

Förändringsarbete i Organisationer Ht 08

Saknar

5 råd inför projektet!



Förändringsarbete i Organisationer Ht 08

Tentamen

Tis 9 dec 13:15-17:00 MMD3, INF300, VIP3 Tentamen LOJO D215

A Ljungberg och E Larsson, 2001, 1:a upplagan, Processbaserad verksamhetsutveckling, Kap 6-10

Jan Recker, A SOCIO-PRAGMATIC CONSTRUCTIONIST FRAMEWORK FOR UNDERSTANDING QUALITY IN PROCESS MODELLING, Australasian Journal of Information Systems Volume 14 Number 2 June 2007.
<http://eprints.qut.edu.au/archive/00010008/01/410.pdf>

BPMN Specification (<http://www.omg.org/spec/BPMN/1.2/Beta3/>)

Astrakan/Guide WhitePaper processmodellering.
http://www.astrakan.se/lib/templates/OrderDocument_343.aspx



Förändringsarbete i Organisationer Ht 08

På torsdag

Insteringsfrågor/övningstenta, ca 10 frågor
Ni ställer frågor, jag svarar (eller något)



Förändringsarbete i Organisationer Ht 08

Forskningsbegrepp kontra praktikerbegrepp

HALMSTAD UNIVERSITY
Lars-Olof Johansson

Förändringsarbete i Organisationer Ht 08

Forskningsbegrepp kontra praktikerbegrepp

HALMSTAD UNIVERSITY
Lars-Olof Johansson

Förändringsarbete i Organisationer Ht 08

Action Case Research/Aktionsorienterad forskning

HALMSTAD UNIVERSITY
Lars-Olof Johansson

Insamling av data

Forskningsmetodik

- Frågeställning
- Syfte
- Metod (datainsamling mm)
- Utgår ifrån teori
- Sammanställa data
- Gör en analys (jmf mm)
- Slutsats
- Diskussion



- Data recording/Spela in intervjuer/observationer
- Interviews/intervjuer
- Questionnaires/enkäter
- Observation/observationer/Etnografi
- Kombinera tekniker
- Att utföra experiment/uppgift



Spela in!

- Anteckningar, ljud, video, fotografier, modeller/visualiseringar, bildskärmsdumpar
- Anteckningar + bilder
- Anteckningar + Ljud
- Modeller+ljud
- Video
- Vara två personer närvarande!



Förändringsarbete i Organisationer Ht 08

- 1. Setting goals/Era mål
 - Decide how to analyze data once collected
 - Renskriva, hitta svordomar
 - Jämförelse med tidigare/statistik
 - Modeller
- 2. Relationship with participants/Relationen
 - Ödmjukhet
 - Förtroende
 - Clear and professional
 - Informed consent when appropriate
- 3. Triangulation
 - Use more than one approach (ant + ljud + modeller)



Förändringsarbete i Organisationer Ht 08

Interviews

- Unstructured/Ostrukturerade
 - Följer inte ett manus
 - Inte upprepningsbar men rik på detaljer
 - Följa ett infall/ide under en intervju
- Structured
 - Manus som du följer
 - Upprepningsbar men saknar detaljer
- Semi-structured
 - Följer ett grovt manus
 - Möjlighet att ställa fördjupningsfrågor
 - Balans mellan upprepningsbar och rikhet
- Probing (ett exempel på ostrukturerad)
 - Påverka/utmana, få den du intervjuar att tänka till



Förändringsarbete i Organisationer Ht 08

Interview questions

- Two types:
 - 'closed questions' have a predetermined answer format, e.g., 'yes' or 'no'
 - 'open questions' do not have a predetermined format
- Closed questions are easier to analyze
- Avoid:
 - Long questions
 - Jargon and language that the interviewee may not understand
 - Leading questions that make assumptions e.g., why do you like ...?
 - Unconscious biases e.g., gender stereotypes



Running the interview

- *Introduction* – introduce yourself, explain the goals of the interview, reassure about the ethical issues, ask to record, present any informed consent form.
- *Warm-up* – make first questions easy and non-threatening.
- *Main body* – present questions in a logical order
- *A cool-off period* – include a few easy questions to defuse tension at the end
- *Closure* – thank interviewee, signal the end, e.g, switch recorder off.
- Hur vet du/ni att ni lyckats med intervjun?



Enriching the interview process

- Props - devices for prompting interviewee, e.g., a prototype, scenario
- Hjälpmedel, modeller, beskrivningar, prototyper, skärmdumpar



Varning för

Det finns en uppenbar risk för att insatserna fokuseras på de processer som är lättast att identifiera, lättast att arbeta med eller som man av tradition fokuserat på istället för på de processer som är viktigast eller kritiska för företagets framgång



Fokus på

Processerna bör väljas utifrån deras betydelse och värde.
Hemligheten är att investera i processer som är både betydelsefulla och som tillför ekonomiskt värde.



Tips (från coachen)!

- Har verksamheten identifierat sina huvudprocesser?
- Är huvudprocesserna kartlagda?
- Är de viktigaste kunderna och deras krav och förväntningar identifierade?
- Har kundens förväntningar verkligen diskuterats med kunden eller är de interna antaganden?
- Har organisationen anpassats för att fokusera på processerna?
- Har processägare utsetts?



Tips (från coachen)!

- Är verksamhetens mätsystem processororienterade?
- Har någon ansvar för mätsystemen?
- Använder verksamhetens olika delar en gemensam metod för att utveckla processerna?



Processerna

- Övergripande beskrivning av processens syfte, objekt in, objekt ut, resurser, information, effekter, kunder och leverantörer (processspecifikation)
- Underlag för förståelse för den övergripande processmiljön



Värdeanalys

- Värde-adderande aktiviteter
 - Aktiviteter som på ett direkt sätt bidrar till att lösa kundens problem
- Icke värde-adderande aktiviteter
 - Aktiviteter som inte skapar värde för kunden men som likväl behövs utföras för att verksamheten eller den specifika processen ska fungera
- Spill
- Värdeadderande – utveckla
- Icke värdeadderande – minimera
- Spill – eliminera



Allmän analys med hjälp av processkarta

1. "vandra" genom processkartan från början till slut och låt deltagarna koppla problemen till processkartan
2. kategorisera problemen utifrån typ, orsak och möjlig åtgärd
3. utred konsekvenserna av de olika problemen
4. Utred vid behov bakomliggande orsaker
5. identifiera och fokusera de viktigaste orsakerna



Principer för radikala förbättringar

- Mobilisera ("get serious").
- Analysera ("get focused").
- Omkonstruera ("get crazy").
- Realisera ("get real").

Organizational learning (Double loop)

- Insikt/problem
- Aktivitet/lösning
- Lärande



Frågeställningar

Strategi – vilken är verksamhetens strategi och hur påverkar den processen?

Kunder – vilka är de och har vi förstått dem?

Kundvärde – hur skapar vi värde för kunden, vilket problem löser vi för kunden?

Produkt – vad är det egentligen kunden köper av oss?

Konkurrenser – vilka är våra konkurrenser och hur löser de kundens problem?

Process – hur leder och utvecklar vi processen i sin helhet?

Kompetens – vilken kompetens grundar vi vår framgång på?


