

Högskolan i Halmstad  
Sektionen för Hälsa och Samhälle  
Socialpsykologi 61-90  
C-uppsats 15 Hp  
HT 10

# **En säljares bekännelser**

En kvalitativ studie av en säljgrupp

Handledare: Henrik Stenberg (inledningsvis Denis Frank)  
Examinator: Christopher Kindblad  
Författare: Kajsa Hansson 880318  
Petra Axelsson 890224



## **Abstract**

Vi har valt att i vår uppsats studera en specifik säljargrupp på ett företag. Detta genom att genomföra kvalitativa semistrukturerade intervjuer med 8 säljare. Bilden som vi först hade av en säljare var en person med stor social kompetens, vassa argument som fick kunden på fall direkt. Därför vill vi inrikta oss på och försöka förklara den socialpsykologiska aspekten i det aktuella fenomenet kopplat till den säljargrupp vi fått tillgång till. Förståelsen får vi genom att använda oss av olika teorier, vilka är: Asplunds sociala responsivitet, Vrooms motivationsteori, Allvin et al. Gränslöst arbete samt Hochschild teori om emotionellt arbete. Vi kommer att förhålla oss till hermeneutiken som vetenskapligansats för att med hjälp av del och helhet tolka vårt empiriska material. Att pendla mellan del och helhet gör det möjligt för oss att få en närmare förståelse för fenomenet. Vi redovisar det empiriska materialet i en resultat del. Resultatet analyseras utifrån ovan nämnda teorier. En sammanfattning över hela arbetet placeras efter analysdelen till sist redovisar vi våra reflektioner över arbetet.

Nyckelord: *motivation, social responsivitet, emotionellt arbete och flexibelt arbete*



## **Abstract**

We have in this paper chosen to study a group of salespeople on a company. This by conducting semi-structured qualitative interviews. The image that we had of a salesman was a person that has got social skills and sharp arguments who do not give the customer so much as a chance to protest. We want to focus and try to explain the aspect of social psychology in this phenomena connected to a group of salespeople that we have got access to. This we get by making use of various theories such as Asplund's social responsivity, Vroom's theory of motivation, Allvin et al. boundless work and Hochschild's emotional labor. We are going to use the hermeneutic as a scientific point of view and use parts of the phenomena to understand it on a deeper level. We are also going to have an overlooking view so that we can see the phenomena in a complete picture. In that way we are going to understand the phenomena better. We present the empirical material in a result and use the theories mentioned above to analyze the result. Then we make a summary of the paper and end it with a reflection over our paper.

*Keywords: motivation, social responsivity, emotional labor and flexible work*

## **Förord**

Vi vill här tacka de som ställde upp och ville medverka och hjälpa oss med vår studie. Vi vill tacka personalchefen som gav oss tillträde till fältet (på det företag där vi genomförde vår undersökning). Vi vill också tacka de informanter som valde att ställa upp och medverka i intervjuerna. Utan dem hade det inte varit möjligt för oss att genomföra studien vilket givetvis gör att vi är väldigt tacksamma för att de valde att hjälpa oss. Vidare vill vi rikta ett tack till våra handledare, och då framförallt Henrik Stenberg, som har väglett oss under den process det innebär att författa en c-uppsats. Vi har haft våra toppar och dalar. Goda råd på vägen har gjort att vi fortsatt kämpa och utveckla uppsatsen. Till sist riktar vi ett stort tack till Sture Simme som stöttat och hjälpt oss under uppsatsens gång.



## Innehållsförteckning

<b>1. Inledning .....</b>	<b>10</b>
1.1 Syfte .....	10
1.2 Frågeställning .....	10
1.3 Disposition.....	10
1.4 Bakgrund .....	11
<b>2. Metod.....</b>	<b>13</b>
2.1 Val av metod .....	13
2.2 Vetenskapsteoretisk ansats .....	14
2.3 Förförståelse .....	15
2.4 Fallstudie .....	16
2.5 Urval.....	16
2.6 Tillvägagångssätt.....	17
2.7 Hur fältarbetet gick; Bra och mindre bra erfarenheter .....	18
2.7.1 Bra; .....	18
2.7.2 Mindre bra; .....	18
2.8 Etiska aspekter.....	19
2.9 Validitet och reliabilitet.....	20
2.10 Reflektion över det empiriska arbetet och metoden .....	21
<b>3. Teori.....</b>	<b>22</b>
3.1 Asplund om social responsivitet och asocial responslöshet .....	22
3.2 Gränslöst arbete.....	23
3.3 Emotionellt arbete Hochschild .....	24
3.4 Vrooms motivationsteori.....	25
<b>4 Resultat.....</b>	<b>27</b>
4.1 Beskrivning av arbetsplatsen och arbetsgruppen.....	27
4.2 Informanternas bakgrund .....	28
4.3 Fokus på arbetsuppgiften.....	28
4.4 Uppvisandet av känslor i utförandet av arbetsuppgifter .....	29
4.5 Gränslandet arbetsliv/privatliv .....	30
4.6 Kommunikationen mellan säljarna och deras chefer.....	31



4.7 Motivationens påverkan på arbetsprestationen.....	32
<b>5 Analys .....</b>	<b>34</b>
5.1 Flexibilitet och individuellt ansvar; förmån eller börda? .....	34
5.2 Lönen motiverar .....	35
5.3 Påtvingade känslor .....	35
5.4 Konsekvensen av individansvar, flexibilitet och påtvingade känslor.....	37
5.5 Resultatet av passivitet .....	38
5.6 Sociala motivations källor samt ventilation av känslor .....	39
5.7 Emotionellt arbete social responsivitet asocial responslöshet.....	40
<b>6. Sammanfattning .....</b>	<b>41</b>
6.1 Sammanfattning av hela arbetet .....	41
6.2 Sammanfattning av analysen; frågeställningen besvaras. ....	41
6.2.1 Hur ser en utvald säljgrupps arbetssituation ut;.....	41
6.2.2 Vilken påverkan har då denna arbetssituation på informanterna?.....	41
6.2.3 Hur ser informanternas arbetssituation ut samt vilken påverkan har denna situation på dem? .....	42
<b>7. Reflektioner.....</b>	<b>44</b>
<b>8. Källförteckning.....</b>	<b>46</b>
<b>9 Bilaga .....</b>	<b>47</b>
9.1 Intervjuguide .....	47

## **1. Inledning**

Vi valde att författa en uppsats som berörde en specifik säljargrups arbetsituation och hur den påverkar dem. Innan vi började med vårt arbete ansåg vi att en säljare bland annat var en person som kom fram till dig när du var ute för att handla och ville att du skulle prova en ny produkt. Säljaren övertygade kanske dig om att det som de sålde var värt att köpa. Den grupp som vi hade förmånen att studera arbetade med försäljning via telefon och direkt försäljning. Vi fick i vår studie möjligheten att genomföra intervjuer med 8 säljare. Valet föll på säljare eftersom vi var nyfikna på hur deras vardag egentligen såg ut och vilka problem de antagligen var tvungna att tampas med varje dag. Vi ville helt enkelt omskapa den bild vi från början hade av säljare detta för att vidga vår kunskap i anknytning till den specifika yrkesgruppen.

### **1.1 Syfte**

Syftet med vår undersökning var att bättre förstå en utvald säljargrups arbetsituation som arbetade med försäljning av produkter och tjänster till privatpersoner och företag. Samt hur situationen påverkade deras arbetsmotivation och sociala relationer. Vi vill med vår studie uppmärksamma arbetsgruppens situation och öka förståelsen för den samt få en inblick i den aktuella gruppens vardag i samband med utövandet av sitt yrke. Vi ville också belysa de emotioner som våra informanter kände i samband med utförandet av arbetsuppgifter.

### **1.2 Frågeställning**

*Hur gestaltas arbetsmiljön i en bestämd grupp av säljare och hur kan denna förstås i ett relationellt och emotionellt perspektiv?*

### **1.3 Disposition**

Vi valde att lägga upp arbetet på följande vis; inledning, syfte, frågeställning disposition, en metod del; där metoden och tillvägagångssättet presenteras, en teori del; där teorierna presenteras, en resultatdel där vi redovisar det insamlade empiriska materialet, en analysdel; där vi använder de presenterade teorierna för att bättre förstå det empiriska materialet, en del

där vi sammanfattar hela arbetet. Vi avslutar hela arbetet med en reflektionsdel; där vi reflekterar över arbetet och påpekar vad som kan förändras i det fenomen som vi tagit upp och belyst i vår uppsats.

## 1.4 Bakgrund

Vi valde att använda oss av två artiklar för att på ett generellt sätt belysa bakgrunden till området i vår studie då företaget i vår studie valt att vara anonyma. Att beskriva företagets historia skulle röja anonymiteten. Den första artikeln handlar om anställdas motivation och hur de påverkas av organisationen och dess inställning till vad som ökar motivationen. Den andra artikeln tar upp emotionellt arbete och dess betydelse för de som jobbar i servicebranschen. Nedan kommer en sammanfattning av den första artikeln där vi tar med det mest centrala delarna att koppla till vår uppsats där nyckelordet *motivation* berörs.

Moynihan et al (2007) menar att motivationen är viktig för att de anställda ska känna att de vill utföra sina arbetsuppgifter och behålla en lojalitet till företaget. Engagemanget och involveringen i arbetet belyser den självbild som arbetsplatsen hjälper till att stärka hos individen samt att viktiga behov tillfredsställs. Det är något som ger organisationen kunskap om de anställdas trivsel på arbetsplatsen grundar sig i de anställdas starka medvetenhet om sitt eget välbefinnande på arbetsplatsen. De anställda har möjlighet att uttrycka sina åsikter direkt till ledningen eller facket (Moynihan et al., 2007: 807 ).

Vidare menar Moynihan et al (2007) att den starka medvetenheten hos de anställda leder till att de frågar sig om de är nöjda med sitt arbete. Detta öppnar upp för vidare funderingar som berör och ifrågasätter om organisationen verkligen gör allt de kan för att eftersträva de arbetsförhållanden som överensstämmer med individens önskemål. Den grundläggande faktorn för tillfredsställelse på arbetsplatsen är arbetsförhållandena. Vidare framhävs det i artikeln att trivseln på arbetsplatsen reflekterar reaktionen på vad den anställda får av organisationen i form av en bra arbetsmiljö. De anställdas åtaganden är en mer normativ förpliktelse gentemot organisationen som visar sig i form av lojalitet och en vilja att stanna kvar i organisationen. Lojaliteten bestäms dels av individuella faktorer och dels av arbetsmiljön. Engagemanget och involveringen i arbetet bestäms av det faktum att arbete är en central del av livet (Ibid.).

Den andra artikeln berör emotionellt arbete och dess betydelse för de som arbetar inom

servicebranschen. Till större delen tar författarna (till artikeln) upp den betydelse som Hochschild beskriver vara viktig i samband med hanterandet av känslor. I texten vi sammanfattar tar vi upp de delar som vi tyckte var relevanta att koppla till vår uppsats. Här berörs nyckelordet *emotionellt arbete*.

Ashfort et al. (1993) tar i artikeln upp Hochschild som argumenterar för att de som arbetar inom servicebranschen förväntas uppleva och uttrycka vissa känslor under interaktionen med kunden. Försöket till en bekväm framtoning i de förväntningar som finns (hos bland annat kunden) orsakar viss psykologisk påverkan på de anställda (inom servicebranschen) (Ashforth et al., 1993:89). Ashforth et al.(1993) utvecklar Hochschild's argument med en utförlig förklaring av emotionellt arbete och dess relevans i tjänste- (service) sammanhang. Det hävdas att de som arbetar inom servicesektorn uttrycker spontana och ärliga känslor. Sedan utforskas funktionen och dysfunktionen av emotionellt arbete. Det hävdas att emotionellt arbete kan underlätta så att uppgiften blir effektivare, detta genom att reglera samverkan och undanröja interpersonella problem. Emotionellt arbetet kan också göra det lättare att uttrycka sig genom att inta olika roller.

Servicepersonal kan framkalla förväntningar på bra service hos kunden. Dessa förväntningar uppfylls inte alltid. Ashforth et al. tar upp Hochschild's argument som rör de förväntningar som finns angående emotionella reaktioner som passar för utbytet av tjänster inom serviceyrket. Förväntningarna ger upphov till känsloregler eller normer som ska upplevas (Ashforth et al. 1993: 89). Ashforth et al.(1993) föredrar att istället kalla display rules för feeling rules då de senare refererar till hur känslor borde uttryckas i offentligheten till skillnad från de känslor som egentligen upplevs(Ashforth et al. 1993: 89-90). Detta för att display rules refererar till beteende och inte till ett inre sinnestillstånd. Det är relativt enkelt för kunder, chefer, vänner att lägga märket till hur väl den arbetande följer reglerna av feeling rules (Ashforth 1993:90). Att visa upp den känsla som passar för sammanhanget menar Ashforth et al. vara emotionellt arbete. Den betydelsen skiljer sig något från vad Hochschild menar vara emotionellt arbete som beskriver det enligt följande citat "the management of feeling to create a publicly observable facial and bodily display" (Ashforth et al., 1993:90).

## 2. Metod

### 2.1 Val av metod

I vår studie valde vi att använda en kvalitativ metod, närmare bestämt semistrukturerade intervjuer. Utmärkande för kvalitativ metod är att den möjliggör en tolkningsprocess av det undersökta fenomenet, detta i och med att data tolkas och används av forskaren (Denscombe 2000:244). Detta till skillnad från kvantitativ metod vars data bygger på siffror vilka redovisas i diagram och tabeller som ger en känsla av pålitlig objektiv forskning (Denscombe, 2000:208).

Inom den kvalitativa forskningen finns ett intresse för hur människor förstår saker och ting. Aktiviteterna är vidare ett resultat av en användning av symboler och betydelser som en socialgrupp använder för att få grepp om olika sammanhang. Vidare intresserar sig den kvalitativa forskningen för beteendemönster, vilka aktiviteter en socialgrupp utför i samband med ritualer, traditioner och relationer. (Denscombe, 2000:243).

Vi valde att (som ovan nämnts) använda oss av semistrukturerade intervjuer vid insamlandet av data. Detta innebar att vi förhöll oss till en i förväg utformad lista med teman som togs upp i samband med att vi fick svar på de frågor som ställdes i intervjuerna. Detta skapar en frihet i intervjusituationen som gav utrymme för den intervjuade att utveckla tankar och idéer som tas upp av den som intervjuar (Denscombe, 2000:135). Den semistrukturerade intervjun gav oss möjlighet att ”vända kappan efter vinden” dvs. vi hade möjlighet att anpassa intervjun efter den situation som uppstod.

Denscombe (2000) menar att data uppkommer i och med att den tolkas och tillämpas av forskaren (Denscombe, 2000:244). Det kvalitativa tillvägagångssättet i kombination med de semistrukturerade intervjuerna innebar att vi inledde en tolkningsprocess av det empiriska materialet redan vid (intervjuerna) insamlandet av data. Vi tolkade den data som informanterna gav oss (Denscombe, 2000:244). Vårt huvudsyfte med intervjuerna var att få ut den information som i syftet och frågeställningen ansågs intressant och relevant, därför var utformningen av bra teman och frågor av största intresse för oss. Efter utförandet av intervjuerna hade vi ett empiriskt material som vidare skulle kodas, tolkas och analyseras. Metoden kvalitativa semistrukturerade intervjuer valde vi då de passade vår studie eftersom vi var intresserade av informanternas egna tankar, åsikter och känslor. Vi ville höra informanternas egna berättelser för att få reda på deras situation och besvara vår frågeställning. För övrigt hade vi också möjlighet att återkomma till informanterna om det var

någon ytterligare information vi kände att vi behövde för att skapa en helhet, samt att detta även förhindrade missförstånd och öppnade upp för en rättvis tolkning i vår analys.

## 2.2 Vetenskapsteoretisk ansats

Enligt Torsten Thuréns bok *Vetenskapsteori för nybörjare* (2007) är den s.k. *hermeneutiken* en forskningstradition inom humanvetenskapen som kännetecknas av att inkännande och tolkning anses vara kunskapskällor. Detta till skillnad från en s.k. *positivistisk* tradition som framför allt gäller inom naturvetenskapen och som kännetecknas av en strävan att med hjälp av empiri, dvs. (1) erfarenhetsbaserade slutledningar med hjälp av de fem sinnen och (2) logiskt tänkande som kunskapskällor för att nå säker kunskap. Vad som enligt en företrädare för ett hermeneutiskt synsätt möjliggörs genom inkännande och tolkning är en potentiell förståelse av studieobjektet som inte stannar vid den form av förståelse som positivismen använder sig av. Strävan efter att förstå människor och deras agerande (och konsekvenserna av deras agerande), vilket i studien är vårt mål, ses alltså som mer givande om den utgår från en hermeneutisk tolkning. Denna grundar sig på inkännande och inte bara på ett strikt ”objektivt” och mer distanserat närmande till studieobjektet. Den s.k. *hermeneutiska cirkeln* innebär att utgångspunkten finns i en redan tidigare etablerad förförståelse, via nya erfarenheter, till en mer utvecklad och välgrundad (för)förståelse, som sedan kan utvecklas ytterligare genom fortsatta erfarenheter.

Vår ambition var att använda oss av den hermeneutiska cirkeln vid arbetet med vår uppsats, för att möjliggöra en så stor förståelse för fenomenet som möjligt. Den cirkulära processens huvudsyfte i studien blev att så långt det var möjligt växla mellan del och hel(het), förförståelse och erfarenhet samt teori och praktik. Detta lät oss tolka det empiriska materialet utifrån ett helhetsperspektiv, för att vi skulle särskilja de olika delarna som utgjorde materialet och då endast se till de enskilda delarna. Att tolka delarna var för sig kunde bidra till en mer detaljerad förståelse över helheten och tvärt om, sålunda kommer vi (förhoppningsvis) i vårt pendlande mellan hel(het) och del få en närmare förståelse för fenomenet (Thurén 2007:94-100). Med detta sagt kommer vi under uppsatsens gång att ifrågasätta det vi ”lärt” oss och det vi ”vet” om fenomenet. Det vi tror att vi vet behöver inte stämma med det beteende de har i praktiken, vi måste hela tiden medvetandegöra att vi gör en subjektiv tolkning och utifrån den försöka se fenomenet utifrån ett annat perspektiv. Vi kommer som nämnts tidigare även ständigt ifrågasätta det ”vi vet”, detta för att vi inte ska ta något förgivet. Denna metod lär och

låter oss bli mer öppna, att se fenomenet utifrån olika perspektiv vilken kunskap kan ge oss nya erfarenheter och få förståelse för det fenomen vi studerar.

### **2.3 Förförståelse**

Vi kan koppla den hermeneutiska ansatsen till förförståelsen för att vidare belysa hur vi förstår olika sammanhang med utgångspunkt från våra sinnen och tidigare upplevelser. För att förstå något vi upplevt med våra sinnen behövs en förförståelse. Det är med hjälp av förförståelsen som vi kan uppfatta verkligheten utifrån våra sinnen men också med hjälp av tolkning av det upplevda (Thurén, 2007:58). Thurén (2007) beskriver att allt som en individ upplever, tänker, känner, ser och hör grundas i en förförståelse. Nyfödda barn saknar förförståelse och upplever därför världen som ett enda kaos (Thurén, 2007:60). Med andra ord hjälper förförståelsen oss att placera och orientera oss så att vi kan göra en rättvis tolkning.

Förförståelsen kan beskrivas som en ryggsäck som vi bär med oss hela livet. I olika situationer kan vi plocka fram denna för att bättre förstå vissa fenomen. Vi hade för avsikt att vara så öppna som möjligt för att förhindra att våra förutfattade meningar påverkade insamlandet av det empiriska materialet.

Vår vaga förförståelse om säljare som grupp grundade sig framförallt i det vi läst oss till samt den bild som vi fått av media. Vi uppfattade säljare som en stressad yrkeskategori som jobbade till stor del med att marknadsföra sig själva i samband med att de sålde in sin vara till kunden. Vi hade också båda mött den typen av säljare som kommer fram till en när du handlar och frågade ”har du det här telefonabonnemanget?”, vilket kan upplevas som ganska påfluet då det inte är kunden som tar kontakt med säljaren. Förförståelsen kan enligt Thurén (2008) revideras när vi tillägnar oss ny kunskap (Thurén, 2008:61). Det empiriska materialet gav oss en ökad förståelse för säljare som yrkesgrupp eller rättare sagt de säljare som vi fått tillgång att intervjua. Detta reviderade den bild som vi från början hade av säljare. Med den ökade förståelsen kunde vi enligt oss själva genomföra en mer rättvis analys med tanken på att vi då hade möjlighet att undvika att tolka in vår förförståelse och förutfattade meningar.

## 2.4 Fallstudie

I vår studie har vi valt att låta det empiriska materialet specificeras till en undersökningsenhet, det vill säga en säljgrupp på ett företag. Att studien är baserad på en undersökningsgrupp är i huvudsak det som kan karakterisera vår studie som en fallstudie, i vilken detta är en grundförutsättning. Fördelen att koncentrera undersökningsenheten på en specifik grupp istället för på många är att studerandet av det enskilda kan skapa en insikt som vidare kunde ge en mer nischad kunskap som var koncentrerad till ett specifikt avgränsat område. Detta vore inte möjligt om vi använt oss av en undersökningsmetod som försökte täcka ett stort antal enheter, det vill säga en surveyundersökning (Denscombe 2008:41).

Det faktum att vår studie baserades på en undersökningsenhet (det vill säga att vi enbart studerade en specifik säljgrupp) gjorde det möjligt för oss att studera fenomenet på närmare håll. Utsikterna att skaffa värdefull och unik insikt ges tack vare att vi tillåts undersöka fenomenet i detalj vilket vidare leder till upptäckten av saker som kanske inte blivit synliga vid en ytligare undersökning (Denscombe, 2008:41f).

Det faktum att vi valde att basera studien på en specifik säljgrupp gav oss större möjligheter att se gruppen utifrån sin helhet och vidare utifrån denna helhet se ett mönster i hur delar utgjorde och formade helheten. Sociala relationer och processer har enligt Denscombe (2008) en tendens att vara sammanlänkade med och ömsesidigt påverka varandra (Denscombe, 2008:42). En fallstudie kräver att studien ska ha en ingångspunkt i ett fenomen som redan existerar. Det vill säga att den specifika säljgruppen är verklig, och är en grupp både innan, under samt efter vår studie.

## 2.5 Urval

Vårt första urval utgick från ett intresse att titta närmare på en säljargrupp. Detta ledde i sin tur att vi kontaktade ett företag med säljare. Vi hade ett möte med personalchefen på företaget för att gemensamt komma fram till en grupp som skulle passa vår studie. Vi fick tillgång till två säljgrupper. Vi skrev ihop en kort presentation som sedan skickades till de presumtiva respondenterna. När de tillfrågade presumtiva respondenterna givit besked om att medverka i vår studie hade vi fått ihop 8 kandidater av totalt 12 tillfrågade.

För att hitta intervjupersoner kan det ibland behövas hjälp utifrån. Risken med att använda sig av en nyckelperson (som hjälper forskaren med tillgång till fältet) är att denne



försöker styra urvalet för att vi (som forskare) får intervjua intressanta människor (Trost, 2005:119). Att personalchefen var med och valde ut den grupp som tillfrågades om medverkan i vår studie gjorde att det inte gick att utesluta att denne riktade in oss på ett visst *spår*, genom att medvetet välja en viss grupp. Detta gjorde att vårt urval delvis styrdes av personalchefen. Studien är kontext bunden, det vill säga att resultatet enbart kan utgå från just dessa individer, på det företaget, vid det tillfället, under de förutsättningarna. Studien kan med andra ord inte generalisera varken säljare som yrkesgrupp eller säljare på det specifika företaget.

## 2.6 Tillvägagångssätt

Första kontakten med företaget togs via e-post. Efter en tid fick vi ett definitivt svar som gav oss tillträde till fältet. Vidare anordnades ett möte med personalchefen vilken kom att fungera som vår kontaktperson. Under mötet bestämdes att ett e-postmeddelande skulle skickas till de presumtiva respondenterna. I meddelandet presenterade vi oss och tog med en kort sammanfattning av vad studien innebar. Sedan utformades en intervjuguide.

Intervjuerna genomfördes i företagets lokaler, i olika rum då vi inte kunde få tillträde till ett och samma rum. Intervjuerna var fördelade på 3 olika dagar, varpå informanterna själva valde vilken av dagarna som passade dem bäst. Intervjuerna inleddes med en presentation där vi kort berättade om oss och vår studie. Något som poängterades var informantens anonymitet samt en uppmaning om att denne skulle känna sig fri att uttrycka sina åsikter, idéer och tankar under intervjuens gång. I samråd med informanterna användes en diktafon vid intervjuerna, vi stötte inte på något ogillande därför använde vi diktafonen vid samtliga intervjuer.

Diktafonen ansåg vi vara ett bra alternativ då hela intervjun kom med, inget gick miste, tappades eller misstolkades det gav oss möjlighet att fokusera på intervjun. Nackdelen med användandet av diktafon kunde varit om informanten kände sig obekvämt eller att det uppstod en onaturlig situation på grund av att informanten blev inspelad. Detta upplevdes inte vid någon intervju i vår studie.

När det empiriska materialet, dvs. när intervjuerna var genomförda, gjordes transkriberingar som sedan sammanställdes i resultatbeskrivningen (där materialet redovisades). Vidare analyserade vi det sammanställda materialet i en analysdel, med hjälp av fyra utvalda teorier, närmare bestämt; *Asplunds social responsivitet*, *Vrooms motivationsteori*, *Allvin et al. Gränslöst arbete samt Hochschild teori om emotionellt arbete*.

## **2.7 Hur fältarbetet gick; Bra och mindre bra erfarenheter**

### **2.7.1 Bra;**

Vi kände oss förberedda när vi gav oss ut på fältet vilket gjorde att vi kände oss säkra i vår roll som forskare. Vi ville att informanterna skulle känna sig fria och öppna vid intervjutillfället. Därför började vi intervjun med att klargöra för informanterna att de fick uttala sig fritt. Vi tyckte det gick bra då vi upplevde att informanter talade fritt och tog upp egna ämnen. Ämnen som var mindre relevanta kom också på fråga varpå vi (enligt vår uppfattning) på ett smidigt sätt kunde leda in informanten på rätt spår igen.

Vid utförandet av intervjuerna valde vi, efter noga övervägande, att medverka båda två. Vi turades om att inta rollen som intervjuare, som i huvudsak skötte frågorna. Den andra intog rollen som observatör och antecknade stödord samt kom med frågor och uppmaningar att utveckla svaren. Det faktum att vi båda deltog i intervjuerna hade för och nackdelar. fördelarna med att båda medverkade under intervjuerna var att två perspektiv följde intervjuerna och informantens svar tolkades utifrån våra subjektiva upplevelser. Vi tog fasta på och fokuserade på olika detaljer. Vi kompletterade varandra under intervjuerna och eliminerade (om än inte helt) risken att missa viktiga detaljer och ställa viktiga följdfrågor.

En diskussion fördes mellan intervjuerna då vi utvärderade hur det gått, vad vi kunde ändra/utveckla inför kommande intervju, hur vi skulle förhålla oss till informanten vilka frågor som skulle strykas samt om det fanns frågor som skulle läggas till. Detta upplevdes ha en positiv påverkan på våra intervjuer då vi kunde utveckla intervjun efter situationen på ett helt annat sätt än vad vi kunde göra innan vi började intervjuandet. Användandet av diktafonen upplevdes positivt. Informanterna tycktes glömma bort diktafonen och pratade förhållandevis fritt i alla fall som vi tolkade situationen. Detta är givetvis inte något vi med säkerhet kunde konstatera, det var enbart våra subjektiva upplevelser och vår tolkning.

### **2.7.2 Mindre bra;**

Något som var mindre bra när det kom till insamlandet av det empiriska materialet var lokalerna där intervjuerna hölls. Som sagt fick vi inget "eget" rum utan bytte mellan fyra olika rum. Vi kände att inget av dem var den optimala platsen för en intervju. De aktuella platserna kan tänkas ha påverkat resultatet. I vissa fall satt vi mitt emot den intervjuade vid ett skrivbord där den intervjuade satt i en bekvämare kontorsstol. Kanske kände sig intervjupersonen skydd alternativt tryggare bakom skrivbordet vilket kan tänkas ha påverkat

denne positivt eller negativt. Själva satt vi på pinnstolar vid andra sidan av skrivbordet. Vid andra tillfällen satt vi vid ett större bord där alla stolar var likadana. För att i så stor utsträckning som möjligt få intervjun att efterlikna ett vardagligt samtal strävade vi att utföra intervjuerna under så neutrala förhållanden som möjligt. Vi tror inte att det påverkade vårt resultat mycket eftersom vi upplevde att alla intervjuer var relativt avslappnade och fria. Det kan vara svårt att skapa och därför eftersträva en situation som efterliknar den vardagliga, då vi som forskare skapade den aktulla situationen.

Det som kunde diskuteras var att vi var två intervjuare. Vi diskuterade för- och nackdelar och kom fram till att fördelarna övervägde. Nackdelarna med två intervjuande mot en informant kunde vara att denne kände sig vara i ett underläge. Här ställdes två mot en vilket kunde ses som en obalans. Vi försökte upprätthålla en viss balans genom att dela upp rollerna som intervjuare och sekreterare/observant. Vi hoppades och trodde att detta minskade känslan av underläge hos informanterna, att det därmed inte påverkade resultatet alltför mycket. Detta var vår tolkning som vi inte helt kunde belägga.

## **2.8 Etiska aspekter**

Vi använde oss av semistrukturerade intervjuer vid insamlandet av det empiriska materialet. Den största etiska aspekten att ta hänsyn till var informanterna rätt till sina egna identiteter och sina egna värderingar. För oss var det viktigt att respektera informanternas integritet, därför lade vi stor vikt vid att medvetandegöra och poängtera för informanterna att varken ort, företag, deras namn eller ålder skulle kunna utläsas i den färdiga uppsatsen (Trost 2007: 103). Dessa förutsättningar uppfylldes då vi lät informanterna vara helt anonyma i vår uppsats. Vi kodade informanterna och gav dem fiktiva namn och undvek därmed att avslöja deras identitet. Vi undvek att redovisa hur gamla informanterna var då ingen av dem hade samma ålder. Att nämna ålder hade enligt vår mening varit nästintill detsamma som att avslöja deras namn.

Vidare analyserade vi resultatet så mycket som möjligt utifrån en generalisering av intervjuerna, för att minska risken att den enskilda informanten skulle känna sig ifrågasatt eller utpekad. Utifrån etisk synpunkt kände vi även att det var viktigt att tidigt klargöra uppsatsens syfte för informanterna, ungefär vilka ämnen vi skulle beröra under intervjun. Detta klargjordes vi för dem innan de svarade om de ville delta, samt före själva intervjun påbörjades. Utifrån detta klargörande kunde vi försäkra oss om att informanterna var

medvetna om vad de gav sig in på samt att de på ett ärligt sätt skulle kunna ta ställning till en medverkan. Det odelade intresset att vara med på intervjun var viktigt för att få fram ett resultat som ej var påverkat av en känsla av tvång eller att våra frågor skulle överraska. Vi behövde å ena sidan delge så mycket information till informanterna att de på ett uppriktigt sätt kunde ta ställning till om de ville delta. Å andra sidan måste vi vara noga samt observanta på att vi inte delgav (avslöjade) så mycket information att det skulle påverka svaren.

## **2.9 Validitet och reliabilitet**

Validiteten avgjorde om vi som forskare undersökt det som vi från början hade för avsikt att undersöka, om insamlingen av data gjordes med en metod som passade studien samt om det som framkom i analysen var rimligt (Einarsson et al., 2002:44). Vi var intresserade av informanternas tankar idéer och upplevelse av sin arbetssituation i förhållande till emotionellt arbete och motivation. Vi använde därför kvalitativa semistrukturerade intervjuer. Detta gav oss ett bra empiriskt material och ett utfall som besvarade vår frågeställning. Analysen av materialet genomfördes med hjälp av våra utvalda teorier. Vi fick fram intressanta nyanser i materialet som kunde belysas med teorierna. Att koppla resultatet till frågeställningen gav oss svar på det som vi avsåg undersöka. Detta gav oss ett stöd som visade att vår fråga hade blivit besvarad och att studien hade en nivå av validitet vilket också styrkte säkerheten i vår studie.

Reliabilitet är när två oberoende forskare kan dra liknande slutsatser av samma studie. Einarsson et al. (2002) menar att reliabiliteten kan besvaras utifrån tre frågor; kan två oberoende observatörer (forskare) uppfattat och göra liknande bedömningar i observationsschemat (i intervjuguiden), har en konsekvent analys av materialet gjorts och går det att se att resultatet (av studien) tagits från det empiriska materialet (Einarsson et al., 2002:44). Vad som kan sägas om reliabiliteten i vår studie är att vi drog sådana slutsatser som vi kunde tänka oss att någon annan som skulle genomföra vår studie också skulle gjort. Detta med utgångspunkt i att vi försökte göra så lite generaliseringar som möjligt. Vår studie var kontextbunden och kunde bara avgränsas till den säljargrupp som medverkade i vår studie. När det gällde konsekvensen i vår analys tyckte vi att detta kunde utläsas då vi valde att analysera tydliga mönster i resultatet var för sig och sedan koppla ihop mönster för att visa att det fanns ett samband mellan olika faktorer. Detta gav oss möjlighet att se mönster och kopplingar som vi antagligen annars inte hade upptäckt.

## **2.10 Reflektion över det empiriska arbetet och metoden**

Genom att samla in det empiriska materialet ville vi få fram informanternas känslor, tankar, idéer och ta reda på vad de tänkte och kände i förhållande till våra frågor. Det gick bra att smala in det empiriska materialet och vi fick värdefulla och intressanta synpunkter. Att förbereda sig inför intervjuerna var viktigt för att göra ett gott intryck. Något att tänka på inför intervjuerna var huruvida människor är villiga att dela med sig av sina erfarenheter. Något som varit värdefullt för vår studie att samla in empiriskt material. Tillgång till företaget och vidare informanterna var en förutsättning för att genomföra vår studie. Vi hade blivit lovade en avdelning på ett företag som vi ej fick tillgång till. Istället blev vi hänvisade till en annan avdelning och grupp där vi genomförde våra intervjuer.

Detta gjorde att vi tappade lite tid men detta kunde tas igen senare för att återigen hamna i fas. Så har skett från och till under tillkomsten av denna uppsats. Detta har givit oss en erfarenhet som kan vara till nytta i framtiden. Sättet vi arbetade på gav oss ett bra utfall. En fördel var att båda närvarade vid intervjuerna som sekreterare/intervjuare möjlighet fanns också att skifta mellan rollerna. Det kändes som att vi hade ett gott samarbete och informanterna verkade tycka att vi var samspelade.

### 3. Teori

*I följande teoridel presenteras de teorier vi har valt att använda oss av i kommande analysdel där vi analyserar de 8 semistrukturerade intervjuerna. De teorier vi valt är; Asplunds social responsivitet, Vrooms motivationsteori, Allvin et al. Gränslöst arbete samt Hochschild teori om emotionellt arbete*

#### 3.1 Asplund om social responsivitet och asocial responslöshet

Utifrån ett socialpsykologiskt perspektiv menar Johan Asplund att människor är *socialt responsiva*, med vilket han menar att människan är sällskaplig till sin natur (Asplund 1987:29f). Asplund menar att detta uttrycks genom verbal och/eller icke-verbal respons till andra människor, men även genom individens inneboende behov av att få respons från andra människor. Att en individ är socialt responsiv innebär att denna responderar på stimuli, genom att svara och ge feedback på en annan människas försök till interaktion (Ibid.). Att en människa är asocialt responslös innebär motsatsen till att vara socialt responsiv. Innebörden i detta begrepp är således att individen inte ger gensvar på stimuli. En individ som är asocialt responslös besvarar inte andra individers försök att integrera med denne, utan är snarare bringad i likgiltighet och därför frånkopplad i förhållande till det sammanhang som omger interaktionsförsöket. Begreppen socialt responsiv och asocialt responslös är med andra ord varandras motsatser och utesluter därför varandra (Ibid.).

Asplund menar vidare att den sociala responsiviteten, som kan sägas utgöra människans allmänna mänskliga och sociala gensvarsförmåga, kan vara antingen konkret eller abstrakt (Asplund 1987:170ff). Beroende på om individen rör sig inom ramen för *konkret socialitet* eller *abstrakt socialitet*. Konkret socialitet innebär en ömsesidig social respons mellan aktörerna, de handlar ändamålsenligt och ger ömsesidigt gensvar på varandra. Den sociala responsiviteten är under dessa omständigheter också positivt eller negativt känslomässigt färgad. Detta eftersom olika emotionella tillstånd är en integrerad del av det som sker. Den konkreta socialiteten står i kontrast till den abstrakta socialiteten som *inte* kännetecknas av någon speciell ändamålsenlig aktivitet. Den abstrakta socialiteten handlar snarare om frånvaron av förändring, skapande, problemlösning etcetera. Interaktionen kan i detta fall inte relateras till någonting ”utanför sig själv, istället är de förekommande responserna ”rena”, de är så att säga avskilda från en ”objektiv” värld och följs av tillfälliga känslor utan egentligt

innehåll (Ibid.).

Den nya samhälls strukturen, det vill säga det industriella samhället, har medfört människors möjlighet till en ökad geografisk och social rörlighet, vilket gör att individens sociala samvaro har blivit friare (Asplund 1987: 154-168). Samtidigt kräver yrkesrollerna att individen tar ett större ansvar för samhället. Detta faktum möjliggör för individen att på ett lätt sätt pendla mellan konkret och abstrakt socialitet. Asplund menar att i dagens yrkesroll betyder abstrakt socialitet att individen iklär sig en abstrakt yrkesroll där hon förväntas agera på ett visst sätt. I den abstrakta yrkesrollen har den sociala responsiviteten disciplinerats och individen agerar i enlighet med vad som förväntas av henne i en viss situation. Asplund menar vidare att den abstrakta socialiteten, den abstrakta yrkesrollen, har resulterat i att individen tvingats bli asocialt responslös och ger därmed inte uttryck för sina genuina känslor (Ibid. ).

### **3.2 Gränslöst arbete**

Vi vill börja med en redogörelse för vad ”det nya arbetslivet” står för, det kan ses som olika aspekter på dagens ”moderna” arbetsliv (Allvin et al., 2008: 7-27). Att en förändring har skett analyseras ur olika aspekter för att sedan kunna jämföras med hur det ser ut idag och hur utvecklingen varit genom åren. Det är även viktigt att i sammanhanget klargöra vad som menas med begreppet ”nytt”. Allvin et al. (2008) menar att något är nytt då det ”gamla” genomgått en *förändring* fått en ny innebörd, och/eller involverar nya människor och nya arbetsuppgifter, men också en *förändring* av det gamla. En företeelse kan betraktas som ny om den utgör en mindre del av det som ingår inom ett specifikt arbete (Ibid.).

En konsekvens av det nya arbetslivet är att individen fått svårare att hålla isär arbetsliv och privatliv (Allvin et al., 2008:7-27,168-171). Individen påverkas mer eller mindre av situationen och kan uppleva sig själv som isolerad, stressad och/eller deprimerad. Nackdelarna med det nya arbetslivet kan även vara dess fördelar. Eftersom individen har större möjligheter till påverkan blir det enklare att trivas med arbetet, rätt individ med rätt kunskap ges större möjlighet att arbeta inom ett lämpligt arbetsområde där denne kan utveckla sina kunskaper.(Ibid.).

I och med industrialismen infördes en ny och betydelsefull tidmätning. Detta har med tiden gett upphov till uttrycket *flexibelt arbete*; som ses som en konsekvens av de nya tidsbestämmelserna (Allvin et al., 2008:100f). Olika betydelser finns bakom begreppet

flexibelt arbete exempelvis flexibilitet i form av växlande arbetsuppgifter eller varierande arbetskraft. Flexibiliteten på vissa arbetsplatser innebär något som Allvin et al.(2008) kallar *fritt arbete*. Det fria arbetet innebär att de anställda själva får bestämma över sina arbetsuppgifter under ledning av arbetsgivaren, som delar ut arbetsuppgifter (Ibid.).

Flexibilitet innebär större frihet för individen men skärper kraven på t.ex. att fatta egna beslut (Allvin et al., 2008: 132-168). Ansvar ligger hos *individen* och konsekvenserna får hon själv stå för. Självständigheten innebär inte bara möjligheter utan kan också leda till osäkerhet och pressen att arbeta *mer*. Genom att individen i större utsträckning måste utforma sitt arbete själv, eftersom rollerna i arbetslivet blivit otydligare. Detta innebär att relationerna mellan medarbetare på arbetet, och mellan arbetet och privatlivet, blir mer gränsöverskridande, vilket ofta leder till problem. Följden för individen blir att hon får kompromissa mellan familj arbete och vänner, eftersom hon har svårt att uppfylla alla krav som ställs (Ibid.). Med hjälp av teorin det gränslösa arbetet kan vi lättare förstå i vilken situation informanterna befinner sig i och hur de påverkas. Det går att ifrågasätta om flexibiliteten gynnar dem eller om de känner sig hämmade.

### **3.3 Emotionellt arbete Hochschild**

Emotionellt arbete är hanteringen av känslor. Detta kan avläsas i ansikts- och kroppsuttryck som visas upp för kunden, emotionellt arbete utförs i utbyte mot en lön och har därför ett bytesvärde (Hochschild, 2003:7). Det emotionella arbetet förutsätter att känslor tas fram eller trängs undan för att skapa den rätta sinnesstämningen hos kunden (Ibid.). Idén med emotionellt arbete är positiv, med tanke på att ingen kund vill möta en snorkig servitris, en sur kassör eller en flygvärdinna som undviker ögonkontakt (för att slippa serva passagerarna) (Hochschild, 2003:9). Det finns två typer av emotionellt arbete det ena är surface acting då aktören visar upp ett bestämt ansiktsuttryck vilket visas upp för kunden. Det är kroppen som är det starkaste redskapet i utförandet av denna typ av emotionellt arbetet (Hochschild, 2003:37). Den andra typen av emotionellt arbete kallas för deep acting och det kan genomföras på två sätt. Antingen genom att framtvunga en känsla eller genom att indirekt använda sig av en framkallad känsla, som ska vara övertygande för att känslan ska sprida sig och kännas äkta även på insidan (Hochschild, 2003:38). Förutsättningen för användandet av *deep acting* är att våra verkliga inre känslor inte avslöjas för kunden. Känslan ska kännas på insidan likväl som



på utsidan då den övertygande känslan tar över hela sinnesstämningen. När det gäller användandet av *surface acting* visar vi inte andra vad vi egentligen känner genom att ge uttryck för en annan känsla inför kunden än den som finns på insidan (Hochschild, 2003:33). Styrkan i deep acting är att det är lätt att manipulera känslorna för att övertyga (någon) att de verkligen är äkta. Arbeten som kräver att de anställda har kundkontakt gör arbetsgivaren mån om de anställdas trovärdighet att de går längre in i det emotionella arbetet, än att bara klistra på ett leende när de möter kunden(ibid.).

Arbeten som kräver emotionellt arbete har tre faktorer gemensamt. Den första faktorn kräver kontakt ansikte mot ansikte eller via telefon (röst till röst). Den andra faktorn kräver att den anställda framkallar ett visst sinnestillstånd hos en annan människa (kunden) det kan exempelvis vara tacksamhet. Den tredje faktorn tillåter arbetsgivaren att genom träning och övervakning utöva en viss grad av kontroll över de anställdas emotionella aktiviteter (Hochschild, 2003:147).

Vi kommer att använda oss av den här teorin i vår uppsats för att belysa vikten av det emotionella arbetet och försöka få fram den känsla som säljarna känner inför att använda sig av detta. Vidare vill vi skapa förståelse för att de utför sina arbetsuppgifter med hjälp av emotionellt arbete. Det finns en allmän förväntning hos människor att de som jobbar inom servicebranschen alltid ska vara trevliga och tillmötesgående, eftersom de får betalt för det. Att ständigt i sitt yrke reglera sina känslor och hålla dem i schack så att de inte skäller ut en kund, för att de själva har en dålig dag kan säkerligen kräva en ventil för utlopp av innehållna känslor.

### **3.4 Vrooms motivationsteori**

En odiskutabel källa till att folk önskar arbeta är den lön de får utbetald för utfört arbete (Vroom, 1995:36). Lönen representerar en nästan universell form av uppmuntran för individer att utföra ett arbete (Vroom, 1995:294). Vidare menar Vroom (1995) att de som utför ett arbete inte endast motiveras av de ekonomiska behoven. Människor fortsätter att jobba när de inte längre har behov av materiella tillgångar. Vilket i sin tur beror på att den belöning och uppskattning de får på arbetet är sociala faktorer i form av respekt och beundran som de får från sina arbetskamrater. Arbetet bidrar till gemenskap och det sociala livet (Vroom, 1995:47).

Socialpsykologer framhäver ofta att arbetet är en social aktivitet. Alla yrkesroller kräver social interaktion med andra människor. Försäljaren interagerar med sina kunder, läkaren med sina patienter, chefen med sina anställda och läraren med sina elever (Vroom, 1995:47). Undersökningar har gjorts av industripsykologer för att förklara eller förutse olika prestationsnivåer bland arbetare som utför samma typ av arbetsuppgifter. Detta har i sin tur baserats på två till synes olika antaganden. Det första antagandet bygger på att prestationen för en person kan förstås genom dennes förmåga att utföra uppgiften samt vad som ger uppgiften relevans. Mer kortfattat kan detta antagande beskrivas med att prestationsnivån hos en arbetare som utför arbetsuppgifter är en direkt funktion av dennes förmåga att utföra uppgiften. Det andra av de två antagandena är att prestationen för en person ska förstås utifrån dennes motiv, behov eller preferenser och dennes förutsättningar att tillfredsställas sin i arbetssituation (Vroom, 1995:230–231). Vidare kan det sammanfattas att prestationsnivån hos en arbetare som utför sitt arbete och arbetsuppgifter är en direkt funktion av dennes motivation till att prestera effektivt (Vroom, 1995:231).

Vi kommer att använda oss av den här teorin för att se vilka faktorer som påverkar informanternas motivation. Vad är det som gör att en människa dag ut och dag in utför sina arbetsuppgifter. Är det lönen som får informanterna motiverade eller finns det också andra faktorer som påverkar.

## **4 Resultat**

*Här redovisas resultatet från den empiriska undersökningen som grundar sig på 8 semistrukturerade intervjuer. Vi har valt att koda informanterna med fiktiva namn. Materialet redovisas enligt följande tema; Beskrivning av arbetsplatsen och arbetsgruppen, informanternas bakgrund, fokus på uppgiften, uppvisandet av känslor i utförandet av arbetsuppgifter, gränslandet arbetsliv/privatliv, kommunikationen mellan säljarna och deras chefer och motivationens påverkan på arbetsprestationen. Till en början kommer en kort beskrivning av arbetsplatsen, detta för att leda in läsaren i det aktuella sammanhanget där informanterna befinner sig. Företaget som medverkar har valt att i studien vara anonyma.*

### **4.1 Beskrivning av arbetsplatsen och arbetsgruppen**

Arbetsplatsen består av kontor indelade i olika avdelningar. I kontorslokalerna sitter det framförallt chefer på olika nivåer på kontor, ekonomer, administratörer och säljare. Lokalerna uppfattas som fräscha, ljusa, trevliga de tycks vara representativa för företaget. Personerna vi stötte på, dels de som vi intervjuade och dels de som skymtade förbi, var enligt vår mening välklädda. De vi intervjuade hade egna kontor, en del större och en del mindre, de hade inrett efter personlig smak med t.ex. fotografier på familjen. Avdelningen vi valt att intervju och använda i vår studie bestod av 12 säljare. Av dessa 12 tackade 8 ja till en medverkan.

Säljarnas arbete var individuellt inriktat, varje säljare hade sina uppgifter och sina kunder. Majoriteten av säljarna jobbade i grupper om två där en utesäljare och en innesäljare ingick. Säljaren som var ute på ”fältet” tog (oftast) den första kontakten med kunden. Sedan slussades kunden vidare till innesäljaren som vidarebehandlade ärendet. Chefen för avdelningen var även säljchef för ytterligare 2 avdelningar, vars uppgift var att tilldela säljarna uppdrag samt att göra uppföljning och rapportering av säljarnas arbete. Säljargruppen bestod i stort sett av lika delar kvinnor och män. De flesta hade arbetat på företaget under en längre tid. Anställningstiderna varierade mellan 3 - 10 år och det fanns även de som arbetat på företaget i 16 år.

## 4.2 Informanternas bakgrund

Under intervjun ombads personerna att berätta varför de valt säljaryrket. För 7 av de intervjuade var det mer eller mindre en tillfällighet. De arbetssökande var tvungna att ta det som erbjöds för att få ett arbete alternativt söka en ledig tjänst via rekryteringsbolag eller arbetsförmedlingen. För Liv var det annorlunda då hon gjorde ett aktivt val, då det ansågs att säljaryrket passade hennes personlighet. Hon var mycket öppen med stor socialkompetens. Vi frågade informanterna om de fanns någon klädkod på arbetsplatsen, det verkade inte vara så men att de skulle vara korrekt klädda var viktigt.

*”Här är ju ingen som kommer hit i mjukisbyxor” Glen*

*”Det är viktigt att klä sig snyggt, det är jag som är företaget i kundernas ögon” Evelina*

Klädkoden var något som uppfattades vara viktig för informanterna. Det fanns inte någon formell klädkod mer en informell och det verkade handla om sunt förnuft om vilka kläder som var accepterade att bära på arbetsplatsen. Det var också viktigt att visa upp en bra sida klädmässigt gentemot kunden. Informanterna menade att detta hade med trovärdigheten att göra och att kläderna sände ut den typ av signaler som var representativa för företaget.

## 4.3 Fokus på arbetsuppgiften

Informanterna ombads att beskriva hur mentalt närvarande de var i sitt arbete. Alla informanter menade att under samtal och kontakt med kunderna krävdes stor mental närvaro, risken fanns annars att kunden uppfattade informanten som vimsig eller okunnig, vilket förmodligen skulle innebära att kunderna inte ville göra några affärer med företaget. Alla informanter var överens om att de inte var 100 % fokuserade och närvarande under hela arbetsdagen. Liv berättar att hon brukade ta ”återhämtnings pauser” mellan kundkontaktarna, ta en kopp kaffe, prata med kollegorna, eller sitta och funderade på annat. George menar att pauser då och då var en nödvändighet eftersom att ha det ”på klistrade ansiktet” hela dagen var jobbigt. Korta pauser beskrivs som ett måste för att tackla nästa kundkontakt.

*”Under tiden jag arbetar effektivt måste jag vara fokuserad, men visst har man behov av att titta ut genom fönstret och vara någon*

*annan stans ibland, eller att man kanske går över till "grannen"  
för att prata om annat" Angela*

Generellt såg vi ett mönster att informanterna hade ett behov att efter effektivt arbete ta "återhämtnings pauser". Detta gavs möjlighet under rasterna informanterna var överens om att det även behövdes under arbetstid, då ämnena berörde såväl privata- som arbetsangelägenheter. Vi uppfattade att Liv och Sune hade större behov av mentala avbrott än de andra informanterna. De poängterade att dessa återhämtningspauser var nödvändiga för att de skulle kunna behålla sin effektivitet och utföra sina arbetsuppgifter på det sätt som förväntades av arbetsgivaren. Informanterna menade att tempot var högt.

#### **4.4 Uppvisandet av känslor i utförandet av arbetsuppgifter**

Informanterna var eniga om att vissa känslor var viktiga att plocka fram. Att vara glad, trevlig samt tillmötesgående var ett måste då de träffade sina kunder.

*"i telefonen får man behärska sig om någon är spydig eller så får man ju försöka att plocka ner dem, man får ju inte själv brusa upp eller något sådant" Angela*

Alla informanterna påtalar att kunden inte ville bli bemött av en säljare som är på dåligt humör. När informanterna började sin arbetsdag innebar det att deras privatliv, samt känslorna därifrån, trycktes undan och en invand attityd tog över. Detta uteslöt inte att informanterna vissa dagar, och/eller i vissa situationer naturligt var på bra humör, det vill säga att de kunde vara på gott humör under arbetstid detta medförde att deras känslor kunde träda fram på ett naturligt sätt.

*"...i bemötandet med kunderna måste jag alltid visa min bästa sida, det går inte att låta negativa känslor ta över..." Evelina*

Evelina påtalade även att förhållandet till kunden skulle vara äkta det var viktigt med rätt bemötande och att väcka ett intresse hos kunden som gör att hon kände att allt fungerar bra. Ett väl genomfört uppdrag gjorde att säljaren kunde möta kunden i offentliga sammanhang se dem i ögonen och veta att de var nöjda med säljaren och affären. Alla informanter uppfattades tycka att det var viktigt att ha en professionell hållning i utförandet av arbetsuppgifterna samt i bemötandet till kunden. En bra behandling av kunden påtalades vara viktig då nöjda kunder gärna återkom.

*”företaget är beroende av kunderna, och mitt jobb är just att se till att dem är och förblir våra kunder.....ett bra humör är, hmm, det är A och O i mitt yrke” Evelina*

Informanterna var mer eller mindre eniga om att det fanns en (i alla fall en viss) skillnad på dem som privatperson och yrkesperson. Detta uppfattas bero mycket på att privatlivet lät dem släppa fram sig själva utan några hämningar, eller krav att uppföra sig professionellt. I det privata livet handlade de allra flesta spontant medan merparten av informanterna menade att på arbetet måste ett mer eftertänksamt uppförande råda. Glen menade att han i privatlivet kunde skratta hämningslöst (om han försattes i en situation då detta blev naturligt). På arbetet gavs det uttryck för ett mer återhållsamt skratt då varken kunder eller medarbetare uppskattade hämningslösa skratt. Med andra ord fick de lägga band på sig själva när de befann sig på arbetsplatsen.

#### **4.5 Gränlandet arbetsliv/privatliv**

Samtliga informanter beskrev sin arbetsmiljö som stressig, att det alltid fanns någonting som skulle göras. De uppfattades som att stressen berodde mycket på att högre chefer var så inriktade på att de skulle sälja, allt handlade om att generera pengar. Säljarna hade ett visst antal kunder de skulle binda kontrakt med under vissa tidsaspekter, levererade de inte kom detta att påverka dem negativt i form av att provisionen blev sämre, på längre sikt var det fråga om andra åtgärder.

*”Levererar man inte är man inget värd” Sune*

Informanterna hade tjänstemobiltelefoner och alla uppgav att detta mer eller mindre upplevdes som ett stressmoment framförallt i privatlivet. Arbetet följde med vart de än gick. Upplevelsen av stress och den ständiga tillgängligheten berodde till största del på att arbetsmobiltelefoner även var informanternas privata mobiltelefoner. Det resulterat i att samma telefonnummer gjorde personen tillgänglig i såväl privatliv som arbetsliv dygnet runt. Vilket vidare resulterade i att det inte alltid fanns en tydlig gräns mellan arbetstid och fritid. George beskriver och exemplifierar en situation då denna en dag gick från arbetet tidigare för att ägna eftermiddagen åt familjeaktiviteter. En kund ringde och George kände inte att det var möjligt att avvisa samtalet. Han beskrev en känsla av att vara tvingad att ta samtalet. George

menar vidare att kunden hade ringt på ordinarie arbetstid och inte kunde veta att informanten var ledig. Eftersom informanten ville/behövde sälja produkten till kunden kändes det som ett tvång att tillmötesgå kunden då det var denna som sökt upp George. Beskrivningen av att inte kunna stänga av mobiltelefonen kändes igen i flera av informanternas berättelser. Det uppfattas som att informanterna ofta känner sig stressade och isolerade från privatlivet; detta eftersom de inte kunde urskilja arbetsliv från privatliv. Vid intervjuer med Martina, Julia, Angela, George och Sune ställde vi en extra fråga som löd; hur involverat privatlivet var i arbetslivet och vice versa. På vilken fråga informanter menade att arbetet lätt följde med hem, men att privatlivet inte vanligtvis följde med till arbetet.

*”Man tar ju med sig jobbet hem men inte privatlivet till jobbet ” Angela*

Den uppfattning som vi fick var att deras familjer ibland fick lida för att informanterna haft en dålig dag på arbetet. Att de tog med sig känslor från arbetet med sig hem och lät dessa gå ut över den privata sfären. Informanterna var vidare eniga om att det inte tog med sig privata känslor till arbetet eftersom arbetet krävde professionalitet. Angela uppger att såväl arbetsgivare som kund ville se en representativ sida från henne, vilket innebar att privatliv och känslor inte drogs in i arbetet.

#### **4.6 Kommunikationen mellan säljarna och deras chefer**

Det verkade finnas ett missnöje med hur kommunikationen i företaget fungerade. Alla medarbetare känner sig mer eller mindre missnöjda med den respons som cheferna visade vid påtalande fel och eventuella förändringar.

*”och när man då lyfter upp någonting så tycker de att; ja alltså du bara gnäller, man får lite grann tillbaka om jag skulle ha någon synpunkt på hur någon tekniker jobbar då säger de men ja teknikerna har också synpunkter på hur de tycker ni jobbar” Martina*

Om en medarbetare gjort fel skickas kollektiv e-post ut till hela avdelningen, istället för direkt till den berörda parten som talar om vad som behöver korrigeras. Detta skapar förvirring hos de anställda, då de inte vet om de ska ta åt sig kritiken. En del medarbetare upplever detta som om chefen är konflikträdd. Det fanns en önskan hos informanterna att den berörda parten fick

reda på anmärkningen direkt. Missförstånd tycks enligt informanterna också uppstå i samband med uppdatering av datorerna för att effektivisera arbetsrutinerna. Bristen på förståelse för uppdatering av datorerna beror på avsaknaden av ekonomiska resurser enligt cheferna. När vi ställde följdfrågan hur upplevelsen, att cheferna inte bryr sig om informanterna och deras synpunkter, var informanterna eniga om att motivationen och lojaliteten till företaget sjönk eller försvann helt. Angela beskrev en känsla av att lojaliteten för företaget var liten. Vore det inte för att en av hennes nära vänner arbetade där skulle hon ha bytt arbete för länge sedan. Evelina, George och Sune beskriver en känsla av att de enbart gör det som står i deras arbetsbeskrivning, motivationen för att ”göra det lilla extra”(George) var helt borta. Vi upplevde att informanterna allmänt hade en inställning som; varför ska vi bry oss om företaget när företaget inte bryr sig om oss. Glen beskrev en känsla av att springa i motvind. Vi upplevde att informanterna kopplade av och enbart utförde det som skulle göras för att få lönen utbetald i slutet av månaden.

*”alltså som sagt du kan springa i motvind x antal gånger till slut vill du inte springa mer” Glen*

Enligt informanterna fanns en obalans i utförande av arbetsuppgifter, vad som var säljarnas arbetsuppgifter och de uppgifter som egentligen tillhörde cheferna. Informanterna upplevde att de ofta fick utföra chefernas arbetsuppgifter, vilket de egentligen inte kände att de varken ville eller hann. De beskriver också en känsla av att; om de en gång har tagit på sig en ”extra” uppgift för att vara tillmötesgående blir det gärna ”deras” permanenta uppgift.

#### **4.7 Motivationens påverkan på arbetsprestationen**

Det var uppenbart att bristen på feedback från chefen gjorde att medarbetarna kände att motivationen inte var i topp. Enligt vad som tidigare beskrivits kände informanterna en sval respons från cheferna då de tog saken i egna händer vilket av informanterna påverkade deras arbetsglädje, motivationen samt lojaliteten mot företaget.

*”Det är arbetskamrater och pengarna såklart som håller mina kollegor och mig kvar, det är inte på grund av företaget iallafall...det är jag säker på att så är det” Glen*

Informanterna var eniga om en önskan att få feedback från cheferna, som ett större erkännande på att de utförde ett bra arbete. Martina tog upp ett exempel att en klapp på axeln



och ett vänligt ord vore motivationshöjande. Martina poängterar även vikten av kritik vid mindre bra utfört arbete;

*”...så att vi vet när vi gjort både bra och dåligt, nu får vi ingenting kännas det som” Martina*

De mål som var kopplade till försäljningen, var vinstgivande för företaget och avgjorde de ekonomiska förutsättningarna. Att dessa mål var viktiga fanns det en förståelse för hos personalen men Liv efterfrågade som hon uttryckte det ”mjuka mål” och inte bara ”hårda mål” som styrde arbetsinsatsen.

*”de finns bara ett hårt mål å de är själva antal och det finns ju då både på (...) säljare, per månad, per år, per distrikt och per avdelning som sagt det finns inte några mjuka mål och man jobbar ingenting med målstyrning på det viset inte någonting med några personella mål eller personliga mål” Liv*

Liv efterlyste fler personella mål, så som utveckling av individerna och säljgruppen. Liv menade att mer fokus på medarbetarna som individer skulle göra företaget mer effektivt. Medarbetarna skulle bli mer produktiva och motiverade för att arbeta bättre samt vara mer lojala mot företaget. Troligen skulle detta skapa en bättre dialog mellan chefen och informanterna något som Liv påpekade. Informanterna uttryckte att det idag inte fanns så stor förståelse för vad chefen egentligen gjort för att de anställda skulle få en bättre arbetsmiljö.

## 5 Analys

### 5.1 Flexibilitet och individuellt ansvar; förmån eller börda?

Vi kunde utifrån resultatet fastställa att informanterna hade en arbetssituation som kunde karakteriseras, utifrån det som Allvin et al. (2006) kallar för det nya flexibla arbetslivet. Intervjumaterialet vittnade om att informanterna själva kunde lägga upp hur de utformade sina arbetsuppgifter. Variation skapades i samband med planering av utförande av arbetsuppgifter. Vilket gav en viss frihet för informanterna samtidigt som de höll sig till de befintliga ramarna; det vill säga hur stort antal produkter som skulle säljas och hur informanterna bemötte kunderna. Detta kunde tyckas skapa flexibilitet samt en högre grad av självbestämmande hos informanterna. Flexibiliteten och självbestämmandet kan med hjälp av Allvins et al. (2006) teori karakteriseras som något som kallas för *fritt arbete*. Det fria arbetet är en produkt och ett faktum av det nya arbetslivet.

Kravet från arbetsgivaren var att informanterna sålde ett visst antal produkter under en viss tid, men hur och när spelade mindre roll ses som en konsekvens av det nya flexibla arbetslivet. Att informanterna fick information om vad och hur mycket de skulle sälja gjorde att de själva blev beslutsfattare. Informanterna blev lämnade åt sig själva, med sina krav och beslut. Detta betydde att de själva fick ta konsekvenserna av besluten.

Det flexibla nya arbetet innebar även att informanterna hade förmånen eller belastningen att ha tjänstemobiltelefoner, som användes privat. Mobiltelefonerna är en del av det nya samhället och även en del i det flexibla arbetslivet. För 20 år sedan användes mobiltelefoner inte på samma sätt som idag. Mobiltelefonen på arbetsplatsen måste alltså bidragit till en större flexibilitet i arbetslivet. Informanterna blev tillgängliga för såväl kunder som arbetsgivare både under och efter arbetstid.

Att informanterna hade samma mobiltelefon i såväl arbetet som privat inkräktade på deras privatliv. Detta är en bekräftelse av Allvins et al. (2006) teori som ett resultat av det nya flexibla arbetslivet. George exemplifierar det med att han inte kunde neka kunden sin service under sin privata tid. Beskrivningen av att inte kunna stänga av mobiltelefonen kändes igen hos flera av informanterna. Det uppfattades som att informanterna generellt ofta kände sig stressade i privatlivet. Detta eftersom de inte kunde skilja på arbetslivet och privatlivet på grund av mobiltelefonerna. Det var för oss självklart att svårigheterna att skilja arbetslivet

från privatlivet var en konsekvens av det nya flexibla arbetslivet i informanternas arbetssituation.

Att mobiltelefonerna fick användas privat var möjligen ett strategiskt val av företaget eftersom detta medförde att informanterna var kontaktbara för sina kunder när som helst, vilket givetvis gynnade företaget. Det kan ses som att informanterna jobbade gratis när kunderna sökte upp informanterna under fritiden. Kunderna fick en känsla av att säljarna var tillmötesgående och tillgängliga eftersom de alltid gick att få tag på.

## **5.2 Lönen motiverar**

Vi uppfattade att informanterna använde lönen som främsta motivationsfaktor i sitt arbete. Deras främsta motivation var lönen och kan tillsammans med Vrooms (1995) teori tolkas som att informanterna arbetade för att höja sin prestationsförmåga så att de kunde arbeta effektivare. Då informanterna lever i ett konsumtionssamhälle är lönen en viktig faktor. För att konsumera behöver de en lön. Hur effektivt informanterna arbetade påverkades av hur tillfredsställda de var med sina arbetsuppgifter och relevansen att utföra dem. Prestationsnivån kunde påverkas av hur väl arbetaren kände tillfredsställelse i arbetssituationen.

## **5.3 Påtvingade känslor**

Det stod klart för oss att informanternas arbetssituation stämmer in på de ”krav” som Hochschild (2003) ställer på emotionellt arbete. (1) Informanterna hade kontakt med kunden ansikte mot ansikte, alternativt röst mot röst. (2) Informanterna måste framkalla ett sinnestillstånd hos kunderna där de är mottagliga för att göra en affär. Kunden måste ha förtroende för informanten i egenskap av säljare. (3) Samt att informanterna ”övervakas” av den närmsta chefen att de verkligen levererar. För att kunna leverera måste informanterna tränga undan eller framhäva sina känslor.

I vår studie kan informanterna kopplas till Hochschilds (2003) teori om att deras arbetssituation kräver *emotionellt arbete*. Informanterna var alla eniga om att det var viktigt att hantera känslorna rätt i sina arbeten. Att vara glad, trevlig och tillmötesgående var ett måste då informanterna mötte sina kunder. För informanterna var det betydande att använda det emotionella arbetet för att skapa ett förtroende hos kunden. Då informanterna med hjälp

av det emotionella arbetet skapade en känsla som av kunden avlästes i informanternas ansikts- och kroppsuttryck. Det emotionella arbete sker enligt Hochschild (2003) i utbyte mot en lön vilket kunde kopplas till att säljarna fick betalt för sitt emotionella arbete. Intervjumaterialet vittnade om att informanterna vid vissa tillfällen ”kopplade” bort sina genuina känslor och visade en fasad som av kunden uppfattades som den riktiga. Detta i likhet med teorin om det emotionella arbetet då teorin framförallt karakteriseras av att en känsla framkallas eller undanträngs, för att kunna behålla den rätta sinnesstämningen hos kunden. Det går förvisso att skilja på det emotionella arbete som ute- och innesäljarna utförde. Då detta skiljde sig beroende på hur kontakten med kunden såg ut om det var en direkt kontakt eller en kontakt via telefon. Utsäljaren hade direkt kontakt med kunden vilket gav denne ett större krav på bearbetningen av känslor då alternativa uppgifter inte kunde utföras om säljaren exempelvis var på dåligt humör. Denne kunde inte gömma sig på sitt kontor. Innesäljaren däremot kunde välja att utföra pappersarbete då denne hade en dålig dag och undvek därigenom att ge kunden ett dåligt bemötande.

Informanterna menade att de hade skyldighet gentemot företaget att bemöta kunden på ett speciellt sätt. Deras arbetsuppgifter innebar bland annat att kunden skulle återkomma och känna sig väl bemött. Martina sa att det var hon som representerade företaget gentemot kunden och måste ge ett bra intryck för att inte tappa kunden. I samband med konkurrensen som finns idag gällde det att värna om sina kunder så att de stannade kvar. Kunden var ute efter att köpa en vara och förväntade sig ett bra bemötande av företaget; dvs. informanterna som representerade företaget.

Kunden hade krav på informanterna samtidigt som informanterna hade krav på sig från arbetsgivaren (företaget) att kunden kom i rätt sinnesstämning. Detta innebar att informanterna marknadsförde företaget när de marknadsförde sig själva med målet att generera fler kunder. För att skapa rätt sinnesstämning hos kunden använde sig informanterna av det emotionella arbetet; vilket innebar att positiva känslor väcktes hos kunden. Informanterna fick således lön för att framhäva alternativt undanhålla vissa känslor.

Vilken påverkan hade då det emotionella arbetet på ”våra” informanter? Då informanterna ombads att berätta hur mentalt närvarande de var i sitt arbete antydde alla att de inte alltid var fokuserade till hundra procent på sin arbetsuppgift under arbetstid, vilket verkade rätt naturligt. Intervjumaterialet vittnade om att alla informanter hade ett större eller mindre behov av så kallade ”återhämnings pauser”. Det vill säga pauser som innebar att de tog en kopp kaffe eller pratade om annat än jobb med en kollega. Detta menade bland annat

George beror på att det ”på klistrade ansiktet” var för jobbigt att upprätthålla hela arbetsdagen. En paus för att kunna komma tillbaka till ”sig själv” var något som kändes igen hos alla informanter, detta för att kunna samla nya krafter och ta hand om nästa kund. Liv och Sune uppfattades ha ett större behov av dessa återhämtnings pauser än de andra.

En slutsats kunde dras; det emotionella arbetet påverkade dem (informanterna) till den grad att de måste ta så kallade ”åter hämtnings pauser”, för att orka med arbetsdagen. Att ta pauser är något som de flesta människor behöver och troligtvis i högre grad för de med serviceyrken. Det som var utmärkande för informanterna i vår studie var att de behövde få utlopp för de känslor de trängde undan eller framhävde i kontakten med kunden.

#### **5.4 Konsekvensen av individansvar, flexibilitet och påtvingade känslor**

Som tidigare beskrivits i analysen under avsnittet; påtvingade känslor, måste informanterna i sitt dagliga möte med kunderna agera efter de förväntningar som såväl kunderna som arbetsgivaren hade på dem. De förväntades uppvisa samt tränga undan vissa känslor. Det faktum att informanterna tvingades kontrollera sina känslor innebar att de intog och disciplinerade sina genuina känslor och agerade efter förväntningar och krav. Det flexibla arbetslivet gav informanterna mer individuellt ansvar. Det individuella ansvaret bestod bland annat, som beskrivs i teorin om det gränslösa arbetet, i att informanterna hade kontroll över när och hur de tog kontakt med sina kunder och att de fick ta ansvar för konsekvenserna av sina egna beslut. Detta möjliggjorde att informanterna med lätthet kunde pendla mellan att vara socialt responsiva och asocialt responslösa.

På samma gång som informanternas arbetssituation i det emotionella arbetet tvingade dem att inta en abstrakt social yrkesroll möjliggjorde att informanterna med lätthet kunde pendla över till att vara socialt responsiva. Eftersom informanterna hade ett *flexibelt arbete*, där den närmaste chefen tilldelade dem arbetsuppgifter som skulle utföras och vara klara vid en specifik tidpunkt. Det innebar att möjligheten att själv planera hur och när kontakten med kunderna skulle ske gav informanterna möjlighet att ”fly” från att vara asocialt responslös till att vara socialt responsiv. Informanterna beskrev att de tog ”åter hämtnings pauser” under arbetsdagen för att kunna slappna av och vara sig själva, de upprätthöll en fasad inför sina kunder. Med andra ord beskrev informanterna att de hade ett behov av att få släppa den asociala responslösheten och pendla över till den sociala responsiviteten. De hade ett behov

av att vara socialt responsiva under arbetsdagen för att kunna behärska den asocialt responslösa sidan som det emotionella arbetet krävde. Att ta en kopp kaffe med kollegorna som Angela beskrev det.

Kanske var det så att vissa individer, då syftar vi framförallt på Liv och Sune som uppfattades ha ett större behov av frekventa ”åter hämtnings pauser”, hade svårare att hantera och kontrollera den asociala responslösheten som deras situation innebar. Enligt vår tolkning kan det vara så att Liv och Sune hade ett större behov av respons på stimuli, till skillnad från de övriga. Situationen informanterna befann sig i krävde att de kontrollerade sina känslor och trängde undan alternativt framhävde vissa känslor under större delen av arbetsdagen. Det fanns en möjlighet att pendla över till den mer spontana öppna socialiteten mellan kundkontakterna. Med andra ord kunde det tolkas som att det emotionella arbetet krävde att informanterna intog en asocial responslöshet, och en abstrakt social yrkesroll. Samtidigt som det nya flexibla arbetslivet möjliggjorde att informanterna med lätthet kunde pendla över till social responsivitet.

Det flexibla arbetslivet och det emotionella arbetet kompletterade varandra bra i informanternas fall. Flexibiliteten gav informanterna möjlighet att själva lägga upp en plan för när kunden skulle kontaktas vilket gav en viss frihet. Det emotionella arbetet hjälpte informanten att styra sina känslor vid mötet med kunden vilket begränsade informanternas känsloutlopp. Inom säljaryrket är det en nödvändigt att kunna hantera känslor; det krävdes att informanterna intog en abstrakt social yrkesroll. Vid en arbetssituation då informanterna inte kunde pendla över och bli socialt responsiva, om möjligheten till pauser inte funnits, hade arbetsförhållandena förmodligen blivit svårare. Informanterna uppgav att de hade ett stort, i varierad grad, behov att pendla till den konkreta socialiteten, som lät dem få mer respons på stimuli. Om denna pendling inte vore möjlig kan det antas att arbetssituationen i längden skulle förvärras för informanterna.

## **5.5 Resultatet av passivitet**

Informanterna poängterade att det var viktigt att utvecklas på jobbet samt att de ville känna arbetsglädje. Detta skulle enligt informanterna höja motivationen. Det uppfattas av oss att ett större engagemang, mer arbetsglädje och en större lojalitet hade funnits hos informanterna, om de inte hade känt att det var som att de talade med en vägg när de talade med högre chefer. Vi fick uppfattningen att responsiviteten hos de högre cheferna var låg det kunde rentav

uppfattas som att de högre cheferna var asocialt responslösa mot informanterna.

Avsaknaden av feedback, det vill säga det asocialt responslösa bemötandet, verkade i vår tolkning göra att informanterna själva blivit asocialt responslösa gentemot cheferna. Eftersom informanterna inte *fick* någon respons resulterade det i sin tur att de inte *gav* någon respons. Intervjumaterialet vittnar om att informanterna efter en tids kontaktsökande hos cheferna, som uppfattades som asocialt responslösa gentemot informanterna, gjorde att viljan att interagera med cheferna försvann, informanterna intog då själv en asocial responslöshet gentemot cheferna.

Den asociala responslösheten uppfattas av oss vara en källa till att motivationen var låg hos informanterna. Att de inte såg någon relevans i att utföra arbetsuppgifter mer än att de fick sin lön utbetald i slutet av månaden. Motivationen påverkades av relevansen och tillfredsställelsen i arbetssituationen att utföra arbetsuppgifter. Fanns inte dessa faktorer sjönk motivationen vilket var ett mönster som kunde tydas hos informanterna.

## **5.6 Sociala motivations källor samt ventilation av känslor**

Det antas att informanterna gav varandra uppskattning och motivering vilket förmodligen var en bidragande orsak till att en del var kvar på företaget som Glen beskrev det. Det var inte endast pengar som motiverade informanterna att utföra sitt arbete. Den sociala biten var också viktig för dem, det finns ett behov hos människor att bli uppmärksammade och sedda och känna sig betydelsefulla och att få respekt och beundran från sina medarbetare.

Intervjumaterialet visar på att motivationsnivån steg och sjönk samt ett tydligt mönster på att återhämtningspauser var nödvändiga för informanterna. Vi tolkade att återhämtningspauserna behövdes för att hämta krafter och ventilerade känslorna som varit undanhållna i mötet med kunden. Detta för att de skulle kunna möta nästa kund på ett sätt som förväntades av arbetsgivaren. De som jobbade som utesäljare kunde ta dessa pauser på vägen till nästa kund. Innesäljarna som kontaktade kunden via telefon beskrev att de tog pauser så gott som mellan varje kund och ibland fikade de alternativt pratade med en kollega. De fick möjlighet att ventilerade de känslor som de trängt undan vid samtalet med kunden.

Informanterna hade då en möjlighet att pendla från att vara asocialt responslösa till att vara socialt responsiva. Det emotionella arbetet krävde att informanterna intog en abstrakt social yrkesroll, att vara asocialt responslösa, eller snarare att de var styrda av en disciplinerad socialitet som påverkade responsiviteten. Det flexibla arbetet gav informanterna tillfälle och

möjlighet att pendla över till att bli socialt responsiva. Det flexibla arbetslivet gav informanterna medvetenheten att vara socialt responsiva och motiverade dem att fortsätta arbeta under de förutsättningar som den abstrakta socialiteten innebar. Med andra ord; informanterna motiverades att hålla den abstrakta socialitetsrollen uppe eftersom de visste att de snart kunde pendla över till att vara socialt responsiva. Utan möjlighet att pendla mellan de olika sinnestämningarna hade informanternas arbetssituation förmodligen blivit outhärdlig i längden. Medvetenheten att respondera på stimuli var motiverande för informanterna.

Med andra ord kan en slutsats dras att informanterna inte bara motiverades av den ekonomiska faktorn, lönen, en annan stor motivationsfaktor tycktes vara den sociala faktorn. Det sociala behovet spelade en betydande roll för informanternas motivation, samhörigheten och kollegorna som bidrog till en möjlighet att vara socialt responsiv, vilket fungerade som en enskild och en kombinerad motivationsfaktor.

### **5.7 Emotionellt arbete social responsivitet asocial responslöshet**

Vi kan sammankoppla två olika teorier för att förstå säljarnas arbetssituation genom att sammankoppla det emotionella arbetet med social responsivitet och asocial responslöshet. Dessa faktorer hade en större inverkan på informanterna då de förhöll sig socialt responsiva till sina kunder i samband med att de också använde sig av det emotionella arbetet då de hade ett krav på sig att bemöta kunder på ett sätt som var förmånligt ur arbetsgivarens synvinkel och gjorde denne nöjd. Vad som kan antas är att kunden gjorde att säljaren fick möjlighet att vara socialt responsiv då detta inte gavs märkbart utrymme gentemot chefen. De kunde respondera på kundens interaktion vilket gjorde att de kände att de fick utlopp för känslor de var styrda och förhöll sig till det emotionella arbetet men de fick i alla fall uttrycka en viss typ av känslor som de fick respons på. Detta skedde antingen direkt eller via telefon beroende på om säljaren var ute- eller innesäljare. Att bli sedd och uppmärksammas tycktes vara viktigt och de kunde bli i interaktionen med kunden även om det kanske var på ett mer ytligt plan så fanns det en ömsesidighet i förhållandet mellan kund och säljare då båda parter blev beroende av varandra. Säljaren vill sälja sin vara och köparen behöver varan som säljaren tillhandahåller.



## **6. Sammanfattning**

*Här var vår avsikt att först sammanfatta vårt arbete i sin helhet för att sedan sammanfatta analysen och därmed mer explicit, kort och koncist besvara vår frågeställning.*

### **6.1 Sammanfattning av hela arbetet**

Syftet med studien var att undersöka hur en utvald säljgrupps arbetssituation såg ut samt vilken påverkan den hade på informanterna. Vår ambition var att besvara följande frågeställning; *Hur gestaltar sig arbetsmiljön i en bestämd grupp av säljare och hur kan denna förstås i ett relationellt och emotionellt perspektiv?*

Fältet betraktades utifrån ett socialpsykologiskt perspektiv där materialet tolkades med hjälp av en hermeneutisk vetenskapsteoretisk ansats. Det empiriska materialet baserades på 8 semistrukturerade intervjuer som vidare lade grunden för studiens analys. Det empiriska materialet analyserades med hjälp av Asplunds teori om social responsivitet, Allvins et al. teori om gränslöst arbete, Hochschilds teori om emotionellt arbete samt Vrooms motivationsteori.

### **6.2 Sammanfattning av analysen; frågeställningen besvaras.**

#### **6.2.1 Hur ser en utvald säljgrupps arbetssituation ut;**

Utifrån vår tolkning kan vi dra slutsatsen att informanternas arbetssituation kunde karakteriseras som ett flexibelt arbete. Vilket innebar att arbetssituationen krävde att informanterna tog ett individuellt ansvar för sitt arbete. Flexibiliteten innebar även att informanterna hade tjänste mobiltelefoner som även användes privat. Informanternas arbetssituation präglades även av det emotionella arbetet. Informanterna skapade rätt sinnesstämning hos kunden; vilket innebar att positiva känslor väcktes. Informanterna fick lön för att framhäva alternativt undanhålla en viss känsla hos sig själva. Informanterna beskrev att det kändes som om det var att prata med en vägg när de vände sig till sina chefer. Responsiviteten hos cheferna uppfattades som låg eller rent av, enligt vår mening, som att de högre cheferna var asocialt responslösa gentemot informanterna.

#### **6.2.2 Vilken påverkan har då denna arbetssituation på informanterna?**

Vi tolkade att informanterna fick ta ett individansvar för sitt arbete och även ansvar att ta konsekvenserna av de beslut de fattade. Informanterna bar med andra ord fullt ansvar för såväl ett misslyckat som ett lyckat uppdrag. Det faktum att de hade en tjänstemobiltelefon som även fungerar som informanternas privata mobiltelefoner gjorde att informanterna hade svårt att skilja arbetsliv från privatliv. Svårigheten att inte kunna skilja arbetslivet från privatlivet medförde att informanterna ofta kände sig stressade i privatlivet.

Det emotionella arbetet gjorde att informanterna behövde ta ”åter hämtnings pauser”, för att orka med arbetsdagen. Konsekvensen av att ständigt behöva framhäva alternativt undantrycka sina känslor som det emotionella arbetet innebar att informanterna behövde pauser mellan kundkontaktarna.

Som tidigare nämnts måste informanterna i sitt dagliga möte med kunderna agera efter de förväntningar som såväl kunderna och arbetsgivaren hade på dem. Det faktum att informanterna tvingas kontrollera känslor innebar att de tvingades till abstrakt socialitet, det vill säga att de måste disciplinera sina genuina känslor och agera efter förväntningar och krav. På samma gång som arbetssituationen i det emotionella arbetet tvingade dem till att inta en abstrakt social yrkesroll möjliggjorde det flexibla arbetslivet att informanterna med lätthet kunde pendla över till den konkreta socialiteten. Det nya flexibla arbetet gav som ovan nämnts informanterna mer individuellt ansvar. Det individuella ansvaret bestod bland annat av att informanterna hade kontroll över när och hur de tog kontakt med sina kunder vilket möjliggjorde en pendling från en påtvingad abstrakt- till en konkret socialitet när informanterna hade ett behov av det.

Avsaknaden av feedback gjorde informanterna asocialt responslösa mot sina chefer enligt vår uppfattning. Asocial responslöshet uppfattas vara en källa till varför motivationen tröt hos informanterna och att de inte såg någon annan relevansen i att utföra arbetsuppgifter mer än att de fick sin lön utbetald samt av den sociala biten kollegorna bidrog med. Det uppfattades som att informanterna starkt motiverades av att de visste att en pendling från abstrakt- till konkret socialitet var möjlig.

### **6.2.3 Hur ser informanternas arbetssituation ut samt vilken påverkan har denna situation på dem?**

Informanternas arbetssituation präglades av ett flexibelt- och ett emotionellt arbete. Denna arbetssituation påverkade informanterna så att de tvingades inta en abstrakt socialitet men

möjliggjorde samtidigt för en pendling över till en konkret socialitet. Möjligheten till pendling mellan abstrakt- till konkret socialitet motiverade informanterna att utföra sitt arbete.

Den arbetsituation som bristen på feedback, den asociala responslösheten, från cheferna påverkade i vår tolkning informanterna så att de själva agerade asocialt responslöst gentemot cheferna. Det faktum som den asociala responslösheten medförde innebar att informanterna inte kände någon större lojalitet gentemot företaget eller motivation att utföra arbetsuppgifterna. Detta innebar i sin tur att lönen samt den sociala tillvaron i stor utsträckning motiverade informanterna att utföra sitt arbete.

## 7. Reflektioner

Något som förbättrat informanternas motivation var mer feedback från arbetsgivaren. I nuvarande läge visste informanterna inte om de presterade bra eller dåligt. Något som kunde kopplas samman med den sociala responsiviteten och den asociala responslösheten där den första intogs av informanten och den senare av arbetsgivaren. Detta ledde till att informanterna intog en asocial responslöshet då de inte tyckte att de fick någon riktig respons från arbetsgivaren.

Större tillmötesgående kanske kunde skapas om båda parter satte sig ner och diskuterade problemet. Vi tror att en vanlig taktik när det gällde den här typen av problem var att de ”sopades under mattan”. Kanske skulle det hjälpa om någon av de anställda höjde sin röst och sa ifrån vilket troligen skulle uppbäckas av kollegorna. Informanterna hade ansvar för sitt eget välmående på sin arbetsplats. Arbetsgivaren hade också ett ansvar att se till att de anställda trivdes och arbetade i en fungerande arbetsmiljö. Trivsel i sin tur är en faktor som påverkar människor i positiv bemärkelse och skulle förmodligen leda till att informanterna utförde ett bättre arbete och kände större arbetsglädje. Detta är något som företaget borde ta vara på då detta kunde leda till att fler kunder värvades.

För att göra det lättare för informanterna att skilja mellan privatliv och arbetsliv kanske det skulle finnas en möjlighet att investera i nya arbetstelefoner, som endast användes på arbetstid. Så att en tydligare gräns skulle finnas som visade vad som tillhörde vad (arbetsliv/privatliv). Detta kunde kanske bidra till att informanterna kände att de bättre kunde slappna av när de inte befann sig på arbetsplatsen för att de då inte behövde vänta sig några arbetsrelaterade samtal. Vi anser det vara viktigt för informanterna att hitta ett andrum där de kunde ladda sina batterier för nästa arbetsdag.

Det märktes en skillnad på värderingen av olika anställda med anledning av deras roller i företaget t.ex. hur de uppskattades.

Motivationen var viktig för informanterna när de arbetade detta borde uppmärksammas av företaget. Med en större motivation presterade säkerligen de anställda bättre. Beröm för välutförd arbete skulle antagligen öka tillfredställelsen hos informanterna. Att fråga de anställda vad som skulle öka deras motivation hade kanske varit ett bra tillvägagångssätt att öka motivationen och arbetsglädjen. Det är inte bara lönen som var viktig för informanterna utan även uppbäckning och beröm från arbetsgivaren. Något som märktes och tydligt kom

fram i det empiriska materialet var att informanterna hade stort stöd hos sina kollegor när det gällde motivation och bekräftelse samt att de gav varandra beröm. Vad skulle hända om informanterna fick prata ut om sin arbetssituation med sin arbetsgivare hade det ökat ett välmående på arbetsplatsen och förståelsen som informanterna saknar från chefen. De kände att de ville att chefen hade bättre inblick i hur de utförde sina arbetsuppgifter och vad de verkligen presterar och att givetvis få feedback på utförda uppgifter.

Vi har fått större förståelse för de säljare som vi intervjuade och en inblick i hur den här gruppen utförde sitt arbete. Detta ökade förståelsen för att det inte alltid är lätt att förhålla sig till specifika känslor i samband med användning av det emotionella arbetet i utförandet av arbetsuppgifter. Det krävdes en stor kontroll av känslor då informanterna både behövde tränga undan och framkalla känslor för att bemöta kunden på ett korrekt sätt. En ventil för att släppa ut känslorna var också nödvändigt för att arbetet i fortsättningen skulle gå att genomföra utan att uppträda olämpligt mot kunderna, vilket kunde bero på att informanten själva hade en dålig dag. Vår förståelse för säljare som yrkeskategori eller rättare sagt de säljare som deltog i vår studie ökade under arbetets gång. Detta gjorde att vi fick en ny syn på yrket i sig och en förståelse för att deras arbetsuppgifter inte alltid var så enkla att utföra. Det krävdes mer från dem själva än vad vi tidigare trott.

## 8. Källförteckning

Allvin, Michael, Aronsson, Gunnar, Hagström, Tom, Johansson, Gunn, Lundberg, Ulf (2006): *Gränslös arbete - socialpsykologiska perspektiv på det nya arbetslivet* Liber: Malmö

Ashforth, Blake E., Humphrey, Ronald H. (1993): *Emotional Labor in service roles – the influence of identity*, s. 89-115 Vol. 18, No. 1 Academy of Management: Briarcliff Manor, NY

Asplund, Johan (2004): *Det sociala livets elementära former* Bokförlaget Korpen: Göteborg

Denscombe, Martyn (2000): *Forskningshandboken - för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*, Studentlitteratur: Lund

Einarsson, Charlotta, Chirac, Hammar, Eva (2002): *Gruppobservationer – teori och praktik*, Studentlitteratur: Lund

Hochschild, Arlie Russel (2003, 20 th edition): *The Managed Heart- Commercialization of Human Feeling* University of California Press Berkely and Los Angeles, California

Moynihan, Donald P. , Pandey, Sanjay K. (2007): *Finding Workable Levers Over Work Motivation Comparing Job Satisfaction - Job Involvement, and Organizational Commitment* s. 803-832, Vol. 39, No.7 University of Wisconsin, The University of Kansas, Lawrence

Thurén, Torsten (2008 2:a uppl.): *Vetenskapsteori för nybörjare* Liber förlag: Malmö

Trost, Jan (2005): *Kvalitativa intervjuer* Studentlitteratur: Lund

Vroom, Victor H. (1995): *Work and motivation* San Francisco: Jossey- Bass Inc.

## 9 Bilaga

### 9.1 Intervjuguide

#### Bakgrund

1. Hur gammal är du?
2. Hur länge har du arbetat på företaget?
3. Har du arbetat med något annat tidigare? Isf vad?
4. Vad fick dig att välja yrket?
5. Finns det en klädkod på din arbetsplats (regler för klädsel)? Direkt? Indirekt?

#### Prestation på arbetsplatsen

6. Hur ofta är du sjuk från jobbet? Vad beror det oftast på?
7. Är du ofta stressad på arbetet? I privatlivet?
8. Hur professionell är du i ditt arbete och de arbetsuppgifter som du utför?
9. Hur involverad är du i arbetet? Både i dina ordinarie arbetsuppgifter samt i de arbetsuppgifter som är lite mer frivilliga?

#### Variation och påverkan av arbetsuppgifter

10. Hur mentalt närvarande är du på jobbet?
11. Känner du att det finns variation i dina arbetsuppgifter? Om ja på vilket sätt? Om nej hur skulle de kunna bli bättre?
12. Hur stor möjlighet anser du dig ha på att förändra din arbetssituation om missnöje uppstår? Utveckla.

#### Emotioner

13. Vilka känslor känner när du tänker på arbetet?
14. Vilka känslor känner du när du är på arbetet?
15. Känner du dig styrd att använda vissa emotioner (känslor) i utförandet av arbetsuppgifter?
16. Finns det någon skillnad på dig som yrkesperson och dig som privatperson? Utveckla.

#### Förväntningar/krav

17. Vad kräver ditt arbete av dig personligen? Av ditt privatliv?
18. Vad förväntar sig arbetsgivaren av dig?
19. Vad har arbetsgivaren för krav på eget initiativ tagande från din sida?
20. Hur skulle du beskriva flexibilitet i utförandet av arbetsuppgifter?
21. Hur länge tror du att du kommer stanna i branschen?

#### Arbetstid/fritid

22. Har du arbetstelefon? Om ja; Vad innebär denna för dig både ur arbetssynvinkel och ur privat?
23. Har du några förväntningar på fritiden från din arbetsgivare? Om ja; vad? Hur upplever du detta?
24. Hur tydlig anser du gränsen vara mellan arbete och privatliv? Hur upplevs det och vilka känslor finns kring situationen?

### Motivations faktorer

25. Finns klara mål och förväntningar på dig i arbetet?
26. Vad motiverar dig i arbetet?
27. Tycker du att du har något utbyte motivationsmässigt med dina kollegor? Utveckla gärna
28. Vad skulle motivera dig att arbeta effektivare?
29. Vad får dig att bli omotiverad på arbetet?
30. Hur skulle du kunna bli mer effektiv?
31. Hur belönas du vid god prestation? Finns belöningsystem? Utveckla vad du tycker om detta?
32. Har du något ansvar utöver dina arbetsuppgifter(ex. skyddsombud)?
33. Hur påverkar ansvar dig?