

# Servicescape

De fysiske omgivelsenes betydning for en servicebedrift.

---

Skrevet av: Kjetil Sander

---

Dato: 17 Juli 2023

Versjon: 1.0

Utgitt av: eStodie.no

# Forord

**Servicescape modellen** er en modell utviklet av Booms og Bitner for å forklare hvilken virkning det fysiske miljøet en serviceprosess skjer i har å si for kundens atferd (f.eks. om de kjøper en tjeneste eller ikke). Modellen er sterkt påvirket av miljøpsykologi, og har innen tjenestemarkedsføring blitt den dominerende rammen for å studere og evaluere det fysiske miljøet en serviceorganisasjon befinner seg i. Modellen er også en del av kjernepensumet til alle som ønsker å lære [Serviceledelse](#).

Denne e-boken bygger på artikkelserien <https://estudie.no/serier/servicescape/> og vil lære deg å bruke Servicescape modellen for å skape det optimale fysiske servicemiljøet for din virksomhet i forhold til din ønskede visuelle profil og brand image.

Oslo, 17 juli 2023  
Kjetil Sander

# Innholdsfortegnelse

FORORD .....	1
INNHOLDSFORTEGNELSE .....	2
<b>1 KORT OM SERVICESCAPE .....</b>	<b>6</b>
1.1 DE FYSISKE OMGIVELSENE TIL TJENESTEN (OPPLEVELSESROMMET) .....	7
1.2 MÅ STIMULERE VÅRE 5 SANSER .....	8
1.3 EN S-O-R MODELL .....	9
1.4 MILJØPSYKOLOGI .....	9
1.4.1 <i>Opplevelsesrommet må stimulere 3 emosjonelle følelser</i> .....	10
1.4.2 <i>Atferdsrespons - Tilnærming eller unngåelse</i> .....	11
1.4.3 <i>To ulike service- og arbeidsmiljøer</i> .....	12
<b>2 SERVICESCAPE DESIGN, TYPER OG ROLLER .....</b>	<b>13</b>
2.1 SERVICESCAPE DESIGN .....	13
2.2 TYPER SERVICESCAPE-MILJØ .....	13
2.3 FUNKSJONER AV SERVICESCAPE .....	14
2.3.1 <i>Bilde, differensiering og posisjonering</i> .....	14
2.3.2 <i>Tilrettelegge for servicemøte og øke produktiviteten</i> .....	14
2.4 TILNÆRMING TIL SERVICESCAPE .....	14
2.4.1 <i>Direkte observasjon</i> .....	14
2.4.2 <i>Miljøundersøkelser</i> .....	14
2.4.3 <i>Fotografisk plan</i> .....	15
2.4.4 <i>Eksperimenter</i> .....	15
2.5 SERVICESCAPE ROLLER .....	16
2.5.1 <i>Tilrettelegger</i> .....	16
2.5.2 <i>Sosialisere</i> .....	16
2.5.3 <i>Pakke</i> .....	16
2.5.4 <i>Differensier</i> .....	17
<b>3 SERVICESCAPE MODELLEN .....</b>	<b>18</b>
3.1 FYSISK MILJØ SOM STIMULI .....	19
3.2 OMGIVELSESFORHOLD .....	19
3.3 ROMLIG LAYOUT .....	19
3.3.1 <i>Funksjonalitet</i> .....	20
3.3.2 <i>Romlig utforming</i> .....	20
3.4 SKILT, SYMBOLER OG GJENSTANDER .....	20
3.5 DET HELHETLIGE MILJØET .....	21
3.6 KUNDER OG ANSATTE .....	21
3.7 INTERN RESPONSMODERATORER OG FORMIDLERE .....	21
3.8 ATFERDSSVAR .....	22
3.9 DEN UTVIDEDE SERVICESCAPE MODELLEN .....	23
3.9.1 <i>Den fysiske dimensjonen</i> .....	23
3.9.2 <i>Den sosiale dimensjonen</i> .....	24
3.9.3 <i>Den sosialt symbolske dimensjonen</i> .....	24
3.9.4 <i>Den naturlige dimensjonen</i> .....	25
<b>4 BELIGGENHET .....</b>	<b>26</b>
4.1 HVA AVGJØR VALG AV BELIGGENHET? .....	26
4.2 KUNDENS FORVENTNINGER .....	26

4.3 PRISPROFIL .....	27
4.4 TRAFIKK / GJENNOMSTRØMNING .....	27
4.5 PARKERINGSMULIGHETER .....	27
4.6 NABOFORHOLD/MILJØ .....	27
4.7 AREALBEHOV .....	28
4.8 BRUKSENDRING/OFFENTLIGE RESTRIKSJONER .....	28
<b>5 ARBEIDSLOKALE.....</b>	<b>29</b>
5.1 LOVENS KRAV .....	29
5.2 BYGNINGENES UTFØRELSE.....	29
5.3 STØRRELSEN PÅ ARBEIDSLOKALET .....	29
5.4 ROMHØYDE.....	30
5.5 RENHOLD .....	30
5.6 GULV.....	30
5.7 LASTERAMPE .....	31
5.8 VEGGER OG HIMLING .....	31
5.9 DØRER OG PORTER.....	31
<b>6 FARGEVALG FOR ARBEIDSLOKALET OG SERVICEMILJØ .....</b>	<b>32</b>
6.1 FARGEBRUK.....	32
6.2 MØRKE STORE FLATER.....	32
6.3 HVITT .....	32
6.4 GULT.....	32
6.5 RØDT .....	33
6.6 BLÅTT .....	33
6.7 GRØNT .....	34
6.8 TAKET.....	34
<b>7 ARBEIDSTEMPERATUR.....</b>	<b>35</b>
7.1 REGLER OM TEMPERATUR .....	35
7.2 HOLD TEMPERATUREN MELLOM 20-22 °C.....	35
7.3 KONSEKVENSER AV VARME OG KULDE .....	36
7.3.1.1 Når det er for varmt:.....	36
7.3.1.2 Når det er for kaldt: .....	36
7.4 STABIL TEMPERATUR .....	36
7.5 AKTUELLE TILTAK VED VARMEBELASTNING .....	37
7.6 AKTUELLE TILTAK VED KULDEPROBLEMER .....	37
7.7 UTEARBEID I EKSTREM KULDE.....	38
<b>8 KLIMA OG VENTILASJON (LUFTKVALITET).....</b>	<b>39</b>
8.1 SYKEFRAVÆR .....	39
8.2 LOVVERKET .....	39
8.3 VENTILASJONENS FORMÅL.....	39
8.4 VURDER VENTILASJONSBEHOVET.....	40
8.5 VENTILASJONSSYSTEM VED FARLIGE KJEMIKALIER .....	40
8.6 VENTILASJONSKONSULENTER KAN HJELPE .....	40
<b>9 BELYSNING .....</b>	<b>41</b>
9.1 LYSETS MAKT .....	41
9.2 INNENDØRS ELLER UTENDØRS BELYSNING .....	41
9.3 BELYSNING AV ET SERVICEMILJØ ELLER EN ARBEIDSPASS .....	41
9.4 FORVENTNINGER OG BEHOV .....	41
9.5 ATMOSFÆRE .....	42
9.6 BELYSNINGEN MÅ PLANLEGGES .....	42
9.7 LYSSTYRKE .....	42
9.8 LYSKILDEN.....	42

9.9 STERKT / SVAKT LYS .....	43
9.10 NATURLIG LYS FREMFØR KUNSTIG BELYSNING .....	43
9.11 MÅ SES I SAMMENHENG MED FARGEVALGENE .....	43
9.12 NØDBELYSNING .....	43
<b>10 STØY .....</b>	<b>44</b>
10.1 NÅR OPPSTÅR HØRSELSSKADER? .....	44
10.1.1 Hørselsskade kan oppstå når:.....	44
10.2 ANNEN HELSERISIKO .....	45
10.2.1 Økt risiko for ulykker.....	45
10.3 HVEM ER MEST UTSATT? .....	45
10.4 RISIKOVURDERING .....	45
10.5 TILTAK MOT STØY .....	46
10.6 TILTAKSVERDIER .....	46
10.7 GRENSEVERDIER .....	46
10.8 STØYMÅLING .....	48
10.9 HELSEUNDERSØKELSE OG HØRSELSKONTROLL .....	48
<b>11 MUSIKK OG DUFT .....</b>	<b>50</b>
11.1 MUSIKK .....	50
11.2 DUFT .....	50
<b>12 BORDPLASSERING.....</b>	<b>51</b>
12.1 DITT KONTOR.....	51
12.2 HVEM ER MØTEDELTAKERNE ELLER MOTPARTEN?.....	51
12.3 HVEM SKAL SITTE HVOR? .....	51
12.4 RUNDT KONFERANSEBORD .....	52
12.5 HALVSIRKEL BORD .....	53
12.6 LANGE BORD .....	53
12.7 BORDKORT.....	54
12.8 HVILKEN BORDPLASSERING BØR VI VELGE? .....	54
<b>13 SKILTING OG UNIFORMERING.....</b>	<b>56</b>
13.1 FORMÅL .....	56
13.2 SKAPER KUNDENES FØRSTEINTRYKK .....	56
13.3 FUNKSJONELL OG UTILITARISTISK ROLLE .....	57
13.4 ARTEFAKTER .....	57
13.5 UNIFORM OG KLESKODE .....	58
13.5.1 Uniformens funksjon.....	58
13.5.2 Et ytre symbol som viser hvem du er og hva du står for.....	58
13.5.3 Hvilke yrkesgrupper trenger en uniform?.....	58
13.5.4 Kleskode.....	59
13.5.5 Avgjør i stor grad virksomhetens visuelle profil.....	60
13.5.6 Krever klare retningslinjer.....	60
<b>14 ARBEIDSUTSTYR.....</b>	<b>62</b>
14.1 ARBEIDSPLASSEN MÅ VÆRE TRYGG .....	62
14.2 AVSKJERMING .....	62
14.3 VURDERING AV FARE VED BRUK AV ARBEIDSUTSTYR .....	62
14.4 TEKNISKE KRAV - CE-MERKING .....	63
14.5 MERKING AV UTSTYRET .....	63
14.6 BRUKSANVISNING PÅ NORSK .....	63
14.7 MASKINER SKAL OM NØDVENDIG HA NØDSTOPP .....	63
14.8 VURDERING OG DE ANSATTES MEDVIRKNING.....	63
14.9 REGELVERK .....	64

<b>15 ARBEID VED DATASKJERM .....</b>	<b>65</b>
15.1 HVILKE PROBLEMER SKAPER ARBEID FORAN DATASKJERM? .....	65
15.2 HVEM GJELDER DETTE? .....	65
15.3 TILRETTELEGGING OG ORGANISERING .....	65
15.4 MAKS 6 TIMER FORAN DATASKJERM PER DAG.....	66
15.5 BORD .....	66
15.6 DATASKJERM .....	66
15.7 TASTATUR.....	66
15.8 STOL .....	66
15.9 10 MIN PAUSE EN GANG I TIMEN.....	67
15.10 EGEN VEILEDNING .....	67
15.11 REGELVERK .....	67
<b>16 ARBEIDSSTILLING.....</b>	<b>68</b>
16.1 FEIL ARBEIDSSTILLING SKAPER SKADER OG SYKEFRAVÆR.....	68
16.2 ERGONOMISKE PRINSIPPER.....	69
16.3 UNNGÅ UHELDIGE OG UNØDVENDIGE BELASTNINGER .....	69
16.4 MANUELT ARBEID .....	69
16.5 STÅENDE ARBEID .....	70
16.6 OVERBELASTNING .....	70
16.7 TUNGT ARBEID .....	71
16.8 ENSFORMIG GJENTAKELSEARBEID .....	71
16.9 ARBEID PÅ HUK, PÅ KNÆRNE ELLER KNELENDE .....	72
16.10 ARBEIDSHØYDE OG -RADIUS.....	72
16.11 ARBEIDSTOL .....	73
16.12 ARBEIDSBORD .....	73
16.13 REGELVERK .....	73
<b>17 PERSONALROM (SPISEROM, GARDEROBER OG VASKEROM) .....</b>	<b>74</b>
17.1 SPISEROM.....	74
17.2 TOALETT.....	74
17.3 GARDEROBER .....	74
17.4 ARBEID MED STOFFER .....	75
17.5 VASKEROM OG DUSJROM.....	75
17.6 ROM FOR RENHOLDSTUTSTYR .....	75
17.7 INNKVARTERING .....	75
17.8 REGELVERK .....	76
<b>18 KILDER.....</b>	<b>77</b>