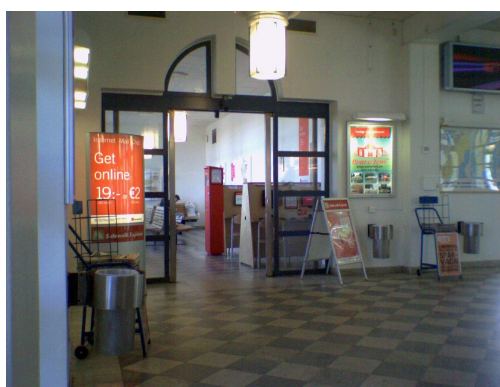


Bild 8. Del av väntsal

4. Tjänsten och tjänstemiljön

Detta avsnitt kommer att förklara tjänsten med järnvägsstationer och dess miljöer och hur delarna i tjänstemiljön påverkar besökarna. Detta är den så kallade "vad"-delen, en diskussion kommer att föras om vad som ska undersökas.

4.1 Tjänstedefinition

Det finns en rad olika definitioner av begreppet tjänst. En av de mest kända definitioner är den som Grönroos (2000) uttrycker på följande sätt:

"A service is an activity or series of activities of more or less intangible nature that normally, but not necessarily, take place in interaction between the customer and service employees and/or physical resources or goods and/or systems of the service provider, which are provided as solutions to customer problems"
(Grönroos 2000)

Det centrala i alla definitioner är aktiviteter och att tjänster skapas i en sekvens av aktiviteter. Kunden bidrar oftast genom att utföra vissa av dessa aktiviteter i syfte att uppnå ett visst resultat. Tjänsten uppstår i en kundgenererad process och finns därför inte förrän den upplevs av kunden (Echeverri & Edvardsson 2002).

För att beskriva tjänsten som begrepp används ofta fyra karakteristika som utgångspunkt. Arnerup-Cooper och Edvardsson (1998) benämner dessa fyra begrepp som immateriellitet, samproduktion, heterogenitet samt förgänglighet. En tågresa eller en järnvägsstation kan kopplas till dessa fyra begrepp. När du köper en tågbiljett får du inte bara en liten papperslapp där det står vart du ska resa, du köper en tjänst där fler kringtjänster ingår. Kärntjänsten blir givetvis själva transportereringen från punkt A till punkt B, men det inkluderas även tjänster så som komforten på tågens sittplatser eller järnvägsstationens alla hjälpmedel och möjligheter. Allt detta kan i tjänsten beskrivas som immateriella ting. Det är ofta svårt att bedöma tjänsten innan den köpts och konsumerats. Detta till skillnad mot varor där det är lättare att prova varan före köp för att få en uppfattning om kvalitén. Kunden är även sam- eller medproducent i tjänsten. En resenär kan till exempel inte köpa en biljett och tro att resten ska lösa sig utav sig självt, utan han måste själv sätta sig på tåget för transportereringen, det kan inte någon annan göra åt honom. Kunden blir således en medproducent som bidrar med information och han utför delar av tjänsteprocessen samt även marknadsför tjänsten genom att föra vidare sina uppfattningar och intryck till andra resenärer, kunder och intressenter.

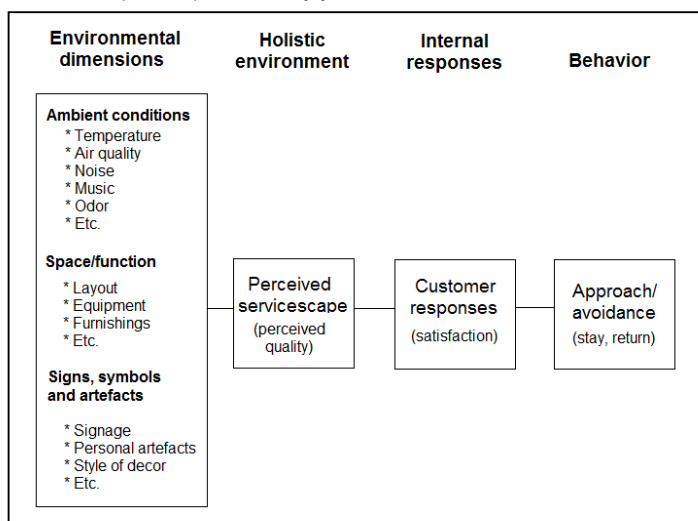
Heterogeniteten är något som även det kan kopplas till tågresandet och järnvägsstationerna. Då kunden deltar som medproducent med sina unika drag och beteenden och då de är av olika resenärstyper med olika kunskaper och vanor i resandet medför det variation i process och resultat. Eftersom tjänster oftast produceras, levereras och konsumeras samtidigt så kan tjänsten vanligtvis inte lagras eller sparas, och detta benämns som en tjänsts förgänglighet. Tågresandet är

också det ett exempel på detta fenomen. En tågresa kan inte lagras eller sparas, är till exempel inte ett tåg fullbokat en dag så kan inte dess tomma platser utnyttjas en annan dag när beläggningen är högre. Samma gäller järnvägsstationens alla funktionaliteter. Tomma sittplatser i väntsalen eller tomma toaletter kan inte lagras till dagar när det är fullbelagt.

4.2 Servicescape

Servicescape eller tjänstemiljön, som det på svenska kallas, myntades av professorn Mary Jo Bitner (Bitner 1992). Detta begrepp handlar om utformningen och planeringen av fysiska omgivningar och upplevelser som kunderna uppfattar vid tjänstekonsumtion. Enligt Lovelock och Wirtz (2004) spelar tjänstemiljön en viktig roll för kundens upplevelse och värdeskapande av tjänsten. Alla organisationer, från små butiker till stora hotellkedjor, använder sig på något sätt av tjänstemiljön i olika omfattning för att försöka påverka kunderna. Man försöker med tjänstemiljön påverka kunderna så att de känner sig nöjda med tjänsten och bidra till det upplevda kundvärdet (Lovelock & Wirtz 2004). Även på järnvägsstationer spelar således tjänstemiljön en viktig roll. Eftersom järnvägsstationen och dess omgivning är en del av tjänsten vid tågresandet så är det viktigt att få kunderna att trivas även här. Om kunderna trivs bra i miljön kommer det att påverka deras helhetsuppfattning om tjänsten och dess kvalitet.

Bitner (1992) skapade en modell över tjänstemiljöns olika faktorer (se figur 1). Modellen utgår ifrån tre dimensioner (environmental dimensions) och kan även den tillämpas på järnvägsstationers tjänstemiljö. Dessa dimensioner är omgivande faktorer (ambient conditions), utrymmen och funktionalitet (space/function) samt skyltar, symboler och tecken (signs, symbols and artefacts). Dimensionerna bildar tillsammans en helhet (holistic environment), exempelvis kvalitet, som sedan uppfattas av kunden (internal responses), till exempel i form av nöjdhet. Denna uppfattning leder slutligen vidare till någon form av beteende (behavior) som påverkar om kunden stannar i tjänstemiljön eller om den istället undviker den, detta benämner Bitner (1992) som "approach/avoidance".



Figur 1. Figur ur Wakefield, K L. & Blodgett, J G (1996) The effect of the servicescape on customers behavioral intentions in leisure service settings, *The Journal of Services Marketing*, 10 (6), pp. 45-61.

4.2.1 Tjänstemiljöns tre dimensioner

Tjänstemiljön kan enligt Bitner's modell delas in i tre olika huvuddimensioner. Dessa dimensioner är som tidigare nämnt omgivande faktorer så som temperatur, ljud och lukter, utrymme och funktionalitet som rör layout och slutligen miljödimensioner så som skyltar, symboler och tecken (Lovelock & Wirtz 2004). Dessa dimensioner kan sägas vara väl tillämpbara på järnvägsstationsmiljöer där de berör alla dessa faktorer. Prather Persson (1998) nämner i sin undersökning delar som ständigt var återkommande i hennes intervjuer. Dessa delar benämner hon som "stationscape" och utgjordes utav den fysiska byggnaden, renligheten på stationen samt den interiöra tillgängligheten. Denna stationscape är något som ingår även i Bitner's modell men Prather Persson (1998) har valt att benämna den som en egen punkt i sin modell. Bitner's modell är den modell som kommer behandlas vidare och som används som utgångspunkt i denna uppsats (se figur 1).

Dimensionerna är hos varje människa en individuell tolkningsfråga så nyckeln till en effektiv tjänstemiljödesign är hur väl de olika dimensionerna kombineras och passar ihop. Det blir alltså viktigt vid skapandet av stationsmiljöer att man ser till alla delar i dimensionerna (Lovelock & Wirtz 2004). En station som till exempel uppfattas som rymlig och med gott om sittplatser men som är oren och luktar illa kan enligt Hoffman et al. (2003) påverka uppfattningen om tjänsten negativt. Vidare säger Lovelock och Wirtz (2004) att det finns vissa begränsningar både hos kunderna och hos de anställda. Detta innebär att samma tjänstemiljö har olika effekter på olika kunder beroende på vad de tycker om. Tågresandet som utgörs av olika resenärstyper får effekter av detta. Dessa resenärstyper kan till exempel utgöras utav affärsresenärer, pendlare, fritidsresenärer etcetera. Affärsresenärer uppfattar och uppskattar tjänstemiljön utifrån sina egna "krav" där till exempel en väl sorterad cafeteria eller renligheten skulle kunna värderas högst. Detta till skillnad från pendlare som istället kanske skulle värdera funktionaliteten och lättillgängligheten som de "viktigaste" delarna i tjänstemiljön.

Indelningen av resenärstyper som gjorts i undersökningen består av fem olika grupper och är affärsresenärer, pendlare, fritidsresenärer som i snitt reser antingen mer eller mindre än 1 gång per månad, och slutligen en grupp med övriga besökare som även inkluderar personer som inte reser men som befinner sig på stationsområdet för övriga ärenden. Detta för att senare kunna se om svaren skiljer sig mellan olika resenärstyper i undersökningen.

Omgivande faktorer

De omgivande faktorerna är de som kan hänföras till människans fem sinnen. Dessa inkluderar ljus- och färgsättning, storlek, former, ljud och musik samt lukt och temperatur (Zeithaml et al. 2006). En smart design av dessa element kan resultera i önskvärda beteendemässiga reaktioner hos kunden. Även om de till stor del är omedvetna så påverkar de ändå människors känslomässiga välbefinnande, upplevelser och attityder. De omgivande faktorerna eller atmosfären, är en kombination av mängder av olika detaljer och element som när de sammanförs och passar ihop skapar den önskvärda tjänstemiljön. Resultatet av atmosfären skapar en

sinnesstämning som upplevs och tolkas av kunden. De uppfattas både separat och som en kombination mellan de olika faktorerna (Lovelock & Wirtz 2004).

Ljud och framförallt musik kan ha en stark inverkan på uppfattningsförmågan och beteendet i tjänstemiljöer som exempelvis en järnvägsstation. Solomon et al. (1999) säger att då elementen skiljer sig åt beträffande tempo, volym och harmoni så kan dessa påverka kundens beteende och känslöstämning. Människor tenderar att anpassa takten, medvetet eller omedvetet, efter tempot av musiken. Detta skulle kunna utnyttjas på järnvägsstationer där man genom musik då kan snabba på eller framförallt lugna ner resenärerna. Det finns ett begrepp som kallas för muzak, detta är ren funktionell musik och spelas i affärer, kontor, köpcentrum med mera, antingen för att få kunden att bli lugn eller för att stimulera kunden (Lovelock & Wirtz 2004). På järnvägsstationer skulle användningen av sådan musik vara tillämpbar och intressant att genom tester se hur kunden påverkas av detta.

Miljön på stationerna kan ibland upplevas som stressig hos resenärerna. Dessa upplever också enligt Andersen et al. (2006) stationerna som trängre än resenärer som inte upplever miljön som stressig. Stressen skapar alltså andra känslor och tankar hos resenären vilket då gör det viktigt att miljön bidrar till så lite stress som möjligt. En lugn bakgrundsmusik skulle i det här fallet kunna lugna ner stressade resenärer, och den skulle även kunna fungera som en trivselhöjande faktor. Dels kan miljön kännas mer spännande och dels skulle väntetiden upplevas som kortare. Men det skulle även kunna skapa en konflikt mellan olika delar på stationen. Utropen med avgångstider skulle kunna göra att resenärer riskerar att inte höra information om det spelas bakgrundsmusik och på så vis bli stressade på grund utav det.

En omgivande lukt är en lukt som sätter sin prägel på miljön, det kan både vara en medveten och en omedveten lukt för kunderna som inte är relaterad till något speciellt (Lovelock & Wirtz 2004). Det visade sig i en undersökning av Hoffman et al. (2003) att lukter, i detta fall dåliga lukter, var den faktor i tjänstemiljön som fick flest "felanmälningar" från kunderna, samt den faktor som var svårast att reparera gentemot kunden. Hoffman et al. (2003) menar därmed att lukter är genomträngande i hela tjänsteupplevelsen och att de måste undvikas vad det än skulle medföra för kostnader.

Det har i undersökningar som gjorts, bland annat av Andersen et al. (2006), Prather Persson (1998) och Wakefield och Blodgett (1996), visat sig att renligheten i olika tjänstemiljöer är den faktor som är bland de viktigaste för kunderna. Wakefield och Blodgett (1996) talar i sin undersökning om vikten av renlighet. Undersökningen visade att i tjänstemiljöer där kunderna vistas en lång tid får renligheten stor betydelse för hur kunderna upplever kvalitén men i miljöer där kunden vistas en mindre tid visade den sig inte lika utmärkande. Järnvägsstationer kan sägas vara en miljö med kunder som vistas en väldigt varierande tid. En grupp resenärer använder bara stationen som genompassage till tågen medan andra resenärer vistas länge på stationen och tar del av alla deras faciliteter och därmed också större chans att lägga märke till lukter och renligheten i allmänhet.

Lovelock och Wirtz (2004) menar även att både färger och ljussättningar kan påverka en människas beteende. Färgsättning kan ha en stark inverkan på människors känslor som till exempel ge en stimulerande eller en lugnande effekt. Färger kan

bidra till att skapa en intressantare och roligare miljö, men som Hultgren (2002) nämner så är det viktigt på en järnvägsstation att färgerna är standardiserade för att upprätthålla en bra funktion och för att resenärerna ska känna sig mer hemma. Även här är det viktigt att det inte blir konflikt mellan tjänstemiljöns delar, det ska till exempel vara lätt att hitta på stationsområdet men samtidigt ska det se snyggt och intressant ut. Enligt Hoffman et al. (2003) så kan ljussättningen användas för att förändra rummets atmosfär. Genom olika ljuskällor kan belysningen anpassas i tjänstemiljön till det som passar bäst för stunden. Kunderna talar lägre när ljuset är dämpat och tempot i tjänstemiljön blir lugnare. Tvärtom, så medför starkt ljus att människorna i tjänstemiljön talar högre, kommunikationen blir mer frekvent och hela omgivningen uppfattas som mer intressant och glädjande (Hoffman et al. 2003). Ljusnivån kan även påverka resenärernas trygghetskänsla. Enligt Andersen et al. (2006) så visade det sig i deras undersökning att resenärerna kände sig tryggare på kvällstid desto mer ljus det fanns i stationsmiljön.

Utrymmen och funktionalitet

Då tjänstemiljön handlar om att kunna möjliggöra behov för kunderna så får själva funktionaliteten och layouten en viktig betydelse. Layouten handlar om storleken och formen på möbler, utrustning och hur de är arrangerade och placerade. Funktionaliteten refererar till hur man kan använda utrustningen och möblerna (Lovelock & Wirtz 2004). Järnvägsstationers kärnfunktion blir främst en väntep plats för resenärerna men de har även en rad andra funktioner för att höja värdet hos kunden. Det blir en plats där möten kan ske, interaktion mellan resenärer och vissa former av affärer och restauranger/caféer. Undersökningar har gjorts avseende vilka typer av affärer som en järnvägsstation skall innefatta. Enligt Andersen et al. (2006) visade det sig att vikten av att köpa frukt och godis var stor till skillnad från klädaffärer som inte värderades lika högt. Hultgren (2002) säger att det är resenären som är huvudperson i miljön och inte affärerna i den. Det är viktigt att bevara stationen som just station och inte "ersätta" den med ett köpcentrum. Han menar vidare att kompletterande service behövs men att för mycket leder till ineffektivitet i tjänstemiljöns viktigaste funktion.

Layouten och funktionaliteten påverkar konsumentbeteendet, kundtillfredsställelse och i sammantaget hur tjänstemiljön presterar (Zeithaml et al. 2006). Då layouten och funktionaliteten påverkar resenärerna så är det viktigt att i järnvägsstationerna tänka på, till exempel inte bara hur sittplatser ska se ut utan också hur de ska placeras i väntsalarna. Enligt Wakefield och Blodgett (1996) har undersökningar gjorts om sittplatser och dess komfort, placering och närhet till varandra. Det har i dessa undersökningar visat sig att desto längre tid man spenderar på sittplatserna desto större roll spelar dem. Exemplet som Wakefield och Blodgett (1996) tar upp är att på amerikansk fotboll och baseball är det viktigt hur sittplatserna är utformade och placerade då besökaren sitter där under en lång tid. Det jämfördes med ett casino där besökaren istället förflyttade sig mycket och inte satt stilla på samma ställe, där spelade sittplatserna inte en lika betydande roll för den upplevda kvalitén. På sportsevenemangen så resulterade sittkomforten i hur tjänstekvalitén upplevdes medan det i casinot, där sittplatserna inte var lika viktigt, inte påverkade hur kunderna upplevde tjänsten. Detta är något som kan undersökas på järnvägsstationer. Hur

viktigt resenärerna tycker det är med sittplatserna och dess placering och om detta påverkar dem och deras uppfattningar om tjänsten som helhet.

På järnvägsstationer är ofta sittplatserna placerade nära varandra i form utav bänkar. Denna placering kan enligt Wakefield och Blodgett (1996) påverka resenärerna både fysiskt och psykiskt och få dem att känna sig obekväma om de blir tvingade att sitta bredvid någon annan. Där det är fullsatt har det visat sig att personerna tycker det känns otacksamt och upplever en dålig tjänstekvalité. Det är därför viktigt att det finns gott om sittplatser på järnvägsstationen så att resenärerna slipper trängas bland övriga resenärer. Det ska också vara luftigt mellan raderna på stationen så att resenärerna lätt kan resa sig och gå vidare till en annan del av stationsmiljön. Wakefield och Blodgett (1996) menar här att det påverkar den upplevda tjänstekvalitén till det sämre om sittplatserna är så tätt placerade så att när en resenär ska resa sig för att gå så måste andra sittande resa sig för denne. En bra planerad avdelning med sittplatser är således viktigt och resenären kan i slutändan få en positiv upplevd helhetsbild av tjänstemiljön om sittplatserna är placerade på ett bra sätt.

Skyltar, symboler och tecken

Det finns mycket inom tjänstemiljön som signalerar och kommunicerar företagets image och hjälper kunderna att hitta saker, men det visar även "regler för beteende". En tjänstemiljö behöver ha klara signaler för att kunderna inte ska bli desorienterade (Lovelock & Wirtz 2004). Det kan vara av både implicit och explicit art och ska ge information om platsen till besökarna. Exempel på explicita signaler kan vara skyltar med företags namn, uppmaningar eller budskap medan implicita signaler är saker som på ett indirekt sätt ger kunden en uppfattning om platsen såsom exempelvis inredningen (Zeithaml et al. 2006). Skapare av tjänstemiljöer står för den stora utmaningen att använda skyltar och symboler för att lätt kunna hjälpa kunder genom tjänsteprocessen. Detta är speciellt viktigt i miljöer som kan anses vara svåra att hitta i (Lovelock & Wirtz 2004).

Järnvägsstationer kan anses vara av den natur att det är svårt att hitta i och till då det finns så många olika möjliga utseenden och funktioner från station till station. Hultgren (2002) menar därför att skriftlig information är minst lika nödvändig som högtalarinformationen på en järnvägsstation. Han menar även att kundernas synintryck är viktiga för både orienteringen och för att ge den information som behövs, och dessutom att synintrycken spelar en stor roll för företaget som vill att deras identitet ska bli tydlig. SJ har enligt Hultgren (2002) lyckats skapa ett skyltsystem som både underlättar orienteringen för kunderna och ger en visuell identitet gentemot företaget, skyltarna är standardiserade, läsbara och tydliga. De har konstruerat skyltarna så att de lätt ska synas och kunna läsas, både framifrån och från sidan. Dess design ska även vara gynnsamma för personer med nedsatt syn och andra resenärer med lässvårigheter så att skyltarna lätt kan tolkas och läsas. En bra skyltning skulle kunna underlätta för de stressade resenärerna så att de lättare hittar men kanske framförallt fortare. Det skulle också kunna vara så att skyltningen är en mindre viktig faktor för dem då de kanske inte hinner ta del utav den informationen, och skyltningen blir således mindre viktigt för de stressade resenärerna.

Hultgren (2002) har också i sin undersökning kommit fram till att resenärer ofta känner sig bortkomna på en obekant station och då speciellt resenärer som inte reser så ofta. Varenda tågresa kan då upplevas som ett äventyr för den som sällan åker tåg och Hultgren (2002) menar då att desto enklare en tågresa kan genomföras, desto bättre. Det är därför viktigt att få resenären att känna igen sig och känna sig "hemma" även på en ort som är långt ifrån "hemstationen" eller en obekant station, och det har SJ tagit till vara på genom deras standardiserade skyltsystem.

Hultgren (2002) säger också att det är viktigt med kartor i anslutning till varje resecentrum. På så sätt kan resenärerna inte bara se vart de befinner sig på en station utan de kan även finna information om sin vidare resväg vid eventuella byten av färdmedel som kan ske. Han menar att kartorna bör innehålla information så att resenärer som anlänt med tåg ska kunna se på en karta hur de kan ta sig vidare per buss, spårvagn eller hur de kan promenera till närliggande stadskärna. Hultgren (2002) menar även att klockor har en särskild roll i tågvärlden. Det som fungerar väl och pålitligt sägs gå punkligt som tåget. Och klockor uppfattas ofta som symboler för tågtrafik, tidtabeller och exakthet. Därför ska aktuell tid visas analogt med visare på urtavla men planerade avgångs- och ankomsttider ska anges digitalt. Gör man tvärtom kan det enligt Hultgren (2002) bli obegripligt och svårt för resenärerna.

4.2.2 Inre reaktioner

De tre ovan nämnda dimensionerna (omgivande faktorer, funktionalitet och layout samt skyltar, symboler och tecken) i en tjänstemiljö skapar tillsammans känslor eller tankar, till exempel kvalité, om tjänstemiljön hos kunden. Detta leder sedan till att kunden får en uppfattning om tjänstemiljön, till exempel tillfredsställelse. De faktorer som enligt Bitner (1992) inverkar på beteendet hos kunden i en tjänstemiljö är av tre olika slag. Kognitiva, känslomässiga och fysiologiska. Bitner menar att tjänstemiljön i sig inte direkt skapar ett kundbeteende utan kunden får uppfattningar om tjänstemiljön i form av känslor, tankar och fysiologiska intryck och det är dessa som sedan skapar beteendet. Exempelvis om en resenär kliver in på en järnvägsstation som ser välvårdad ut så ger då de olika faktorerna tillsammans en uppfattning om kvalitén som kommer att påverka kundens tankar och känslor om hela tågresan. Hultgren (2002) poängterar i detta fall toaletternas symbolvärde. Han nämner att toaletter som av resenärerna upplevs som ofräscha skapar uppfattningar om att tågen då också håller samma nivå. Tjänstemiljön kan därmed sägas skapa en uppfattning om tjänsten som helhet och detta kommer sedan leda vidare till ett beteende i form av approach/avoidance.

4.2.3 Beteendemässiga konsekvenser

Hultgren (2002) säger att en resenär som känner sig välkommen och som upplever att anläggningen fungerar praktiskt och effektivt och att resenären blir väl bemött, den resenären kommer tillbaka flera gånger. Bitner (1992) menar vidare att det är två olika former av beteende som olika miljöer resulterar i. Dessa två kan beskrivas som ett närmande beteende eller som ett undvikande beteende (approach/avoidance). "Approach"-beteendet är av två olika slag, det handlar dels om hur länge kunden

stannar i miljön men också hur benägen kunden är att återvända till miljön. Det finns ett samband mellan kundens nöjdhet och hur länge och hur ofta den besöker tjänstemiljön vilket Wakefield och Blodgett (1996) nämner. I fallet med järnvägsstationer blir det sistnämnda beteendeslaget det kanske mest påverkbara. Om kunden anser att järnvägsstationen är attraktiv så kan denne förknippa det med hela tågresan, vilket kan göra att upprepade resor görs. Däremot har resenärerna som vistas på en station en tid att passa så att påverka dem att stanna så länge som möjligt blir då svårt. Möjligtvis om man skulle kunna påverka dem att befinna sig på stationen tidigare och då konsumera mera. Det skulle kunna gynna både stationen i sig som då blir ett mer attraktivt område, men också själva tågresan skulle kunna bli mer attraktiv och locka fler resenärer.

"Avoidance"-beteende säger däremot tvärtom, det finns en miljö som vill undvikas av kunden, eller som kunden inte vill stanna kvar i (Bitner 1992). Om resenärerna blir påverkade negativt av järnvägsstationens tjänstemiljö kan det bli svårt att undvika själva järnvägsstationen då det är därifrån tåget anländer och avgår ifrån, men det skulle kunna påverka dennes beslut om alternativa färdmedel. Kunder som däremot endast kommer till järnvägsstationen för att köpa en kaffe eller en tidning kan lättare undvika miljön om de inte trivs där och köpa sitt kaffe eller sin tidning någon annanstans.

Del III

Stationsmiljön - Hur kan den undersökas

5. Undersökningsdesign/metodutveckling

Nu när järnvägsstationens tjänstemiljö presenterats uppstår frågan hur man kan undersöka resenärernas påverkan av stationsmiljön. Detta är den så kallade "hur"-delen, en diskussion kommer föras för att skapa ett lämpligt undersökningsverktyg och detta kommer att tas upp i följande avsnitt.

5.1 Ansats

Det finns två olika ansatser att använda sig utav för insamling av information, kvantitativ och kvalitativ ansats. När en kvantitativ metod används innebär datainsamlingen någon form av mätning (Lundahl & Skärvad 1999). Fördelen med den kvantitativa undersökningen är att den innefattar många enheter och har en stor bredd. Man får veta lite om många enheter och man generaliserar på det viset då man eftersöker ett svar som kan vara representativt för hela populationen. Ansatsen kan därmed vara lämplig vid studerandet av hur resenärerna uppfattar och påverkas av en järnvägsstationsmiljö. Då djupintervjuer med ett fåtal personer skulle ge en ganska snäv bild om uppfattningarna på järnvägsstationerna så passar den kvalitativa inte lika bra som den kvantitativa. I den kvantitativa fås svar från ett större antal personer och på det viset ges en överblick hur huvuddelen av resenärerna vill att det ska se ut på stationen och vad det är som gör att de trivs där. Jacobsen (2002) menar att metoden passar bra när man är intresserad av individuella åsikter men det blir främst summan av de enskilda individernas svar som kan sägas något om, och man får på det viset en relativt hög säkerhet. Dessutom är det svårt att utifrån enbart ett fåtal svar avgöra om det är representativt för hela populationen (Jacobsen 2002). Då resenärerna som befinner sig på en järnvägsstation är av olika typer kan de ha olika krav, önskemål och uppfattningar om stationsmiljön. För att en undersökning skall bli representativ för hela populationen, alltså för alla resenärerna, gäller det att fånga så många som möjligt från varje resenärstyp och på det viset få ett så verklighetsriktigt resultat som möjligt som kan spegla och representera hela populationen.

En kvalitativ metod lägger mer vikt vid detaljer och det unika hos varje uppgiftslämnare. Lundahl och Skärvad (1999) säger att syftet med den kvalitativa ansatsen är att beskriva, analysera och förstå beteendet hos enskilda människor och grupper med utgångspunkt från dem som studeras. Frågorna i en kvalitativ ansats blir inte lika standardiserade som i den kvantitativa, det fästes inte lika stor vikt vid fasta frågor med givna svarsalternativ. Frågorna kan hela tiden anpassas efter varje person och kan sedan utvecklas mer i samband med till exempel en intervju, flexibiliteten med metoden är större. Denna metod är att föredra när man inte vill generalisera en population, utan vill få mycket information om små enheter (Jacobsen 2002). Prather Persson (1998) poängterar just detta då hon som en del i sin avhandling använde kvalitativ metod för att identifiera faktorer som ansågs viktiga vid skapandet av miljön på järnvägsstationer. En stor nackdel med denna metod är att den är väldigt resurskrävande, ingående intervjuer tar ofta väldigt lång tid. Om undersökaren har begränsade resurser måste denne således nöja sig med få respondenter. Undersökningen blir då oöverskådlig och med alltför detaljerad

information, och Jacobsen (2002) säger även att flexibiliteten gör att undersökningen tar lång tid eller till och med aldrig blir färdig. En undersökning om tjänstemiljön på ett järnvägsstationsområde som ofta har resenärer som är lite småstressade, medför att en snabb enkätundersökning är att föredra. Respondenterna hinner på så vis fylla i svaren på frågorna relativt snabbt och enkelt och behöver inte riskera att missa sin avgångstid, utfrågaren undviker då också att få ett större bortfall.

Det finns dock ett antal nackdelar med den kvantitativa undersökningsmetoden. Jacobsen (2002) menar att den kvantitativa metoden ger en ganska så ytlig information och åsikterna kan kännas påtvingade och styrande på respondenterna. Mer om detta kan läsas i avsnittet om enkätutformningen.

Men det som är nackdelar med ena metoden är ofta fördelar med den andra. Den kvantitativa metoden är svag när man ser på dess förståelse och närhet men är däremot bra vad gäller överblicken i undersökningen (Jacobsen 2002). Man får alltså ett bra övergripande svar men man kommer inte så nära respondenterna. Den kvantitativa metoden ger inte några individuella variationer i slutändan utan det är gruppen som tillsammans ger en helhetsbild, summan av resenärernas åsikter och uppfattningar skapar ett resultat.

Det är dock viktigt att inte se de två metoderna som konkurrerande metoder utan kompletterande till varandra. Prather Persson (1998) använde här båda metoderna, den kvalitativa ansatsen för att identifiera hur planeringsprocessen av stationsmiljön gick till, sedan användes den kvantitativa för att fånga resenärernas upplevelser och tankar om stationen. En kvalitativ ansats skulle även här ha varit alltför resurskrävande och ineffektiv. De två metoderna bildade här en bra koppling, den kvalitativa möjliggjorde att ta reda på hur stationen planerats från planerarens sida och en kvantitativ användas då resenärernas uppfattningar om miljön skulle identifieras. Genom att använda de båda metoderna kan man prova utfallens giltighet, ger de samma slutsats har ett bra resultat uppnåtts. Jacobsen (2002) kallar detta för validering. Dock skulle detta medföra ett väldigt tid- och resurskrävande tillvägagångssätt.

5.2 Urval och representativitet

Den grupp av individer som är målet för en enkätundersökning brukar benämnas population, den kallas även ibland för målpopulation. Om alla individer i en viss population studeras talar vi om en totalundersökning. Enligt Ejlertsson (2005) är det sällan möjligt att genomföra totalundersökningar. Vid enkätundersökningar är den vanligaste metoden att göra en urvalsundersökning genom att ta ett stickprov från populationen. Görs detta på rätt sätt kommer stickprovet att vara en avbild i miniatyr av populationen (Ejlertsson 2005). Jacobsen (2002) benämner de som man är intresserad av i undersökningen som den teoretiska populationen. På en järnvägsstation blir grupper som är intressanta i det fallet alla möjliga sorters resenärer, affärsresenärer, pendlare av olika slag, fritidsresenärer etcetera. Men även som Prather Persson (1998) nämner att 10 % av personerna på en järnvägsstation är sådana personer som inte reser men ändå befinner sig inom stationsmiljön, så kommer även dem att inkluderas i undersökningen. Prather Persson (1998) argumenterar även för att de kan komma att bli en viktig del av

undersökningen då de är potentiella resenärer, så även deras svar och åsikter måste tas till hänsyn. Stationsmiljön kan på så vis bli en viktig del vad gäller att locka nya resenärer till tågresandet.

Ejlertsson (2005) menar vidare att om det skall vara möjligt att uttala sig om en population utifrån ett stickprov måste det vara representativt för hela populationen. För detta krävs att man gör ett slumpmässigt stickprov. Om stickprovet inte väljs ut korrekt och således inte är representativt för hela populationen är risken stor för bias, det vill säga ett systematiskt fel i resultaten (Ejlertsson 2005). Som nämnts i tidigare avsnitt så kan uppfattningar om tjänstemiljön på järnvägsstationer skilja sig från person till person, det är därför av stor vikt att i undersökningen få med så många som möjligt från varje resenärsgrupp. På det viset fås ett svar som kan ge en helhetsbild över hur den stora massan anser att en stationsmiljö ska se ut och vad det är som gör att de trivs eller inte trivs på stationsområdet. För att avgöra sannolikheten att man "träffat rätt" i en undersökning skiljs det mellan sannolikhetsurval och icke sannolikhetsurval (Ejlertsson 2005). Enligt Lundahl och Skäravad (1999) är sannolikhetsurval i princip en förutsättning för att stickprovets resultat skall kunna överföras till och anses gälla hela populationen. Även enligt Jacobsen (2002) gäller det att efterstäva sannolikhetsurval för att få en så bra och verklighetstrogen bild som möjligt av populationen. Vidare säger han dock att denna metod är väldigt tids- och resurskrävande. Då man vill få ett så sannolikhetsriktigt resultat som möjligt behövs information om olika faktorer runt järnvägsstationerna. Till exempel hur stor del är affärsresenärer och hur stor del är pendlare. Jämförelser mellan verkligheten och undersökningen kan då ge en vink om hur sannolikhetstrogen undersökningen är. Det blir även viktigt att få med olika resenärer på olika tidpunkter i undersökningen, morgonpendlare kan till exempel ha helt andra uppfattningar om stationsmiljön än fritidsresenärer som kanske reser vid andra tider på dygnet.

En form av undersökning som är vanligt förekommande i en sådan här miljö är en så kallad väntrumsundersökning. I en väntrumsundersökning består urvalet av personer som på eget initiativ vänt sig till eller kontaktat ett visst besöksställe, här en järnvägsstation. Problemet med denna sortens undersökning är att urvalet inte är slumpmässigt i den bemärkelsen att varje person i en målgrupp tilldelas en viss sannolikhet att ingå i urvalet (Ejlertsson 2005). Resultatet kan då enligt Ejlertsson (2005) bli orepresentativt för populationen. Till exempel så kan det vara så att pendlare befinner sig oftare på järnvägsstationerna än affärsresenärer, pendlare har på det viset en större sannolikhet att ingå i undersökningen än vad affärsresenärerna har. Det kan å andra sidan vara så att pendlare kanske befinner sig oftare, mer frekvent, på stationen än affärsresenärer men att affärsresenärerna istället är där en längre tid, eller att pendlare alltid kommer precis när tåget ska gå medan övriga resenärer är på stationen i god tid före avgång. Representativiteten skulle på ett vis, som även ovan nämnts, kunna undersökas genom att först ta reda på den verkliga fördelningen i populationen och sedan jämföra det med fördelningen i enkäten.

Vad som också får beaktas i väntrumsundersökningar är att resultatet kan spegla något annat än det man från början hade som syfte. Ejlertsson (2005) säger att denna urvalsmetod tenderar att överskatta andelen nöjda personer. De som är mest nöjda är också de mest frekventa besökarna av undersökningsplatsen och är därmed mest representerade i urvalet. Ett bra urval är alltså att försöka få så många

representanter som möjligt från varje resenärstyp och att fördelningen stämmer bra överens med verkligheten. Om undersökningens resultat ska vara generaliserbara måste urvalet göras på ett korrekt sätt från den population, som resultatet ska gälla ifrån. Om frågorna ställs till fel personer, kan inte rätt slutsatser dras från undersökningens resultat (Ejlertsson 2005).

5.3 Bortfall

Ett problem i urvalsundersökningar är vad som kallas bortfall av enheter. Detta kan vara av två slag, externt och internt bortfall. Enligt Ejlertsson (2005) är externt bortfall personer som vägrar eller inte har möjlighet att delta i den avsedda undersökningen. Bortfallet på enstaka frågor bland dem som har besvarat enkäten benämns internt bortfall (Ejlertsson 2005). På järnvägsstationer är en del resenärer stressade och dessa utgör stor risk att stå för ett externt bortfall. Då de flesta har tider att passa när de är på järnvägsstationen så gäller det att ha en effektiv undersökning för att minska bortfallet så mycket som möjligt. Stressade personer kan då komma att bli ett problem i mätningen då de kan tycka ha för dåligt med tid för att kunna svara på enkäten.

Ju större det externa bortfallet är, desto större är risken för felaktiga generaliseringar gentemot populationen (Ejlertsson 2005). Ett sätt att försöka reducera det externa bortfallet är att göra extra ansträngningar att övertala personerna att ändra sitt beslut och besvara enkäten ändå (Ejlertsson 2005). Personer som tackar nej till deltagande i undersökningen kan ha andra åsikter än de som deltagit vilket enligt Andersson (1994) kan bidra till att resultatet blir snedvridet. Det finns också enligt Jacobsen (2002) något som kallas för medvetet eller kontrollerat bortfall. Med det menar han avgränsningar som gjorts och som inte anses behövas i undersökningen, eller som inte man har möjlighet att undersöka.

5.4 Validitet och reliabilitet

Beträffande säkerheten i en enkätundersökning används begreppen validitet och reliabilitet. När man talar om validitet brukar man skilja på inre- och yttre validitet. Med inre validitet menas enkätfrågans förmåga att mäta det den avser att mäta (Lundahl & Skäravad 1999). Ejlertsson (2005) säger att man måste ordentligt tänka igenom alla frågorna i formuläret så att de ställs på ett sådant sätt att de verkligen mäter det man avsett. Han säger vidare att en fråga med hög validitet skall ha inget eller litet systematiskt fel. Stor vikt har därför lagts på att försöka ställa de rätta frågorna i enkäten utifrån vad som ska undersökas, och på vilket sätt frågorna ska ställas och i vilken ordning som är bäst lämpad. Allt för att resenärerna ska förstå frågorna så att inga missförstånd uppkommer vid tolkningen utav frågorna. Placeringen av frågorna ska även de tas till hänsyn så att respondenten smidigt kan komma igenom enkäten utan allt för stora hopp mellan olika områden.

Yttre validitet handlar däremot om enkätens giltighet, respondenterna kan minnas fel, ljuga eller inte alltid veta vad de tänker göra. Mätningen med ett enkätinstrument kan då ge en dålig indikation på det problem som söktes svar på (Lundahl & Skäravad 1999). Det som kan påverka undersökningen är hur resenärerna agerar eller har

agerat i tidigare fall på järnvägsstationen. En resenär som ska svara på frågan om hur han tycker att fräschheten på toaletterna är kanske inte ens har besökt toaletterna, och det kan på så vis bli ett fel med enkäten. Ett annat exempel på enkätens giltighet som kan dyka upp handlar om respondenternas minne. När respondenten ska svara på frågor angående skyltning och information på stationsområdet kan denne ha tagit till sig information men inte tänkt på att så var fallet. Det skulle i sin tur kunna påverka svaren då han inte kommer ihåg uppgifter som han tagit till sig.

Inre validitet handlar alltså om enkätfrågornas påverkan på undersökningen medan den yttre validiteten handlar om personerna som besvara frågorna, hur de påverkar undersökningen (Lundahl & Skärvad 1999).

Med reliabilitet menas huruvida upprepade mätningar ger samma resultat, har frågan hög reliabilitet skall det slumpmässiga felet vara litet (Ejlertsson 2005). Med reliabilitet avses frånvaro av slumpmässiga mätfel. Undersökningar med god reliabilitet kännetecknas av att själva mätningen inte påverkas av vem som utför mätningen eller under vilka omständigheter som mätningen sker i. Tillfälligheter påverkar mätningen i liten utsträckning i en undersökning med god reliabilitet, det finns alltså få slumpmässiga fel (Lundahl & Skärvad 1999). I en väntrumsundersökning påverkas mätningen i liten grad av vem som utför den, då en enkät ska delas ut till resenärerna kommer svaren inte påverkas i stort beroende på vem som står och delar ut den. Däremot skulle omständigheterna kunna påverka mätningen. Om det under "mättnings-dagarna" skulle visa sig vara vackert väder skulle troligtvis större andelen resenärer vistas utomhus istället för i väntsalen och det skulle på så vis kunna påverka resultatet. Om de inte vistas i "inomhusmiljön" och deras minne är mindre bra kan de komma ihåg fel och således även "svara fel" i enkäten. Även tvärtom om det istället skulle regna och vara dåligt väder under mätningen så skulle troligtvis resenärerna vistas inomhus och även det skulle kunna påverka resultatet. Reliabiliteten kan enligt Ejlertsson (2005) kontrolleras genom en metod som kallas för "test-retest-metoden". Samma människor som först besvarade enkätfrågorna får svara på samma frågor igen efter en tid. Därefter kan man se överensstämmelsen mellan mätningarna. Det skulle dock bli problematiskt i en mätning vid järnvägsstationer då det är svårt att få tag på samma resenärer igen, det säger sig självt då resenärerna är ett resande släkte. Ett alternativ vore att ta adress och telefonnummer för att på så vis kunna kontakta resenärerna igen, men det skulle kunna kännas påträngande för respondenterna och är således ingen bra lösning.

5.5 Enkätutformningen

Enkätutformningen är en viktig del i undersökningen, det gäller här att ställa rätt frågor så att man får svar på det man vill undersöka (Jacobsen 2002). Han säger att det är här som problemområdet konkretiseras, det bryts ner i olika beståndsdelar vilket benämns som operationalisering. När detta är gjort konstrueras frågor för att täcka in varje konkret delområde. När sedan frågorna ska konstrueras nämner Ejlertsson (2005) en mängd regler som ska följas. Den viktigaste regeln handlar om enkelheten i språket, om en enkät vänder sig till allmänheten så ska frågan förstås av människor i allmänhet, språket bör alltså anpassas till sin målgrupp. Det som också måste tas hänsyn till är att den som utför undersökningen ofta är mer insatt i

områdets språk och betydelse och måste därför ta hänsyn till det i enkätutformningen så att respondenterna förstår frågorna enkelt och snabbt (Ejlertsson 2005). Frågor om faktorer rörande tjänstemiljön på järnvägsstationer kan för respondenten bli svåra att förstå, exempelvis ordet tjänstemiljö kan vara ett svårtolkat begrepp för en del av de tillfrågade. Besökarna på en järnvägsstation är av olika slag, från unga till pensionärer, vilket gör att förståelsen är mycket varierande. Det blir därför av stor vikt att förklara sig så tydligt som möjligt så respondenten förstår vad som menas, och på det viset blir enkäten effektivare att fylla i. Vad som också kan kopplas till frågornas enkelhet är att det inte ska vara omotiverat långa frågor. Ibland kan förtydliganden och förklaringar behövas för att förenkla för respondenten. Det gäller dock att undvika att komplicera frågorna genom långa omskrivningar (Ejlertsson 2005).

Andersson (1994) skiljer på två olika sorters frågor, öppna- och bundna frågor. Fördelen med öppna frågor är att man i förväg inte styr eller begränsar respondenterna till i förväg bestämda svar utan man ger denne mer utrymme och frihet att svara som denne vill. Dock kan dessa svar ofta bli svårtolkade och svåra att jämföra sinsemellan. Fördelen med bundna frågor är att det finns färdiga svarsalternativ och respondenternas svar på det viset lättare kan generaliseras. Nackdelen blir här dock standardiserade och inte så utförliga svar (Andersson 1994). Individerna på järnvägsstationer har i tidigare nämnda undersökningarna tillfrågats med enkäter. De fick till exempel som svarsalternativ, på en skala ange om de instämde eller inte med ett påstående. Resultatet av stationsbesökarnas svar skapade då på ett effektivt sätt en övergripande helhetsbild av hur stationen upplevdes av dem men med ett resultat som uppnåts av styrande frågor (Andersen et al. 2006). Resultatet skulle med den här metoden kunnat bli missvisande då det ställdes påståendefrågor med redan klara svarsalternativ. Denne behövde bara fylla i det som han ansåg passa bäst.

Respondenten kan ha fler åsikter om järnvägsstationen och frågor och funderingar som överhuvudtaget inte ens tas upp i enkäten, viktig information kan således missas. För att undvika ett sådant problem kan det i slutet av enkäten ställas en öppen fråga för att på det viset fånga in övriga åsikter och tankar som annars skulle missas.

Vad som också är viktigt är att frågorna skall formuleras så neutralt som möjligt, alltså bör det inte vara ledande frågor (Ejlertsson 2005). I en enkät som ska vara effektiv och kunna fyllas i snabbt är ledande frågor något som skulle kunna påverka enkäten negativt. Respondenten skulle här kunna påverkas av frågans utformning, till exempel stressade personer vid järnvägsstationen som ska med ett tåg och hinner inte "bilda en egen åsikt" och då lättare påverkas av frågans utformning. Ord av typen bra, trevligt, positivt bör enligt både Andersson (1994) och Ejlertsson (2005) undvikas enskilt. Andersson (1994) säger att frågan bör även ha med ordens motpoler, alltså till exempel bra eller dåligt och inte bara bra. Det finns annars en risk att respondenten instämmer i det som antyds i frågan. Han menar att antingen innehåller frågan samtliga rimliga alternativ eller så innehåller den inga alls. Vidare nämner Ejlertsson (2005) en annan typ av frågor som ses som ej ledande frågor, det är frågor om förändringar som kan medföra positiva konsekvenser för respondenterna som tenderar att få en hög andel positiva svar, för att undvika detta måste även eventuella negativa konsekvenser tas upp i frågan.

Ejlertsson (2005) säger att vad som också är viktigt att tänka på är att negationer bör undvikas. Negativt formulerade frågor uppstår som en konsekvens av förväntningar hos konstruktörerna av frågorna. Han menar att det istället skall strävas efter att vända en negativt ställd fråga till en positivt ställd fråga. Ett annat vanligt misstag vid konstruktionen av enkätfrågor är att det frågas om flera saker i samma fråga. För att få ett tolkningsbart svar så krävs det att varje fråga bara innehåller endast en fråga (Jacobsen 2002).

Vid enkätutformningen är en viktig del enligt Jacobsen (2002) också hur svarsalternativen utformas. Jacobsen (2002) säger att det gäller att överväga noga om man ska ha med en mittkategori eller en "vet inte"- kategori bland svarsalternativen. Det finns både för- och nackdelar med detta. Han menar att genom att ha med en "vet inte"-kategori så får man ofta mer riktiga svar, och man bör inte tvinga respondenten att ta ställning. Genom att tvinga respondenten att ta ställning så kan svaren bli missvisande då denna kanske saknar en stark åsikt i frågan, men detta kan även vara en nackdel. Då det finns ett mittalternativ eller ett "vet inte"-alternativ kan respondenten underlätta för sig själv om denne tycker att frågan är besvärlig. Respondenten kanske har en åsikt och skulle uttrycka den om han blev pressad (Jacobsen 2002). Stressade resenärer skulle möjligen lockas att välja "vet inte"-alternativet om de anser sig inte hinna tänka igenom ordentligt och då vill göra det enkelt och snabbt för sig själva. Detta kan å andra sidan vara gällande för alla respondenterna men troligen är det de stressade som i större utsträckning lockas att välja ett sådant alternativ. Ett problem som kan uppkomma i enkäten vid mätningen om det inte finns en "vet inte"-kategori eller liknande är att vissa resenärer kanske inte besökt alla delar av tjänstemiljön. Det kan till exempel vara svårt för en resenär att uttala sig om komforten på sittplatserna om denne inte provsuttit dem. Detta problem skulle kunna lösas genom någon form av alternativ där respondenten kan kryssa för att han inte kan uttala sig om detta.

En annan grundregel är att svarsalternativen endast får förekomma en gång, en fråga om till exempel hur ofta respondenten besöker en plats varje månad får inte ha svarsalternativ där ena svaret säger 1-2 gånger och nästföljande 2-3 gånger (Ejlertsson 2005). Ytterligare två regler som är viktiga i enkätutformningen är symmetrin i svarsalternativen och svarsalternativens ordning. Vad gäller symmetrin så ska det finnas lika många positiva alternativ som negativa och styrkan av de positiva värdena ska överensstämma med de negativa värdena för att enkäten ska bli så opartiskt som möjligt. Det gäller också att ha samma ordning på svarsalternativen för att undvika risken att någon har för bråttom när denne läser frågorna och svarar således enligt tidigare ordning (Ejlertsson 2005). En bra symmetri i enkäten med likartade svarsalternativ underlättar även det så att enkäten blir effektivare. Vad gäller skalorna på svarsalternativen så menar Kylén (2004) att det finns en rad olika skaltyper som kan väljas. Svarsalternativen kan vara indelade i jämna eller ojämna alternativ och även olika till antalet. Alternativen 4, 6 eller 8 kan vara bra när man vill att respondenten ska ta ställning i fråga medan alternativen 3, 5 och 7 låter dem vara neutrala om de så vill. Kylén (2004) menar också att antalet alternativ är relevant att tänka på vid utformningen av svarsalternativen. Finns det sju olika alternativ blir skillnaden mellan 6 och 7 inte lika stor som mellan 2 och 3 i en tregradig skala. Tyngden i svaren kan därför tyckas bli lägre i en skala med många alternativ men för stor i skala med färre. Vid studerandet av järnvägsstationsmiljöer

kan en femgradig skala anses lagom då den ger en bra balans mellan tyngden i alternativen men samtidigt inte blir allt för stora skillnader mellan dem.

5.6 Perspektivval och objektivitet

För att inte förlora trovärdigheten i uppsatsen på ett tidigt stadium gäller det att enligt Lundahl och Skärvad (1999) sträva efter objektivitet och saklighet. De säger att på den allra enklaste nivån innebär objektivitet och saklighet enbart grundläggande "utredningshygien". Data skall alltså återges korrekt och inte utelämna viktiga uppgifter och det ska heller inte användas så kallade vinklingar av slutsatserna. Betydelsen "skilj på fakta och värderingar" är något som objektivitet ofta används i. Lundahl och Skärvad (1999) säger att mätningens uppgift är att fastställa fakta som de är och inte hur de bör vara. Andersson (1994) skiljer mellan informationen som beskriver faktiska förhållanden, hur någonting faktiskt är beskriver han som objektiv information, och information om hur någon upplever ett visst förhållande som subjektiv information. En järnvägsstation kan beskrivas utifrån båda perspektiven. Den objektiva informationen som beskriver järnvägsstationen utgörs här av antalet sittplatser, färger på stationen, ljudnivån som går att mäta i decibel, storleken på stationen etcetera. Dessa faktorer kan alla också ha ett subjektivt perspektiv och det betyder att samma faktor kan ha olika inverkan på olika individer.

6. Vårt tillvägagångssätt

I detta avsnitt kommer det beskrivas hur vi har gått till väga och vilka val vi har gjort för att uppfylla vårt syfte med uppsatsen.

Efter att ha studerat olika metoddelar bestämde vi att en enkätundersökning skulle genomföras på två förutbestämda stationer, dessa belägna i Norrköping och Linköping. En heldag spenderades på varje enskild station för att samla in data till undersökningen. Vi ansåg att en heldag på varje station var tillräcklig för att få in data då den tidigare undersökningen som gjordes samlade in data från stationerna under en halvdag. Genom en heldag fick vi på så vis en större bredd. De insamlade enkäterna sammanställdes slutligen och analyserades dels utifrån hur väl metoden fungerade och dels utifrån hur respondenterna upplevde stationsmiljön.

Av de två möjliga ansatserna valde vi att använda oss utav den kvantitativa. Då vi valde att göra en enkätundersökning på två valda järnvägsstationer lämpade sig därför en kvantitativ undersökning bäst. Metoden passar bra eftersom vi är intresserade dels utav de individuella åsikter men det blir först och främst summan av respondenternas reslutat som vi kan säga något om. Vi får på det viset en relativt hög säkerhet. En annan aspekt är att vi i vår undersökning har respondenter som är på resande fot, möjligheterna att ha långa djupintervjuer skulle bli en omöjlighet eftersom vi vill täcka in alla typer av resenärer. Den kvantitativa undersökningsmetoden lämpar sig därför bättre då vi på så sätt snabbt och enkelt kan få svar från resenärerna genom en standardiserad enkät, den standardiserade informationen gör det sedan lättare för oss att behandla den med hjälp av dataprogrammet SPSS. Totalt samlades 229 enkäter in varav 119 i Linköping och 110 i Norrköping.

En form av undersökning som är ganska vanlig är en så kallad väntrumsundersökning och vår undersökning blev av denna typ. Enkäten delades ut till dem som besökte stationen och vi ville genom det få ett så sannolikhetsriktigt reslutat som möjligt. När vi valde att utforma enkäten så gjorde vi det utifrån olika teorier och metoder, frågorna bildades sedan utifrån ovanstående avsnitt om vad som skall undersökas och hur det lämpligast ska göras. Vi valde att dela in frågorna i olika kategorier. Först fick respondenten besvara några korta frågor om sig själv för att sedan besvara frågor om tjänstemiljön. I det tredje området fick respondenten svara på frågor om vad som var viktigt och inte viktigt på stationsområdet för att avslutningsvis redogöra för sin helhetsbild av järnvägsstationen. Vi valde i enkäten att ställa "bra eller dåligt"-frågor och inte påståendefrågor som kan anses ledande. Detta för att försöka påverka respondentens svar så lite som möjligt. Avslutningsvis fanns en öppen fråga där respondenten kunde fylla i egna åsikter som denne hade om stationen och som inte fanns att besvara i enkäten. Skalan som vi valde att använda oss utav i svarsalternativen var en 1- till 5-gradig skala där den lägsta siffran var det "negativa" svaret medan den högsta siffran utgav det "positiva" svaret. Vi diskuterade även om det skulle finnas en "vet inte"-kategori som respondenten skulle kunna fylla i om denne saknade åsikt i en fråga, detta valde vi att inte ta med då vi ville att respondenten skulle ta åsikt i frågan och inte göra det "lätt för sig" genom att kryssa i "vet inte"-rutan.

Del IV

Vad och Hur i praktiken

7. Resultat/Analys

Vi kommer i detta avsnitt att presentera och analysera resultatet av enkätundersökningen och även hur väl enkäten fungerade som verktyg.

7.1 Undersökningsmetoden

Enkäten som utformades för att undersöka tjänstemiljön på järnvägsstationerna visade sig vara väl lämpad för ändamålet. En rad fördelar fanns men det visade sig även finnas några brister med enkäten.

Vad som vi tidigare diskuterat angående enkäten och dess utformning var att vi ville få en snabb enkät för att alla resenärstyper skulle kunna fångas in. I genomsnitt tog enkäten cirka tre minuter att fylla i för respondenterna vilket gjorde att även de som hade ont om tid hade möjlighet att besvara enkäten. Även antalet frågor verkade vara lagom då det sällan hände att en respondent inte hann besvara alla frågor. Enkäten visade sig även vara lätthanterlig för respondenterna. Detta kan tyda på en hög yttre validitet då det var få respondenter som inte förstod frågorna och således inte kunde svara korrekt. Den yttre validiteten tror vi även var hög på grund av att respondenterna befann sig i miljön när de besvarade frågorna, de kunde på det viset se sig omkring och bilda en uppfattning om de olika faktorerna som frågorna handlade om. Svaren från respondenterna bör därför blivit mer korrekta än om de till exempel besvarat enkäten i efterhand, på tåget eller i hemmet. Trots att enkäten var snabb och enkel kunde vi se en resenärstyp som kan ha blivit underrepresenterade. Dessa var de resenärer som bara passerade genom stationen och gick direkt ut till tåget och då inte tog del av tjänstemiljön på stationen. De som kan ha utgjort denna grupp är pendlarna. De åker ofta tåg och blir på så sätt mer punktliga med sina tider. Som vi observerade använde de bara stationen som en genompassage till och från sitt tåg. De vet när deras tåg går och behöver därför inte vara på stationen så tidigt, utan de kommer när tåget ska gå. Även när de nått sin destination så vet de ofta vart de ska och behöver därför inte ta del av stationens hjälpmedel för att veta hur de ska ta sig vidare. Denna grupp kan således utgöra ett bortfall i undersökningen. Samtidigt tror vi att denna grupp inte är alltför nödvändig för undersökningen eftersom de är så punktliga och knappt utnyttjar stationen och därför kan stationsmiljön spela en mindre roll för dem.

Jämfört med tidigare undersökning (Andersen et al. 2006) på dessa stationer så fick vi i vår undersökning en jämnare representativitet från varje resenärstyp då vi besökte varje station under en heldag, till skillnad från en halvdag i den tidigare undersökningen. Utav de typer av resenärer som vi fick in så var 30 % affärsresenärer, 34,3 % var pendlare av något slag, 11,7 % var fritidsresenärer som i snitt reser mer än en gång per månad, 12,2 % var fritidsresenärer som i snitt reser mindre än 1 gång per månad och slutligen så var 10,4 % av de svarande övriga besökare som till exempel vistades på stationen men som inte var resenär. Till skillnad mot tidigare undersökning som gjorts så tror vi att vi fick en jämnare fördelning på grund av att vi utförde undersökningen under en heldag och fick således med alla sorter av resenärer, som till exempel pendlare som slutat jobba och

som skulle ta tåget hem runt 17.00-tiden. Vi hade dock förväntat oss en större andel pendlare, men orsaken till att den resenärgruppen stannade på 34,3 % kan vara att pendlarna är mer punkliga än andra resenärsgupper (se diagram 1 nedan samt bilaga 2).

Urvalet av totalpopulationen som skedde genom ett slumpmässigt stickprov gav oss en rättvis bild av hela populationen. Då vi inte hade ett så stort externt bortfall bör vi ha fångat in ett urval som kan representera hela populationen. Dock kan nämnas att de som valde att inte medverka i undersökningen sade att de redan hade besvarat enkäten även om vi inte hade gett dem någon. Då vi ställde på oss lite på dessa personer visade det sig att en tidigare undersökning hade gjorts veckan innan på samma stationer. Vissa personer ville då inte besvara enkäten "igen".

Som vi även nämnt i tidigare avsnitt säger Prather Persson (1998) att 10 % av besökarna på en järnvägsstation är så kallade externa kunder som vistas i tjänstemiljön men som inte är resenärer. Även i vår undersökning visade det sig att cirka 10 % av respondenterna som vistades på stationsområdet inte var resenärer.

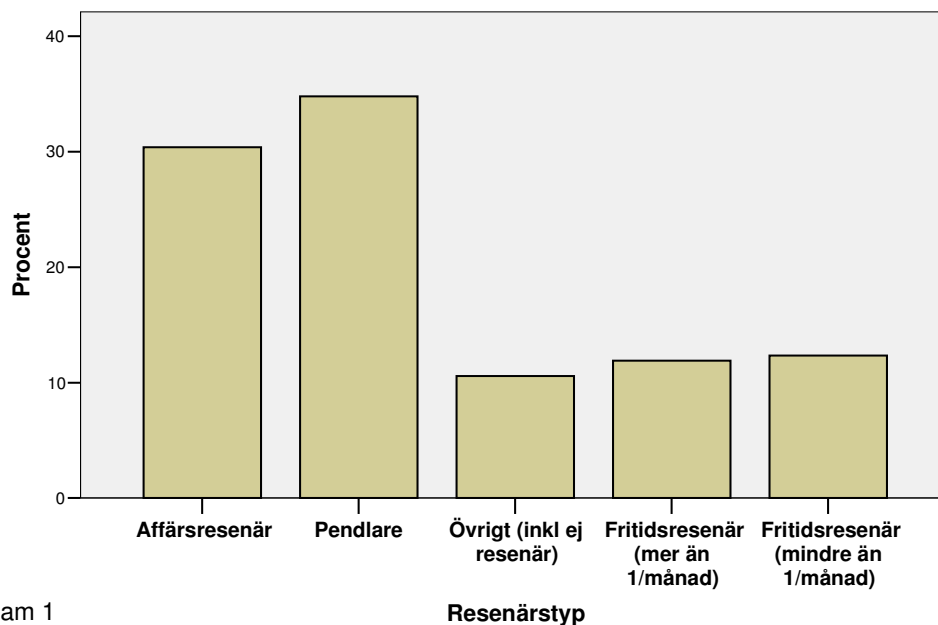


Diagram 1

Genom att vi besökte varje station under en heldag minskades risken för ett bortfall av en viss resenärsgupp. Vi täckte in alla olika typer av resenärer och vi anser därför att undersökningen är av hög reliabilitet. Det bästa vore naturligtvis att utföra undersökningen en gång till för att se om de stämmer överens, men eftersom vi besökte stationerna under en heldag, samt att respondenterna tog del av miljön samtidigt som de besvarade enkäten så bör lämpligen reliabiliteten vara god.

Den största bristen med enkätverktyget handlade om frågor som respondenterna inte kunde besvara. Som tidigare diskuterats beslutade vi oss för att inte ha med något alternativ i enkäten där man kunde kryssa i att man inte visste eller inte hade någon uppfattning i frågan, ett så kallat "vet inte"-alternativ. Vi gjorde detta för att vi skulle få respondenterna att ta ställning och åsikt i frågorna. Det märktes dock ganska snabbt att det var felbeslutat att inte ha med något sådant alternativ. Flertalet respondenter

frågade vad de skulle kryssa för i frågan om toaletterna när de själva inte hade besökt den delen av tjänstemiljön, en del gjorde sedermera även egna "vet inte"-rutor och kryssade i för att på så vis berätta att de inte kunde uttala sig om vissa saker på stationen. Andra valde att istället inte besvara frågan och lät det stå tomt och fortsatte med nästa fråga. På grund av det så uppstod ett internt bortfall, respondenter som valde att inte fylla i frågan alls eller fyllde i den felaktigt. På frågan om vad respondenterna tycker om toaletternas renlighet så visade det sig till exempel att utav 229 enkätsvarare så fanns det ett internt bortfall på 84 svar (se tabell 1 nedan).

Vad tycker Du om renligheten på toaletterna?

Toarenlighet	N	Procent
Ofräsch 1	38	16,6
. 2	54	23,6
. 3	43	18,8
. 4	8	3,5
Fräsch 5	2	,9
Total	145	63,3
Obesvarade	84	36,7
Total	229	100,0

Tabell 1

Om det funnits ett alternativ där respondenten hade kunnat kryssa i för att undvika att svara på frågan så kan det ha gjort så att ett ännu mer verklighetstroget resultat kunnat återges. Istället kunde de som svarat på en viss fråga men inte tagit del utav den aktuella tjänstedelen valt att svara en trea då det kan ha uppfattats som det "neutrala" svaret. Resultatet kan därav bli missvisande och ge en falsk bild utav verkligheten.

En mindre nackdel med enkäten var att vissa respondenter missade att det fanns en baksida på enkäten, det interna bortfallet ökade därför, men endast i liten skala och då på de sista frågorna. Detta hade lätt kunna åtgärdats med en liten text längst ner på första sidan om att enkäten fortsatte med frågor på baksidan. Detta problem var dock inte så stort och bör inte ha påverkat resultatet i sin helhet.

Ytterligare en reflektion som gjordes om enkätundersökningen som vi inte tror påverkade svaren men som kunde bidragit praktiskt till undersökningen var att vi skulle haft ett antal hårda underlag för enkätappen vilket hade underlättat främst för de som stod upp och fyllde i enkäten. Detta löste respondenterna bra ändå genom att stå mot en vägg eller pelare med papperet, dock hade ett underlag varit mer optimalt och effektivt.

Metodvalet att använda oss av en så kallad kvantitativ ansats och där göra en enkätundersökning anser vi vara det bästa valet. Vi kunde nu analysera i vad den stora massan tycker om stationerna, om vad det är som gör att de trivs och vad de tycker är mindre bra med stationerna och dess miljöer. Hade vi använt oss utav en kvalitativ ansats hade vi endast fått svar från ett mindre antal resenärer och vad just de tycker om stationen. Det hade då kunna gett en felaktig bild och resultatet hade inte varit talande för alla som nyttjar stationsområdet.

7.2 Servicescape

Enkätundersökningen som vi utförde på stationerna i Linköping och Norrköping gav oss ett antal svar om hur resenärerna upplevde tjänstemiljön. Hur resenärerna upplevde tjänstemiljön varierade till exempel mellan könen, olika åldrar, olika resenärstyper och även mellan stationerna.

7.2.1 Renlighet

Renligheten har som tidigare nämnts visat sig vara en mycket viktig punkt och som påverkar resenärernas trivsel på stationen. Om vi tittar överlag på hur renligheten ser ut på stationerna så fick dessa frågor ganska låga värden från respondenterna. Som ses i tabellen nedan så har både frågan om renlighet på stationen och renligheten på toaletterna fått ett snittbetyg under 3 och det tycker vi tyder på att renligheten är dålig. För att få ett medelbetyg under 3 så får åtanke läggas på att flertalet respondenter kryssat för en 1 eller 2 vilket får anses vara ett ganska dåligt betyg. Också mellan könen kunde viss skillnad ses även om den var liten, men där kvinnorna i allmänhet upplever fräschheten på stationen som sämre jämfört med männen.

	N	Medel
Renlighet på station	227	2,95
Toarenlighet	145	2,19
Lukt	226	3,16

Tabell 2

Kvinnor och mäns uppfattningar om renligheten

	Kön	N	Medel
Renlighet	Man	95	3,03
	Kvinna	132	2,89
Toarenlighet	Man	55	2,35
	Kvinna	90	2,09
Lukt	Man	94	3,24
	Kvinna	132	3,10

Tabell 3

Det som tidigare diskuterats av Hultgren (2002) och Wakefield och Blodgett (1996) om att renligheten är en väldigt viktig punkt för kundens helhetsuppfattning av tjänsten, visade sig även i vår undersökning. Vi valde här att titta på både till vilken grad resenärens helhetsuppfattning påverkas utav renligheten på toaletten och renligheten i allmänhet.

Som kan ses i tabell 4 så påverkade båda dessa faktorer resenärens helhetsuppfattning. De som ansåg att toaletten var "dålig" och gett ett lågt betyg hade också en sämre helhetsuppfattning om järnvägsstationen än de som ansåg att toaletterna var bra. Även vad gäller renligheten i allmänhet på stationen så verkar det i stor grad påverka hur de uppfattar stationen. De respondenter som anser att renligheten på stationen är bra har också en bra helhetsuppfattning.

Renlighetens påverkan på helhetsuppfattningen

Toalettrenlighet	N	Medel (helhetsuppfattning)
Ofräsch 1	38	3,47
2	53	3,34
3	41	3,73
4	8	4,25
Fräsch 5	2	4,5
Renlighet	N	Medel (helhetsuppfattning)
Ofräsch 1	10	2,7
2	69	3,29
3	70	3,56
4	59	3,98
Fräsch 5	8	4,25

Tabell 4

Då det passerar väldigt mycket folk genom järnvägsstationerna under en dag blir det lätt skräpigt och orent, vilket vi tror bidrar till att respondenterna har satt låga betyg angående renligheten. Speciellt toarenligheten har fått ett väldigt lågt betyg och det kan bero på att toaletterna är ett område som man vill ska vara rent och fräscht. Kvinnor upplevde renligheten som sämre än männen och då speciellt på toaletterna, det skulle kunna bero på att männen kanske inte bryr sig i lika stor utsträckning om hur renligheten på stationerna är i jämförelse med kvinnorna. Sett mellan de båda stationerna så var det ingen större skillnad mellan svaren i Linköping, men i Norrköping upplevde kvinnorna stationen och dess delar betydligt sämre än vad männen gjorde (se bilaga 3).

Något som vi trodde skulle visa sig vara en stor skillnad var hur resenärer med olika väntetider upplevde renligheten på stationen och då att de som väntar en längre tid skulle uppfatta renligheten som sämre. Detta för att de är längre på stationsområdet och hinner se mer utav den och dess renlighet, vi trodde att de på något sätt i större utsträckning skulle lägga märke till mer detaljer än de som vistas där under en kortare tid. Men så var alltså inte fallet som vi kan se i tabell 5 nedan.

Renligheten sett mellan resenärers olika väntetider

	Tid	N	Medel
Renlighet på stationen	> 25	103	3,11
	< 25	119	2,82
Toarenlighet	> 25	65	2,23
	< 25	76	2,16
Lukt	> 25	103	3,22
	< 25	118	3,10

Tabell 5

De som vistades på stationsområdet i mindre än 25 minuter anser är renligheten på stationerna är sämre än de som vistas där en längre tid. Detta kan bero på att de som vistas där under en kortare tid bara hinner se det "värsta" med stationen medans de som är där under en längre tid hinner få en annan helhetsuppfattning om

stationen och skillnader uppstår därför mellan de båda grupperna. Det kan också vara så att de som vistas kortare tid på stationen gör det just för att de tycker att stationerna är ofräscha och därför vill spendera så lite tid som möjligt där. Detta kan jämföras med vad som tidigare nämnts av vad Wakefield och Blodgett (1996) sade om att renligheten påverkar kundernas uppfattning om tjänstkvaliteten i förhållande till tiden som tillbringas på järnvägsstationen.

7.2.2 Ljud, musik och färgsättning

Angående ljudnivån på de båda stationerna så ansåg cirka 10 % av respondenterna i Linköping att ljudnivån inne på stationen var hög medan nästan 50 % ansåg att den var låg, resterande dryga 40 % tyckte varken eller och svarade därför en trea som får anses neutralt. Motsvarande siffror i Norrköping skilde sig inte vidare mycket, närmare 14 % ansåg att ljudnivån på stationen var hög medans dryga 50 % svarade att den var låg. Cirka 34 % svarade här varken eller (se bilaga 4). Det som kan ha utgjort skillnaden mellan de båda stationerna var att i Norrköping så hade de inte automatiska skjutdörrar utan de hade vanliga automatiska dörrar som öppnades inåt, vilka i sig utgjorde ett relativt högt oljud varje gång någon gick in eller ut från stationen. Dessa fanns det fyra stycken av vilket gjorde att oljudet kom från flera ställen samtidigt. Vissa respondenter tyckte även miljön var ”bullrig” och att TV:n med lokal reklam och information var störande. Enligt en respondent uppfattades den som

”störande då den ger ifrån sig stressande och jobbiga ljud.”

På frågan om vad respondenterna skulle tycka om det spelades musik på stationerna så var svaren jämt fördelade mellan alla alternativen på de båda stationerna (se bilaga 5). Det var ungefär lika många som ansåg att det vore trivsamt som störande. Ett tydligt förhållande vi kunde se gällande musiken var att de yngre, under 35, var mer positivt inställda till musik på stationen än de som var över 35 (se tabell 6).

Ålder vs. musik

	Ålder	N	Medel
Musik	>35	103	2,59
	< 35	111	3,58

Tabell 6

Ett alternativ för att verkligen se hur resenärerna reagerar när det spelas musik vore att under en tid testa det på stationerna. Då även olika sorters musik för att på det viset se hur de olika resenärerna reagerar, om de tycker om det eller inte. Lovelock och Wirtz (2005) talar, som tidigare nämnts, om begreppet muzak. Detta är något som skulle kunna testas i en stationsmiljö för att se om den påverkar stationsbesökarna och i sådana fall hur. Som frågan ställdes nu kunde respondenterna endast föreställa sig hur det skulle vara med musik. Resultatet skulle kunna ändra sig om en undersökning gjordes på detta område. Något som också kan visa sig är om musiken inverkar på utropen om avgångs- och ankomsttider och då bli en störande faktor, medans andra kanske skulle tycka det vara trivsamt och uppleva sin väntetid som kortare.

En punkt som vi trodde skulle visa sig tydligt var gällande de stressade personerna och deras uppfattning om ljudvolymen på stationen och vad de skulle tycka om det spelades musik på stationen. Vi trodde själva att de som var stressade både skulle tycka ljudnivån vara högre och att musiken skulle vara mer störande i jämförelse med mer avslappnade resenärer (se bilaga 6). Solomon et al. (1999) menar att musiken kan påverka människors beteende eller känslöstämning och vi trodde därför att stressade resenärer skulle uppleva miljön som mer högljudd än övriga. Det visade sig dock att ingen större skillnad mellan dessa kunde utskiljas vilket förvånade oss en aning.

Färgsättningen var något som fick dåliga betyg utav respondenterna i båda städerna. De fick välja om de tyckte miljön var tråkig (1) eller rolig (5), och medelvärdet i Linköping blev 2,46 medans det i Norrköping stannade på 2,03. Trots att färgerna på de båda stationerna var likadana så skiljde sig respondenternas svar åt. Att värdet i Linköping var högre än i Norrköping skulle kunna bero på att det i Linköpings station fanns lite mer butiker och "kringaktiviteter", vilket kan ha påverkat respondenterna till det bättre. Annars var det ingen skillnad vare sig färgsättning eller tavlor på väggarna. Vi tror att denna uppfattning från resenärerna beror till stor del på det som Hultgren (2002) nämner om att resenären ska känna sig hemma på vilken station denne än besöker. Järnvägsstationerna ska vara utformade med standardiserade färger för att det inte ska bli för stora variationer mellan stationerna. Genom det standardiserade och tråkiga "undviker" man därav en möjlig konflikt som skulle kunna uppstå om olika färger och mönster användes på stationen. En del skulle då istället få svårare att hitta på stationsområdet (Hultgren 2002).

Vad tycker du om färgsättningen inne på stationen?

Färgsättning		
Ort	Medel	N
Linköping	2,46	114
Norrköping	2,03	108
Total	2,25	222

Tabell 7

7.2.3 Sittplatser

Vad gäller sittplatserna på de båda stationerna så var det främst i Norrköping som respondenterna hade något att säga angående detta. Medeltalen var även lägre där än i jämförelse med Linköpings station. Flertalet hade i frågan om övriga synpunkter kommenterat sittplatserna. Bland annat var det antalet sittplatser som främst diskuterades, men även placeringen utav dem fanns det kommentarer om. I Norrköping var de flesta sittplatserna på stationen belägna i mitten av väntsalen, mitt emellan ingången till station och utgången till perrongen. Detta medförde enligt vissa ett stort vinddrag när båda dörrarna var öppna, speciellt under vintern var detta ett problem då det kunde bli väldigt kallt där inne.

Sittplatser

	Ort	N	Medel
Platsantal	Linköping	116	2,84
	Norrköping	110	2,63
Placering	Linköping	116	3,59
	Norrköping	109	3,43
Komfort	Linköping	116	2,95
	Norrköping	110	2,61

Tabell 8

Det som var lite förvånande var att man i Norrköping upplevde antalet sittplatser som färre än i Linköping, trots att antalet var högre i Norrköping och att det i Linköping befann sig mer folk i omfång. Att placeringen på sittplatserna däremot ansågs sämre i Norrköping var inte så oväntat då det kom upp flertalet klagomål angående det från respondenterna. Komforten skiljer dock sig lite åt enligt respondenterna mellan stationerna trots att det var samma slags träbänkar på de båda stationerna. Detta kan bero på att Norrköpings station med de störade entrédörrarna och genomdraget som blev, påverkade respondenternas upplevda komfort till det negativa. När vi tittade på hur sittplatserna upplevdes i förhållande till tiden resenärerna vistas i miljön såg vi inget tydligt förhållande för detta. Wakefield och Blodgett (1996) menar i sin undersökning att detta förhållande finns. Sittplatserna och dess komfort visade sig där ha betydelse beroende på hur länge kundens vistades i tjänstemiljön.

Enligt Wakefield och Blodgett (1996) kan resenärerna, som nämnt i tidigare avsnitt, känna sig obekväma när de får sitta för nära andra resenärer på stationsområdet. Detta var något som även det undersöktes på de båda stationerna men det var inget som talade för att så var fallet. Nära hälften av de tillfrågade hade inte kryssat för varken obekvämt eller bekvämt och över en tredjedel ansåg att det inte var någon fara överhuvudtaget att sitta nära andra resenärer.

Hur känns det att sitta nära andra resenärer inne på stationen?

		N	Procent
Obekvämt	1	7	3,0
.	2	27	11,7
.	3	101	43,9
.	4	65	28,3
Bekvämt	5	19	8,3
	Total	219	95,2
Missing	System	11	4,8
Total		230	100,0

Tabell 9

7.2.4 Skyltning och information

Skytningen på stationerna, och detta gäller även alla stationer i Sverige, är standardiserad för att bli så lättförstådd som möjligt och detta verkar SJ ha lyckats

med. Respondenterna upplevde att det var lätt att hitta på stationerna. Det standardiserade i form av skyltningen kombinerat med färgsättningen tror vi kan vara starkt bidragande till detta.

Vad som kan ses är att de stressade respondenterna upplevde det svårare att hitta på stationen än de avslappnade. Dock var de stressade få till antalet men en stor skillnad förelåg trots allt. Som kan ses i tabell 10 nedan så tycker de som är avslappnade det är lättare att hitta än de som är mindre avslappnade, desto mer stressade resenärerna känner sig desto svårare tycker de det är att hitta på stationen.

Hur tycker de stressade det är att hitta?

Stressfaktor	N	Medel (hitta)	
Avslappnad	1	54	4,2
	2	61	3,92
	3	47	3,79
	4	46	3,8
Stressad	5	6	3,5

Tabell 10

En ytterligare faktor som handlar om skyltning och information är den om avgångs- och ankomsttider på stationen. Här upplevde respondenterna att det var tydlig och lättolkad information och det var ingen märkbar skillnad mellan stationerna.

7.2.5 Viktiga faktorer på stationen

I enkäten ställdes några frågor om vad resenärerna tyckte var viktiga faktorer på stationen. Det handlade om kringtjänster som matservering, möjligheter att hämta ut biljetter, bemannad informationsdisk, kiosk, informationstavlor och övriga önskemål. Det som kan ses i tabell 11 nedan är att det inte skiljer vidare mycket på vad som var viktigt och inte viktigt stationerna emellan. Det som respondenterna värderade som viktigast på stationerna var möjligheten att hämta ut biljetter, tätt följd av informationstavlor, något som vi också trodde skulle vara bland dem viktigaste. Övriga tjänster visade sig också vara viktiga, enda undantaget kan sägas vara matservering som inte värderades lika högt. Då möjligheten att hämta ut biljetter och informationstavlor utgjorde de viktigaste tror vi beror på att de är mest förknippade med själva kärntjänsten och därför förutsätts finnas. De två nämnda är nödvändigheter för en fungerande station till skillnad från exempelvis kiosk och matservering som blir mer värdehöjande kringtjänster. Detta som även Hultgren (2002) poängterar, att en station inte ska ersättas av ett köpcentrum utan det ska vara just en station. Vad som kan urskiljas är hur viktigt respondenterna anser det är med någon form av matservering och kiosk. I Linköping där det fanns både restaurang och pressbyrå inne på stationen så visade det sig även vara viktigare än i Norrköping där dessa båda saknades. Dock är skillnaden inte så stor men i jämförelse med de övriga kringtjänsterna så utgör detta en större skillnad.

Vid frågan om övriga önskemål var det ett flertal som svarade att en pocketshop borde finnas på stationen. Även önskemål om turistbyrå och mataffär fanns på båda stationerna.

Hur viktiga respondenterna tycker olika kringtjänster är

Ort		Bemannad infodisk	Infotavlor	Sittplatser	Matsservering	Kiosk	Hämta ut biljett
Linköping	Medel	4,44	4,74	4,50	3,68	4,46	4,79
	N	115	115	114	114	114	114
Norrköping	Medel	4,41	4,70	4,58	3,59	4,19	4,73
	N	101	103	105	104	105	104
Total	Medel	4,43	4,72	4,54	3,64	4,33	4,76
	N	216	218	219	218	219	218

Tabell 11

Något som också undersöktes var vad olika resenärsgupper tyckte vad viktigast på stationen (se bilaga 7). I det stora hela var det dock inga större skillnader resenärsgrupperna emellan med undantaget för hur fritidsresenärer som i snitt reste mindre än en gång per månad, de tyckte att behovet av en bemannad informationsdisk var viktigare än övriga resenärsgupper. Detta kan förklaras genom att de inte reser så mycket som övriga, och när de blir lite osäkra på hur allt går till, om de ska byta tåg, vilken perrong tåget avgår ifrån och så vidare så kan det var skönt att ha någon att fråga. Pendlarna eller de som reser i jobbet är ofta vanare och behovet av att kunna fråga någon på stationen om olika saker blir då inte lika viktigt.

7.2.6 Stationen som helhet

Enkäten avslutades med tre frågor som var av mer övergripande karaktär. De handlade om hur resenärerna trivdes på stationen, om deras val av färdmedel påverkas av hur stationsmiljön är och slutligen hur deras helhetsuppfattning om stationen var.

Stationen som helhet

	Ort	N	Medel
Trivsel	Linköping	113	3,52
	Norrköping	104	3,20
Färdmedel	Linköping	114	2,11
	Norrköping	104	2,22
Helhetsuppfattning	Linköping	113	3,68
	Norrköping	105	3,47

Tabell 12

Att respondenterna trivs olika mycket på de båda stationerna kan förklaras genom att det finns olika utbud av kringtjänster på stationerna. Även deras storlek kan ha betydelse. Linköpings station är som nämnt tidigare både större och rymligare och inkluderar både kiosk, restaurang och en liten diversebutik medans det i Norrköping endast fanns ett litet café i anslutning till stationen. Det fanns även en Pressbyrå men för att komma till den behövde stationen lämnas för att komma dit. Vid frågan om

stationsmiljön påverkade resenärernas beslut av färdmedel så hade vi inte räknat med att det skulle påverka dem i alltför stor utsträckning vilket det heller inte gjorde. Svaren blev ganska lika stationerna emellan och att miljön i sig inte påverkar valet av färdmedel tror vi beror på att det inte finns något som direkt konkurrerar med tåget. I jämförelse med till exempel en mataffär där kunden lätt kan byta affär om denne inte tilltalas av miljön inne i affären. En resenär som inte trivs på järnvägsstationen har en större "tröskel" att gå över för att byta till antingen bil, buss eller flyg då det medför större förändringar i jämförelse med att byta mataffär.

Något som uppmärksammades gällande den sista frågan, om resenärens helhetsuppfattning om stationen, tycks denna uppfattning påverkas utav humöret.

Humörets påverkan på helhetsuppfattningen

Helhetsuppfattning		
Humör	Medel (helhetsuppfattningen)	N
1	3,00	3
2	3,43	7
3	3,31	54
4	3,60	86
5	3,78	58
Total	3,56	208

Tabell 13

Ett lågt humör visar att helhetsuppfattningen är sämre vad gäller stationsmiljön. Tabellen är dock inte riktigt linjär men ett mönster kan ändå ses. Desto bättre humör respondenten är på desto högre betyg får stationen i sin helhet. Detta kan bero på att beroende på hur glad man är spelar det in på allt runt omkring. Är du glad uppfattas ofta saker mer positivt, och något som kan ha spelat in och påverkat respondenterna till det glada humöret här är att under båda undersökningsdagarna var vädret relativt bra med solsken större delen utav dagarna. Som synes i tabell 13 ovan så har större delen av respondenterna kryssat för en trea eller mer.

7.3 Resenärernas egna kommentarer

På den öppna frågan som ställdes i slutet av enkäten fick vi in ett antal övriga synpunkter av respondenterna från de båda stationerna där de kunde berätta om sådant som inte kunde besvaras i enkäten och andra kommentarer som de hade.

Ett antal synpunkter från respondenterna kom in gällande alkoholisters vistelse på stationerna, och detta var signifikant för både Linköping och Norrköping. I Norrköping var det någon som sa:

"mycket alkisar som ibland gör miljön obehaglig" och "behov av säkerhetsvakter"

och i Linköping var det en annan respondent som sa:

"sena kvällar kan det kännas otryggt, särskilt när kiosken är stängd"

Annars fick frågan om tryggheten på stationen relativt bra betyg på båda stationerna (se bilaga 8). Hade vi istället valt att utföra undersökningen på kvällstid kanske också resultaten av tryggheten förändrats och resenärerna upplevt den som sämre.

I Linköping uppstod en del kommentarer om renligheten angående hissar, perronger och undergångarna mellan perrongerna. Dessa upplevdes som en respondent uttryckte det *"snuskiga och illaluktande"*. Förövrigt var det några stycken som tyckte det var synd att järnvägsstationen skulle flytta då de tyckte att den låg bra som det var nu.

Andra kommentarer som togs upp både skriftligt på enkäten och muntligen handlade om toaletterna. Flertalet ansåg att det är dåligt att de skulle behöva betala för att gå på toaletten, och detta gällde båda stationerna. Något som däremot respondenterna saknade på stationerna var någon form av bokhandel eller pocketshop. Många hade fyllt i att det borde finnas något ställe där böcker kunde inhandlas.

Slutligen fick vi många kommentarer utav alla möjliga resenärer att det var roliga frågor och ett intressant undersökningsområde. Det var många som var intresserade utav det vi gjorde och ställde många frågor, många önskade oss även lycka till med uppsatsskrivandet.

8. Slutsats

Denna slutsats kan sägas utgöras av två delar, dels slutsatser om hur undersökningsverktyget fungerade och dels slutsatser om resultatet av undersökningen.

Syftet med uppsatsen var att utifrån en diskussion utforma ett lämpligt verktyg för att undersöka hur resenärerna upplever järnvägsstationers tjänstemiljö.

För att undersöka tjänstemiljön på järnvägsstationer och hur den upplevs av dem som befinner sig där kom vi fram till att en enkätundersökning skulle vara bäst lämpad som verktyg, vilket i praktiken också visade sig fungera väl. Detta för att vi genom undersökningen ville få en bild av hur den stora massan upplever och trivs på en järnvägsstation vilket då enkäten som verktyg möjliggjorde. Enkäten hade därmed fördelar i form av att den var effektiv, de flesta hann besvara den, den upplevdes som enkel att förstå och den yttre validiteten fann vi vara hög därför att de befann sig i miljön när de besvarade enkäten och kunde då se sig omkring och tänka efter för att ge ett så korrekt svar som möjligt.

Dock kunde vi se en brist i enkäten. Bristen handlar om avsaknaden av ett "vet inte"-alternativ till frågorna om faktorer i tjänstemiljön. Det visade sig att en del respondenter inte tagit del av allt som enkäten frågade om, då främst toaletternas renlighet. Några av respondenterna "löste" detta genom att de då lämnade frågan blank, andra skrev själva "vet inte". Detta medförde ett inre bortfall i enkäten som kunde ha undvikits med ett "vet inte"-alternativ. Det var alltså främst frågan om toaletterna men vi tycker att alla frågor om tjänstemiljön då skulle ha haft ett "vet inte"-alternativ för att den ska bli så korrekt som möjligt. Det här är alltså något som bör finnas på en liknande enkät för att på så vis minska bortfallet så mycket som möjligt men även för att få så representativt resultat som möjligt.

Vad gäller tjänstemiljön och hur respondenterna upplevde den kunde man konstatera att de viktigaste delarna för en väl fungerande tjänst, de som är mest förknippade med själva kärntjänsten, var också de faktorer som fick bland de högsta betygen av respondenterna. De tyckte det var lätt att hitta på stationen och informationen om avgångs- och ankomsttider upplevde de som tydliga och lättförståliga. Dessa faktorer bidrar till det funktionella i tjänsteprocessen och stationerna uppfyller dessa "krav" bra. Här finner vi därav att stationerna inte har några direkta åtgärder att vidta utan istället gäller det att se till att upprätthålla en hög nivå på dessa faktorer.

Gällande sittplatserna på de båda stationerna så var det främst i Norrköping som respondenterna hade något att säga angående det. Antalet sittplatser men även placeringen utav dem upplevdes som dåliga av respondenterna. I Norrköping var de flesta sittplatserna på stationen belägna i mitten av väntsalen, mitt emellan ingången till station och utgången till perrongen. Detta medförde ett stort vinddrag när båda dörrarna var öppna och även ett högt oljud. Detta ser vi också kan ha påverkat den upplevda komforten då även denna fick sämre betyg än Linköping trots att det var likadana bänkar på stationerna. Här ser vi att det är främst dörrarna i Norrköpings station som bör ses över. Antingen att de tas bort och ersätts utav en tystare variant som heller inte medför det stora vindraget genom stationen, eller att man omplacerar

sittplatserna så att de inte hamnar mitt i vindraget. Denna omplacering är också fullt möjlig då det fanns gott om utrymme på stationen att ställa sittplatser på.

När vi tittade på andra faktorer i miljön, faktorer av mer trivselkaraktär än av funktionell karaktär, kunde vi konstatera att dessa inte upplevdes som lika bra av respondenterna. En faktor i miljön som tidigare undersökningar poängterat som mycket viktig är renligheten. Vad som kunde ses i vår undersökning var att denna upplevdes som dålig av respondenterna, dels renligheten på toaletterna och dels stationens renlighet i allmänhet. Renligheten visade sig också påverka respondenternas helhetsintryck av järnvägsstationsmiljön. Då renligheten visade sig vara såpass viktig och då även tidigare undersökningar visat på detta tycker vi att renligheten är något som måste förbättras avsevärt. Det här är en punkt som är relativt enkel och billig att åtgärda och som medför en högre trivsel för resenärerna.

Färgsättningen är en annan dimension som är viktig för att resenärerna ska få ett trevligt intryck av stationen och känna trivsel. Också denna upplevde de som dålig. Här är det till viss del svårt att vidta åtgärder då en konflikt riskeras med det funktionella, men vi anser att vissa mindre bitar kan förbättras utan att påverkar funktionaliteten i allt för stor utsträckning. Ett exempel på detta kan vara växter som tillför lite färg i miljön och samtidigt skapar lite mer hemtrevnad.

När vi tittade på vilka faciliteter som respondenterna ansåg som viktiga på en järnvägsstation visade det sig av undersökningen att möjligheten att hämta ut biljetter samt informationstavlor var de allra viktigaste för respondenterna. Alltså de som är mest förknippade med kärntjänsten. Sedan tyckte de också att sittplatser och en bemannad informationsdisk var viktiga punkter. Alla ovan nämnda fanns på båda stationerna och bör, då de värderades som så viktiga, också få vara kvar på stationen.

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att de faktorer och de faciliteter i miljön som handlar om funktionalitet och som är mest förknippade med tjänsteprocessen är de som också fungerar bäst på järnvägsstationerna, medan de som handlar om underhåll och trivsel är de som stationerna har problem med och som alltså inte upplevs som lika bra av respondenterna.

8.1 Framtida undersökningsområde

Det som kan utvecklas och undersökas vidare på är att ta hänsyn till båda ansatserna för att försöka få med det bortfall som uppkom i denna uppsats. Exempelvis för att fånga pendlarnas upplevelser av stationsmiljön skulle en kvalitativ ansats i form av intervju på tågen här behövas då de är svåra att fånga på stationen. Många av dem bara passerar genom stationen för att komma till tåget.

9. Källförteckning

Litteratur:

Andersson, B-E. (1994) *Som man frågar får man svar – En introduktion i intervju- och enkätteknik*, Kristianstad: Raden Prisma

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

Echeverri, P. & Edvardsson, B. (2002) *Marknadsföring I tjänsteekonomi*, Lund: Studentlitteratur

Ejlertsson, G. (2005) *Enkäten i praktiken – En handbok i enkätmetodik*, Lund: Studentlitteratur

Grönroos, C. (2000) *Service Management and Marketing – Managing the Moments of Truth in service Competition*, Lexington Books: New York

Hultgren, K. (2002) *Stations-Guide – Inter-modal travel centre – Att utveckla resecentrum från dålig skarv till bra koppling*, Tierp: Stationsrådet

Jacobsen, D I. (2002) *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*, Lund: Studentlitteratur

Kylén, J-A. (2004) *Att få svar: intervju, enkät, observation*, Stockholm: Bonnier utbildning

Lovelock, C. & Wirtz, J. (2004) *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, New Jersey: Pearson Education International

Lundahl, U. & Skärvad, P-H. (1999) *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*, Lund: Studentlitteratur

Solomon, M., Bamossy, G & Askegaard, S. (1999) *Consumer behaviour - A European perspective*, New Jersey: Prentice Hall Inc.

Zeithaml, V A., Bitner, M J. & Gremler, D D. (2006) *Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*, New York: McGraw-Hill

Tidskriftsartiklar:

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

Hoffman, K D., Kelley, S W. & Chung, B C. (2003) A CIT investigation of servicescape failures and associated recovery strategies: *Journal of Services Marketing*, 17 (4), pp. 322-340.

Sherman, E., Mathur, A. & Belk Smith, Ruth (1997) Store environment and consumer purchase behaviour: Mediating role of consumer emotions: *Psychology & Marketing*, 14 (4), pp. 361-378.

Wakefield, K L. & Blodgett, J G (1996) The effect of the servicescape on customers' behavioral intentions in leisure service settings, *The Journal of Services Marketing*, 10 (6), pp. 45-61.

Avhandling:

Prather Persson, C (1998). *The railway station and the interregional traveller – traveller preferences and implications for the planning process*. Akademisk avh. Lunds universitet. Lund: Lunds Univ.

Uppsats:

Andersen, K., Landholm, D. & Stensson Y. (2006) *Innan resan – En undersökning av stationsmiljön*, Karlstad: Karlstad Universitet.

Internet:

Banverket (2002). Resandet på järnväg slår rekord. [Elektronisk] Stockholm: Banverket AB. Tillgänglig: http://www.banverket.se/templates/Pressmeddelande_3795.asp?menupage=5262&menuname=Pressmeddelanden%202002&menulink=/templates/MediaStart_5262.asp (2007-04-19)

Jernhusen (2007). [Elektronisk] Stockholm: Jernhusen AB. Tillgänglig: <http://www.jernhusen.se> (2007-04-19)

Nyköping-Östgötalänken (2007). [Elektronisk] Linköping: Nyköping-Östgötalänken AB. Tillgänglig: <http://www.ostlanken.se/> (2007-04-19)

SJ (2006). Resandet med SJ fortsätter att öka. [Elektronisk] Stockholm: SJ AB. Tillgänglig: <http://www.sj.se/sj/jsp/polopoly.jsp?d=3530&a=22473&l=sv> (2007-04-19)

Bilagor

Bilaga 1

Vi är två studenter från Karlstads universitet som genomför en enkätundersökning om järnvägsstationsmiljöer som en del i vår examensuppsats. Syftet är att få fram vad som är viktiga faktorer för resenärernas trivsel på en järnvägsstation. Samtliga uppgifter kommer att behandlas konfidentiellt.

Vi är tacksamma för Din medverkan!

1. Kön

- Man Kvinna

2. Ålder

3. Typ av resenär

- Affärsresenär Fritidsresenär (reser mer än 1 gång/månad)
 Pendlare Fritidsresenär (reser mindre än 1 gång/månad)
 Övrig (inkl ej resenär)

4. Hur länge beräknar Du att vara på järnvägsstationen? minuter

5. Varför är Du på stationen just nu?

- Ska påbörja resa Har avslutat resa
 Ska byta mellan tåg/buss/taxi Annat.....

6. Vilket humör beskriver Dig bäst just nu? Irriterad 1 2 3 4 5 Glad/nöjd

7. Hur känner Du Dig just nu? Avslappnad 1 2 3 4 5 Stressad

Nedan följer ett antal frågor om järnvägsstationen som vi vill att Du tar ställning till, ringa in eller kryssa för det som stämmer bäst för Dig:

8. Vad tycker Du om ljudnivån inne på stationen? Högljudd 1 2 3 4 5 Låg

9. Vad tycker Du om informationen med avgångs- och ankomsttider? Otydlig 1 2 3 4 5 Tydlig

10. Vad tycker Du om färgsättningen inne på stationen? Tråkig 1 2 3 4 5 Rolig

11. Hur är lukten inne på stationen? Ofräsch 1 2 3 4 5 Fräsch

12. Vad tycker Du om stationens renlighet? Ofräsch 1 2 3 4 5 Fräsch

13. Vad tycker Du om renligheten på toaletterna? Ofräsch 1 2 3 4 5 Fräsch

14. Vad tycker Du om antalet toaletter? Få 1 2 3 4 5 Många

15. Vad tycker Du om antalet sittplatser? Få 1 2 3 4 5 Många

- | | | | | | | | |
|--|---------------|---|---|---|---|---|--------------|
| 16. Vad tycker Du om sittplatsernas placering? | Trångt | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Rymligt |
| 17. Vad tycker Du om komforten på sittplatserna? | Obekväm | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Bekväm |
| 18. Hur känns det att sitta nära andra resenärer inne på stationen? | Obekvämt | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Bekvämt |
| 19. Vad tycker Du om stationens öppettider? | Dåliga | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Bra |
| 20. Hur tycker Du det är att hitta det Du söker på stationen? | Svårt | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Lätt |
| 21. Hur trygg känner du dig på stationen? | Mycket otrygg | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Mycket trygg |
| 22. Hur viktigt tycker Du det är med en bemannad informationsdisk på stationen? | Oviktigt | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Viktigt |
| 23. Hur viktigt tycker Du det är det med informationstavlor på stationen? | Oviktigt | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Viktigt |
| 24. Hur viktigt tycker Du det är att det finns gott om sittplatser på stationen? | Oviktigt | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Viktigt |
| 25. Hur viktigt tycker Du det är att det finns en matservering på stationen? | Oviktigt | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Viktigt |
| 26. Hur viktigt tycker Du det är att det finns en kiosk på stationen? | Oviktigt | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Viktigt |
| 27. Hur viktigt tycker Du det är att kunna hämta ut biljetter på stationen? | Oviktigt | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Viktigt |
| 28. Har Du något annat önskemål om butiker/affärer som Du tycker ska finnas på stationen? | | | | | | | |
| 29. Vad skulle Du tycka om det spelades musik inne på stationen? | Störande | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Trivsamt |
| 30. Hur trivs Du på stationen? | Trivs inte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Trivs |
| 31. Hur mycket påverkar stationsmiljön Ditt val av färdmedel? | Lite | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Mycket |
| 32. Vad är Din helhetsuppfattning av järnvägstationen? | Negativ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Positiv |
| 33. Har Du några övriga synpunkter gällande järnvägsstationen? | | | | | | | |

Tack för din medverkan!

Daniel och Johannes

Bilaga 2

Resenärstyp

		Antal	Procent
Typ	Affärsresenär	69	30,0
	Pendlare	79	34,3
	Övrigt (inkl ej resenär)	24	10,4
	Fritidsresenär (mer än 1/månad)	27	11,7
	Fritidsresenär (mindre än 1/månad)	28	12,2
	Total	227	98,7
Missing	System	3	1,3
Total		230	100,0

Bilaga 3

Renlighet Linköping

	Kön	N	Medel
Renlighet på station	Man	56	2,98
	Kvinna	62	3,02
Toalett	Man	33	2,27
	Kvinna	47	2,15
Lukt	Man	55	3,31
	Kvinna	62	3,21

Renlighet Norrköping

	Kön	N	Medel
Renlighet på station	Man	39	3,10
	Kvinna	70	2,79
Toalett	Man	22	2,45
	Kvinna	43	2,02
Lukt	Man	39	3,15
	Kvinna	70	3,00

Bilaga 4

Ljudnivå Norrköping

		Antal	Procent
Alternativ	1	5	4,5
	2	10	9,0
	3	38	34,2
	4	42	37,8
	5	13	11,7
	Total		108
Missing	System	3	2,7
Total		111	100,0

Ljudnivå Linköping

		Antal	Procent
Alternativ	1	5	4,2
	2	7	5,8
	3	47	39,2
	4	42	35,0
	5	17	14,2
	Total		118
Missing	System	2	1,7
Total		120	100,0

Bilaga 5

Uppfattningar om ljudvolym och musik beroende av stressnivån

		Ljudnivån	Musik
1 Avslappnad	Medel	3,57	3,05
	N	60	55
2	Medel	3,32	2,80
	N	60	60
3	Medel	3,59	3,18
	N	51	50
4	Medel	3,50	3,43
	N	48	46
5 Stressad	Medel	3,33	3,40
	N	6	5
Total	Medel	3,48	3,10
	N	225	216

Bilaga 6

Musik på stationen?

		Antal	Procent
Alternativ	1	41	17,8
	2	32	13,9
	3	53	23,0
	4	46	20,0
	5	45	19,6
	Total	217	94,3
Missing	System	13	5,7
Total		230	100,0

Bilaga 7

Vad är viktigt resenärsgrupper emellan?

Resenär		Bemannad infodisk	Infotavlor	Sittplatser	Matsservering	Kiosk	Hämta ut biljett
Affärsresenär	Medel	4,27	4,76	4,37	3,55	4,34	4,73
	N	64	66	68	67	67	67
Pendlare	Medel	4,46	4,70	4,58	3,71	4,34	4,70
	N	78	77	76	77	77	77
Övrigt (inkl ej resenär)	Medel	4,45	4,68	4,78	3,86	4,26	4,78
	N	22	22	23	22	23	23
Fritidsresenär (mer än 1/månad)	Medel	4,35	4,73	4,54	3,54	4,19	4,92
	N	26	26	26	26	26	26
Fritidsresenär (mindre än 1/månad)	Medel	4,79	4,72	4,71	3,54	4,52	4,87
	N	24	25	24	24	25	23
Total	Medel	4,43	4,72	4,54	3,64	4,33	4,76
	N	214	216	217	216	218	216

Bilaga 8

Tryggheten på stationerna

Ort	N	Medel
Linköping	115	3,86
Norrköping	104	3,89