



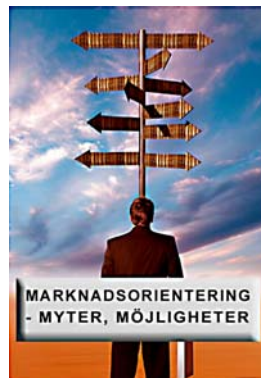
Innehåll i nyhetsbrev 4:

När marknaden inte räcker till	Beslutsfattare styrs av myter...
En del att lära från Frontiers in Service	Seminar: Towards a new mobile horizon
Aktuella böcker	Forskarkonferenser

Hej #curname# Välkommen till MTC:s nyhetsbrev

Samarbete och konkurrens – Marknadens yin och yang

Att marknaden är mer komplex än vad som speglas i media har vi lyft fram i MTCs Nyhetsbrev under året. Detta kommer också att vara det forskningsmässigt väl underbyggda budskapet i boken **Det Marknadsorienterade Näringslivet**. I boken, som kommer under 2008, har Sveriges ledande marknadsforskare en ambition att göra det komplexa tydligt och lyfta fram komplexitetens viktiga vägval. Ett av begreppen som kommer att nagelfaras är konkurrens, och flera av de myter om konkurrens, som styr dagens beslutsfattare. I mediabilden är konkurrens viktigt för nytänkande, rationaliseringar och innovationer för att nämna några av de positiva förtecken, som förknippas med konkurrens. Professor Håkan Håkansson har i sin forskning kommit fram till att konkurrens kan leda till negativa effekter som ineffektivitet och stagnation. Professor Maria Bengtsson framhåller också i en annan artikel att samarbete och konkurrens behövs samtidigt och i olika kombinationer, och att politikerna inte bara styrs av myterna utan oftast helt glömmar bort entreprenörskapets betydelse.



På MTCs Årsseminarium den 6 december 2007 kommer flera avsnitt av boken att presenteras. Har du glömt att anmäla dig, nu har du en allra sista chans! [Läs mer här >](#) [Anmäl dig här >](#)

Vi på MTC vill samtidigt passa på att önska dig en riktigt God Jul och ett Gott Nytt År!
Under 2008 kommer många spännande saker att hända, mer om det i nästa Nyhetsbrev.

Eva Nilsson
Föreståndare MTC



När marknaden inte räcker till

Håkan Håkansson, professor vid Handelshögskolan i Oslo, har studerat företag och företags beteende internationellt sedan början på 70-talet, och har under tiden skaffat sig ett internationellt, utomordentligt gott renommé i forskarvärlden, men är något av en doldis utanför den. Det han har att säga syns sällan i våra vanligaste ekonomimedia, men det utmanar gängse föreställningar om konkurrensens betydelse och vad det är, som idag gör, att företag verkligen kan bli både effektivare och mer innovativa.

*Håkan Håkansson, professor vid Handelshögskolan i Oslo, är en av författarna till boken **Det Marknadsorienterade Näringslivet – myter och möjligheter**, som publiceras nästa år.*

I intervjun ger han glimtar från sitt kapitel "När marknaden inte räcker till", som han skriver tillsammans med **Alexandra Waluszewski, Centrum för Teknik och Vetenskapsstudier vid Uppsala universitet**.

[Läs mer >](#)

Beslutsfattare styrs av myter om konkurrens och samarbete

-Oftast när man diskuterar konkurrens och samarbete både i den offentliga debatten och i teoretiska sammanhang, så blir det på något sätt en fråga om antingen eller, säger **Maria Bengtson, professor vid Umeå universitet och expert på konkurrensfrågor. Hon är också ledamot i Marknadsdomstolen.** Men i praktiken är det sällan fråga om antingen eller. Både konkurrens och samarbete behövs, och i olika kombinationer över tid för den framtida utvecklingen. Politikerna glömmer också ofta bort själva kärnan i utvecklingen, entreprenörskapet, dess betydelse och förutsättningar. En god förståelse för detta är inte minst viktig för oss i Sverige som inte kan konkurrera globalt i arbetsintensiva aktiviteter.

Maria står tillsammans med kollegerna i **Umeå – Jessica Eriksson och i Vasa – Sören Kock** för ett annat kapitel i den kommande boken. Titeln på det kommer att bli **"Konkurrens och samarbete – myter om deras inverkan på innovationsprocesser"**.

[Läs mer om intervjun med Maria Bengtsson >](#)



Maria Bengtsson

En del att lära från Frontiers in Service

Hur svarar vi en företagsledare på frågan:
- How do I invest strategically in service?

Givet att produkternas komplexitet ökar och kräver mer support, produktionskostnaderna går ner och det behövs mindre pengar till investeringar i produkter. Produkterna har varit dragloket tidigare. Detta kommer att ändras till att service blir dragloket. Den finansiella utvecklingen finns inom service, produkterna blir en "commodity". 95 % av all R&D sker idag inom produktutveckling!

Läs mer om några av hennes slutsatser – att Service Dominat Logic vinner terräng över den förhärskande produktionslogiken, att metoder och modeller för att designa erbjudanden börjar växa fram m m.

[Läs mer här >](#)



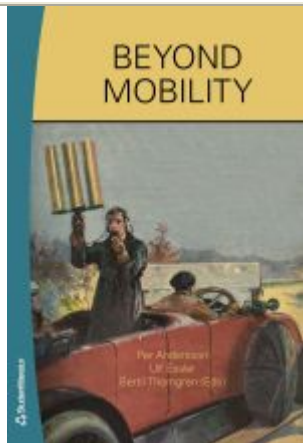
Eva Nilsson, Föreståndare MTC

SEMINAR INVITATION TOWARDS A NEW MOBILE HORIZON

Mobile telephony is arguably the most well known example of wireless services and can be considered a worldwide success. The number of users is approaching 3 billion and could well increase by yet another billion by 2010. However, it will not simply be a matter of "more of the same" as the use of mobiles has now extended to new services beyond traditional voice telephony. Rather, there is reason to talk about a new phase, which will encompass a far more complex set of market situations. **Welcome on december 10th!**

[Läs mer här >](#)

Aktuella böcker



Beyond Mobility

The book's title metaphor "Beyond Mobility" brings forth a number of questions and potential developments for the future.

Mobile telephony has evolved beyond voice communication and on to further services, such as basic Internet access, mail, and mobile TV. It is however still unclear what value this development creates, and for whom. There is reason to talk about a new phase, bound to encompass a far more complex set of market situations.

Författare; **Per Andersson; Ulf Essler; Bertil Thorngren (Eds)**

Boken är utgiven på Studentlitteratur. ISBN: 9789144049281



Marknadsföring i butik

Av alla produkter och varumärken som finns i en butik blir kunden troligtvis bara medveten om mindre än en procent. Med enkla visuella knep går det att påverka vilka produkter som uppmärksammas och hur intrycken tolkas. Detta ger den som arbetar i en butik enorma möjligheter, men det ställer också krav. För att kunna kommunicera på ett bra sätt med kunderna gäller det för detaljisten att känna till hur dessa framförallt visuella regler fungerar.

Av Sveriges Marknadsförbund utsedd till årets marknadsföringsbok 2007.

Boken är utgiven på Liber

Författare **Jens Nordfält**

ISBN 91-47-087668

Forskarkonferenser

Under året kommer MTC att bevaka och rapportera från ett antal forskarkonferenser, nationella såväl som internationella. Här finns några länkar till kommande konferenser:

- [EMAC](#)
Marketing landscapes - a pause for thought
27-30 maj 2008 University of Brighton, UK
- [IMP](#)
The 24th IMP Conference
4-6 september 2008, Uppsala University, Sweden
- [SERVSIG](#)
SERVSIG International Research Conference 2008
5-7 juni 2008, University of Liverpool, UK

[Klicka här för att avregistrera din adress](#)