



HÖGSKOLAN
I HALMSTAD

Socialpsykologi (61-90), 30 hp

KANDIDATUPPSATS



Ett meningsfullt arbete

En socialpsykologisk studie om hur ett till synes monotont och enformigt arbete kan kännas meningsfullt

Simon Claesson och Bleta Nimani

Socialpsykologi 15 hp

Halmstad 2015-06-18

Högskolan i Halmstad
Sektionen för Hälsa och Samhälle
Socialpsykologi 61-90
C-uppsats 15 p

Ett meningsfullt arbete

- En socialpsykologisk studie om hur ett till synes monotont och enformigt arbete kan kännas meningsfullt

Claesson, Simon 920304
Nimani, Bleta 860901
Handledare: Kindblad, Christopher
Examinator: Westberg, Niklas
2015-06-16

Abstrakt

Studiens syfte är att undersöka meningsskapande som ett socialpsykologiskt fenomen. Mer specifikt försöker studien förstå vad som motiverar kundtjänstarbetarna på ett callcenter i västsverige, till att fortsätta arbeta med ett arbete som är lågavlönat, hårt reglerat och monotont.

I studien kommer läsaren att få ta del av empiri baserad på tio livsvärldsintervjuer, där kundtjänstarbetare berättar om sina upplevelser av att arbeta i ett callcenter. Empirin visar att majoriteten av kundtjänstarbetarna upplever sitt arbete ogynnsamt, då kundtjänstarbetarna sällan får utvecklas eller självförverkligas inom arbetet. Flera kundtjänstarbetare finner heller inget tydligt syfte med att göra sina arbetsuppgifter. Istället arbetar flera kundtjänstarbetarna för att få en ekonomisk tillgång. Förklaringsgrunden är att kundtjänstarbetarna behöver pengar för att kunna upprätthålla sina sociala relationer. Studiens slutsats är att kundtjänstarbetarna eftersträva välbefinnande, då det sociala är en komponent av välbefinnandets väsen.

Nyckelord: Kundtjänstmedarbetarna, meningsfullhet, motivation, välbefinnande, socialpsykologi, callcenter

Abstract

The study aims to investigate the meaning as a social psychological phenomenon. More specifically, the study tries to understand what motivates the employees at a call center in western Sweden, to continue to work at a poorly paid, highly regulated and monotonous job. The reader will take part in a empirical study based on ten life-world interviews, where employees talk about their experiences of working in a call center. Empirical data show that the majority of the employees find their work adverse, since they rarely get the feeling of development or self-realization in the call-center. It is also troublesome for the employees to find any clear purpose in doing their tasks. Instead, several employees work to get an economic asset. The basis of this is that employees need money to be able to manage their social relationships. The study's conclusion is that the employees strive for the well-being, since the social is a component in the essence of well-being.

Keywords: Customer Service Employees, meaningfulness, motivation, well-being, social psychology, call-center

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
1.1 Inledning och problemformulering.....	1
1.2 Syfte.....	2
1.3 Frågeformulering.....	2
1.4 Disposition.....	3
2. Bakgrund.....	4
2.1 Vad är ett callcenter?.....	4
2.2 Organisationskultur.....	5
2.3 Styrning och kontroll.....	5
2.4 Vad är meningsfullhet?.....	5
2.5 Tidigare forskning.....	6
2.5.1 The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation (1995).....	6
2.5.2 Social interaction, co-worker altruism, and incentives (2010).....	6
2.5.3 On happiness and human potential: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being (2001).....	7
2.5.4 Engaging in Work Even When It Is Meaningless: Positive Affective Disposition and Meaningful Work Interact in Relation to Work Engagement (2013).....	8
2.6 Sammanfattning av vetenskapliga artiklar.....	8
3. Metod.....	10
3.1 Vetenskapsteoretisk ansats – Hermeneutik.....	10
3.2 Förförståelse.....	11
3.3 Urval och begränsningar.....	11
3.4 Val av metod.....	12
3.5 Tillvägagångssätt.....	13
3.6 Etik.....	14
3.7 Tillförlitlighet.....	15
4. Teori.....	16
4.1 Scheffs sociala band.....	16
4.2 Asplund.....	17
4.3 Collins interaktionsritualer.....	18
4.4 Välbefinnande i arbetet.....	20
4.5 Teorisammanfattning och diskussion val av teorier i förhållande till meningsfullhet.....	21
5. Presentation av materialet.....	23
5.1 Arbete, lön och mening.....	23
5.2 Arbetet och arbetsuppgifter.....	25

5.3 Sociala gemenskapen.....	28
5.4 Resultatsammanfattning.....	29
6. Analys.....	31
6.1 Lön, fritid och mening.....	31
6.2 Motivation i utförandet av arbetsuppgifter.....	34
6.3 Sociala gemenskapen.....	35
6.4 Välbefinnande i arbetet.....	37
7. Sammanfattning och slutsatser.....	40
8. Reflektion.....	44
9. Referenser.....	45
9.1 Böcker och artiklar.....	45
9.2 Internetkällor.....	47

1. Inledning

1.1 Inledning och problemformulering

Varför går människor till arbetet varje dag? Svaret på frågan om varför människan arbetar har sedan det moderna samhällets framväxt främst varit att tjäna pengar. Även om pengar är en viktig faktor för motivation för många, så är detta svar underförstått. (Abrahamsson & Andersen 2005:156).

Framförallt blir det tydligt då det finns människor som ägnar stora delar av sin tid åt volontärarbete, eller åt andra typer av organiserade arbeten som inte genererar pengar till personliga ändamål. Ett sätt på vilket vi kan försöka förstå detta är genom begreppet meningsskapande. Den fråga som ställs kring varför människor arbetar, leder därmed in oss på den motivationskomponent som är meningsfullhet, som svarar på alla livets varför-frågor. ”Varför ska jag göra detta? Varför sker detta? Vad ger detta mig?” (Antonovsky 1991 refererad till i Hanson 2004:114)

I denna socialpsykologiska studie har vi valt att intervjua kundtjänstarbetare som arbetar på ett callcenter i västsverige. Det callcentret som kundtjänstarbetarna arbetar på erbjuder kundtjänst via flera kommunikationskanaler. Mestadels sker kundtjänsten via chatt, vilket är både högintensivt och protokollstyrt. Därtill sker arbetet under tidspress. Varje chatt skall avslutas inom ett fåtal minuter och i flera fall tvingas kundtjänstarbetarna att hjälpa flera kunder samtidigt. Därmed blir arbetsuppgifterna mer eller mindre automatiserade eftersom kravet på effektivitet kräver att kundtjänstarbetaren förhåller sig till standardsvar. Således skulle arbetet i princip kunna genomföras av robotar. Samtidigt fortsätter kundtjänstarbetarna att gå till arbetet, och vi undrar vad som motiverar dem att gå till arbetet varje dag. Det ger upphov till en fråga om varför människor fortsätter att gå till ett sådant jobb, som vi menar berör aspekter av meningsfullhet eller brister på meningsfullhet i arbetet. Vi menar att det är relevant att studera detta i ett socialpsykologiskt perspektiv eftersom det kan bidra till en ökad förståelse för hur mening skapas i lågstatusyrken som är monotona, och därigenom göra arbetare mera medvetna om varför de väljer att fortsätta sitt arbete.

De socialpsykologiska teorier vi har utvecklat till en analytisk ram, för att utforska fenomenet meningsfullhet består av fyra teorier som behandlar olika aspekter om vad som kan tänkas göra kundtjänstarbetet meningsfullt för arbetarna. Med hjälp av Scheffs teori om sociala band, som handlar om människans behov av att bevara och skapa sociala relationer, behandlar vi viljan av att bevara och skapa relationer även utanför arbetet, som en aspekt för vad som gör kundtjänstarbetet till ett meningsfullt arbete (Scheff 1994:4). Fortsättningsvis tar vi hjälp av Asplunds teori om social

– asocial responsivitet. Asplund argumenterar för att människan är social och sällskaplig i sin natur och att det är genom gensvar och i närvaro av andra människor som individen blir erkänd och lever upp som varelse (Asplund 1978a:11-12). Vi använder teorin om social – asocial responsivitet för att få grepp om sociala relationer i arbetet som gör kundtjänstarbetet meningsfullt. Därefter använder vi Collins teori om interaktionsritualer. Collins hävdar att människor som ingår i lyckade interaktionsritualer, det vill säga, goda sociala interaktioner, motiveras till att fortsätta ingå i interaktionerna. I och med detta väljer vi teorin om interaktionsritualer för att belysa goda relationers betydelse för att ett arbete skall kännas meningsfullt (Collins 2004:47-48). Slutligen har vi även valt att använda Kazemis teori om välbefinnande i arbetet. Kazemi argumenterar för fem dimensioner av välbefinnande i arbetet: Social integration, socialt förverkligande, socialt sammanhang, social acceptans samt socialt bidrag (Kazemi 2009:30f) Framförallt betonas socialt förverkligande och socialt sammanhang som huvudsakliga komponenter för att ett arbete skall kännas meningsfullt. Därmed använder vi Kazemis teori för att förstå förbindelsen mellan meningsfullhet och välbefinnande. Det leder oss fram till formuleringen av vårt syfte och vår frågeställning, som är följande.

1.2 Syfte

Studiens allmänna syfte är att studera meningsskapande som ett socialpsykologiskt fenomen. Vill vi få en ökad förståelse för hur kundtjänstarbetarna på ett callcenter motiveras till att fortsätta arbeta på ett arbete som till synes är hårt reglerat, monotont och lågavlönat. Vidare vill tydliggöra att uppsatsens syfte inte är att skapa en generaliserbar kunskap. Istället är ambitionen att få en ökad förståelse för relationen mellan meningsfullhet och arbetsmotivation.

1.3 Frågeformulering

Hur finner kundtjänstarbetarna på callcentret motivation till att fortsätta arbeta på ett lågavlönat, hårt reglerat och monotont arbete?

För att kunna få svar på vår problemformulering kommer vi också att fokusera på underfrågor såsom:

- Vilken betydelse har lönen för kundtjänstarbetarnas möjlighet till att beakta sina sociala band?
- Vilka möjligheter har kundtjänstarbetarna till att förhålla sig socialt responsiva i arbetet?
- I vilken utsträckning motiveras kundtjänstarbetarna av den emotionella energin som de erhåller i interaktioner med sina kollegor?

- I vilken utsträckning upplever kundtjänstarbetarna välbefinnande i sitt arbete?

1.4 Disposition

Uppsatsen är indelad i åtta övergripande kapitel. Under kapitel ett beskrivs studiens problematisering, tillsammans med syfte och frågeställningar. Under kapitel två redovisas relevant bakgrund samt tidigare forskning om ämnet som presenteras i problemformuleringen. Kapitel tre är uppsatsens metodkapitel som innefattar studiens vetenskapsteoretiska ansats, förförståelse, urval och begränsningar, metod, tillvägagångssätt och etik. Därtill fogas en redogörelse för resultatets tillförlitlighet. Under kapitel fyra presenteras teoretiska utgångspunkterna som har använts för att skapa en socialpsykologisk analys och tolkning av empirin. Vidare i kapitel fem redogörs uppsatsens empiri. Därefter kommer kapitel sex, som är uppsatsens analyskapitel. Under analyskapitlet görs en tolkning av det empiriska materialet med hjälp av teoretiska utgångspunkter. Kapitel sju presenterar uppsatsens sammanfattning och slutsatser. Slutligen kommer ett reflektionskapitel där en återspeglning av uppsatsen presenteras. Här diskuteras även vad som hade kunnat göras annorlunda och huruvida syftet med uppsatsen uppfylls.

2. Bakgrund

Kommande bakgrundskapitel är menad som en kontextualisering av fenomenet meningsskapande. Därmed görs en beskrivning av vad ett callcenter är, följt av en redogörelse av callcentrets organisationskultur. Därefter presenteras en kortare beskrivning om hur styrning och kontroll fungerar inom vinstdrivande organisationer. Efteråt presenteras en övergripande förklaring av begreppet meningsfullhet. Slutligen redogörs tidigare forskning som berör fenomenet.

2.1 Vad är ett callcenter?

I fackförbundet Unionens studie om callcenterbranschen berättar författarna Åberg & Funseth (2009) att ett callcenter är en organisation som arbetar med kunder på distans, antingen via telefon eller IT. Ett callcenter kan beskrivas utifrån vilken typ av tjänst den erbjuder. Till exempel finns det callcenter som enbart arbetar med försäljning, medan andra arbetar med kundtjänst och tar hand om all kundkontakt. Således kan ett callcenter arbeta med både inkommande och utgående samtal med kunder. Framförallt arbetar callcenter med kundtjänst och fokuserar allt mera på god kvalitet på samtalen mellan kundtjänstmedarbetare och kund, vilket i sin tur bidrar till en mängd konsekvenser. En nämnvärd konsekvens är att kraven från slutkunderna ökar eftersom kunderna blir mer kräsna och ställer högre krav på service. Detta leder till att telefonsamtalen blir längre, vilket i sin tur gör arbetet mer mentalt krävande för den anställde. Å andra sidan bör det nämnas att callcenterbranschen arbetar med uppdragsgivare vars högsta mål med uppdraget är att tjäna pengar. Detta bidrar till att de anställda arbetar under ständig prispress, vilket i sin tur påverkar deras löner och arbetsförhållanden. Idag är callcenteranställda en av de grupper som har lägst lön bland Unionens medlemmar. Enligt Unionen har de lyckats att öka lönen något men de menar fortfarande att lönen är för låg för det komplexa och stressiga arbetet. Callcenterarbetare arbetar även i en starkt kontrollerad miljö som ställer höga krav på mätbara prestationsresultat. Således ställer det krav på ledningen att se till att mätningen används på ett konstruktivt sätt, så att det leder till kompetensutveckling hos de anställda. Görs inte detta kan mätningarna ses som övervakning, vilket kan bidra till en känsla av att kontrolleras, som i sin tur skapar stress och nervositet hos medarbetarna.

Callcenterbranschen består mestadels av unga människor, detta inkluderar även ledning och chefer. Det finns med andra ord ingen lång traditionell utveckling av ledarskap och ledning. Ett ytterligare problem som blir framträdande med unga chefer är bristande erfarenheter av hur en chef ska vara. Således förekommer det ofta bristande kompetens och ledarskapsfärdigheter bland chefer och

ledning.

2.2 Organisationskultur

Det som utmärker en organisation är dess organisationskultur (Alvesson 2013:112-114). Således är det viktigt att förstå den kultur som respondenterna arbetar i för att kunna studera det sociala fenomenet. Enligt Alvesson har organisationen en pyramidstruktur med en liten topp och en stor botten. (Alvesson 2009:34-36). I toppen på denna pyramid befinner sig ledningen som sätter krav på botten av pyramiden. På botten befinner sig arbetarna som också är kända som "first-line". "First-line" är den personal som arbetar i direkt kontakt med kunden och därmed befinner sig längst ner i arbetshierarkin. Bang å sin sida beskriver begreppet organisationskultur på följande sätt: "organisationskultur är den uppsättning gemensamma normer, värderingar och verklighetsuppfattningar som utvecklas i en organisation när medlemmarna samverkar med varandra och omvärlden" (Bang 1999 refererad till i Heide 2012:47).

2.3 Styrning och kontroll

Alla organisationer har något mål med sin verksamhet. Således behövs styrning och kontroll inom företaget för att verksamheten skall uppnå sitt mål. Ofta är ekonomisk styrning centralt i detta sammanhang, men det förekommer också styrning i form av beteendekontroll och försök till bestämmelser av föreställningar, det vill säga, bestämmelser av hur medarbetarna skall uppföra sig. (Alvesson 2013:91). Kraven som sätts av toppen är förankrade i organisationens vinstdrivning och inkomst, vilket kan påverka arbetarnas arbetssituation.

2.4 Vad är meningsfullhet?

En författare som har gjort ett försök att besvara frågan: "vad är meningsfullhet?" är Antonovsky (Hanson 2004:114). Antonovsky myntade termen KASAM eller "känslan av sammanhang" (Hanson 2004:112) där han menar att meningsfullhet är KASAM-begreppets motivationskomponent. Det är genom känslan av mening vi finner svaren på livets alla varför-frågor: "Varför ska jag göra detta? Varför sker detta mig? Vad ger detta mig? Vad ger detta andra i hela världen?" (Antonovsky 1991 refererad till i Hanson 2004:114). För människan är upplevelsen av meningsfullhet en känslomässig grund. Utan att direkt kunna peka på varför, så lockas människan emellertid till engagemang, energi och livsglädje. Enligt Hanson är Antonovsky inspirerad av Viktor Frankl som studerade meningsskapande som en betydande komponent för människans liv och överlevnad (Hanson 2004:115). Frankl belyser även betydelsen utav

meningsskapande i både små och stora sammanhang. Han menar att det är viktigt att känna mening i både de små händelserna som man upplever till vardags, men även att man har en mer långsiktig och övergripande känsla av mening, som till exempel en religiös tro (Hanson 2004:115).

2.5 Tidigare forskning

2.5.1 The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation (1995)

I *The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation* av Baumeister & Leary (1995) försöker författarna utvärdera tesen om människans behov av att känna tillhörighet. Tesen understryker att människor har en drivkraft till att skapa och kvarhålla positiva och betydelsefulla relationer. Dessa relationer behöver dessutom vara frekventa mellan ett fåtal människor. Ett ändamål med författarnas studie är att demonstrera hur behovet av att känna tillhörighet är kopplat till människors motivation och beteenden. Motivation har tidigare allt för ofta blivit kopplat till behovet av makt, bravader, intimitet och godkännande. Men dessa behov kan vara drivna av behovet av tillhörighet. Till exempel skriver författarna att människor föredrar bravader som syns och som anses vara värdefulla av andra människor. Vidare så är behovet av acceptans en förutsättning för att forma och upprätthålla sociala band. Vad som också bör tilläggas är att intimitet är en egenskap i fungerande och nära relationer. Utöver detta skriver författarna att behovet av gemenskap är så pass starkt att det nästan kan likställas med behovet av föda.

Tesen om att människor har en drivkraft till att skapa och kvarhålla positiva och betydelsefulla relationer förutsätter att sociala band är lätta att skapa men även svåra att bryta. Detta är någonting som författarna också har kommit fram till i sin studie. Slutligen skriver författarna att människor behöver nära relationer där de gör skillnad för personens hälsa och lycka, samt att det är viktigt att tillhöra, då tillhörighet är ett behov som är medfött hos människan och kan betraktas som ett grundläggande mänskligt behov (Baumeister & Leary 1995:495-529).

2.5.2 Social interaction, co-worker altruism, and incentives (2010)

För vidare fördjupning ger författarna R. Dur & J. Sol (2010) i artikeln *Social interaction, co-worker altruism, and incentives* ytterligare bevis för att arbetares tillfredsställelse på arbetat förknippas med sociala interaktioner med kollegorna. I artikeln skriver R. Dur & J. Sol att goda relationer på arbetsplatsen har ett positivt samband med arbetstillfredsställelse, arbetsengagemang och organisatoriskt engagemang, medan negativa arbetsrelationer mellan kollegorna leder till stress

och frånvaro. Därmed är social interaktion med kollegor en av de viktigaste faktorerna för trivsel. Således påverkar ogynnsamma arbetsrelationer företagets omsättning, eftersom stress leder till sämre arbetsresultat. R. Dur & J. Sol poängterar även att lön och arbetstrivsel inte går hand i hand. Efter en undersökning bekräftades hypotesen, vilket betyder att företag behöver främst främja sociala relationer i arbetet för att motivera sina arbetare. Således är det viktigt att möjliggöra interaktioner på en arbetsplats, till exempel bör företag ha bestämda lunch- och kafferum för att goda sociala relationer skall ha möjlighet till att kunna skapas. Efter undersökningen konstaterade R. Dur & J. Sol även att arbetarna upplever att goda sociala relationer motiverar arbetare mera än vad en hög lön gör. Således behöver företag identifiera ovanstående. R. Dur & J. Sol understryker även att de företag som utesluter vetskapen om goda relationers betydelse, hämmar sin ekonomiska vinst, då arbetarnas arbetstrivsel påverkar arbetsresultatet i så pass hög bemärkelse. För att stärka R. Dur & J. Sol resultat om goda sociala relationers betydelse för trivsel i arbetet nämns ytterligare två studier som kom fram till liknande slutsatser. Första studien genomfördes genom att intervjua australienska pensionärer om tidigare arbetserfarenheter. Här understrykes goda kollegor som en vital aspekt för trivsel i arbetet. Slutligen berättar R. Dur & J. Sol att ett liknande resultat konstaterades i en fransk studie. Här poängterade författarna att arbetare med goda och frekventa interaktioner med kollegor, trivdes bättre i sitt arbete än arbetare som hade ogynnsamma interaktioner (Dur & J. Sol 2010:293 -301).

2.5.3 On happiness and human potential: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being (2001).

Ryan & Deci belyser meningens betydelse i arbetet. *I artikeln On happiness and human potential: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being (2001)* skriver författarna att välbefinnande härrörs från två perspektiv. Det första perspektivet kallas för den hedoniska metoden. Detta perspektiv inriktar sig på lycka och menar att välbefinnande uppnås när glädje uppstår och smärta undviks. Ryan & Deci understryker även att perspektivet fokuserar på subjektivt välbefinnande. Med andra ord, aspekter som livstillfredsställelse, förekomsten av positiv stämning, och frånvaron av negativ stämning. Enligt perspektivet utgör ovanstående tre aspekter grunden för lycka. Det andra perspektivet kallar författarna för eudaimoniska perspektivet. Detta synsätt fokuserar på självförverkligande och mening och definierar välbefinnande utifrån hur fullständigt fungerande en person är. Det vill säga, människan upplever välbefinnande när hon upplever sin handling som meningsfull.

Å andra sidan har flera filosofer, teologer och visionärer nedvärderat lycka som huvudkomponent för välbefinnande. Författarna nämner till exempel Aristoteles, som menade att hedonisk lycka är en

vulgär idé, eftersom denna idé gör människor till slavar till våra egna önskningar. Författarna poängterar att det eudaimoniska perspektivet är betydelsefullt, eftersom det visar att välbefinnande är distinkt skilt från glädje i sig. Med andra ord, eudaimoniska teorier hävdar att det inte är tillräckligt att få alla önskningar uppfyllda för att välbefinnande skall infinna sig. Även om uppfyllelse av önskningarna producerar nöje, så främjar det inte alltid välbefinnande, således kan lycka och välbefinnande inte likställas. Därmed kan en människa känna meningsfullhet med sitt handlande utan att denne känner lycka av att utföra handlingen. Samtidigt bör inget utav perspektiven uteslutas, då perspektiven tillsammans utgör en grund för att förstå vad välbefinnande är (Ryan & Deci 2001, 141-166).

2.5.4 Engaging in Work Even When It Is Meaningless: Positive Affective Disposition and Meaningful Work Interact in Relation to Work Engagement (2013)

I artikeln *Engaging in Work Even When It Is Meaningless: Positive Affective Disposition and Meaningful Work Interact in Relation to Work Engagement* klarlägger Steger et al. (2013) vad som är ett meningsfullt arbete, samt vilka konsekvenser som blir av att arbetaren finner sitt arbete meningsfullt. Meningsfullt arbete är tänkt att uppstå när människan har en klar uppfattning om sin förmåga, vad som förväntas av henne, och hur hon kan arbeta framgångsrikt inom sin arbetsmiljö. Arbetet är mer sannolikt att upplevas som meningsfullt när arbetaren vet att dennes ansträngningar arbetar mot ett tydligt syfte inom en organisation, och när det bidrar till större samhällsnytta. Således uppstår meningsfullt arbete när människan verkligen kan ägna sig åt viktiga arbetsuppgifter. Steger et al. fortsätter och berättar att meningsfullt arbete är viktigt, eftersom det står i relation till arbetsrelaterade och allmänna välbefinnande variabler, såsom arbetstillfredsställelse, men även att få möjlighet till att kunna använda sina styrkor på arbetet och visa sin fulla potential. Fortsättningsvis menar Steger et al. att människor är mer engagerade och motiverade till att arbeta om arbetet känns meningsfullt. Detta leder slutligen till att arbetet blir en mer central plats i arbetarens liv. Följaktligen är den arbetare som finner sitt arbete meningsfullt mindre frånvarande från sitt arbete och har mindre tendens att lämna sin organisation. Forskning har också funnit att meningsfullt arbete är kopplat till positiva arbetsresultat och allmänna välbefinnande.

2.6 Sammanfattning av vetenskapliga artiklar

Vi har valt att använda oss av fyra vetenskapliga artiklar som berör fenomenen motivation, välbefinnande och meningsfullhet. Artiklarna belyser aspekter av vad som motiverar människan till

att handla samt aspekter av välbefinnande och meningsfullhet. I artikeln *Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation* skriver Baumeister & Leary (1995) att människan har ett tillhörighetsbehov. Baumeister & Leary fortsätter och skriver att behovet av tillhörighet är så pass essentiellt att det kan likställas med människans behov av föda. Det är rimligt att anta att människans beteende främjas av hennes tillhörighetsbehov vilket motiverar henne att beakta sina sociala band. Därmed kommer artikeln att användas för att stärka argumentationen om den ekonomiska tillgångens betydelse, då vi där argumenterar för att pengar är viktigt för att kunna beakta sociala band i dagens kommersiella samhälle.

För att stödja vår argumentation om att kundtjänstarbetenas kollegor är viktiga för kundtjänstarbetenas välbefinnande och trivsel i arbetet använde vi artikeln *Social interaction, co-worker altruism, and incentives* av R. Dur & J. Sol (2010). I artikeln belyser Dur och J. Sol att goda relationer på arbetsplatsen har ett positivt samband med arbetstillfredsställelse, arbetsengagemang och organisatoriskt engagemang, medan negativa arbetsrelationer mellan kollegorna leder till stress och frånvaro. Goda arbetsrelationer är därmed viktiga för trivsel i arbetet. R. Dur & J. Sol understryker även att de företag som utesluter vetskapen om goda relationers betydelse, hämmar sin ekonomiska vinst, då arbetarnas arbetstrivsel påverkar arbetsresultatet i så pass hög bemärkelse. Därmed anser vi att artikeln relevant för att besvara frågan om vad som motiverar kundtjänstarbetarna till att fortsätta arbete.

I den tredje artikeln, *On happiness and human potential: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being* tar författarna Richard M. Ryan and Edward L. Deci upp två perspektiv. Den hedoniska metoden som innebär att välbefinnande uppnås när glädje uppnås och smärta undviks, och den eudaimoniska metoden vilken tar upp självförverkligande och mening som aspekter av vad som leder till välbefinnande. Här belyser författarna även att lycka och välbefinnande inte kan likställas. Artikeln får sin relevans genom att definiera begreppet välbefinnande, då vi senare argumenterar för välbefinnandes betydelse för människans känsla av mening i arbetet. I analyssektionen argumenterar vi även för att välbefinnande i arbetet och motivation till att arbeta går hand i hand.

I den sista artikeln *Engaging in Work Even When It Is Meaningless: Positive Affective Disposition and Meaningful Work Interact in Relation to Work Engagement* skriver Steger et al.(2013) att människor behöver ha en klar uppfattning om sina förmågor, vad som förväntas av dem, och hur de ska nå framgångar inom sin arbetsmiljö för att de ska känna meningsfullhet i sitt arbete. I och med artikelns påstående får artikeln relevans, då vi senare argumenterar för att meningsskapande är en viktig aspekt för kundtjänstarbetarnas vilja till att fortsätta arbeta i ett arbete som är lågavlönat, monotont och hårt reglerat.

3. Metod

I avsnittet nedan kommer vi att motivera val av metod, och redogöra för hur vi gick tillväga för att genomföra undersökningen. Således berör detta avsnitt delarna: vetenskaplig ansats, förförståelse, urval och begränsningar, metodval, tillvägagångssätt och etiska reflektioner.

3.1 Vetenskapsteoretisk ansats – Hermeneutik

De två traditionella vetenskapsteoretiska ansatser som brukar förekomma i samhällsvetenskapen är positivismen och hermeneutiken. I en positivistisk studie fokuserar forskaren huvudsakligen på att skapa eller finna generaliserbar kunskap, och använder ofta metoder som syftar till att generera kvantitativa data. Enligt positivismen ska forskaren heller inte inverka på studieobjektet. Den positivistiska vetenskapsteorin valde vi bort, då vårt syfte är att studera meningsskapande bland kundtjänstarbetare på ett callcenter, som är ett fenomen som involverar känslor, upplevelser och berättelser (Bryman, 2013:32), och lämpar sig för kvalitativ forskning. I kontrast till positivismen finner vi hermeneutiken som utgår ifrån forskarens förförståelse, med andra ord, tidigare kunskaper och erfarenheter som forskaren bär med sig in i ett forskningsprojekt.. Även om forskaren aldrig har stött på fenomenet eller händelsen tidigare så bildar han eller hon sig ändå en förförståelse om dess innebörd, baserat på egna erfarenheter (Widerberg 2002:26).

I syfte att svara på vår problemformulering om hur kundtjänstarbetarna motiveras att fortsätta arbeta i ett lågavlönat och hårt reglerat arbete använde vi oss utav en hermeneutisk ansats. Hermeneutiken är en tolkningslära som enligt Widerberg bygger på fyra grundantaganden (Widerberg, 2002:26).

Det första grundantagandet är att mening enbart kan förstås i en given kontext. Detta betyder att vi som forskare inte kan tolka fenomenet utanför dess sammanhang. Det andra antagandet är att all förståelse och tolkning är beroende av helheten och omvänt. Det tredje antagandet handlar om att all förståelse bygger på någon annan form av förståelse. Slutligen måste varje tolkning som görs bygga på någon form av förutfattad mening eller förväntning (Widerberg, 2002:26). Grundmotivet till detta val var för att vi tyckte den lämpa de sig bäst till att besvara studiens frågeställning.

Framförallt eftersom vi inte eftersträvade en generaliserbar kunskap om hur arbetare runt om i världen finner mening med sitt arbete, utan just hur denna arbetsgrupp på callcenteret i västra Sverige finner mening i sitt arbete. Vi var heller inte ute efter att skapa ett mätbart resultat utan huvudfrågan var menad att enbart besvara hur denna enskilda arbetsgruppen går tillväga för att finna mening med sitt arbete. Hade huvudfrågan istället varit om hur frekvent fenomenet förekommer i allmänhet hade en positivistisk analysmetod varit angelägen, men i syfte att förstå känslor och upplevelser så lämpar sig hermeneutiken bättre.

I syfte att bättre förstå vårt problem använde vi oss utav den hermeneutiska cirkeln. Cirkeln handlar om del och helhet och att förståelse enbart kan förstås genom dessa två i relation till varandra. Därmed kan man inte förstå helheten utan delförståelsen och delen kan inte förstås utan helheten. För att tydliggöra betraktade vi de intervjuer vi genomförde som olika perspektiv som tillsammans skapar en helhetsförståelse för att försöka förstå varför individer arbetar kvar inom ett arbete under relativt dåliga arbetsförhållanden. (Allwood & Erikson, 1999:78).

3.2 Förförståelse

Som tidigare nämnt utgår det hermeneutiska perspektivet ifrån forskarens förförståelse, med andra ord, de tidigare kunskaper och erfarenheter som hon har med sig in i forskningen.

Den gemensamma förförståelse vi som skriver denna uppsats har, är förankrad i både socialpsykologiska teorier men även egna erfarenheter av serviceyrket och hur dessa organisationer är uppbyggda. Det betyder att vi redan vid studiens början hade en förförståelse om människan som en social varelse och hur det sociala kan vara en bidragande faktor för människans välbefinnande, men också att serviceyrket är ett stressigt och relativt lågavlönat yrke. Simon, en av medförfattarna till studien, har arbetat på arbetsplatsen tidigare, vilket bidragit till en god förförståelse. Detta kan även vara till en nackdel, då Simons erfarenheter av yrket kan färga studiens resultat. Således bidrog Bletas förförståelse med ett yttre perspektiv, då hon har erfarenhet från andra servicearbeten, och inte har arbetat på arbetsplatsen.. Det som vi har gemensamt är dock att vi båda har arbetat inom serviceyrket, vilket ger oss en bättre förståelse för yrket som sådant. Vi har båda upplevt de egna kollegorna som den viktigaste aspekten av arbetet, för utan goda kollegor upplevde vi båda arbetet som tråkigt och meningslöshet, Till exempel valde Simon att alltid arbeta så mycket dagtid som möjligt eftersom han då kunde spendera mer tid med goda kollegor, men också för att få mer tid med sin familj. Detta val gjorde Simon trots att han tjänade mer pengar om han hade valt att arbeta kvällstid.

3.3 Urval och begränsningar

Urvalet av respondenterna gjordes genom ett så kallat kriterieurval (Bryman, 2013:96–197). Detta gjordes genom att besöka arbetsplatsen och fråga de anställdas ”team leader” om vilka som kunde ställa upp. Det var dock viktigt att dessa respondenter passade de kriterier och begränsningar som gjorts för urvalet. Det vill säga, kundtjänstmedarbetare som var mellan 20-25 år och som arbetar i samma skepp. Ett skepp är en grupp som sitter bredvid varandra och arbetar med liknande arbetsuppgifter. Skeppet ger dessutom möjligheter för medarbetarna att integrera med varandra

under arbetstid. Därmed intervjuades tio stycken medarbetare som arbetar i samma skepp. Utöver ovanstående urvalskriterier anpassade vi även vårt urval till respondenternas intresse och entusiasm av att vilja delta. Detta var enligt oss viktigt eftersom vi inte ville att respondenterna skulle känna sig tvingade att genomföra studien. Vi valde dessutom respondenter som levde relativt nära varandra. Anledningen till detta var att vi inte ville spendera vår tid med att resa till olika platser, eftersom detta skulle bidra till tidsförlust och resekostnader. Slutligen begränsade vi urvalet genom att se till att de representerande respondenterna arbetar nära varandra, det vill säga i samma arbets skepp. Anledningen till denna begränsning var för att vi inte var ute efter en allmän kunskap över huruvida människor finner motivation i allmänhet att gå till arbetet. Istället var våra ambitioner att genomföra en så kvalitativ studie som möjligt. Att gå utanför denna begränsning, skulle enligt oss, inte bidra med någonting, eftersom vi då hade varit tvungna att ha ett mer kvantitativt perspektiv redan från början. Vi är heller inte intresserade av att skapa en generaliserande kunskap, vilket bidrog till denna avgränsning. Därmed ansåg vi att kriterieurval var passande för undersökningen, eftersom kriterieurval är baserat på ett flertal avgränsningar som sker tidigt i processen för att precisera studien (Bryman 2013:196–197). Nackdelen med denna metod är att det kan uppstå problem om kriterierna utesluter en viss målgrupp och att en komplettering av urvalet måste ske för att uppnå en tillräcklig variationsbredd av informanter. För att undvika detta hade snöbollsmetoden kunnat appliceras (Ahrne G & Svensson 2011:43). Denna metod går ut på att först ta kontakt med en informant och genom denna få kontakt med andra. Problemet med denna metod är att urvalet istället kan bli litet och skevt. Fördelen med kriterieurvalet är att alla informanter blir utvalda baserat på lika premisser, vilket enligt oss gör kriterieurvalet till ett mer tillförlitligt tillvägagångssätt i jämförelse snöbollsmetoden.

3.4 Val av metod

Inom vetenskaplig forskning talas det ofta om två metoder för att samla in ett empiriskt material: kvantitativ och kvalitativ metod. Den kvantitativa metoden används där syftet primärt är att få fram ett mätbart resultat i form av siffror, medan den kvalitativa metoden ger en djupare förståelse för människor och fenomen i sin naturliga miljö (Bryman 2013:154, 340-341). Enligt Widerberg riktar sig den kvalitativa forskningen till att besvara frågor som: “Vad handlar fenomenet om” och “vad betyder det?” (Widerberg 2002: 15) Därmed använde vi denna metod för att tydliggöra hur respondenterna finner mening i sitt arbete på kundtjänsten (Widerberg 2002:15). En viktig aspekt i kvalitativ metod är att den fokuserar på att sociala egenskaper är resultatet av ett samspel mellan individer och inte av företeelser (Bryman 2013:341). Efter att ha valt kvalitativt metod diskuterade vi lämpliga sätt att samla in det empiriska materialet på. De två nämnvärda metoder som

diskuterades var intervjuer och deltagande observationer. Båda dessa metoder har sina styrkor och svagheter, men då syftet var att få förståelse för hur kundtjänstmedarbetarna finner mening med sitt arbete har vi valt kvalitativa intervjuer som metod. Detta eftersom intervjuer ger respondenten möjlighet att uttrycka känslor och upplevelser av ett fenomen eller yrkesliv (Ahrne & Svensson 2011:56). Givetvis hade en kombination av deltagande observationer och intervjuer kunnat göras, men då kundtjänstarbetarna arbete var sekretessbelagt så fick vi inte befinna oss i deras arbetsmiljö under längre perioder.

Intervjuer kan se ut på olika sätt, antingen mer eller mindre strukturerade (Dalen 2007:30) Skillnaderna däremellan är att den mera strukturerade intervjun förhåller sig till en förutbestämd följetong av frågor, medan den mindre strukturerade intervjun låter respondenten tala mer fritt. Ett exempel på en mindre strukturerad intervju är livsvärldsintervjuer. För att förklara vad en livsvärldsintervju är vill vi först förklara vad en livshistoria är. Enligt författarna Ahrne & Svensson är en livshistoria en berättelse om människans liv, det vill säga, människans egna berättelser om sitt egna liv (Ahrne & Svensson 2011:58). Således valde vi livsvärldsintervjuer som metod eftersom denna typ av metod lämpar sig väl för att samla in ett material som är kopplat till känslor och upplevelser av ett fenomen. Denna metod lät oss även ställa följdfrågor där det behövdes vilket underlättade i syfte att få ett rikt material (Kvale & Brinkmann 2010:184-185). De eventuella nackdelar som finns med livsvärldsintervjuer är att respondenten kan känna sig utnyttjad eller feltolkad (Ahrne & Svensson 2011:58). Som forskare kan det även hända att man ”invaderar” på respondentens självbild och liv vilket kan bidra med att respondenten känner sig kränkt. Men samtidigt menar vi att denna metod lämpar sig bäst då vi eftersträvar uttryck om känslor och upplevelser. Till exempel lämpar den sig bättre än en helstrukturerad intervju då en helstrukturerad intervju kan begränsa respondenten i sina uttalanden.

3.5 Tillvägagångssätt

Inför denna studie utarbetades en intervjuguide som var uppdelad i fem stycken teman: Arbetsuppgifter, motivation och mening, samarbete och kollegor, socialt umgänge och ledningen. Dessa teman användes som olika ingångar, för att ge oss underlag att besvara studiens huvudfråga. Efter det tog vi kontakt med såväl arbetschef, vars grupp ska intervjuas, som receptionen på företaget, där studien ska genomföras. I dessa samtal informerade vi om vad studien gick ut på och vad vårt syfte var och hur det skulle genomföras. Efter att ha fått ett godkännande med premisserna att inga namn, varken på företag eller anställda lämnas ut, kunde vi börja genomföra våra intervjuer. Därefter förflyttade vi oss till berörd ort och genomförde de tio kvalitativa intervjuerna, vilka varade i cirka en timme per intervju. Detta gjordes med hjälp av intervjuguiden, som vi nämnt ovan.

Eftersom företaget hade hög sekretess kunde intervjuerna inte genomföras på arbetsplatsen. Intervjuerna genomfördes därför på platser valda av respondenterna. Anledningen till detta var att dessa skulle känna sig trygga inför intervjun. Inför intervjun berättade vi om intervjuens upplägg, samt om respondenternas rättigheter, det vill säga, samtyckeskrav. Utöver samtyckeskravet berättade vi att materialet är konfidentiellt och endast kommer används i forskningssyfte. Dessutom presenterade vi oss själva och var vi kom ifrån för att ge ett tillförlitligt intryck (Widerberg 2002:94). För att spela in intervjuerna använde vi oss av datorer som tekniskt hjälpmedel. Här såg vi även till att använda områdesprincipen (Dalen 2008:31) som går ut på att ställa några inledande frågor för att respondenten skall känna sig avslappnad och trygg för att fortsätta att genomföra intervjun.

Efter att alla intervjuer var genomförda transkriberades intervjuerna noggrant så att allting som sades i intervjuerna återgavs i skrift (Aspers 2007:149).

3.6 Etik

”De som intervjuas har rätt till sin egen integritet och sin egen värdighet” (Trost 2010:123). Vi har följt grundläggande krav inom etiska riktlinjer för de intervjuer som har gjorts. Enligt god forskning sed (Kvale & Brinkmann 2009:90) så började vi med att informera respondenterna om syftet med vår studie. Vi skickade även ut ett mejl till alla våra respondenter där studiens syfte tydliggjordes. Respondenterna informerades även om samtyckeskravet, dvs. att det är frivilligt att delta och att de när som helst kan avbryta intervjun, utan att behöva ge oss en anledning till varför. Innan intervjuerna startade så började vi berätta lite kort om syftet med studien, hur intervjun skulle gå till och vilka resultat vi strävar efter. Respondenterna informerades även om att resultaten endast kommer att redovisas i vår uppsats och ingen annanstans och att respondenterna får ta del av resultatet om så önskas, det så kallade nyttjandekravet. Respondenterna fick även information om konfidentialitetskravet, d.v.s. att de är anonyma och att det inte skall gå att koppla deras svar till deras namn samt att all information skyddas från obehöriga. Vi frågade även respondenterna om vi fick spela in dem och att förklarade i detta sammanhang att intervjuerna endast skulle används i forskningssyfte, och att materialet därefter skulle förstöras. Enligt vetenskapliga rådet (2002) kallas detta för nyttjandekravet vilket innefattar att all information som vi har samlat från respondenterna endast får användas i forskningssyfte. Det fanns även lagar och regler på arbetsplatsen som sa att all information om företaget, och delar av deras arbetsuppgifter, måste vara konfidentiella.

Vi som intervjuade var även medvetna om de konsekvenser som Kvale tar upp (Kvale & Brinkmann 2009:90). Det finns en stor risk att intervjun blir för intim och att respondenterna kan avslöja saker som de senare kan komma att ångra. Vi var även medvetna om att vissa frågor var

känsliga och svåra att svara på, då vår studie handlar om en arbetsplats där kollegor kan ha olösta problem med varandra. Således var vårt syfte med studien inte att lösa respondenternas problem på jobbet emellan kollegorna, eftersom vi är inte är utbildade terapeuter så försökte vi hålla vår roll som intervjuare på en professionell nivå men med risk för att inte vara för känslolokalla (Kvale & Brinkmann 2009:90-91). Vi försökte även att se varje respondent som en enskild person med olika bakgrund som hade olika erfarenheter av jobbet. Då Kvale & Brinkmann skriver ” det handlar om att se och bedöma snarare än att lära sig universalisera eller beräkna” Kvale & Brinkmann 2009:96).

3.7 Tillförlitlighet

För att en studie skall vara tillförlitligt är det värt att diskutera begreppen reliabilitet och validitet. ”Validitet går ut på en bedömning av om de slutsatser som genererats från en undersökning hänger ihop eller ej.” (Bryman 2013:50). Samtidigt är det nämnvärt att berätta att det finns flera sätt att mäta validiteten i en undersökning. En typ av validitet kallas för mättningsvaliditet och denna typ av validitet används mestadels vid kvantitativ forskning. Detta eftersom målet i grund och botten är att reda ut huruvida det mätbara resultatet i undersökningen bevisar det resultatet påstår att det ska bevisa. Nästa form av validitet kallas för intern validitet och riktar sig mera till att diskutera orsaksförhållanden. För att tydliggöra handlar intern validitet om huruvida X verkligen resulterar i Y (Bryman 2013:50). För att leva upp till den interna validitetens krav lät vi våra respondenter att prata klart och tydligt, gav dem möjlighet att uttrycka sig till fullo, samt ställde flera följdfrågor för att se till att kausaliteten mellan de olika variablerna kvarstod som solida. Samtidigt vill vi påminna läsaren om att studien tar sin utgångspunkt i den hermeneutiska tolkningstraditionen, vilket innebär att studies validitet är bunden till vår tillit i respondenternas svar och sanningsenlighet.

Vidare vill vi diskutera studien i relation till reliabilitet. Vanligtvis är detta någonting vitalt för att veta huruvida tillförlitligt studien är, men då vår studie är kvalitativ menar vi att reliabiliteten får mindre relevans. Reliabiliteten går nämligen ut på att en studie skall vara replikerbar, vilket är ett svårt krav att uppnå eftersom vi inte kan ”frysa” den sociala miljön (Bryman 2013:352). Å andra sidan skriver Bryman att studien får en ökad reliabilitet om en ny grupp forskare genomför en liknande studie, genom att återskapa den sociala miljön som vår studie gjordes i, och kommer fram till ett liknande resultat (Bryman 2013:252). Därmed var vi noga med att förklara hur vi gick tillväga för att genomföra studien.

Slutligen begränsade vi Simon från att intervjua vissa utav respondenterna eftersom han kände dem sen tidigare. Vi ville undvika att Simons relationer med kundtjänstarbetarna skulle påverka deras svar, då de skulle kunna vara rädda att prata ärligt om sina erfarenheter och upplevelser av sina kollegor.

4. Teori

I syfte att förstå och tolka kundtjänstmedarbetarnas motiv till handlande kommer vi att använda oss utav fyra olika teorier. Dessa teorier är Scheffs teori om sociala band, Asplunds teori om människan som responsiv varelse, Collins teori om interaktionsritualer och slutligen Kazemis teori om hur välbefinnande uppnås i arbetslivet. Dessa teorier anser vi lämpar sig väl för att tackla studiens huvudfråga angående hur anställda på kundtjänsten finner motivation att fortsätta att arbeta i ett lågavlönat arbete som är hårt reglerat. Dekan användas som olika infallsvinklar för att tolka respondenternas uttalanden och motiv till handlande. I det följande kommer vi först redogöra för teorin, och motivera teorin i förhållande till vår problemformulering.

4.1 Scheffs sociala band

För att analysera respondenternas drivkraft till att fortsätta arbeta på kundtjänsten använde vi oss utav Scheffs teori om sociala band. Det är en teori som utgår ifrån att människan har ett behov utav att bevara och skapa sociala relationer. Fortsättningsvis menar Scheff att dessa sociala band är så pass vitala för människan att de kan vara underliggande för alla mänskliga beteenden (Scheff 1994:4). För att bevara dessa sociala band har vi människor utvecklat två stycken system som vi använder oss utav. Det första systemet är ett kommunikationssystem som hjälper oss att kunna kommunicera verbalt. Det andra systemet kallas för hänsynemotionssystemet (Scheff 1994:6,71,75). Detta system är subtilt och finns med oss kontinuerligt. Systemet går ut på att reglera människan på ett sådant sätt att det belönar oss med stolthet när vi visar hänsyn och straffar oss i form av skam när vi inte visar tillräckligt med hänsyn. Scheff menar att människor upplever skam när de sociala banden är hotade och att människan upplever stolthet när de sociala banden är säkra. Detta system är ett system av sanktioner som uppmanar till konformitet. (Scheff 1994:74) Detta eftersom vi människor uppmuntras genom de belöningar vi får genom att förhålla oss till ett likformigt beteende. Det vill säga, om en människa förhåller sig till konformitet erhåller denne en belöning. På liknande vis upplever människan att människan själv kommer att bli bestraffad om denne inte förhåller sig till ett likformigt beteende. Dessa belöningar och straff kan även vara informella och offentliga. Till exempel kan en belöning vara i form av ett arvode. Arvodet illustrerar en hög grad av hövlighet och på så vis förväntas arvodet ge människan en känsla av stolthet. Som motpol till offentlig belöning hittar vi den offentliga bestraffningen som t.ex. en löneminskning eller utskällning. Att uppleva detta förmodas att ge känslan av skam hos den som blir beskylld. Å andra sidan behövs det tilläggas att formella belöningar och straff är betydligt mindre frekventa än de

informella (Scheff 1994:75). Som tidigare nämnt så finns systemet med oss hela tiden, till och med när vi är ensamma. Fortsättningsvis är systemet så pass effektivt att det garanterar en anpassning av tankar, känslor och handlingar hos människor. Detta betyder i sin tur att ömsesidig konformitet och respekt leder till medkänsla och stolthet. Detta leder senare till ännu mer konformitet vilket i sin tur leder till ännu mer positiva känslor och så vidare. (Scheff 1994:76)

Enligt Scheffs teori är sociala band ett starkt motiv för människors handlande. Det är i synnerhet skam och stolthet som reglerar människans beteende. Vi anser teorin användbar för att studera kundtjänstarbetarnas motivation till att fortsätta arbeta på kundtjänsten, mot bakgrund av de sociala band som de upprätthåller på sin framtid. I dagens konsumtionssamhälle kan det vara svårt att upprätthålla sociala band utan en bestämd inkomst, trots att den är låg. Dessutom kan arbetslöshet ses som något normbrytande, vilket kan vara ett motiv till att fortsätta arbeta, trots att arbetet är tråkigt och regelbundet. Vi använder således teorin om sociala band för att belysa både sociala relationer upprätthålls på fritiden, och betydelsen av att inte vara arbetslös.

4.2 Asplund

I boken *"Det sociala livets elementära former"* presenterar Asplund social responsivitet och responsiv socialitet, som lägger grunden till hans socialpsykologiska teori. Denna teori blir användbar i syfte att studera kundtjänstarbetarnas motivation till att fortsätta arbeta då teorin i stora delar inriktar sig på interaktion och relationer från ett socialpsykologiskt perspektiv. Detta hjälper oss således att tackla problemområdet från ytterligare ett perspektiv. Asplund beskriver att människans beteende kan bland annat förstås genom social responsivitet, dock är det inte den enda förklaringsgrunden till mänskligt beteende, men kan ge en generell prägel på människans handlande. Asplund menar att människan är social och sällskaplig i sin natur och att det är genom gensvar och i närvaro av andra människor som individen blir erkänd och lever upp som varelse. Att bli erkänd som individ innebär också att individen utvecklar sin identitet. Får inte individen social respons blir dennes liv mål- och livlöst (Asplund 1987a:11-12). Ett nyckelbegrepp som kretsar kring Asplunds teori är social responsivitet eller responsiv socialitet. (Asplund 1987a:11) Social responsivitet kan delas upp i två delar: socialitet och responsivitet. Socialitet kan översättas med att vara social, eller att "ställa en fråga" medan responsivitet betyder att ge en respons eller "att svara på frågan" (Asplund 1987a:11). För att exemplifiera kan man tänka sig en person kommunicerar med en grupp. När den ena parten ställer en förväntan eller fråga till den andra parten, så kommer den andra parten att reagera. Det är detta Asplund kallar för social responsivitet. Det är viktigt att notera att det inte behöver vara ett faktiskt muntligt samtal när det handlar om kommunikation utan

frågan och svaret är liknelser till all typ av kommunikation (Asplund 1987a:12,29, 33). För att lättare förstå social responsivitet beskriver Asplund begreppet ytterligare med hjälp av dess motsats, nämligen asocial responslöshet (Asplund 1987a:12). Asocial responslöshet är det som varseblir när den sociala responsiviteten avklingar. Detta innebär att människan inte längre svarar på den frågan eller förväntan utan hon varseblir responslös. För att förstå detta begrepp lite mer kan vi tala om responsorium (Asplund 1987b:11). För att exemplifiera vad ett responsorium är så vill vi måla upp ett scenario där ett telefonsamtal pågår. Två personer talar med varandra i telefon och är socialt responsiva till varandra. Konversationen är renodlad vilket leder till att det inte finns något inslag av asocialt responslöshet. När detta händer så glömmer man lätt av sin omgivning och då är man i ett responsorium. Allting utanför detta responsorium blir man då asocialt responslös till. (Asplund 1987b:11)

Slutligen berättar Asplund om att den sociala responsiviteten kan manipuleras, styras och anpassas för att nå ett mål. Detta resulterar i att den sociala responsiviteten inte är spontan eller genuin utan en svarsbenägenhet i syfte att uppnå ett mål eller roll. Med andra ord blir den sociala responsiviteten mönsterbunden, regelstyrd och förutsägbar (Asplund 1987a:12, 29, 205). Detta kan också beskrivas som att samhällsanpassa en människa med konventioner och inskränkningar av den sociala responsiviteten. Detta skulle innebära att individen kan uppleva självplåga och därmed ej längre besitta elementär respons och istället övergå i att vara asocialt responslös (Asplund 1987a:29, 205).

Enligt Asplund blir människan erkänd som människa genom att förhålla sig socialt responsiv. Om människan inte får möjlighet att vara socialt responsiv blir hon mål- och livlös (Asplund 1987a:11-12). Det går utifrån denna teori anta att människan behöver vara socialt responsiv för att uppleva meningsfullhet. Denna teori finner vi relevant för att analysera hur det monotona kundtjänstarbetet kan framstå som ett arbete som begränsar meningsfullheten, men som vi kommer att visa finns det vid en närmare analys visst utrymme för social responsivitet och meningsskapande trots detta.

4.3 Collins interaktionsritualer

För att fortsätta förstå betydelsen av hur det sociala kan motivera människor till att arbeta använder vi oss utav Collins teori om interaktionsritualer (Collins 2005:47–48). Denna teori bygger på att vi människor ingår i olika interaktionsritualer i vår vardag och för att en sådan ritual skall förekomma behövs fyra stycken villkor uppfyllas. Det första villkoret är att två eller flera personer behöver befinna sig på samma fysiska plats. Med andra ord, människorna skall kunna påverka varandra genom sin kroppsliga närvaro. Det andra villkoret är att det skall finnas gränser för utomstående. D v s. deltagarna skall ha en känsla av vem som deltar och vem som är utesluten. Det tredje villkoret

är att människor skall fokusera sin uppmärksamhet på ett gemensamt objekt eller en gemensam aktivitet. Genom att kommunicera detta fokus till varandra blir människorna ömsesidigt medvetna om varandras fokus. Det sista villkoret är att deltagarna behöver ha ett gemensamt humör eller vara i ett gemensamt känslomässigt tillstånd.

När dessa fyra villkor uppfylls skapas framgångsrika ritualer. Detta bidrar i sin tur till fyra stycken konsekvenser. Den första konsekvensen är gruppsolidaritet (Collins 2005:49,81f), med andra ord, en känsla av medlemskap. När en deltagare känner solidaritet i en grupp tendera deltagaren att bli mer aktiv i gruppaktiviteter, t.ex. genom att klappa, jubla, bua på en konsert. Den andra konsekvensen är att medlemmarna fylls av emotionell energi (Collins 2005:49,118f) d.v.s., en känsla av självförtroende, glädje, styrka, entusiasm och initiativ till att agera. Collins skriver att emotionell energi (Collins 2005:118f) är en övergripande känsla utav att antingen vara ”uppe” eller ”nere”, vilket sträcker sig från entusiasm till depression. Emotionell energi påverkas även mellan interaktioner genom individens lager av symboler (Collins 2005:48,118f 151). ”Emotional energy, in IR theory, is carried across situations by symbols that have been charged up by emotional situations.”(Collins 2005:107). Dessa symboler kan sedan påverka den emotionella energin, vilket i sin tur påminner människan om sin grupptillhörighet. Skapandet av symboler är den tredje konsekvensen utav en lyckad interaktionsritual. Dessa symboler (visuella ikoner, ord, gester) representerar gruppen som medlemmarna associerar sig med kollektivt. Den fjärde konsekvensen av en lyckad interaktionsritual är känslan av delade etiska normer. När detta sker kommer gruppmedlemmar att respektera och försvara de gemensamma symbolerna vilket i sin tur håller ihop gruppen.

Enligt Collins är emotionell energi ansluten till vissa specifika situationer.

... emotional energy is specific to particular kinds of situations; it is a readiness for action that manifests itself in taking the initiative in particular sorts of social relationships or with particular persons (Collins 2005:118).

Men emellanåt är interaktionsritualerna misslyckade, vilket i sin tur dränerar vissa individer på emotionell energi. När detta sker kan en individ känna att denne inte tillhör eller passar in i den bestämda gruppen (Collins 2005:49, 353-354).

Enligt Collins motiveras människan till att ingå i lyckade interaktionsritualer. I den tolkning som vi har gjort är det rimligt att anta att människan upplever meningsfullhet när hon erhåller en hög emotionell energi. Vi menar därför att teorin om interaktionsritualer lämpar sig väl för att tolka hur det kommer sig att kundtjänstarbetarna är motiverade att fortsätta arbeta på ett arbete som är

lågavlönat, hårt reglerat och monotont.

4.4 Välbefinnande i arbetet

Slutligen används Kazemis teori om välbefinnande i arbetslivet för att förstå vilken betydelse välbefinnandet har för människors vilja att fortsätta arbeta på en arbetsplats.

Kazemi belyser mening som en vital komponent för välbefinnande inom arbetet. Han skriver att välbefinnande är ett relativt fenomen, vilket även gör det till ett socialt sådant. Därmed belyser han fem stycken dimensioner som omfattar de sociala aspekterna av välbefinnande: Social integration, socialt förverkligande, socialt sammanhang, social acceptans samt socialt bidrag (Kazemi 2009:30-31).

Social integration handlar om den anställdes erfarenhet av tillhörighet i en arbetsgemenskap.

Tillhörighet har alltid två aspekter: vi upplever tillhörighet och gruppen tillåter oss att uppleva det.

Det är detta som tillsammans med gruppens välkomnande och eniga kultur lägger grunden för individens personliga upplevelse av delaktighet och som skapar förutsättningar för en lyckad kultur.

Framförallt menar Kazemi att socialt förverkligande och socialt sammanhang handlar om meningsfullhet: vi upplever meningsfullhet när vi kan förverkliga oss själva, vilket också måste ske i det rätta sammanhanget. Det är också viktigt att poängtera att en relation mellan två individer alltid utvecklas i en kontext som påverkar relationen och utvecklingen av den samma (Kazemi 2009:106). Å andra sidan, om en människa inte tillåts att påvisa sin fulla potential, eller om det inte finns möjlighet till att axla nya arbetsuppgifter, kan detta leda till understimulering och en känsla av meningslöshet. Samtidigt bör arbetaren inte utsättas för överstimulans, eftersom detta kan leda till stress och utbrändhet (Kazemi 2009:30-31).

Kazemis fjärde dimension av välbefinnandet är social acceptans. Detta handlar om att man får bekräftelse för den man är och det man gör. Bekräftelse kan ske på flera olika sätt, dock sker det oftast när vi ger feedback. Enligt Waldemarsson är det viktigt att feedback stämmer överens med den bild som man själv har av självet och att det riktas åt arbetsprestationen och inte åt personligheten (Waldemarsson 2005 refererad till i Kazemi 2009:154). Det här är centralt för att andras bekräftelse ska anses vara den viktigaste faktorn för en stark jag-bild och bevarandet av psykisk hälsa (Watzlawick, Beavin och Jackson, 1967, enl. Waldemarsson refererad till i Kazemi 2009:139). Men oavsett om social bekräftelse sker genom muntligt feedback eller som icke verbalt bekräftelse, kan detta delas upp i tre delar. Tre varianter av mellanmännisklig social bekräftelse: (Giffin & Patton, refererad till i Kazemi 2009:146)

Den första delen: Bekräftelse, välkomnar både personen i sig, men även personens egen uppfattning av självet. Den andra varianten: förnekande, välkomnar personen men förkastar dennes jag-bild och

slutligen icke-bekräftelse som inte ger någon respons alls.

Kazemis femte kriterier, socialt bidrag, handlar i grund och botten om arbetarens förmåga att värdera sin egna insatser, samt sätta dem i relation till sina medarbetare. Samtidigt berör det arbetarens förmåga att spegla hur väl arbetaren lyckas bidra med att skapa ett funktionellt arbetsklimate (Kazemi 2009:153). Med andra ord, arbetaren behöver känna sig betydelsefull i arbetet för att generera en känsla av välbefinnande.

Kazemi skriver även, som tidigare nämnt, att det sociala ger mening åt våra känslor, tankar, och handlingar. Således är meningsfullhet en viktig komponent för välbefinnandet i arbetslivet. (Kazemi 2009:30-31).

Enligt Kazemi behöver människan uppfatta sitt arbete som meningsfullt för att hon skall uppleva välbefinnande i arbetet. Hon behöver dessutom förstå varför hon gör sitt arbete då förståelse och ger människan kontroll och förutsägbarhet. Vidare förklarar Kazemi att förståelse är viktigt, då förståelse utgör en aspekt av människans grundläggande behov av trygghet (Kazemi 2009:31). Vi menar att teorin är användbar för att förstå i vilken utsträckning kundtjänstarbetarna upplever sitt arbete som meningsfullt, och den upplevelse av motivation och meningsfullhet som hon får därigenom.

4.5 Teorisammanfattning och diskussion val av teorier i förhållande till meningsfullhet

För att analysera det empiriska material som samlats in har vi valt att använda oss av fyra teorier för att belysa fenomenet meningsskapande, som vi menar kompletterar varandra, och utgör en analytisk ram i uppsatsen.

Teorin om sociala band handlar om att människan motiveras till att beakta sina sociala relationer (Scheff 1994:4). För att återknyta till problemformuleringen användes teorin för att förstå betydelsen av den ekonomiska tillgången arbetet alstrar, då ett liv utan pengar blir vanskligt i ett kommersiellt samhälle. Teorin användes även i syfte i att förstå vikten av att inte vara arbetslös, då arbetslöshet kan ses som normbrytande i dagens samhälle. I uppsatsen fungerar Scheffs teori om sociala band som en nyckelteori, då teorin ger oss en förklaringsgrund till varför lönen är en viktig aspekt av att vilja arbeta. Samtidigt anser vi att teorin saknar andra relevanta aspekter som kan vara motiverande för kundtjänstarbetaren att gå till arbetet. Därmed kompletterande vi med Asplunds teorin om social – asocial responsivitet för att få grepp om identitetsskapande som en aspekt för vad som gör kundtjänstarbetet meningsfullt. Asplund menade nämligen att människor behöver få vara socialt responsiva för att utveckla sin identitet, och om kundtjänstarbetarna tillåts till att förhålla sig

till den sociala responsiviteten i arbetet kan vi förstå att arbetet kan ses som meningsfullt (Asplund, 1987a:11-12). Sålunda har vi två teorier som belyser två aspekter av vad som skulle kunna motivera kundtjänstarbetarna till att fortsätta arbeta.

Nästa teori som vi använde var Collins teori om interaktionsritualer. Collins hävdar att människor som ingår i lyckade interaktionsritualer, det vill säga, goda sociala interaktioner, motiveras till att fortsätta ingå i interaktionerna. Collins teori användes för att komplettera resterande teorier, då teorin om interaktionsritualer möjliggör frågan om i vilken utsträckning kollegorna motiverar kundtjänstarbetarna till att gå till arbetet. För enligt teorin om interaktionsritualer, motiveras människan till grupptillhörigheter som ökar människans emotionella energi. Enligt oss var konsekvenserna av en ökad emotionell energi lättidentifierade, vilket gjorde teorin utmärkt för att se i vilken utsträckning den emotionella energi motiverade kundtjänstarbetarna till att fortsätta arbeta på callcentret. Därmed upplevde vi att teorin kompletterade resterande teorier, eftersom de andra teorierna inte kunde tolka kundtjänstarbetarnas känslor om sina kollegor lika lätt. .

Slutligen använde vi Kazemis teori om välbefinnande i arbetet. Kazemi argumenterar för att människan för att det finns fem stycken dimensioner av välbefinnande i arbetet: Social integration, socialt förverkligande, socialt sammanhang, social acceptans samt socialt bidrag (Kazemi 2009:30-31). Framförallt betonas socialt förverkligande och socialt sammanhang som huvudsakliga komponenter för att ett arbete skall kännas meningsfullt. Därmed upplever vi teorin användbar i syfte att förstå i vilken utsträckning kundtjänstarbetarna upplever sitt arbete som meningsfullt, vilket skulle kunna vara en förklaringsgrund till viljan att fortsätta arbeta. Teorin använde vi för att komplettera resterande teorier då teorin belyser aspekter som självförverkligande samt kundtjänstarbetarnas känsla av socialt sammanhang som komponenter som gör arbetet motiverande att gå till.

5. Presentation av materialet

Här presenteras det empiriska material som samlats in genom de intervjuer som genomförts. Resultatet redovisas utifrån följande teman: meningsfull fritid, arbetet och arbetsuppgifter samt den sociala gemenskapen. Temat arbete, lön och mening hjälper oss att förstå vad pengarnas betydelse har för respondenternas vilja att gå till arbetet. Det andra temat, arbetet och arbetsuppgifter, behandlar respondenternas upplevelser om sitt arbete och hur det påverkade deras vilja att stanna kvar på arbetsplatsen. Sista temat, sociala gemenskapen, handlar om huruvida den sociala gemenskapen på arbetsplatsen var det som motiverade respondenterna för att fortsätta arbeta. Dessa tre teman möjliggör att besvara huvudfrågan och problemformuleringen: *Hur finner kundtjänstarbetarna på callcentret motivation till att fortsätta ett arbete som är lågavlönat, hårt reglerat och monotont?*

Innan vi börjar presentera vårt empiriska material vill vi presentera respondenter kortfattat. Först vill vi uppmärksamma läsaren om att namnen är fiktiva och att respondenterna egentligen heter någonting annat. Vi intervjuade fem kvinnor och fem män som arbetade i samma arbetsgrupp. Denna grupp bestod av följande respondenter: Sara, Malin, Lisa, Patrik, Eric, Anna, Liam, Stefan, Britta och Anders. Alla respondenter var mellan 20-24 år gamla och har arbetat på kundtjänsten mellan ett till fyra år. Vidare var respondenter gymnasieutbildade, men samtidigt saknades färdiga högskolestudier bland samtliga respondenter.

5.1 Arbete, lön och mening

Efter att ha sammanställt det empiriska materialet blev det uppenbart att de flesta respondenter inte fann arbetet meningsfullt i sig, utan arbetet fick ofta sin mening genom respondenternas sysselsättningar på fritiden. Således blir frågan om löns betydelse för respondenternas vilja att gå till arbetet en relevant fråga. Detta eftersom ingen av respondenterna troligen hade gått till arbetet om de inte hade fått lön för det. Men samtidigt var det ett flertal utav respondenterna som också spenderade sin fritid som volontärarbetare. Dessutom var det flera respondenter som nämnde att de upplevde mer mening med dessa volontärarbeten trots att de inte genererar någon inkomst för respondenterna. En utav dessa respondenter var Eric, som också berättade att pengarna blir betydelsefulla på grund av hans intresse: ”... jag har en förkärlek till dyra märkeskläder och jag måste jobba för att kunna köpa dem.” Fortsättningsvis berättade Eric att han behövde dessa kläder eftersom han kände ett behov av att klä sig snyggt inför andra människor. Eric tillägger och berättar

att hans umgängeskrets klär sig på ett visst sätt, och att klä sig i fula kläder bland vännerna vore konstigt då umgänget har ett gemensamt intresse av märkeskläder. Även Lisa berättade om pengarnas betydelse genom att berätta om sitt fritidsintresse: ”Hästar är min stora passion i livet och har varit det sen jag var sju år. Då det är väldigt dyrt att rida och ha en egen häst så behöver jag det här arbetet och lönen för att finansiera det”.

Förutom Eric så nämnde resterande respondenter att pengarna var betydelsefulla för motivationen att vilja gå till arbetet. Till exempel berättade Patrik att han arbetade för att kunna genomföra sin kommande resa. Enligt Patrik var resans syfte att kunna spendera mer kvalitetstid tillsammans med sin partner och utforska nya miljöer. Till vår förvåning var det flera respondenter som arbetade av samma anledning. Fem utav tio respondenter skulle sluta på grund av resa, varav tre av dem skulle bosätta sig utomlands under en längre period. Ett flertal respondenter uttryckte dessutom att de hade kunnat tänka sig arbeta mera, trots den dåliga lönen och de dåliga arbetsförhållandena. Sara berättade att hon redan nu arbetade över så mycket hon kunde. Detta eftersom Sara både fick mer pengar och fick umgås mer med sina kollegor. Sara berättar att:

Pengar är inte så super viktigt för mig egentligen, utan jag har tjänat in tillräckligt mycket pengar för min resa. Visst, det är skoj med pengar, men det är inte den största bidragande faktorn till att jag arbetar, utan det är det sociala. Att man får vara med folk och inte bara sitta hemma vid datorn är viktigt för mig.

Å andra sidan är det inte alla respondenter som delar Saras uppfattning av arbetet. Till exempel berättar Anna att hon tycker att fritiden är för dyrbar, och arbetar därför inte 100 procent, även om möjligheten fanns till det. Vid frågan om Annas uttalande om fritidens värde poängterar Anna att det är på fritiden hon finner tid till att umgås med familj och vänner. Anna menade även att hon inte fann något syfte med att arbeta, förutom att få en ekonomisk tillgång. Till exempel berättade hon ”... det är ju inte så att mitt arbete bidrar med någon större samhällsnytta.”

Samtidigt som pengarna är betydelsefulla igenom respondenternas vardagssysselsättningar och intressen så var det flera respondenter som nämnde att de behövde sina pengar för att överleva. Till exempel berättar Malin ”... det är viktigt att ha en stadig ekonomi så man inte hamnar i skulder och dylikt, för då kan man hamna utanför det sociala nätet”. Även Sara påpekade hur viktigt det ”sociala nätet” var för henne: ”... annars är det sociala nätet nog en grej som motiverar, så man inte hamnar bland dem som tar bidrag och knappt kommer ut... ” Överlevnadsfrågan blev ännu mer framträdande vid frågan om arbetslöshet. Att förlora jobbet, trots de dåliga omständigheterna som respondenterna påpekade, skulle för många vara otänkbart. Ett exempel på detta är Malins

ovanstående citat, men även Sara tillägger en väsentlig kommentar:

Om jag blir arbetslös så behöver [jag] hitta någonting snabbt, för jag vill vara med människor, och människor jobbar på vardagar, och sitter jag hemma så har jag inte människorna att umgås med. Och det är lite det som mitt liv går ut på, att umgås med människor...

Utöver ovanstående kommentarer om arbetslöshetsfrågan så tillägger Britta att hon behövde ett arbete för att känna sig meningsfull: ”Jag hade känt mig fullständigt meningslös. Om jag går en längre period utan att jobba så känns det som mitt liv saknar mening...” Samtidigt som respondenterna mestadels berättade om de negativa konsekvenserna utav att förlora arbetet så bör de positiva inte uteslutas. Att förlora arbetet skulle också innebära att respondenterna skulle slippa den stress som arbetet inkluderar. Utöver stressen var det flera respondenter som påpekade att arbetet är strikt och kontrollstyrt vilket ofta genererade en känsla av obehag hos dem.

5.2 Arbetet och arbetsuppgifter

Vid intervjutillfällena fick vi lära oss att respondenternas arbetsuppgifter mestadels gick ut på att arbeta i direktkontakt med kunderna. Vanligtvis handlade det om produkthjälp vid produktproblem, men även informationsförmedling och till viss del försäljning. Framförallt gick arbetet ut på att hålla kunderna nöjda och samtidigt arbeta effektivt. Därmed menade respondenterna att de behövde arbeta efter företagets uppsatta mål. Dessa mål var knutna till respondenternas förmåga att arbeta effektivt, men även deras förmåga att leverera en hög grad av kundnöjdhet. För att exemplifiera behövde ett ärende lösas inom ett visst antal minuter för att kundtjänstmedarbetarnas resultat i statistikmejl ska vara godkänt. Ett statistikmejl är ett mejl med siffror som visar hur bra kundtjänstarbetaren har arbetat i förhållande till företagets uppsatta mål. Om det skulle visa sig att en kundtjänstarbetare fick sämre resultat än vad de utsatta målen var så skulle det resultera i en löneminskning i form utav en förlorad bonus (bonusen är den summa pengar respondenterna får om de förhåller sig till ledningens uppsatta mål). Vad som är viktigt att poängtera är att detta statistikmejl ses utav resterande kundtjänstmedarbetare, vilket innebär att alla kundtjänstmedarbetare inom en arbetsgrupp ser resterande kundtjänstmedarbetares resultat. Efter att ha bitt respondenterna berätta kortfattat om sitt arbete visade det sig att respondenterna hade mestadels negativa upplevelser av sina arbetsuppgifter. Av de flesta respondenter sågs arbetsuppgifterna som enformiga, kontrollstyrda, och stressiga. Till exempel berättar Sara:

Jag känner att ofta att de är monotona och man har inte mycket frihet och göra vad man vill,

utan man följer en regelbok helt enkelt t.ex. om en kund vill ha hjälp med något då kollar vi den sidan med reglerna och följer den. Istället för att komma med egna lösningar.

Å andra sidan behövs det poängteras att det skiljde sig från person till person om vilka uppgifter som var roliga respektive tråkiga. Vissa upplevde chatten som mer givande än till exempel administrativa uppgifter och vice versa. Vid frågan om motivering till dessa uttalanden nämnde respondenterna att de gillade att arbeta med det som de hade mest erfarenhet av. Vad som även bör nämnas är att nästan ingen av respondenterna såg fram emot att gå till arbetet. Sara berättade att hon tyckte arbetet enbart var ett ställe att gå till och Britta säger följande: ”Jag har också känt att jag skulle göra vad som helst för att slippa gå tillbaka till att vara en robot på kundtjänst”.

Samtidigt var det en respondent som markant skilde sig ifrån resterande respondenter, nämligen Malin. Malin berättade att hon var genuint var nöjd med att gå till arbetet och upplever det som roligt. Malin menade även att arbetet var utmanande samt att hon fick uttrycka sin potential i arbetet. Detta gör Malin unik med tanke på att sju utav tio respondenter berättade att de inom en snar framtid skulle säga upp sig. Vid frågan om varför så påpekade flertal respondenter att kundtjänstarbetet inte är någonting som man gör under en längre period. Således ser respondenterna arbetet som något tillfälligt, trots att flera av dem har arbetat där i flera år.

Att känna sig begränsad i sitt arbete var en utav de vanligaste klagomålen hos respondenterna. Därmed var det flera respondenter som nämnde att de emellanåt gick utanför företagets regler och rutiner, trots att detta påverkade deras resultat i statistiken negativt. För att förtydliga berättar respondenterna att de inte tjänar att på gå utanför reglerna och rutinerna eftersom det oftast resulterar i sämre effektivitet, vilket i sin tur resultera i en minskad lön eftersom de förlorar bonusen. Därmed var frihet i arbetet en utav de största önskemålen respondenterna hade. Till exempel nämnde Anna att hon önskade att hon hade mer fria händer i arbetet så att kunderna kunde bli lösta på ett mer behagligt sätt.

Förutom regler och rutiner så nämnde flera respondenter att deras arbetssituation och arbetsmiljö begränsade dem i utförandet av arbete. Till exempel har kundtjänsten nyligen fått ett nytt chattsystem som saknar vissa funktioner som tidigare funnits. Detta har i sin tur gjort att respondenterna fått lära sig arbeta på ett annorlunda sätt, vilket har känts som en begränsning för flera respondenter.

Utöver önskemålet om mer fria händer i arbetet så önskade respondenterna att de hade bättre kontakt med ledningen och cheferna. Många respondenter upplevde sig begränsade i sitt arbete eftersom de inte fick den information de behövde för att kunna hjälpa kunderna på bästa sätt. T.ex. nämner Anna:

Ibland släpper de nya kampanjer utan att berätta det för oss, som till exempel idag. Det hade man gärna velat veta tidigare så man kan vara lite mentalt förberedd... Det känns som man blir väldigt mycket en i mängden, och att de inte litar på oss.

Utöver sämre tillit gentemot ledningen var tilliten emot andra arbetsgrupper också sämre. Till exempel berättade respondenterna att andra arbetsgrupper ofta gjorde misstag som de sedan fick rätta till.

Fortsättningsvis berättade respondenterna om sina upplevelser av kunderna. Att ha nöjda kunder gjorde dagen lättare, både på grund av att respondenterna fick goda interaktioner med sina kunder, men också för att de visste om att nöjda kunder skulle generera goda resultat i statistikmejlet.

Tråkigt nog var motsvarande också sant. En negativ kund genererar emellertid en negativ känsla hos respondenterna på grund av dåligt bemötande, men också på grund av kännedomen av att en missnöjd kund påverkar resultatet i negativ bemärkelse i statistikmejlet. Således hade kunderna en stor betydelse för respondenternas trivsel i arbetet. Men inte enbart genom ovanstående fenomen utan även stressmomentet av att arbeta med flera kunder samtidigt. Vid intervjutillfället nämnde en utav respondenterna att de kunde ha upp till tre kunder samtidigt vilket i sin tur resulterade i sämre kundnöjdhet hos kunderna. Detta eftersom responstiden mellan varje svar blir avsevärt längre och mer standardiserade, vilket i sin tur bidrog med en mer opersonlig kundservice. Respondenterna påpekade dessutom att stressen av att ha många kunder gjorde att inte kunna leverera den kundtjänst de hade önskat. Således försöker respondenterna ofta skriva om de standardsvar som ledningen ville att de skulle använda, eftersom de ville göra chatten mer personligt för kunden. Därmed önskade många respondenter att få vara ännu mer personliga i kundtjänsten. Samtidigt blev de omotiverade till att vara personliga eftersom ledningen ville att de skulle förhålla sig till standardsvar. Med andra ord så förekommer det en ambivalens mellan att vilja göra något, men att behöva göra något annat. För att förtydliga berättar Britta följande:

I början ville jag alltid hjälpa kunden så gott jag kunde i varje chatt. Men så fort man gör det blir man uppläxad av ledningen varje gång, så fort man gör en speciallösning, så det är liksom inte värt att göra det efter ett tag. Då började jag istället tänka mer på att följa rutiner och göra företaget nöjt. Men då och då tjuvar jag på cheferna för att få rutinerna ändrade.

Vad Britta beskrev var förekommande bland alla respondenter. Det vill säga, en vilja av att göra mer för kunden, men att fortfarande vara begränsad av företagets visionsmål. Därmed kände Britta att

hennes potential trycktes ner snarare än utvecklades i arbetet.

Fortsättningsvis berättade respondenterna att de ofta kände sig som underordnade arbetare snarare än vänner och kollegor med cheferna. Således önskade respondenterna att de hade en mer personlig kontakt med ledningen. Mestadels för att de upplevde att deras synpunkter inte nådde ända fram, eftersom ledningen inte lyssnade på de behov de behövde få uppfylla för att kunna känna mer trivsel i arbetet.

5.3 Sociala gemenskapen

En ytterligare väl omtalad och viktig komponent för respondenternas känsla av meningsfullhet är den sociala gemenskapen. Flera respondenter menade att kollegorna var den största motivationskomponenten för deras vilja att komma till arbetet och att det var igenom dem de kände tillfredsställelse på arbetet. Till exempel berättade Sara, Lisa och Eric att gemenskapen på arbetet kändes som en stor familj och att de behövde sina kollegor för att känna tillfredsställelse och klara av att arbeta kvar på kundtjänsten. Vid ytterligare frågor om kollegornas betydelse för respondenternas trivsel berättade Malin att kollegorna var den största anledningen till varför de orkade arbeta kvar på kundtjänsten. Till exempel berättar Malin:

Jag hade verkligen inte stannat kvar på jobbet om jag satt isolerad i ett eget rum, det hade jag aldrig klarat av, det hade känts konstigt på något sätt, det hade inte funkat... för om jag skulle sitta helt ensam så hade jag inte haft någon att prata med, det hade känts ensamt.

Även Anna berättade om kollegorna och vilken betydelse de hade för henne. Till exempel berättade hon hur jobbigt det kändes när en nära kollega slutade arbeta på kundtjänsten:

... jag blev helt nere och det kändes som att jag skulle sitta här för evigt. Det har gjort att jag har jobbat sämre och mått sämre, så har det varit varje gång då mina arbetskamrater har lämnat för att hitta på massa andra roliga saker, som att resa utomlands eller skaffa nya jobb.

Anna påpekade även att hon själv funderat på att säga upp sig när hennes kollegor hade slutat arbeta.

Tidigare berättade vi att Malin troligen inte hade stannat kvar på arbetet om hon var tvungen att arbeta ensam i ett isolerat rum. Detta var någonting som stämde överens bland alla respondenter utan två. Dessa två var Patrik och Liam som menade att de hellre hade arbetat hemifrån om

möjligheten fanns. Patrik menade att kollegorna var viktigt för honom, men att kunna arbeta utan att bli övervakad och begränsad hade gjort Patrik mer bekväm i sin arbetsituation. Å andra sidan påpekade Patrik att han fortfarande ville ha kontakt med kollegorna, men att det hade räckt med elektroniskt kommunikation, så som chat eller gruppsamtal via internet. Som tidigare nämnt berättade Liam att han hellre arbetade hemifrån. När Liam fick frågan om kollegornas betydelse för honom så berättade Liam att han troligtvis hade klarat sig utan sina kollegor i arbetet. Liam menade att han hellre hade suttit hemma, ensam i sitt hus och arbetat, än att vara på arbetet och umgåtts med sina kollegor. Således är Liam den enda respondenten som menade att kollegorna inte var betydelsefulla för hans välbefinnande i en positiv anmärkning.

Trots att relationerna till arbetskollegorna var en viktig faktor för majoriteten av respondenterna så umgicks de relativt lite med varandra utanför arbetstid. Givetvis umgicks de vid tillfällen som gruppfester och liknande, men vardagliga interaktioner var mindre förekommande. Till exempel berättar Sara:

Jag umgås nästan ingenting med mina kollegor. På senare tid har jag börjat umgås mer med vissa, men det är väldigt många kollegor som är introverta... efter arbetstid försvinner de bara, de vill aldrig göra någonting utanför arbetet.

Att umgås mindre med sina kollegor utanför arbetet var någonting som var överensstämmande mellan alla respondenter.

5.4 Resultatsammanfattning

I första delen talar respondenterna om vilken betydelse pengarna har för deras motivation till att fortsätta arbete. Efter att ha sammanställt det empiriska materialet blev det uppenbart att de flesta respondenter inte fann arbetet meningsfullt i sig, utan arbetet får sin mening genom respondenternas sysselsättningar på fritiden. Det sker således en uppdelning mellan fritid och arbete där arbetet fungerar som ett verktyg för att kunna känna sig fri på fritiden. Detta blir tydligt då respondenterna ofta pratar om sin fritid som värdefull och att de inte vill arbeta för mycket eftersom det skulle ta tid ifrån respondenters fritidssysselsättningar. I den andra delen talar respondenterna om deras upplevelser om arbetet. Många respondenter upplevde arbetet enformigt, stressigt och emellertid tråkigt. Framförallt blev de påverkade av ledningens statistikmejl och kundernas bemötande och menade att dåliga siffror i statistiken och otrevliga kunder gjorde dem omotiverade till att arbeta. Likaså blev de motiverade av bra siffror och trevliga kunder. Förutom statistikmejlet och kunderna så var arbetsmiljön även en faktor för respondenternas motivation. Flera respondenter menade på att

systemfel och allmänna förhinder i arbetet också bidrog med en känsla av att känna sig begränsad i arbetet. Således ville alla respondenter ha bättre kontakt med ledningen och sina chefer för att kunna diskutera eventuella lösningar till arbetsmiljöproblemen. I den tredje och sista delen berättade respondenterna om sina sociala relationer på arbetsplatsen. Enligt respondenterna var kollegorna det som gjorde arbetet roligt, således var arbetsrelationerna betydelsefulla för deras motivation till att fortsätta arbeta. Detta var alla överens om förutom Liam och Patrik som menade att de hellre hade arbetat hemifrån om de fick möjligheten till det. Samtidigt menade Patrik att han fortfarande ville ha kontakt med sina kollegor, men att det räckte att kommunicera via internet. Slutligen berättade respondenterna att de umgicks förhållandevis lite med kollegorna utanför arbetet, trots att de menade att kollegorna var det som gjorde arbetet drägligt.

6. Analys

Genom att tillämpa nämnda teorier och vetenskapliga artiklar görs en genomgående analys för att besvara studiens frågeställning, som är: *Hur finner kundtjänstarbetarna på callcentret motivation till att fortsätta arbeta i ett lågavlönat, hårt reglerat och monotont arbete?* I analysen kommer vi att angripa frågan genom att analysera empirin från olika teoretiska perspektiv. Vi kommer att analysera med en teori i taget för att gå på djupet. I 6.1. analyserar vi med Scheffs teori för att se den betydelse som lönen för kundtjänstarbetarnas möjlighet till att upprätthålla sina sociala band. I 6.2. analyserar vi med Asplunds teori för att se vilka möjligheter kundtjänstarbetarna har att förhålla sig socialt responsivt i sitt arbete. Sedan utgår vi från Collins teori för att analysera hur kundtjänstarbetarna erhåller emotionell energi i interaktionerna med sina kollegor. Slutligen kommer vi att med Kazemis teori försöka förstå vilken välbefinnande kundtjänstarbetarna upplever i sitt arbete.

6.1 Lön, fritid och mening

Ekonomisk tillgång har alltid varit ett utav motiven till varför människor arbetar (Abrahamsson & Andersen 2005:156). Men då kundtjänstarbetarna är relativt lågavlönade så blir frågan relevant att diskutera. Därmed ämnar avsnitt till att diskutera kundtjänstarbetarnas uttalande om den ekonomiska tillgångens betydelse. Detta kommer att göra genom att besvara underfrågan: *Vilken betydelse har lönen för kundtjänstarbetarnas möjlighet till att beakta sina sociala band?*

Något som vi uppmärksammade när vi samlade in det empiriska materialet var att majoriteten av kundtjänstarbetarna upplevde arbetet som ogynnsamt. Därmed vill vi börja med att försöka förstå varför lönen var viktigt som motivationskomponent för respondenternas vilja att gå till arbetet. För att diskutera detta vill vi belysa Malins uttalande om betydelsen av att ha en stabil inkomst. Om det inte vore för den ekonomiska tillgången hade hon blivit tvungen att flytta, vilket skulle lett till att hon hade hamnat utanför det ”sociala nätet”. Detta uttalande blir synnerligen intressant i koppling till behovet av att bevara och skapa sociala band eftersom teorin i sig belyser behovet av sociala band.(Scheff 1994:4). Först och främst behövde Malin arbetet för att komma i fysisk kontakt med människor, så som kollegor och vänner på arbetet, men hon behövde även den ekonomiska tillgången för att kunna överleva, till exempel genom att betala hyror, köpa mat och vara delaktig i sociala aktiviteter. Hade det inte varit för den ekonomiska tillgången hade Malin inte kunnat uppfylla sitt behov utav sociala relationer. På liknande vis var den ekonomiska tillgången

betydelsefull för resterande respondenter. Till exempel berättade Eric att han hade en förkärlek till märkeskläder och menade att han spenderar en stor del av sina pengar på detta intresse. Ur många ögon kan Erics förkärlek till märkeskläder ses som ett lyxbehov. Samtidigt behövs det poängteras att Eric behövde kläderna för bevara de sociala band som han har i sin vardag. Detta ledde till att han motiverades till att arbeta eftersom han behövde den ekonomiska tillgången för att betala sin hobby (Scheff, 1994). För att tydliggöra menade Eric att han behövde klä sig på ett visst sätt för att känna sig accepterad i sin umgängeskrets. Kläderna blir därmed värdefulla för Eric, eftersom de indirekt tillåter honom till att beakta de sociala band som han vill.

Vad som även blir intressant att diskutera utifrån sociala band (Scheff, 1994) är respondenternas olika motiv till att arbeta övertid respektive sluta tidigare. Här vill vi framförallt belysa två respondenter; Patrik och Anna. Patrik var en utav de respondenter som valde att arbeta så mycket som han kunde. Främsta anledningen till överarbetandet var för att han behövde pengarna till en kommande ”backpackingresa” som han planerade att genomföra tillsammans med sin partner. Anna å andra sidan, valde att arbeta så lite som möjligt eftersom hon upplevde sin fritid för dyrbar för att spendera tiden på arbetet. Båda påståendena kan till synes ses som motstridiga då Patrik ville arbeta så mycket som möjligt, medan Anna vill arbeta så lite som möjligt. Men motivet till handlingen är den samma hos båda individer. Med andra ord, handlingen ser olika ut, men motivet till att vilja skapa och bevara sociala band, är den samma. För att tydliggöra så menade Patrik att han behövde den ekonomiska tillgången för att få möjlighet till att stärka sitt sociala band med sin partner medan Anna avstår från arbetet så mycket som möjligt för att kunna spendera mer tid tillsammans med sina vänner på fritiden.

Trots att respondenterna har en relativt låg lön kan vi fortfarande se en koppling mellan lönen och behovet att bevara och skapa sociala band (Scheff, 1994). Alla respondenter hade uppskattat en högre lön, men för vissa var en högre lön enbart angeläget om arbetstiden var samma. För tillfället arbetarmajoriteten av respondenter på 75 procent av ordinarie arbetstid vilket bidrar till mer fritid än vad en heltidstjänst skulle innebära. Detta kan i vissa fall ses som något positivt, då mer fritid resulterar i mer tid till att umgås med nära och kära som befinner sig utanför arbetsplatsen. Å andra sidan behöver arbetet generera en lön som är tillräcklig för att respondenterna skall kunna umgås med människor de vill umgås med.

Samtidigt fanns det två kundtjänstarbetare som inte gjorde en lika självklar fördelning mellan arbete och fritid som de andra., En utav dessa respondenter var Sara som menade att hon redan hade samlat in tillräckligt med pengar för att genomföra sin resa, men gick till arbetet ändå. Skillnaden mellan henne och de andra var att hon lyckades få sitt sociala behov uppfyllt i arbetet. Därmed blev

den ekonomiska aspekten av att gå till arbetet inte lika betydelsefull för Sara som för andra kundtjänstarbetare.

Således motiveras respondenterna att komma till ett lågavlönat arbete trots dåliga arbetsomständigheter. Utan denna ekonomiska tillgång skulle de ha ännu mindre möjligheter till att beaktade sociala band de vill erhålla (Scheff, 1994). Samtidigt får vi inte utelämna att lönen kan ses som en positiv sanktion för respondenterna och därmed generera motivation till att fortsätta arbeta. Enligt hänsynemotionssystemet kan arvudet ses som en formell belöning vilket genererar en stolthet hos respondenterna (Scheff, 1994). Därmed tolkar vi att de respondenter som inte får sitt sociala behov uppfyllt i arbetet, finner mening med sitt arbete genom sin fritid, då det är på fritiden respondenterna får sitt behov utav sociala relationer uppfyllt.

För att stärka argumentationen om att lönen får sin betydelse genom viljan till att beakta sociala band vill vi poängtera slutsatserna som belystes i tidigare forskning. I *artikeln Social interaction, co-worker altruism, and incentives* understryker R. Dur & J. Sol (2010) att lönen och trivsel i arbetet inte går hand i hand, utan arbetstrivsel och motivation för arbetet var kopplat till arbetarens relationer med kollegor och vänner. Därmed stödjer artikeln argumentet att lönen är ett verktyg för att beakta sociala band. Detta tydliggörs då respondenterna menade att den ekonomiska tillgången användes till betalning av räkningar, köp av mat och diverse hushållsprodukter som gjorde att de kunde leva ett anständigt liv. Ofta talade respondenterna om att lönen var ett måste för att inte hamna utanför det sociala nätet. I och med uttalandet förstår vi även rädslan av att bli arbetslös, då arbetslöshet skulle leda till en minskad ekonomisk tillgång, vilket skulle göra det svårare att beakta de sociala banden. Här får även begreppet konformitet sin relevans, då arbetslöshet kan ses som något normbrytande. Enligt respondenterna ses arbetslöshet som något dåligt, då till exempel Sara berättade att hon inte ville hamna bland människorna som är bidragstagande. I och med hennes uttalande tolkar vi arbetslöshet som något skamfullt, vilket gör att Sara möjligen underställer sig konformitet, genom att anpassa sig till samhällets normer (Scheff, 1994). Att arbetslöshet kan vara något skamfullt för människor stärks genom Baumeister & Learys studie där tillhörighet underströks som ett behov hos människan. Baumeister & Leary menade, likt oss, att behovet av att känna tillhörighet är kopplat till människors motivation och beteenden. Baumeister & Leary berättar även att acceptans är en förutsättning för att forma och upprätthålla sociala band. Därmed tolkar vi ovanstående som att människan behöver känna tillhörighet för att kunna beakta sina sociala band, vilket gör det rimligt att anta att Sara känner ett behov av att känna tillhörighet i samhället hon lever i (Baumeister & Leary 1995).

Vidare vill vi argumentera för att den ekonomiska tillgången är viktigt för att kundtjänstarbetarna

skall kunna bevara sociala relationer i dagens kommersiella samhälle. För att stärka påståendet vill vi belysa R. Dur och J. Sols argumentation om att lönen inte motiverar arbetare alls i samma bemärkelse som goda arbetsrelationer gör. I och med detta tolkar vi det som att lönen får sin betydelse genom människans behov av att beakta sociala band.

6.2 Motivation i utförandet av arbetsuppgifter

Människan är social och sällskaplig i sin natur och att det är genom gensvar och i närvaro av andra människor som individen blir erkänd och lever upp som varelse (Asplund, 1987a). Enligt kundtjänstarbetarna är kundtjänstarbetet hårt reglerat och begränsat vilket borde hämma möjligheten till att vara socialt responsiv.

Därmed avser denna sektion till att diskutera kundtjänstarbetarnas upplevelser av arbetsuppgifterna i kundtjänsten. Detta görs med hjälp av Asplunds teori om att människans behov utav att vara socialt responsiv.

En anledning i enlighet med Asplunds teori skulle kunna vara att respondenterna arbetade kvar för att uppnå social responsivitet och därmed öka sitt identitetsskapande, men också bli erkänd som människa. Å andra sidan kan den sociala responsiviteten manipuleras, styras och anpassas för att nå ett mål, vilket resulterar i att den sociala responsiviteten inte är spontan eller genuin. (Asplund 1987a:12, 29, 205) Detta kopplas till respondenternas svar där de uttalar sig om att de bland annat känner att de svarar sina kunder utefter regelböcker, standardsvar samt att en frihet att själva komma med lösningar kring kundernas problematik inte är ett alternativ. Detta skulle innebära att respondenten upplever självplåga och därmed ej längre besitter den elementära responsen och istället övergå till att vara asocialt responslös (Asplund 1987:29, 205).

Då respondenterna kan uppleva en form av samhällsanpassning i form av konventioner och inskränkningar kring sina svarsalternativ till kunderna styrker detta att de besitter asocial responslöshet och att de ofta känner sig som att de vore ”robotar”. Framförallt blir detta tydligt igenom Brittas uttalande där hon berättade att hon kände sig som en robot på kundtjänsten. Å andra sidan beskriver kundtjänstarbetarna att de inte alla gånger följer de regelböcker och riktlinjer som finns, då de vill känna större frihet och minimera känslan av begränsning.

Asplund beskriver att det är naturligt att erhålla eller att ge social respons och att människan till sin natur är sällskaplig och innehar en svarsbenägenhet. Detta skulle kunna vara en förklaring till att informanterna ”bryter” och kringgår de standardsvar och regler som skall följas.

Som tidigare nämnt kan lönen vara en motivation till utförandet av arbetsuppgifter, men i enlighet med Asplunds teorier skulle den sociala responsiviteten vara ett grundmotiv till att utföra arbetsuppgifter. Trots informanternas stadgade standardsvar och förhållningssätt till sina kunder bryter informanterna dessa regler. Detta är ett tydligt exempel på att människan i sin natur är socialt responsiv, där frihet och spontanitet i kommunikation är betydande för hur hon kommer att må eller trivas med sina arbetsuppgifter. Genom att informanterna tar sig friheten att kringgå det regelstyrda konceptet ges det mer utrymme för individuellt identitetsskapande och känslan av att bli erkänd som människa. Dessa aspekter kan vara motiverande att fortsätta arbeta under mindre bra arbetsförhållanden eller utföra arbetsuppgifter som kan kännas besvärliga.

6.3 Sociala gemenskapen

Människan eftersträvar att uppnå hög emotionell energi, vilket görs genom lyckade interaktionsritualer (Collins, 2005). Därmed avser denna sektion att belysa kundtjänstarbetarnas upplevelser och känslor gentemot resterande kollegor och medarbetare.

Detta görs genom att använda Collins teori om interaktionsritualer (Collins, 2005) där vi diskuterar huruvida respondenterna erhåller emotionell energi i interaktionerna med sina arbetskamrater.

Därmed vill vi börja denna analys med att diskutera huruvida interaktionsritualerna på arbetsplatsen är lyckade eller inte, samt hur de blir lyckade.

För att ett möte överhuvudtaget skall vara en interaktionsritual (Collins, 2005) behöver mötet förhålla sig i fysisk kontakt i ett avgränsat område. Detta sker per automatik då respondenterna arbetar i arbetsgrupper och sitter bredvid varandra näst intill oavbrutet, bortsett från pauser och lunchraster. För att interaktionsritualen skall bli lyckad behöver respondenterna ha ett fokus på ett gemensamt objekt, samt en gemensam känslöstämning. För att veta om respondenternas interaktionsritualer är lyckade vill vi belysa Annas uttalande om hennes kollegor. Enligt Anna var vissa utav hennes närmaste kollegor så pass betydelsefulla för henne att hon blev nerstämd och mådde dåligt utan deras närvaro på arbetet. Till exempel berättar hon att när vissa kollegor hade slutat hade hon själv funderat på att säga upp sig då hon inte längre klarade av att hantera arbetet utan dem. Detta uttalande ger oss en förståelse för kollegornas betydelse. Om det inte vore för Annas kollegor skulle hennes trivsel i arbetet minskas. Därmed kan vi förstå att interaktionen som förekommer mellan Anna och hennes kollegor genererar emotionell energi eftersom hennes trivsel påverkas beroende om de är närvarande eller inte. Samtidigt fanns det respondenter som inte alls upplevde sina kollegor som betydelsefulla för deras motivation till att fortsätta arbeta. Till exempel berättade Liam att han inte alls tyckte att resterande medarbetare var viktigt för hans välbefinnande i arbete. Istället menade Liam att han hellre hade arbetat hemifrån eftersom kollegorna inte bidrog

med en tillräcklig trivsel för honom. Därmed kan vi förstå att Liam inte erhåller emotionell energi i interaktioner med sina kollegor, utan finner den emotionella energi i andra interaktionsritualer, som till exempel tillsammans med sin partner eller familj. Således kan vi förstå varför Liam inte alls finner kollegorna som en motivationskomponent till att vilja gå till arbetet.

Därmed blir frågan om emotionella energins motiverande effekt en svår fråga att besvara. Detta eftersom det finns fler faktorer som väger in i motivationen till att vilja arbeta. Detta tydliggörs då vissa respondenter fortsätter arbeta trots att de inte genererar någon emotionell energi i interaktionerna med sina kollegor. Samtidigt bidrar kollegorna med en känsla av välbefinnande med för de flesta respondenter. Således kan kollegorna förstås som en betydelsefull komponent i respondenternas välbefinnande i arbetet. Att goda kollegor är viktigt för välbefinnandet är även något som Dur & Sol argumenterade för i sin artikel *Social interaction, co-worker altruism, and incentives* (2005). Dur & Sol skriver att goda relationer på arbetsplatsen har ett positivt samband med arbetstillfredsställelse, arbetsengagemang och organisatoriskt engagemang. Medan negativa arbetsrelationer mellan kollegorna leder till stress och frånvaro. Därmed går ovanstående att tolka som att kollegorna är en av motivationskomponenterna till att vilja fortsätta arbeta. Samtidigt är det värt att poängtera att medarbetarna troligtvis skulle bibehålla sitt arbete även om de skulle förlora goda kollegor i arbetet. Detta är också någonting som respondenterna bekräftar. Till exempel var det flera respondenter som nämnde att de skulle tycka det var tråkigt om deras kollegor försvann från arbetsplatsen, men att de fortfarande skulle gå till arbetet. Därmed påvisar respondenterna att de förhåller sig motiverade till att komma till arbetet, trots bristen på goda kollegor. Vad som då menas med goda kollegor är helt enkelt andra kollegor som ingår i respondenternas lyckade interaktionsritualer, det vill säga, interaktioner som genererar hög emotionell energi (Collins, 2005). Något som också är värt att diskutera är i vilken utsträckning respondenterna umgås med varandra utanför arbetstid. Vad som visade sig var att flera respondenter spenderade relativt lite tid med sina kollegor utanför företagets väggar. De gånger de träffades utanför arbetstid var till exempel på gruppfester eller andra liknande företagsfester. Om kollegorna var den största motivationskomponenten för att vilja gå till arbetet skulle de troligen vilja umgås mer med sina kollegor, även utanför arbetet. På liknande vis går det att förstå respondenternas uttalanden om ledningen och cheferna. Att ha bra chefer som lyssnade och gjorde vad de skulle var viktigt för respondenterna, men även här vill vi argumentera för att de inte alls är lika betydelsefulla som till exempel den ekonomiska tillgången och möjligheten till "frihet" är för respondenternas vilja att gå till arbetet.

6.4 Välbefinnande i arbetet

Enligt teorin om välbefinnande i arbetet torde arbetet kännas meningsfullt, om arbetaren upplever sin arbetsinsats som betydelsefull. Känslan av meningsfullhet i arbetet är även sammankopplat till arbetarens möjlighet till självförverkligande, då hon behöver känna att hennes potential kommer till nytta (Kazemi, 2009 & Steger et al 2013). Självförverkligande och socialt sammanhang är två aspekter av vad som gör att en arbetare upplever välbefinnande i arbetet. Välbefinnande i arbetet förmodas även framstå när arbetaren känner tillhörighet och tillit till sina medarbetare. Därmed ämnar sektionen till att diskutera kundtjänstarbetarnas känslor och upplevelser om arbetsförhållandena.

Inledningsvis vill vi diskutera Kazemis begrepp: social integration eftersom han menade att tillhörighetskänslan är en viktig aspekt för vad som gör att en arbetare skall uppleva välbefinnande i sitt arbete.

Enligt kundtjänstarbetarna var relationerna till kollegorna relativt goda. Till exempel berättade Sara, Lisa och Eric att de upplevde gemenskapen mellan kollegorna som en slags familjerelation. Rimligtvis borde då dessa kundtjänstarbetare känna tillhörighet till varandra, eftersom familjebegreppet ofta beskriver en mindre bestämd grupp som har starka relationer till varandra. Samtidigt vill vi poängtera att det fanns undantag bland kundtjänstarbetarna. Till exempel berättade Liam att han inte alls kände en stark relation till sina arbetskamrater utan hade hellre valt att arbeta hemifrån om möjligheten fanns. Således tolkar vi Liams uttalande som att han inte kände sig delaktig i resterande kundtjänstarbetets familjerelation, vilket gör att Liam troligen inte känner tillhörighet till resterande medarbetare. Nästa dimension av välbefinnande i arbetslivet är socialt förverkligande. Möjligheten till att få uttrycka sin fulla potential i arbetet var begränsat enligt majoriteten av kundtjänstarbetarna. Begränsningarna var något som påverkade många kundtjänstarbetare, men framförallt vill vi belysa Britta. Brittias uttalanden var intressanta att studera då hennes motivation för arbetet förändras genom åren som hon arbetade på kundtjänsten. För att tydliggöra menade hon att rutinerna hindrade henne från att uttrycka sin fulla potential. Sara var också en av personerna som belyste hur rutinerna begränsade hennes arbete. Hon menade på att hon var tvungen att kolla på en sida med regler och följa reglerna istället för att komma med egna lösningar som skulle vara bättre.

Enligt oss ger Brittias och Saras uttalanden uttryck för att kundtjänstarbetarna inte lyckas självförverkliga sig inom arbetet. För oss är självförverkligande även en primär komponent för att en arbetare skall känna välbefinnande i arbetet. För att ytterligare stärka argumentationen vill vi uppmärksamma läsaren att Steger et al. argumenterar för samma tes, då Steger et al. skriver att

meningsfullt arbete torde framträda när arbetaren får uttrycka sin fulla potential (Steger et al. 2013). I och med påståendet tolkar vi möjligheten till självförverkligande som en vital komponent för att kundtjänstarbetarna skall känna välbefinnande i arbetslivet.

Fortsättningsvis vill vi belysa betydelsen av socialt sammanhang, det vill säga, i vilket utsträckning respondenterna upplever mening med arbetet (Kazemi, 2009). Enligt oss skulle arbetarna fortfarande kunna uppleva arbetet som meningsfullt, trots att arbetet inte möjliggör självförverkligande. Huruvida kundtjänstarbetarna upplever socialt sammanhang är synnerligen svårt att veta. Samtidigt vill vi belysa att kundtjänstarbetarna gör en tydlig uppdelning mellan arbetet och deras fritid. Det vill säga, arbetet ses ofta som ett verktyg för att kunna utföra sina fritidssysselsättningar, snarare än att arbetet i sig är den huvudsakliga sysselsättningen. För att exemplifiera uttrycker Anna att hennes tid är för dyrbar för att spendera mycket utav den i arbetet. Vi argumenterar för att uttalandet är tillräckligt för att förstå att Anna troligen inte finner ett större syfte med att utföra hennes arbetsuppgifter, då hon inte kände att hennes arbete tillförde någon större samhällsnytta. Detta anser vi vara viktigt för att ett arbete skall kännas meningsfullt. För att stärka argumentationen vill vi ytterligare en gång uppmärksamma läsaren om att Steger et al. kom fram till slutsatsen att arbetaren behöver ha förståelse över varför hon gör en uppgift. Med förståelse menade Steger et al. att arbetaren behöver känna att handlandet fyller något större syfte, antingen organisatoriskt eller samhällsnyttigt.

Slutligen belyser Kazemi social acceptans som en dimension av välbefinnande i arbetet. Social acceptans handlar i huvudsakligen om arbetarens upplevelse av tillit till sina medarbetare och chefer (Kazemi, 2009). I kundtjänstarbetarnas fall var det delade meningar på denna punkt, beroende på vilka kollegor och vilka chefer de tänkte på. Oftast kände kundtjänstarbetarna tillit till sina närmsta kollegor, men gentemot medarbetare som arbetade i andra arbetsgrupper var tilliten sämre. Likaså var tilliten sämre gentemot högre uppsatta chefer. Till exempel nämnde Anna att företaget ofta släppte nya kampanjer utan att meddela kundtjänsten. Därmed menade Anna att hon inte togs på allvar samt att hon kände att ledningen inte litade på henne. Likaså upplevde resterande kundtjänstarbetare relationen med sina chefer. Enligt oss tyder kundtjänstarbetarnas misstro gentemot ledningen på att social acceptans är frånvarande utanför arbetskeppet som kundtjänstarbetarna arbetar inom.

Tillsammans med dessa teoretiska utgångspunkter och kundtjänstarbetarnas uttalanden tolkar vi det som att kundtjänstarbetarna inte upplever välbefinnande med sitt arbete i särskilt hög grad. Om kundtjänstarbetarnas uttalande ställs i relation till Kazemis dimensioner för välbefinnande i arbetslivet, förblir vissa dimensioner ouppfyllda. Samtidigt menar Ryan & Deci att välbefinnande är

tänkt att upplevas när människan får självförverkligas och när hon känner mening med sitt handlande. I och med deras argumentation och Kazemis teori vill vi argumentera för att avsaknaden av möjlighet till självförverkligande i arbetet gör att kundtjänstarbetarnas välbefinnande blir påverkat i negativ bemärkelse.

I och med att möjligheterna till självförverkligande och bristande förståelse för varför kundtjänstarbetarna utför sitt arbete, vill vi argumentera för att de troligen inte motiveras till att fortsätta arbeta av dessa aspekter i särskilt hög grad.

7. Sammanfattning och slutsatser

I detta kapitel sammanfattar vi vår slutsats samt besvarar studiens frågeformulering: *Hur finner kundtjänstarbetarna på callcentret motivation till att fortsätta arbeta på ett lågavlönat, hårt reglerat och monotont arbete?*

I kapitlet diskuteras även slutsatsen i relation till frågeformuleringen genom att relatera begreppet meningsskapande.

Frågan om varför kundtjänstarbetarna motiveras till att fortsätta arbeta är synnerligen svår att besvara. Vi vill börja med att poängtera att vår slutsats troligen inte är det enda svaret på problemformuleringen, men enligt oss är svaret rimligt då vi anser att vi lyckades belysa viktiga aspekter av vad som skulle motivera en människa till att arbeta i ett lågavlönat, hårt reglerat och monotont arbete. Svaret på frågan upplever vi även som relevant då människor sällan dras till yrken med dessa karaktärsdrag.

Den första aspekten som vi identifierade som motiverande för kundtjänstarbetarna var lönen. Att lönen är motiverande kan ses som trivialt, då Scheff poängterar att vi människor upplever stolthet av positiva sanktioner. Samtidigt vill vi poängtera att lönen även hjälper kundtjänstarbetarna att upprätthålla sina sociala band. Enligt kundtjänstarbetarna var det viktigt att inte hamna utanför det sociala nätet. Det var även viktigt att ha en ekonomi för att kunna umgås med familj och vänner. I och med dessa uttalanden tolkade vi det som att den ekonomiska tillgången var mer än bara en positiv sanktion, då lönen var behövlig för att upprätthålla sociala band utanför arbetslivet. För att stärka argumentationen om att kundtjänstarbetarna troligen arbetar på grund av denna anledning vill vi hänvisa till Baumeister & Learys (1995) studie där de underströk tillhörighet som ett mänskligt behov. Fortsättningsvis berättar författarna att behovet av gemenskap är så pass starkt att det nästan kan likställas med behovet av föda. Slutligen skriver Baumeister och Leary att behovet av att känna tillhörighet är kopplat till människors motivation och beteenden, vilket gör vår slutsats mer legitim. Detta är vad vi vill kalla för meningsskapande, då kundtjänstarbetarna finner mening med sitt handlande genom att arbetet genererar en ekonomisk tillgång.

Nästa aspekt som kan motivera kundtjänstarbetarna till att fortsätta arbeta är deras möjligheter till att förhålla sig socialt responsiva i arbetet. Asplund menade människans beteende kan till viss del förstås genom social responsivitet, då människan är social och sällskaplig i sin natur (Asplund, 1987a). Vidare menade Asplund att det är genom gensvar och i närvaro av andra människor som individen blir erkänd och lever upp som varelse. Att bli erkänd som individ innebär också att

individen utvecklar sin identitet (Asplund, 1987a).

I och med detta skulle kundtjänstarbetarna kunna motiveras till att arbeta kvar för att uppnå social responsivitet och därmed öka sitt identitetsskapande. Å andra sidan hävdade kundtjänstarbetarna att de var tvungna att svara sina kunder utefter regelböcker och standardsvar. Som tillägg berättade de att deras frihet till att själva komma med lösningar kring kundernas problematik ofta inte är ett alternativ. Detta skulle leda till att kundtjänstarbetarna inte längre besitter den elementära responsen, och istället övergår till att vara asocialt responslösa. För att undvika detta, händer det att kundtjänstarbetarna inte alla gånger följer de regelböcker och riktlinjer som finns, då de vill känna större frihet och minimera känslan av begränsning. Enligt Asplund är detta naturligt då människan är sällskaplig i sin natur, och har dessutom ett behov utav att ge social respons och inneha en svarsbenägenhet (Asplund, 1987a).

Genom att kundtjänstarbetarna tar sig friheten att kringgå det regelstyrda konceptet ges det mer utrymme för individuellt identitetsskapande och känslan av att bli erkänd som människa. Dessa aspekter kan ge motivation till att fortsätta arbeta under mindre bra arbetsförhållanden eller utföra arbetsuppgifter som kan kännas besvärliga.

Fortsättningsvis vill vi diskutera kollegornas betydelse för kundtjänstarbetarnas motivation till att fortsätta arbeta. Detta görs genom att besvara frågan: *I vilken utsträckning erhåller kundtjänstarbetarna emotionell energi i interaktionerna med sina kollegor?* Enligt oss är frågan relevant, då Collins menar att vi människor motiveras till att fortsätta ingå i gemenskaper där vi erhåller en hög grad av emotionell energi.

Flera kundtjänstarbetare nämnde att kollegorna var det bästa med arbetet och att de inte hade klarat av arbetet utan dessa vänner. I och med detta kan vi förstå att kollegorna är viktiga för kundtjänstarbetarnas trivsel.

Samtidigt fanns det kundtjänstarbetare som fortfarande gick till arbetet, trots att de inte kände sig delaktiga i den sociala gemenskapen. Till exempel berättade Liam att han inte alls tyckte att resterande medarbetare var viktigt för hans välbefinnande i arbete. Liam menade istället att han hellre hade arbetat hemifrån då kollegorna inte bidrog med tillräcklig trivsel för honom. Därmed kan vi förstå att Liam inte erhåller en hög grad av emotionell energi i interaktioner med sina kollegor, utan finner den emotionella energin i andra interaktionsritualer, som till exempel tillsammans med sin partner eller familj. I och med detta tolkar vi det som att kollegorna gör arbetet mer behagligt, men att de inte behöver vara en motivationskomponent för att fortsätta arbeta. Framförallt blir det tydligt då Liam inte alls upplevde sina kollegor som betydelsefulla för hans motivation till att fortsätta arbeta.

Slutligen diskuterar vi i vilken utsträckning kundtjänstarbetarna upplever välbefinnande i sitt arbete. Denna fråga diskuterades eftersom vi ville ta reda på om aspekter som självförverkligande och socialt sammanhang kan vara tillräckliga för att motivera kundtjänstarbetarna till att fortsätta gå till arbetet. Denna del diskuterades med hjälp av Kazemis teori om välbefinnande i arbetet där hans fem dimensioner av välbefinnande i arbetet belyses: Social integration, socialt förverkligande, socialt sammanhang, social acceptans samt socialt bidrag. I denna del drogs slutsatsen att majoriteten av kundtjänstarbetarna inte lyckades självförverkliga sig inom arbetet då deras potential blev begränsad i utförandet av arbetsuppgifterna. Vi vill även argumentera för att kundtjänstarbetarna inte finner ett större syfte med sina arbetsuppgifter då flera av dem gjorde en markant uppdelning mellan arbete och fritid. Därmed tolkade vi det som att respondenterna inte upplevde tillräckligt med välbefinnande i arbetet för att det skulle vara en motivationskomponent till att fortsätta arbeta.

Slutligen vill vi svara på arbetets huvudfråga i relation till begreppet meningsskapande. För genom ovanstående analys tycks det finnas en koppling mellan respondenternas handlande och deras vilja till välmående. Detta kan till synes ses som motsägelsefullt då flera respondenter uttryckte sig negativt mot arbetet och arbetsuppgifterna. Å andra sidan får vi inte glömma arbetets primära funktion: lönen. Om det inte vore för lönen så skulle kundtjänstarbetarna förlora möjligheten till att bevara och skapa sociala band i sin vardag. Det är detta vi vill kalla för meningskapande, det vill säga, medarbetarnas förmåga att skapa mening med sitt handlande genom indirekta behov. För att tydliggöra fenomenet så handlar det om att kunna utstå eller genomgå mindre trivsamma omständigheter för att sedan kunna få de sociala behoven uppfyllda, vilket i sin tur genererar välbefinnande. Det intressanta med denna slutsats är att ett arbete inte behöver generera pengar för att respondenterna skall må bra och motiveras till att gå till arbetet. För om respondenterna hade lyckats uppfylla dimensionerna av socialt välbefinnande i arbetet hade det troligen varit tillräckligt för dem som motivationskomponent för att fortsätta arbeta.

Givetvis går det inte att undkomma att respondenterna behöver uppfylla sina fysiska behov, så som att äta och att ha tak över huvudet. Samtidigt motbevisar detta inte heller vår slutliga tolkning om att respondenterna eftersträvar välbefinnande. Detta blir framförallt tydligt vid respondenternas uttalanden om volontärarbete och andra obetalda arbetsaktiviteter. I ett volontärarbete görs arbete som är minst lika enformigt, där den vitala skillnaden är attityden gentemot arbetet. I kundtjänstarbetet sker det en gränsdragning emellan arbete och fritid, detta görs inte mellan volontärarbetet och fritiden på samma sätt. För i volontärarbetet lyckas respondenterna uppfylla de två kraven som Kazemi menar är vitala för att uppleva en känsla av mening i arbetet, det vill säga

självförverkligande och socialt sammanhang. Detta genererar i sin tur en känsla av mening med ett handlande.

Som avslutning vill vi belysa Kazemis argumentation om att människan har ett behov av att förstå sin omvärld (Kazemi 2009: 31). Enligt Kazemi ger mening och förståelse människan kontroll, då hon genom förståelse skapar sig förutsättningar för att förutsäga vad som kommer ske. Vidare argumenterar Kazemi att allt detta är viktigt för människan att förgräpa sin omvärld, då det är en aspekt av hennes grundläggande trygghetsbehov.

I och med ovanstående påstående vill vi hävda att detta är en anledningen till att kundtjänstarbetarna arbetar kvar på kundtjänsten då deras förmåga till att kunna meningsskapa är också anledningen till att de arbetar kvar.

8. Reflektion

Efter denna genomförda studie har vi fått en bredare förståelse för varför kundtjänstmedarbetarna på chattkundtjänsten väljer att arbeta kvar, trots missnöje med arbetsuppgifter, ledning, arbetsmiljö och systemfel. Givetvis kan en kritik föras emot val av teorier eftersom teorierna är högt applicerbara på andra sociala fenomen, vilket i sin tur gör det mindre relevant för det specifika fenomen som har studerats i denna studie. Å andra sidan har teorierna varit användbara för att få en djupare förståelse för varför en människa som arbetar med ett hårt reglerat, monotont och dåligt betalt arbete väljer att fortsätta med det. Vad som även kan kritiseras är valet av arbetsplats. Givetvis tycker respondenterna att arbetet är relativt dåligt jämfört med många andra arbeten, men samtidigt finns det andra arbetsplatser som har betydligt enformigare arbetsuppgifter och ännu sämre betalt. Dock har vi varit begränsade i vårt genomförande, både av ekonomiska skäl men även tidsbrist. Således var vi tvungna att hålla oss relativt öppna med val av arbetsplats eftersom vi hade andra begränsningar som vi värderade högre. Vad som även kan kritiseras är utebliven hänsyn till respondenternas kultur och etnicitet. Människor är trots allt både kulturella och sociala varelser, men samtidigt behöver läsarna visa hänsyn, då detta är en socialpsykologisk studie. Således har vårt fokus varit på det sociala samspelet mellan grupper och individer, snarare än ett makroperspektiv som fokuserar på fenomen från ett samhällsperspektiv. Till sist önskar vi att studien har bidragit med en ytterligare förståelse för vad som gör arbete meningsfullt för våra respondenter. Inkomsten bör inte vara det som bestämmer huruvida ett arbete är meningsfullt eller inte, utan vad som kan konstateras utifrån denna kvalitativa studie är att respondenterna skapar mening med arbetet genom deras behov av att få vara sociala med andra människor. Framförallt var det viktigt för dem att få umgås med "rätt" människor, det vill säga, människor som de lyckades bibehålla starka sociala band till.

9. Referenser

9.1 Böcker och artiklar

Abrahamsson, B. and Andersen, J. (2005). *Organisation*. Malmö: Liber.

Allwood, C. and Erikson, M. (2010). *Grundläggande vetenskapsteori för psykologi och andra beteendevetenskaper*. Lund: Studentlitteratur.

Alvesson, M. (2009). *Organisationskultur och ledning*. Malmö: Liber.

Alvesson, M. (2013). *Understanding organizational culture*. Los Angeles: SAGE.

Ahrne, G. and Svensson, P. (2011). *Handbok i kvalitativa metoder*. Malmö: Liber AB.

Aspers, P. (2007). *Etnografiska metoder*. Malmö: Liber.

Asplund, J. (1987). *Det sociala livets elementära former*. Göteborg: Korpen.

Asplund, J. (1987). *Om hälsningsceremonier, mikromakt och asocial pratsamhet*. Göteborg: Korpen.

Baumeister, R. and Leary, M. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), pp.497-529.

Bryman, A. och Nilsson, B. (2013). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber ekonomi.

Collins, R. (2004). *Interaction ritual chains*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.

Dalen, M., Kärnekull, B. and Kärnekull, E. (2008). *Intervju som metod*. Malmö: Gleerups utbildning.

Dur, R. and Sol, J. (2010). Social interaction, co-worker altruism, and incentives. *Games and*

Economic Behavior, 69(2), pp.293-301.

Hanson, A. (2004). *Hälsopromotion i arbetslivet*. Lund: Studentlitteratur.

Heide M. , Johansson C., Simonsson C. *Kommunikation i organisationer*. 2. Uppl. Liber, 2013.

Kazemi, A. (2009). *Välbefinnande i arbetslivet*. Lund: Studentlitteratur.

Kvale, S. och Brinkmann, S (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun* (andra upplagan). Lund: Studentlitteratur

Ryan, R. and Deci, E. (2001). On Happiness and Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being. *Annu. Rev. Psychol.*, 52(1), pp.141-166.

Scheff, T. (1994). *Microsociology*. Chicago: University of Chicago Press.

Steger, M., Littman-Ovadia, H., Miller, M., Menger, L. and Rothmann, S. (2013). Engaging in Work Even When It Is Meaningless: Positive Affective Disposition and Meaningful Work Interact in Relation to Work Engagement. *Journal of Career Assessment*, 21(2), pp.348-361.

Trost, J. (2010). *Kvalitativa intervjuer*. Stockholm: Studentlitteratur.

Widerberg, K. (2002). *Kvalitativ forskning i praktiken*. Lund: Studentlitteratur.

Baumeister, R. and Leary, M. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), pp.497-529.

Ryan, R. and Deci, E. (2001). On Happiness and Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being. *Annu. Rev. Psychol.*, 52(1), pp.141-166.

Steger, M., Littman-Ovadia, H., Miller, M., Menger, L. and Rothmann, S. (2013). Engaging in Work Even When It Is Meaningless: Positive Affective Disposition and Meaningful Work Interact

in Relation to Work Engagement. *Journal of Career Assessment*, 21(2), pp.348-361.

9.2 Internetkällor

www.vr.se, (2002). [online] Available at: <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf> [Accessed 16 Nov. 2014].

Åberg, E. and Funseth, A. (2009). [online] Available at:
<https://www.unionen.se/sites/default/files/callcenterbranschen.pdf> [Accessed 16 Nov. 2014].

Bleta Nimani

Simon Claesson



Besöksadress: Kristian IV:s väg 3
Postadress: Box 823, 301 18 Halmstad
Telefon: 035-16 71 00
E-mail: registrator@hh.se
www.hh.se