Vad är det mäklarna på Fastighetsbyrån blir motiverade av?

Kaniaw Kader och Magnus Öman
Augusti 2008

C-uppsats
Företagsekonomi - Organisation

Per-Arne Wikström
ABSTRACT

Titel: Vad är det mäklarna på Fastighetsbyrån blir motiverade av?

Nivå: C -uppsats i ämnet företagsekonomi

Författare: Kaniaw Kader och Magnus Öman

Handledare: Per-Arne Wikström

Datum: 2008 / Augusti

Syfte: Denna uppsats handlar om vad som motiverar mäklarna på Fastighetsbyrån i Gävle att arbeta. Vi har avgränsat oss till enbart Fastighetsbyrån i Gävle eftersom ämnet vi ska belysa kan bli mycket mer intressant när man jämför arbetare som arbetar på samma arbetsplats.

Metod: Vi har valt att tillämpa besökintervjuer då vi får en tvåvägskommunikation, genom detta sätt får vi mer uttömmande svar. Vi har även valt inriktningen hermeneutik och deduktion då dessa typer av metod ger oss utrymme för olika tolkningar och ger oss möjligheten att göra en logisk analys och slutsats. Vi har intervjuat sex stycken mäklare på Fastighetsbyrån i Gävle för att få reda på vad som motiverar dem att arbeta.

Resultat & slutsats: De teorier vi har använt oss av är utvecklade av respekterade och erkända forskare som byggt sina teorier främst på att individen ifråga bör ha de viktigaste behoven tillfreställda. Först då dessa behov är tillfreställda kan motivationen framträda. Vi kom fram till att mäklarna på Fastighetsbyrån i Gävle har en hög motivation.

Förslag till fortsattforskning: Vi använde oss av flera teorier i denna uppsats och vi rekommenderar att i en fortsatt studie inom detta ämne bara koncentrera sig på en teori.

Uppsatsens bidrag: Att vi fått upp ögonen vad motivation kan göra för att känna sig väl till mot i arbetslivet.

Nyckelord: Motivation, metod, teori, psykologi och beteende.
ABSTRACT

Title: The exact title used in the thesis will be mentioned here. Vad är det mäklarna på Fastighetsbyrån blir motiverade av?

Level: Final assignment for Bachelor Degree in Business Administration

Author: Kaniaw Kader och Magnus Öman

Supervisor: Per-Arne Wikström

Date: 2008 / August

Aim: This essay is about what motivates the real estate brokers on Fastighetsbyrån in Gävle to work. We have limit ourselves to Fastighetsbyrån in Gävle because the subject we wish to look in to could become more interesting when you compare employees who work at the same workplace. We have chosen to apply interviews by visits because it gives us a two way communication through this way we will get answers that are more in-depth.

Method: We have chosen the direction hermeneutic and deduction because theses types of method gives us space for different interpretations and gives us the opportunity to make a logical analysis and conclusion. We have interviewed six real estate brokers from Fastighetsbyrån in Gävle to find out what motivates them to work.

Result & Conclusions: The theories we have used are developed by respected and acknowledged scientist who have built their theories on that the individual should have the important needs satisfied. Not until these needs are satisfied can the motivation appear. We reached the conclusion that the real estate brokers on Fastighetsbyrån in Gävle have a motivation that is high.

Suggestions for future research: We used several theories in this paper and we recommend, in a next study to use and concentrate on only one theory.

Contribution of the thesis: We have discovered what motivation can do to make people feel good and relaxed in their working life.

Key words: Motivation, method, theory, psychology and behaviour.
Innehållsförteckning

1. INLEDNING .................................................................................................................................................................... 1  
   1.1 Bakgrund .................................................................................................................................................................. 1  
   1.2 Problemformulering .............................................................................................................................................. 1  
   1.3 Syfte ....................................................................................................................................................................... 1  
   1.4 Avgränsningar ...................................................................................................................................................... 1  

2. METOD ........................................................................................................................................................................ 2  
   2.1 Våra val ............................................................................................................................................................... 2  
      2.1.1 Kvalitativ intervju ............................................................................................................................................ 2  
      2.1.2 Hermeneutik som tolkningskonst .................................................................................................................. 3  
      2.1.3 Deduktion som slutsats/reflektioner ............................................................................................................. 4  
      2.1.4 Validitet och tillförlitlighet ................................................................................................................................ 4  
   2.2 Intervju................................................................................................................................................................. 5  
      2.2.1 Utförande av en intervju .................................................................................................................................. 5  
      2.2.2 Intervjuarens tio dödssynder ........................................................................................................................ 6  
      2.3 Kritik ..................................................................................................................................................................... 6  
         2.3.1 Metodkritik .................................................................................................................................................. 6  
         2.3.2 Källkritik .................................................................................................................................................... 7  
         2.3.3 Självkritik ................................................................................................................................................... 7  

3. TEORI........................................................................................................................................................................... 8  
   3.1 Motivation .......................................................................................................................................................... 8  
   3.2 Prestationsbehov, kontaktbehov och maktbehov ............................................................................................... 10  
   3.3 Behovstrappan .................................................................................................................................................... 10  
   3.4 Existensbehov, relationsbehov och utvecklingsbehov ....................................................................................... 13  
   3.5 Hygienfaktorer och motivationsfaktorer ......................................................................................................... 13  
   3.6 Fem faktorer som påverkar motivationen ......................................................................................................... 14  
   3.7 Yttre motivation och inre motivation ................................................................................................................ 17  
   3.8 Prestationsmotivation ........................................................................................................................................ 17  
   3.9 Social motivation, likavärdesteorin och rättviseteorin .................................................................................... 18  
   3.11 Åtta drivkrafter ............................................................................................................................................... 19  

4. EMPIRI ...................................................................................................................................................................... 21  
   4.1 Bakgrunds fakta mäklarna på Fastighetsbyråns .............................................................................................. 21  
   4.2 Motivation på Fastighetsbyråns ....................................................................................................................... 21  

5. ANALYS ..................................................................................................................................................................... 24  
   5.1 Bakgrund motivation ........................................................................................................................................... 24  
   5.2 Prestationsbehov, kontaktbehov och maktbehov ............................................................................................... 24  
   5.3 Behovstrappan .................................................................................................................................................... 24  
   5.4 Existensbehov, relationsbehov och utvecklingsbehov ....................................................................................... 25  
   5.5 Hygienfaktorer och motivationsfaktorer ......................................................................................................... 25  
   5.6 Fem faktorer som påverkar motivationen ......................................................................................................... 25  
   5.7 Yttre motivation och inre motivation ................................................................................................................ 27  
   5.8 Prestationsmotivation ........................................................................................................................................ 27  
   5.9 Social motivation, likavärdesteorin och rättviseteorin .................................................................................... 27  
   5.10 Åtta drivkrafter ............................................................................................................................................... 28  

6. REFLEKTIONER ..................................................................................................................................................... 29  

KÄLLFÖRTECKNING ...................................................................................................................................................... 30
1. Inledning

I första kapitel kommer vi att gå igenom bakgrund, problemställning, syfte, och avgränsningar.

1.1 Bakgrund

Vi valde att skriva om motivation, därför att det finns många oklarheter om vad motivation är och hur den visar sig i arbetslivet. Vi bestämde oss för Fastighetsbyrån i Gävle Centrum eftersom vi ville intervjua mäklare inom samma företag. Motivation är ett komplex ämne och definieras annorlunda av olika personer. I denna uppsats vill vi ta reda på vad definitionen av motivation är för mäklarna på Fastighetsbyrån?

1.2 Problemformulering

Vad är det mäklarna på Fastighetsbyrån blir motiverade av?

1.3 Syfte

Syfte med denna uppsats är att undersöka vad som motiverar en mäklare på Fastighetsbyrån. Vi vill även lyfta fram vad motivation är och hur den yttrar sig i realiteten.

1.4 Avgränsningar

Vi har valt att fokusera vår forskning inom Gävle eftersom det inte är realistiskt att forskningen i en C-uppsats ska omfatta större delen av Sverige. I Gävle har vi valt att fokusera på Fastighetsbyrån i centrala Gävle eftersom ämnet vi ska belysa kan bli mycket mer intressant när man jämför arbetare som arbetar på samma arbetsplats. Ämnet motivation är omfattande. Vi skulle kunna ”borra oss in på djupet”, men vi måste prioritera, därför är det nödvändigt att vi begränsar oss.

"Det är alltid att föredra att säga mycket om litet framför att säga litet om mycket."

---

1 Teorell, Att fråga och att svara, sid. 22
2. Metod

I detta kapitel kommer vi att redovisa den metod vi har använt när vi sökt i litteraturen (teori) och vilken intervju metod vi använt. (empiri)

2.1 Våra val

"'Metod' handlar om de olika vägar som finns för att ta sig från fråga till svar...”

Vi började med att lägga upp ett schema för uppsatsens genomförande. Vi bestämde efter det hur uppsatsen formaliteten ska se ut. Vi skapade ett dokument där vi skrev ner alla våra tankar och funderingar så att inga bra idéer eller tankar försvinner. Detta dokument har vi fyllt på under arbetes gång och finns som bilaga 1 längst bak i uppsatsen.


2.1.1 kvalitativ intervju


Vi har valt att tillämpa en kvalitativ intervju metod när vi samlar in information till våra empiriska studier eftersom vi anser att det tillvägagångssättet känns mest relevant till vår forskning. Genom dessa intvjuer får vi inte bara svar utan har möjlighet att observera och analysera respondenternas svar. Vi har valt att göra en besöksintervju eftersom denna miljö är tryggare för respondenten och det blir en tvåvägskommunikation. Fördelen med att använda sig av en tvåvägskommunikation är att man lätt kan ställa följdfrågor, få mer utommmande svar och uppfatta respondentens svar om de är arga, glada, missnöjda etc. Vi har valt att spela in våra intvjuer på bandspelare och skriva ner svaren i en bilaga. I empirin kommer vi att skriva en sammanställning av intvjuerna eftersom vi vill ha en sammanhängande berättelse av vad respondenterna svarade.

2 Teorell, Att fråga och att svara, sid. 17
3 Bilaga 1 (Tankar och funderingar)
4 Andersen, Den uppenbara verkligheten, sid. 161
5 Andersen, Den uppenbara verkligheten, sid.146
2.1.2 Hermeneutik som tolkningskonst

"Själva ordet hermeneutik kan översättas som "tolkningskonst" eller" tolkningslära"). 6 Vid tolkningsprocessen försöker forskaren att förstå den utforskades livsvärld oftast genom en dialog med den personen. Vi kan uppfatta tolkningsprocessen som en framåtskridande dialog där forskaren och den som utforskas successivt förändrar sin förståelse av varandras livsvärldar genom att korrigera sin förståelse. Denna illustration kallas för den hermeneutiska spiralen. Denna spiral visar att verkligheten flera gånger kan förändras i tolkningsprocessens framåtskridande och innebär att forskaren blir deltagare när man ska tolka det som framkommit.7 Vi har valt att använda oss av denna metod för det ger oss utrymme för att själva tolka och ge oss svängrum för de olika diskussioner som kan uppstå. Vi har använt oss av den hermeneutiska spiralen när vi tolkat vår förståelse som i vårt fall är att studera olika intervjuetekniker. Vi har sedan haft en dialog med våra respondenter och tolkat svaren tills vi känt oss nöjda.

![Hermeneutisk spiral](image)

"Positivism är ett förhållningssätt inom samhällsforskningen som försöker tillämpa den naturvetenskapliga forskningsmetoden i undersökningar av sociala fenomen och i förklaringar av den sociala världen."9 Det sociala fenomenet är vad som faktiskt inträffat, ur positivisternas synvinkel inträffar händelser inte av en slump utan kan förklaras av orsak och verkan, en sak som leder till en annan. Avsikten är att använda sig av redskap som redan finns och som inte på något sätt påverkar, stör, ändrar eller tolkar det som mäts.10 Ett påstående ska uttrycka något om verkligheten för att betrakta som vetenskapligt.11 Vi har valt att inte använda oss av denna metod eftersom vi vill ha en vetenskaplig undersökning som vi kan tolka.

---

6 Eriksson, Att utreda forska och rapportera, sid. 221
7 Andersen, Den uppenbura verkligheten, sid. 193-194
8 Eriksson, Att utreda forska och rapportera, sid. 222
9 Denscombe, Forskningens grundregler, sid. 24
10 Denscombe, Forskningens grundregler, sid. 24-25
11 Patel, Grundbok i forskningsmetodik, sid. 30
2.1.3 Deduktion som slutsats/reflektioner


2.1.4 Validitet och tillförlitlighet

Teoretiska begrepp och modeller i empiriska observationer kan vara problematiska i ett utredningsarbete. Validitet och reliabilitet är två viktiga begrepp. Validitet är ett mätinstrument förmåga att mäta det man avser att man ska mäta i verkligen13 Om någonting är tillförlitligt och är validitet har forskningen kommit en bra bit på väg mot ett vetenskapligt erkännande. ”Validitet gäller precisionen i de frågor som ställs, de data som samlas in och de förklarings som presenteras. Vanligtvis har det att göra med de data och den analys som används i forskningen” Hänvisar kvaliteten i data och förklaringar till en övertygelse att det kan överensstämma med som verklig är sant. Anspråk på validitet innebär att forskningen måste kunna visa att hans eller hennes data och analyser är förankrat i sådant som är relevant, autentiskt och verkligt och ger läsaren en garanti för att forskningen inte är baserad på undermålig data med felaktiga tolkningar.14 Vårt avsats är att försöka komma så nära saningen som möjligt och vår övertygelse är att genom att ha relevant teori kunna nå sanningen.

Reliabilitet som också kan kallas ”tillförlitlighet har att göra med metoderna för datamaterialen och interessen av att de ska vara stabila och inte förvränga forskningsfynden. Vanligtvis är detta förenat med en utvärdering av de metoder och tekniker som har används för att samla in data.” Tillförlitligheten hänvisas till forskningsprocessen förmåga att ge resultat som inte varierar från tillfälle till tillfälle och som inte varierar när någon annan genomför forskningen.15 Som mätinstrument av vår reliabilitet/tillförlitlighet har vi använt oss av en öppen kvalitativ intervju metod som vi anser ger tillförlitliga och stabila utslag.

---

12 Thurén, Vetenskapsteori för nybörjare, sid. 19-23
13 Eriksson, Att utreda forska och rapportera, sid. 38
14 Denscombe, Forskningens grundregler, sid. 124
15 Denscombe, Forskningens grundregler, sid.125
2.2 Intervju


2.1.1 Utförande av en intervju

Det finns olika sätt att utföra en intervju. Man kan i en intervju ha ett frågeschema utan utrymme för t.ex. följdfrågor, man kan göra en lägre grad av struktureringen och få utrymme för att ändra frågor, hoppa över frågor eller ställa följdfrågor, man kan samla ren fakta eller ta reda på respondentens värderingar\(^{16}\). Vi har valt att i intervjun inriktade oss på mäklarnas egna tankar och värderingar eftersom vi forskar om ett komplex ämne som påverkas av tankar och värderingar. Våra frågor är upplagda på ett strukturerat sätt där vi ger utrymme för följdfrågor.


En annan aspekt man bör tänka på är att man noga fundera igenom intervjuns upplägg. En rekommendation att man börjar ställa frågor om nuet och sedan ställer frågor som om det förflytta med mer känslosmäßig innebörd.\(^{17}\) Vi har valt i vår intervju börja med några enkla traditionella frågor och sedan fokusera på det som vi ska undersöka.

Esaiasson talar att det är viktigt att tänka igenom vilka konsekvenser det kan få för din undersökning trovärdighet om man ger löftet till respondenterna att de kan vara anonyma. En undersökning kan tappa all sin trovärdighet om man inte anger källan till det du samlat in.\(^{18}\) Vi har valt att lägga upp alla svar som bilaga 3 för att öka vår trovärdighet.

\(^{16}\) Teorell, Att fråga och att svara, sid. 89
\(^{17}\) Teorell, Att fråga och att svara, sid. 90
\(^{18}\) Esaiasson, Metodpraktikan, sid. 285
2.2.1 Fyra hinder under en intervju


2.2.2 Intervjuarens tio dödssynder


2.3 Kritik

När man skriver en uppsats bör man vara kritisk mot den information man samlar in,21 men man bör inte vara allt för kritisk.22 Den teori man använder sig av i uppsatsen bör man undersöka om hur den förhåller sig till tidigare undersökningar och hur källorna går att relatera till andra studier.23

2.3.1 Metodkritik


19 Teorell, Att fråga och att svara, sid. 90
20 Eriksson, Att utreda forska och rapportera, sid. 87
21 Eriksson, Att utreda forska och rapportera, sid. 146-147
22 Teorell, Att fråga och att svara, sid. 106
23 Eriksson, Att utreda forska och rapportera, sid. 146-147
2.3.2 Källkritik

När en författare lämnar in sitt manus för publicering kan det ta 6-12 månader eller längre innan den är utgiven i form av en artikel i en vetenskaplig tidskrift. Anledningen till detta är bland annat att vetenskapliga tidskrifter använder sig av granskar för att vara säker på kvalitén. För en bok kan det ta flera år att få den publicerad. Då är det viktigt att undersöka om innehållet i boken fortfarande är aktuell eftersom vi idag har en snabb kunskapsutveckling.24

*Sveriges Lantbruksuniversitet* har bra tips inför att vara källkritisk till det tryckta dokumentet:

- Undersök om dokumentet har granskats av ämnesexpertis.
- Kolla tidpunkt för publicering, är forskningsresultatet inaktuellt?
- När man mäter ett dokuments betydelse i forskningsvärlden kollar man upp hur många gånger det har citerats ur dokumentet i stora vetenskapliga tidskrifter. Detta kan man göra i *ISI*s citeringsdatabaser.
- Försök att bilda dig en uppfattning om källans tillförlitlighet.
- Är författaren en expert inom det området han/hon skriver inom. Man kan få en uppfattning om detta genom att ta reda på var denne jobbar.25

När man hämtar information från Internet är det av yttersta vikt att vara källkritisk. Det är viktigt att ha i åtanke att de dokument man hittar via vanliga sökmotorer är blandade med reklam och personliga åsikter. Även här har *Sveriges Lantbruksuniversitet* bra råd till hur man ska förhålla sig kritisk till det material man samlar in:

- Bedöm om dokumentet är aktuellt.
- Vilka är de målgrupper författaren riktar in sig på?
- Vad är syftet med dokumentet? Är det att informera, förklara eller övertyga?
- Har dokumentet blivit undersökt av experter inom området?
- Äger författaren de kunskaper som anses som expertis inom området? Denna uppfattning kan du få i viss mån genom att ta reda på vart han/hon arbetar.26

När vi har samlat in källor till uppsatsen har vi försökt att följa dessa råd och vara källkritisk till allt vi läser. Vi har insett att när man skriver om ett komplex ämne så är det svårt att följa dessa råd. Vad är sant och vad är båg? En sak vi har utgått ifrån är att när det är många forskare som tagit upp likartade forskare som påverkat deras forskning, så måste den källan anses vara tillförlitlig.

2.7.3 Självkritik

Den kritik som vi själva kan förhålla oss till är våra egna uppfattningar som påverkats av olika bakgrunder och erfarenheter. Detta kan påverka vår tolkning i analysen. Risken finns att när vi läser en text kan den påverkas av vår egen uppfattning, därför anser vi att det är av ytterst vikt att vi behåller en objektiv syn på det vi läser och tolkar. Genom att förhålla oss neutrala hoppas vi kunna presentera en uppsats som inte personlig utan vetenskaplig.

---

3. Teori
I detta kapitel tar vi upp våra litteraturstudier.

3.1 Motivation

"Förändring av motivation sker språngvis och en positiv förändring följs alltid av en tillbakagång." 27

Motivation har inte funnits som begrepp "så värst länge". Ordet motivation är inte ens nämnt i skrifter som utgavs 1911. Sedan dess har väldigt många aspekter angående motivation framkommit. Inom psykologin kan man nästan betrakta 1900 talets första hälft som motivationens årtionden. 28


Vad får oss att under en lång tid, stå ut med vår strävan att nå ett mål, trots stora svårigheter, personliga upphoppningar och umgås med en kollega som spårar ur i ett okrult beteende. Vi går då i riktning mot psykologins mest grundläggande frågeställning. Vad är orsaken till en människas beteende, vad kan få oss att handla, välja vilket håll vi går mot framför ett annat och hur förklarar vi ihärdigheten och intensiteten i våra mödor. 31

I alla ideologier och teorier om människan innehåller tydligt uttalat eller otydligt i formuleringar hur man betraktar andra människor. För att se vad som motiverar en person bör man fråga sig om människan innerst inne är ond eller god, destruktiv eller konstruktiv och hur mycket man ärv eller befinner sig på miljön påverkat. 32 "Motivation definieras som en strävan hos människan att leva ett så meningsfullt och självförverkande liv som möjligt. Denna strävan är sammanfattning av människans innersta natur: att vara konstruktiv, målinriktad, social och aktiv." 33 Ur definitionen motivation kan man betrakta att alla människor är mer eller mindre motiverade. Denna definition är mycket viktig, eftersom det betyder att innerst inne är alla människor motiverade och strävar efter att leva ett meningsfullt liv. De människor man betraktar som omotiverade är latent motiverade och det innebär att motivation finns men att den inte märks eller syns i handlingar utåt. 34

---

27 Revstedt, Motivationsarbete, sid. 77
28 Cofer, Motivation och emotion, sid. 7-8
29 Revstedt, Maximal motivation sid. 14
30 Revstedt, Maximal motivation sid. 16
31 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 51
32 Revstedt, Maximal motivation sid. 19
33 Revstedt, Motivationsarbete, sid. 39
34 Revstedt, Motivationsarbete, sid. 43
Vi motiveras på jobbet av pengar, meningsfullhet, valfrihet, prestationer och framsteg. Detta är "inneboende" belöningar som får dig att må bra genast och inte någonting som kommer ett år i efterskott.\footnote{Davies, Maximal motivation s152} I den nya ekonomin där flexibilitet är en nödvändighet är behovet av kvalificerad arbetskraft stor. Utmanningen för affärsverlden i att hitta en ny konkurrenskraft nu när många barriärer mellan länder har raserats och kommunikationen blivit enklare. Människor som tar egna initiativ blir inte motiverade om de behandlas som hundvalpar.\footnote{Davies, Maximal motivation, sid.154} Svenskar motiveras att jobba för att tjäna pengarna, inte arbetsglädje. Mer än femtio procent av de svenska arbetstagarna uppger att pengar är det som främst driver dem till jobbet varje morgon.\footnote{http://press.monster.se/12960_sv_p1.asp}

Motivationspsykologin rör förhållanden i en människas beteenden. Dessa beteendeformer förstår bara om vi känner till motiven, dvs. drivkrafterna bakom våra handlingar.\footnote{Madsen, Motivation s91} Motivation kom under påverkan av USA in i svenska språket relativt sent ur ett historiskt perspektiv. Motivera, härstammar från det latinska ordet motus och betyder känsla, drift lidelse o d. I de psykologiska skolorna har motivation fått följande fyra generella betydelser:

- All den drivkraft, energi och motiv som finns i människor.
- De specifika krafter eller drivkrafter som finns inom varje del av motivationen, t.ex. arbetsmotivation, karriärmotivation etc.
- Medel för påverkan som delas in i positiva och negativa incitament som behandlar olika incitamentsstrukturer.
- En individnivå som handlar om motivationssystem, motivationsstrukturer o d. Man tänker då på en bestånd individ eller bestämd individkategori som har en viss profil när det gäller t.ex. utbildning, arbete karriär etc.\footnote{Bakka, Organisationsteori sid. 160}

I den moderna organisationsteorin används uttrycken behovsteorier, kognitiva teorier, sociala teorier och arbetskaraktäristiska modeller för motiverat beteende i arbetslivet.

- Behovsteorier handlar om grundläggande behov av lärandet under en längre tid eller biologisk arv.
- Kognitiva teorier skådar motivation som ett resultat av de förväntningar man har av andra individer i väg mot ett mål.
- Sociala teorier är dem likheter och olikheter och de rättigheter och orättigheter i jämförelse med medarbetarna, samt hur fördelning av förmåner och fördelar på arbetsplatsen.
- Arbetskaraktäristiska modeller är en motivations beståndsdel i själva arbetet.\footnote{Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 51-52}

Motivationssteorier handlar om orsaker till olika beteenden. Psykologiforskare har inriktat sig på att forska från biologiska inslag i sin teori eftersom det har visat sig lättare att forska om dem fysiologiska motivationssystemen mat, dryck, sömn, temperaturs reglering och sexualitet. Det har visat sig svårt att forska om de psykologiska behoven som påverkar motivationsfaktorn men som grund har de använt sig mycket av Freuds teorier inom psykologin. Freud framställde en personlighetsmodell som tog fram tre grundläggande tillstånd. Dessa tillstånd var det, jag och överjag. Dessa tre motivationssystem är i ständig konfrontation i människans sinne.\footnote{Bakka, Organisationsteori sid. 161}
3.2 Prestationsbehov, kontaktbehov och maktbehov

McClelland anser att de viktigaste behoven i arbetslivet kan delas in i tre stycken huvudtyper, prestationsbehov, kontaktbehov och maktbehov.

- En person som har prestationsbehov är en person som attraheras av ställningar där han/hon har ett personligt ansvar för att lösa problem.
- Den som attraheras av kontaktbehov är en person som är starkt beroende av umgångar med andra människor.
- En som har maktbehov vill tydliggöra sin önskan om inflytande genom att försöka få gensvar för sina synpunkter, önskemål och idéer.

Den första teorin som arbetar efter att klassificera och ordna alla mänskliga behov utvecklades av Abraham Maslow som har fått stor praktisk betydelse för diskussionen om att hjälpa fram en positiv motivation i arbetslivet.⁴²

3.3 Behovstrappan

Abraham Maslow var en psykolog som i början av 1940 talet publicerade sin teori och forskning om behovshierarkin. Maslow delade in behoven människor har, i sju olika huvudgrupper med en hierarki i fem steg. Figur 2 visar den relativa styrkan av behoven.⁴³

![Maslows behovstrappa](http://www.hisvux.se/midander/trappa.html)

Figur 2 ⁴⁴


---

⁴² Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 52-53
⁴³ Bakka, Organisationsteori, Sid. 163
⁴⁴ [http://www.hisvux.se/midander/trappa.html](http://www.hisvux.se/midander/trappa.html)
⁴⁵ Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 53
Fysiska behov (bristmotiv)
År medfödda behov som hunger, törst, sömn och sex. Dessa behov är helt grundläggande för individens överlevnad och anpassning. I arbetslivet kan detta jämföras med lönevillkoren. T.ex. minimilönen som gör det möjligt för en individ att tillfredställa sina grundläggande behov.46

Behov av trygghet (bristmotiv)
Att man är skyddad från fysiskt våld, kriminalitet etc.47 Detta behov aktiveras när man har säkerställt minimitillfredsställelsen av de fysiologiska behoven. I arbetslivet kan man tänka sig trygga omgivningar som skyddar individen mot psykisk och fysisk skada, men även säkerheten att få behålla jobbet.48

Gemenskap, behov av kärlek (bristmotiv)
Detta är den högsta nivån av de så kallade bristmotiven, om de två första bristmotiven är tillfredställda så kan man tillfredställa detta behov genom anknytningar med goda vänner, kollegor, partner och sociala omgivningar som förmedlar stöd och acceptans. Företag kan göra mycket för de anställda genom ett bra upplägg, få bra samarbetsförhållanden. Man kan även från företagets håll anordna sociala aktiviteter för att tillfredställa detta behov.49

Uppskattning, självhävdelse behov (växtmotiv)
Att man får känna frihet, ha prestationssförmåga och uppmärksamhet från andra genom prestige och erkännande.50 När vi går in i detta behov övergår vi till växtmotiven. Detta behov är inte inriktat för att reducera ett bristtilstånd utan handlar om individens möjligheter till personligt växande. Maslow antar att för att utveckla de personliga egenskaperna maximalt är första steget att utveckla en bra självrespekt och få andra människors uppskattningar, önskan om att prester, vinna prestige och ha framgång i livet. Denna motivationsmekanism är av stor betydelse i arbetslivet. Den engelske psykologen Rom Harré har på ett övertygande sätt argumenterat för behovet av respekt från den sociala omgivningen ofta tar större plats i vårt dagliga liv än sexualitetsdrift och aggression. Att visa människor uppskattning för det arbete de utfört är enkelt, uppmuntrande psykologi och man kan i praktiken uppnå mycket med små medel i sådana sammanhang. Det är viktigt att vi gör feedback till varandra. Företag kan visa uppskattning genom att dela ut diplom eller ha notiser och artiklar i interna nyhetsblad d.v.s. att visa synligt sin uppskattning för någon som arbetat med åligganden som är utanför de formella åligganden.51

Självförverkligande (växtmotiv)
Att man får utrycka sig fritt och se sina möjligheter.52 Detta är den högsta nivån i Maslows behovshierarki och innebär att man förverkligar sina potentiella egenskaper man besitter. Företag kan öka motivationen på arbetet genom att ge medarbetarna möjlighet att förverkliga sina potentiella egenskaper och det kan leda till att starka motiverande krafter kommer fram inom företaget. Medarbetarna presterar i allmänhet sitt allra bästa i sådana villkor.53

46 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 53
47 Bakka, Organisationsteori, Sid. 163
48 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 53-54
49 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 54
50 Bakka, Organisationsteori, Sid. 163-164
51 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 54
52 Bakka, Organisationsteori, Sid. 163-164
53 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 54-55
Det går inte att växla nivå, utan man övergår gradvis till nästa steg. Modellen beskriver motiven som alla människor mer eller mindre har. Man kan ha olika styrka på varje nivå och teoretiskt kan man inte en profil som täcker behov över varje nivå av modellen. Att modellen har blivit populär är troligen för att den har en stark optimistisk syn angående människans möjligheter att utvecklas. En människas egentliga mål är att utveckla sig och uppnå självförverkligande.54

En flexiblare och ledigare variant av Maslows teori än den oböjliga trappstegsmodellen är modellen i Figur 3. I denna modell tänker man sig att flera behov kan aktiveras och gripa in i varandra samtidigt, men det är alltid ett behov som är mest använt och fortfarande är det en framåttriktad utvecklingsprocess mot behov på en högre nivå. 55

![Figur 3](image)

Empirisk forskning som utförts för att testa Maslows teorier kom Porter fram till slutsatsen att det finns en uppdelning mellan bristmotiv och växtmotiv. Han kom fram till att en medarbetare på en lägre nivå i en organisation i stort sett bara uppnår sina bristmotiv, medan en medarbetare på en högre befattning har större möjlighet att tillfredsställa sina växtmotiv. 57

Maslow gjorde en stor brytning mot den auktoritära kulturen som rådde både i näringslivet och i skolan och markerade detta i sina teorier. Hans synsätt har haft en betydande kraft i näringslivet eftersom de olika tendenser i samhället också var inställda på en förändring och en ökad humanisering. 58


54 Bakka, Organisationsteori, Sid. 164
55 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 55
56 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 55
57 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 55
58 Bakka, Organisationsteori, sid. 165
59 Bakka, Organisationsteori, sid. 165
3.4 Existensbehov, relationsbehov och utvecklingsbehov

Efter kritik om Maslow behovshierarki så har Clayton Alderfer omarbetat och förändrat denna teori. Alderfer visar i sin forskning att vi kan reducera antalet grundläggande behov till tre stycken från Maslows fem. Dessa tre behov kallar han existensbehov, relationsbehov och utvecklingsbehov.

- Existensbehoven omfattar de fysiologiska behoven och trygghetsbehov.
- Relationsbehoven sammanfaller med sociala behov.
- Utvecklingsbehoven inkluderar både uppskattning och självförverkande.

Alderfer bryter därför mot Maslows antaganden att vi bara rör oss uppåt i behovshierarkin. Behoven kan vara verksamma på samma nivå i samma tidpunkt och det går att röra sig såväl uppåt som neråt i hierarkin, se figur 4. Fördelen med Alderfers teori är att den överensstämmer mer med de forskningsresultat som kommit fram i aktuell forskning om mänsklig motivation.60

3.5 Hygienfaktorer och motivationsfaktorer

Herzberg hade en grundlig forskning angående sambanden mellan incitament, tillfredsställelse och arbetsprestation. Det han lade stor vikt i sin forskning var kritiska händelser som de intervjuade hade verit med om. T ex om en person hade starka upplevelser med starka känslor, dvs. positiva och negativa händelser i samband med en arbetssituation.62

Analysen och intervju tog upp följande huvudområden:

- Erkännande, uppskattning
- Möjligheter att växa i arbetet
- Lönn
- Ledning
- Företags politik och struktur
- Arbetes innehåll
- Statusförhållanden

- Prestationsmöjligheter
- Befordrings möjligheter
- Mellanmänskliga relationer
- Ansvar
- Arbetsförhållanden
- Faktorer i privatlivet
- Trygghet i anställningen

60 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 56
61 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 57
62 Bakka, Organisationsteori, sid. 165
63 Bakka, Organisationsteori, sid. 165
Dem positiva känslorna som intervjupersonerna visade var att känslan av att lyckas var nära samband med erkännande, ansvar, arbetes innehåll, prestationer och befordringsmöjligheter. Dem negativa känslorna var i samband med företagets allmänna policy och allmänna arbetsförhållanden. Hygienfaktorer och motivationsfaktorer är de två slags faktorer som Herzberg ansåg att det finns. Hygienfaktorerna innebär att: ”När arbetsförhållandena kan betecknas som optimala, kommer vi inte känna oss tillfredstalda, men vi kommer heller inte att få speciellt mycket positiv stimulans (...)” 64

Man kan bara få den belöning som förstärker ens ambitioner genom att realisera sitt arbete på ett vist sätt. Herzberg teori lägger en stor vikt på belöningar, arbetsberikande åtgärder och motivationsstrategier. Herzbergs tvåfaktorsteori:

**Hygienfaktorer (ger inte motivation)***

- Företagspolicy
- Ledning
- Lön
- Mellanmänskliga relationer
- Arbetsförhållanden

**Motivationsfaktorer (ger motivation)**

- Prestation
- Erkännande
- Själva arbetet
- Ansvar
- Avancemang 65

Den slog igenom eftersom den är så enkel och lätt att tillämpa av en ledning som vill få sina anställda mer motiverade. Efter att forskningen sedan har gått vidare så har den blivit föremål för diskussion eftersom t.ex. verkar det orimligt att lön enbart finns under Hygienfaktorer. Det positiva är att i det goda företaget så har man i stor utsträckning fått bort det gamla militära idealen som ”håll käft, rättning i ledet och håll taiken” eftersom det i stort sett är bannlyst ”i det goda företaget”. Det har inneburit att man måste se på problemen i en annan vinkel än tidigare, man måste ställa diagnoser och få fram lösningar av olika slag. Det har blivit en viktig uppgift att anpassa uppgifter, struktur och teknologi, med de medverkandes krav och behov genom att se dem ur ett psykologiskt perspektiv. 65

Därför bör man titta på de medverkandes kognitiva resurser dvs. de erfarenheter, kunskaper och deras förmåga att uppfatta, förstå och lösa nya problem samt titta på motivationsresurser som tillit, mod engagemang, värderingar och förmågan att ta egna initiativ. Trots alla dessa framsteg med motivationsmässiga resurser så måste vi lära oss att det alltid finns intressekonflikter och motstånd mot förändring. 66

### 3.6 Fem faktorer som påverkar motivationen

Richard Hackman bedriver forskning om en mängd ämnen i sociala och organisatorisk psykologi, inklusive gruppdynamik och prestanda, ledarskap effektivitet och konstruktionen av självstyrande grupper och organisationer. 68 Hackman insåg att man borde se betydelsen av arbetes innehåll. Om man inte har valmöjligheter så har arbetaren låg motivation, symtom på trötthet och hög frånvaro. Slagord som han reformerade var, nya arbetes och samarbetsformer, som innebar att den anställdes skulle ha mer inflytande på företaget för att bli motiverad.

---

64 Bakka, Organisationsteori, sid. 165-166
65 Bakka, Organisationsteori, sid. 165-166
66 Bakka, Organisationsteori, sid. 167
67 Bakka, Organisationsteori, sid. 167
68 [http://translate.google.se/translate?hl=sv&sl=en&u=http://hackman.socialpsychology.org/&sa=X&oi=translate&resnum=6&ct=result&prev=/search%3Fq%3D%22Richard%20Hackman%26hl%3Dsv%26sa%3DGoogle](http://translate.google.se/translate?hl=sv&sl=en&u=http://hackman.socialpsychology.org/&sa=X&oi=translate&resnum=6&ct=result&prev=/search%3Fq%3D%22Richard%20Hackman%26hl%3Dsv%26sa%3DGoogle)
Teorin Herzbergs hade utvecklat ansåg att arbetet låg i centrum i diskussionen om motivation och att han bara fokuserade på arbetets innehåll och utmaningar. Hackman ansåg att de traditionella teorierna innehåller en blind fläck, att människor inte arbetar effektivt med enkla rutinarbeten. Alla förbättrade anpassningar av arbetet, ekonomiska drivkrafter och en bra arbetsledning har inte belyst det grundläggande felet, att arbetet är tråkigt. Därför måste man sätta in mera åtgärder för att öka motivationen bland de anställda.  

Hackmans teoretiska beskrivning av designproblemet koncentrerar sig på tre aspekter:

- Analys av grundläggande arbetsegenskaper
- Analys av motivationstillstånd knutna till arbetsegenskaperna och
- Analys av konsekvenserna i arbetssituationen.

När det gäller själva arbetet så har Hackman tagit fram fem faktorer som påverkar motivationen:

- **Arbetsuppgiftens krav på olika färdigheter** Det som gör att arbetet upplevs meningsfullt är när man har variation i arbetets process som kräver olika färdigheter och förutsättningar.
- **Arbetsuppgiftens identitet** I vilken utsträckning en arbetare gör klart ett "helt arbete" med ett synligt resultat, från början till slut
- **Arbetsuppgiftens betydelse** Arbetet som upplevs som viktigt för andras situation och behov och som har inverkan på andra människor, organisationer eller samhället
- **Befattningens autonomi** Vilka olika valmöjligheter som arbetet erbjuder gällande planering av arbetet och besluta om hur arbetets ska genomföras.
- **Feedback i arbetet** Hur stor arbetsprestation som krävs som ger den arbetande klar information om resultatet av arbetsinsatsen. Feedbacken kan handla om synliga resultat av dennes egen insats, datamängd eller kvalitet av det man producerar som kan sammankopplas till själva jobbet.

Hackman knyter samman dessa teoretiska framställningar i figur 5. De tre första arbetsegenskaperna är hur meningsfullt man upplever sitt arbete, autonomin är hur mycket ansvar man ska ta i förhållande till arbetsresultatet och i och med feedback har man i varierande grad kännedom hur resultatet av arbetet kommer att bli.

---

69 Bakka, Organisationsteori, sid. 168
70 Bakka, Organisationsteori, sid. 168
71 Bakka, Organisationsteori, sid. 169
72 Bakka, Organisationsteori, sid. 170
Teorin beskriver kedjan från orsak till verkan, dvs. från arbetsegenskaper till de anställdas beteende och inställning. Om man har infriar de fem stycken arbetsegenskaperna så är resultaterat givet, tillfredställelsen blir hög och arbetseffektiviteten blir också hög. Om man undviker att spilla tid och följa modellen ovan skulle man kunna bespara mycket ”onödig” tid som går till spillo, av slentriam, dagdrömmen och andra flyktmekanismer. Hackmans villkor för användning och giltighetsområden av modellen vilar under tre stycken bestämda förutsättningar som han säger extra vikt på, som ses i figur 6.

- **Kunskap och färdighet: (kompetens)** Att arbetaren har de kunskaper och grundläggande färdigheter som krävs för att utföra sitt arbete. Skulle inte medarbetaren var tillräckligt kompetent skulle denne bli otillfredsställd och frustrerad, som skulle leda till att denne ger upp eller kommer att göra en arbetssatsad denne är missnöjd med.

- **Styrkan i växtbehovet:** Utvecklingsbehovet är ett psykologiskt behov som är avgörande hur mycket en person vill engagera sig i en befattning med stora utmaningar. Visa har ett behov att utveckla sig och presterar något och därmed kan vi förutsäga att de har en hög motivation när de ställs inför en svår komplicerad situation med nya utmaningar. De som inte har behov av att utvecklas kommer att vara mindre intresserade att använda sig av möjligheten till personliga prestationer som finns i arbeten med hög motivation.

- **Tillfredställelse med arbetssammanhanget:** Befattningen och individen ingår i en organisation, allt från lönesystem och ledarstil till organisationskultur för att medarbetaren ska känna tillfredställelse med arbetssammanhanget. Att göra förändringar i en organisation där medarbetarna är mycket missnöjda skulle inte uppfattas positivt från medarbetarnas håll.73

---

[Centrala arbetsegenskaper](#) → [Viktiga psykologiska tillskott](#) → [Personliga och arbetsmänskaresultat](#)

- **Knapa olika färdigheter**
  - Uppgifternas identitet
  - Uppgifterns betydelse
  - Autonomi
  - Feedback i arbetet

- **Upplevelse av meningsfullt arbete**
  - Ansvarskänsla
  - Resultat av arbetet

- **Hög inne arbetsmotivation**
- **Hög tillfredsställelse**
- **Hög tillfredsställelse**
- **Hög arbetseffektivitet**

---

**Figur 6 74**

73 Bakka, Organisationsteori, sid. 170
74 Bakka, Organisationsteori, sid. 169

3.7 Yttre motivation och inre motivation


3.8 Prestationsmotivation


Hur oftan har du hört uttrycket: ”Du får göra så gott du kan, mer kan man inte begära?”

Detta har en utbredd och vanlig utfallsvinkel inom motivationsproblematiken eftersom vi inte vill pressa individen för hårt. Om vi misslyckas kan vi alltid tänka att vi i alla fall gjorde vårt bästa, men är det en sanning? Mycket forskning tyder på att företagen inte ger tillräcklig information i förhållande till den prestationsnivå som förväntas. Istället för ”gör så gott du kan” kan företagen sätta upp klara och konkreta mål där målet kallas ”målsättningsteori” om motivation. 

75 Bakka, Organisationsteori, sid. 171  
76 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 61-62  
77 Wagner, Människans drivkrafter, sid.136  
78 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 63  
79 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 63
3.9 Social motivation, likavärdesteorin och rättviseteorin


"Här är det i synnerhet överväganden beträffande olika former av rättvisa som utgör de väsentliga källorna till variationer i motiverat beteende."  

Likavärdesteorin


- **Själv-intern** – Här jämför individen sina tidigare arbetssituationer med den nuvarande inom samma organisation.
- **Själv-extern** – Denna jämförelse innebär att individen jämför erfarenheter från annan arbetsplats med den nuvarande arbetssituationen.
- **Annan-intern** – I denna situation jämför individen sig själv med en annan grupp eller individ inom samma organisation.
- **Annan-extern** – Här jämför individen sig själv med en annan individ eller grupp utanför den egna arbetsplatsen.


---

80 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 66
81 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 66-67
82 Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 67-68
Rättviseteori
Inom denna teori är man uppmärksam på fördelningsrättvisa. Det ska vara en rättvis fördelning av lön, semester, arbetsutbyte, extraförmåner, arbetster osv. Här handlar det om ifall de procedurer som ligger till grund för beslut om fördelning av utbytesvärden är rättvisa och inte om proportioner och mängder. Det handlar även om en subjektiv uppfattning av det som pågår, inte om proceduren i sig. Med andra ord är det som är av betydelse är de procedurer som används vid fördelningen av resurser och förmåner upplevs av de anställda som rättvisst. Detta kallas för *procedurrättvisa* och handlar om vilka procedurer ledningen tillämpar för att få sig en uppfattning om arbetsinsatsen från de anställda. Detta kan leda till att den anställdes arbetsmotivation sjunker om denne upplever procedurerna som orättvisa.\(^\text{83}\)

Detta är ett nytt område som forskats inom och man har än så länge koncentrerat sig på två faktorer. Den första faktorn har en anknytning till *mellanmänsklig behandling*, här läggs vikten på att medarbetarna behandlas respektfullt och artigt av arbetsledaren. Genom att regelbundet ge feedback på arbetet och hjuda in medarbetarna till att komma med egna synpunkter och perspektiv på arbetet, företagspolicy, riktlinjerna osv. uppnås detta. Det leder sannolikt till sämre arbetsmotivation och arbetsprestation om ledaren i organisationen inte är intresserad av medarbetarnas synpunkter och behandlar dem på ett arrogant sätt. Den andra faktorn har en anknytning till att förklara orsaken till beslut som har med medarbetarna att göra. Exempel på detta kan vara att ledaren upplyser medarbetarna om vilka regler som gäller vid beslut om befordran, hur det går till när en medarbetares insats värderas osv. Om det inte informeras om de olika steg vid beslutsfattande kan medarbetaren lätt få uppfattningen att de har blivit orättvist behandlade, vidare kan detta leda till att arbetsmotivationen försämras.\(^\text{84}\)

### 3.10 Åtta drivkrafter

Michael Maccoby säger att det finns 8 stycken drivkrafter som får människan att arbeta. Olika personer drivas av olika drifter.

**Självbevarelse:** Är en drift till uppehälle, näring, undvikande av fara och självförsvar. När självbevarelserna blir hotad får människan en känsla att fly. En person som har självbevarelse som den dominerande driften är försvarsinriktad. Personen kan även vara en god ledare, om ledaren kan vara hoppfull och inriktar människors självbevarelsedrift till ett gemensamt mål.

**Samhörighet:** Är driften till erkännande, kommunikation, omsorg, skydd och gemenskap. Detta är speciellt viktigt att tillgodose i monotona arbetsuppgifter.

**Njutning:** Är driften till bekvämlighet, småig mat, stimulans, glädje och skönhet. Denna drift kan framtråda när anställda vill att deras arbetsuppgifter ska vara stimulerande. Om då detta inte infrias kommer den anställdes arbetsuppgifter ska vara från medarbetarna och leda till att söka njutning på annat håll och vända sig bort från arbetet.

**Information:** Är en drift som letar efter sinnesstimulans, återkoppling, kunskap och förståelse. Människan behöver information för att orientera sig i sin omgivning för att undvika faror och hitta trivsamma upplevelser. Att fokusera på framtiden, sträva framåt och ha visioner är nödvändigt för motivationen.

---

\(^{83}\) Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 68-69

\(^{84}\) Kaufmann, Psykologi i organisation och ledning, Sid. 69

Lek: Är en drift som uppfyller människans behov av äventyr, konkurrens, experiment, kreativitet och innovation. Vi kan i leken bidra med kunnande p.g.a. att man experimenterar och kommer på nya idéer. Risken för denna drift är att det kan bli för mycket lek och leda till ineffektivitet.


Mening: Är en drift som uppkommer genom att man vill fylla varje situation med värde. Behoven formas efter meningsdriften. Denna drift är en strategisk och tillgodosar alla våra erfarenheter och impulser. När alla känner mening med arbetet så blir arbetsmiljön mer behaglig och motivationen blir bättre.85

85 Motivation i näringslivet och i en ideell organisation, sidan 12 - 13
4. Empiri

I detta kapitel visar vi upp en sammanfattning av våra intervjuer. Där vi intervjuat sex personer som jobbar på mäklarbyrån i Gävle Centrum.

4.1 Bakgrunds fakta mäklarna på Fastighetsbyrån

Mäklarna på fastighetsbyrån har jobbat olika länge som mäklare. Av dem vi intervjuade har fem stycken jobbat som mäklare fem till åtta år medan en person har jobbat som mäklare i tjugofyra år.

Det som avgjorde att de blev mäklare var det spridda svar på. En var intresserad av att få jobba med människor samt att denne var också intresserad av boende och hem. En tyckte att det är stimulerande att vara ute och träffa människor, vara social samtidigt som man hjälper folk med att hitta någonstans att bo. Denne var samtidigt drivande och resultatmedveten och visste redan under studietiden att det var denna bana som denne skulle välja. En var från början snickare och redan intresserad vad ”det har med hus” att göra, så han ansåg att en kort utbildning på högskolan som leddes till ett arbete var en bra lösning. En tyckte att det var ett jobb som skulle passa denne men att få en bra utbildning var det viktigaste och det var en tillfällighet att denne fick chansen att få prova mäklar yrket. När denne sedan jobbat en tid märkte denne att arbetet var flexibelt och roligt. En tyckte att det som avgjorde valet att bli mäklare var att man kan styra och variera sina arbetstider ”ganska” mycket.

4.2 Motivation på Fastighetsbyrån


Fastighetsbyrån försöker motivera sina anställda genom att följa upp resultat för att kunna ge feedback på vad det presterat och genom att de har ett bonussystem har gjort att man kämpar och presterar sitt yttersta. De ser till att de anställda är informerade för att kunna ta hand om
sina kunder och fastighetsbyrån servar dem med verktygen så att de kan göra det på ett bra sätt. De ger även generösa och ger små gåvor till de anställda för att de ska trivas på arbetsplatsen på så vis få feedback för vad de presterar på byrån. En respondent ansåg att de försöker att förbättra sig hela tiden gör att man känner av en stark företagsanda och erbjudanden från fastighetsbyrån gör att motivationen för mer försäljningar ökar. En respondent ansåg att fastighetsbyrån inte gjorde något alls för att öka motivationen utan det får man stå för själv.

Vad de anställda gör själva för att bli motiverade fick vi olika svar på. En ansåg att denne tycker att arbetet är roligt, men att man kanske ser bort och inte ser det som är tungt och tråkigt och fokuserar på det roliga. En ”dum” kund kan göra att motivationen går ner om man fokuserar på den kunden utan det gäller att se bort och koncentrera sig på de glada och nöjda kunderna. En av respondenterna motiverade sig själv genom att utföra ett professionellt arbetsutövande, en annan av respondenterna visste inte riktigt vad som motiverade denne. Men en sak denne nämnde var att nu när konkurrensen har ökat på marknaden så gäller det att stå på tå och vara på hugget hela tiden och försöka hitta bra argument när man är ute hos sina kunder. En respondent tyckte att det som motiverar är känslan av att göra affärer till nöjda kunder och en annan faktor var att det är intressant med människor. En annan respondent ansåg att hitta balans i livet är en faktor som påverkar motivationen. Denne ansåg att om man motiverar sig att jobba sent en kväll är för att kunna vara ledig hela helgen.


Den period under året som flera respondenterna anser att motivation är som minst är i november, december eftersom då är det mycket annat att tänka på och det är full fart med andra saker hela tiden. Under våren och hösten är motivationen som störst, då det är mer att göra och det är en större rullians på marknaden. Det är som mest att göra är från februari, mars fram till semestern i juni, juli och det ökade motivationen enligt en av respondenterna. Två av respondenterna ansåg att deras motivation är likvärdig under hela året. En respondent ansåg att denne skulle bli mer motiverad än den hade en assistent bredvid sig som gjorde allt ”tråkigt”. Man skulle arbeta lika mycket men att få mer hjälp skulle öka dennes motivation. En respondent svarade att denne inte visste hur dennes motivations skulle kunna bli större, men att denne ändå kände att motivationen skulle öka eftersom vi utvecklas hela tiden. Man kan inte vänta att någon annan ska ge dig motivation utan man måste skapa motivationen själv. Man måste själv ta tag i saker och motivera sig till själva jobbet, drivande av projekt som tillslut blir en försläpningspunkt på de uppdrag man har. En av respondenterna svarade att denne skulle vilja se att företaget fokuserade mer på arbetet än på att man ska göra ett bra resultat. Alla förändringar syftar egentligen på att tjäna mer pengar medan det skulle vara bättre om förändringarna skulle leda till bättre arbetsstider etc. En av respondenterna ansåg att motivationen inte skulle öka men att det finns omständigheter som skulle bli lättare
om arbetstiderna kunde ha avtalats lättare. Många människor tycker att det är självklart att man kan gå till tandläkaren klockan tio en tisdag, men samtidigt kan inte samma person gå på visning en tisdag klockan tio eftersom denne arbetar.

En av respondenterna anser sig mer motiverad än sina kolleger. Som argument för detta säger denne att det är på tokiga grunder, denne vill inte anse sig mer motiverad än sina kolleger men är sådan i alla fall men nämner samtidigt att det inte gått ut över kollegorna på fastighetsbyrån. En respondent säger utan tyglig grund att när man är yngre, har inga barn och anser att jobbet är en viktig del av livet, är man ung och hungrig. De övriga respondenterna anser sig inte vara mer motiverade än sina kolleger.

Enligt respondenterna på fastighetsbyrån så agerar en omotiverad person oengagerat i sitt arbete. De går på rutin, de ser inte kunden utan bara det de har att sälja, kommer inte med förslag eller idéer och upplevs ”trött” av en kund. Den omotiverade personen klarar sig inte kvar i byrån eftersom orkar man inte driva sina affärer, marknadsföra sig själv så kommer inga uppdrag och då kan man inte jobba i det här yrket. Man måste vara motiverad för att kunna bara engagerad och man blir mer jagad än man själv jagar.


Om respondenterna skulle få känna sig mer motiverade om de blev uppskattade så ansåg bara en av våra respondenter att det inte skulle påverka honom/henne, denne tyckte att han/hon redan fick uppskattning för sitt jobb. De andra mäklarna tyckte att det är självklart att man blir mer motiverad av uppmärksamhet och uppskattning från både kunden och ens chef. De tycker att oberoende av vilket yrke man har så är det jätte viktigt med bekräftelse. Våra respondenter ansåg att de inte kände sig mer motiverade att arbeta den dagen vi var där på intervj. Alla respondenterna skrattade och sa att det varit ett intressant ämne att prata om. En respondent sa att när man tänker på det, kommer det få en extra tanke idag när man syssla med någonting. En ansåg att det var upprördkande att träffa oss, att det får en att tänka efter mer och inte bara köra på motoriskt hela tiden
5. Analys

I detta kapitel fogar vi samman, empiri och teori. Här vill vi jämföra vår teoretiska datainsamling med den empiriska undersökningen och hitta de likheter och olikheter som kan uppkomma.

5.1 Bakgrund motivation


En omotiverad person är en person som inte medverkar aktivt och inser inte själv att han/hon måste medverka för att få en positiv förändring. Den omotiverade tror att allting blir bra utan att själv behöva göra något, utan är istället misstänksam, kritisk och avvisande. I samarbete med andra är denne personen känslomässigt avstängd och ”tycks” inte vilja ha någon kontakt.

En omotiverad person för mäklarna på Fastighetsbyrån är en person upplevs som trött och oengagerad. Den omotiverade mäklaren ser inte kunden utan bryr sig bara om själva försäljningen. Man får uppfattningen att den omotiverade saknar viljan att jobba. Den omotiverade mäklaren upplevs som mer ”jagad” än att denne ”själv jagar”.


5.2 Prestationsbehov, kontaktbehov och maktbehov

Enligt McClelonds teori så finns det tre olika huvudtyper av behov i arbetslivet och dessa behov är prestationsbehov, kontaktbehov och maktbehov. Vi fick uppfattningen att några medarbetare hade större prestationsbehov än de andra eftersom de uttryckte att de attraheras av att lösa problem för kunderna, medan andra medarbetare hade starkare kontaktbehov. De hade större behov av att träffa och umgås med människor, för att på så vis få nöjda kunder och få sin starkaste motivation bekräftad.

5.3 Behovstrappan


Det första steget i Maslows behovstrappa är fysiska behov som i arbetslivet kan jämföras med lönevillkoren. Eftersom en mäklare tjänar lika mycket som de säljer så är lönenivån något de kan påverka själva. Därfor anser vi att alla respondenterna har detta behov tillfredsställt. Det andra steget som är behov av trygghet som i arbetslivet är trygga omgivningar som skyddar individen mot fysisk och psykisk skada.

5.4 Existensbehov, relationsbehov och utvecklingsbehov
Om man jämför Maslows behovstrappa med Alderfers ERG-teori så är den största skillnaden att man kan röra sig både uppåt och neråt medan man i behovstrappan bara kan arbeta sig uppåt. En annan skillnad är att i Alderfers teori finns det tre steg, existensbehov, relationsbehov och utvecklingsbehov. Existensbehov omfattar de fysiologiska behoven och trygghetsbehoven som finns Maslows behovstrappa. Relationsbehovet sammanfaller med sociala behov och utvecklingsbehoven inkluderar både uppskattning och självförverkligande. Vi anser att flera av respondenterna på Fastighetsbyrån är uppe på utvecklingsbehov medan dem som inte kommer upp till steg tre i Maslows behovstrappa har inriktat sig på relationsbehov, i Alderfers ERG-teori.

5.5 Hygienfaktorer och motivationsfaktorer

5.6 Fem faktorer som påverkar motivationen
Enligt Richard Hackmans teori är motivationen låg när man inte har valmöjligheter. För har man inte valmöjligheter så blir kontanten hög frånvaro och symptom på trötthet. Fastighetsbyrån är ett företag som håller sig välinformerad och är utrustad med den senaste
tekniken, enligt våra respondenter. De kan lägga upp sina dagar själva och detta gör att de ha valmöjligheten att lägga upp sitt arbete på ett självständigt sätt. Alla respondenter uttryckte att det var en bra arbetsplats att arbeta på eftersom det finns så många valmöjligheter. Detta innebär att det bör finnas stor motivation på arbetsplatsen om man utgår från Hackmans teori.


5.7 Yttre motivation och inre motivation


Deci och Ryan hävdar att en överfokusering på yttre belöning kan påverka och förminska den inre motivationen för arbetet eftersom, i teorin, är den inre motivationen förnuftigare i betydelsen att den går för ”egen maskin” och är mer stabil. Vi anser att respondenterna på fastighetsbyrån har en överfokusering på den yttre motivationen och detta bör ha en negativ verkan på deras inre motivation. Detta gav oss känslan av att några av mäklarna ser mer motiverade ut men inte har en så stark motivation i verkligheten. Enligt Deci och Ryans teori är den yttre belöningens destruktiva effekt som mest tydlig när belöningsystemet utövas på ett kontrollerande sätt och att det inte alltid lönar sig med belöningar för att höja den inre motivationen.

5.8 Prestationsmotivation


5.9 Social motivation, likavärdesteorin och rättviseteorin

Eftersom man i teorin betraktar att alla människor är mer eller mindre motiverade så kan man dra slutsatsen att mäklarna på fastighetsbyrån är motiverade, vissa kanske visar mindre motivation än andra. Vi fick uppfattningen att några av mäklarna gav mer personliga uppförningar än andra, med detta säger vi inte att de är mindre motiverade. Enligt likavärdesteorin kan det vara så att några av mäklarna jämför sina egna arbetsinsatser med sina kollegor och kan då uppleva en likavärdeskonflikt. De kanske känner att dem lägger ner lika mycket arbete som sina kolleger men att dem inte får ut lika mycket. Detta kan ge en känsla av otillfredsställelse och orättvisa enligt teorin och det kan leda till minskad arbetsmotivation.


5.10 Åtta drivkrafter

I teorin tar Michael Maccoby upp åtta drivkrafter som driver människan att jobba. Olika personer drivs av olika drifter. Vi fick kännan att drivkrafterna för alla respondenterna på Fastighetsbyrån har starka drag mot samhörighet som innebär erkännande, kommunikation, omsorg, gemenskap etc. Några hade information som drivkraft som innebär att man letar efter sinnesstimulans, feedback, kunskap och förståelse. Enligt teorin är det nödvändigt för motivation att fokusera på framtiden, sträva framåt och ha visioner. Vi fick inte denna uppfattning från alla våra respondenter men detta kan påverkas av det stadiet i livet individen befinner sig i. Vi anser att våra respondenter innehar till viss del små parter av alla Maccobys åtta drivkrafter, vissa mer än andra, men det är de som vi tagit upp som är starkare än de andra drivkrafterna.
6. Reflektioner

_I detta kapitel presenterar vi de reflektioner vi funnit i vår analys._

Vi vill börja med att bestyrka att vår tolkning inte behöver överensstämma med hur det verkligen ser ut på Fastighetsbyrån!


Vi anser att skriva en uppsats om motivation på en arbetsplats är väldigt omfattande om det ska bli ett arbete med en verklig sanningshalt. Vi känner att vår uppsats täcker en stor del av de största teorierna som forskarna undersökt fram. Om man ska göra en uppsats i framtiden så kanske man ska inriktas sig på bara en motivationsteori, eftersom det finns så många inriktningar och förståelse om begreppet motivation.
Källförteckning

Primära källor (Muntliga källor)
Jemt, Marit – Fastighetsbyrån Gävle kl. 10:10 5 maj, 2008
Stellnert, Anne - Fastighetsbyrån Gävle kl. 10:30 5 maj, 2008
Johansson, Mikael – Fastighetsbyrån Gävle kl. 10:50 5 maj, 2008
Tröjbom, Stefan – Fastighetsbyrån Gävle kl. 11:10 5 maj, 2008
Helgesson, Göran – Fastighetsbyrån Gävle kl. 11:30 5 maj, 2008
Gustavsson, Anna-Lena – Fastighetsbyrån Gävle kl. 11:50 5 maj, 2008

Sekundära källor (Litterära källor)
Carlson, Anna och Wallin, Kristina C-uppsats företagsekonomi 27-02 FEK *Motivation i näringslivet och i en ideell organisation – En jämförelse mellan Gavlecon och Forex*, 2002
Teorell, Jan och Svensson, Torsten, *Att fråga och att svara*

Thurén, Torsten, *Vetenskapsteori för nybörjare*
Liber, 2004

Internetkällor
http://www.hisvux.se/midander/trappa.html 21/4 2008 - kl. 16:37
Bilaga 1 (Tankar och funderingar)

**Tänk på under uppsatsen:**
Grammatik
Dåtid eller nutid
Skriva ner fotnoter direkt
Alltid spara och mejla till varandra

**Sammanfattning**
På svenska och engelska

**Inledning**

**Bakgrund:** Tanken med arbetet etc.
**Problem:** Frågan
**Syfte:** Vårt syfte med denna uppsats är att ta reda på vad är det mäklarna på Fastighetsbyrån blir motiverade av?
**Avgränsningar:** Avgränsningar till arean

**Metod**
Hypoteser: bygg på känd fakta
Olika hypoteser mot varandra och sedan jämföra med empirin
Olika lösningar att skriva
Ifrågasättning: varför spela in? Varför skriva ner?
Avgränsningar i landet, varför?

**Teori**
Grundteorier i motivation
Kopplas med empiri i analys
Modell av teorin: desto mer komplicerad desto mer trovärdigt

**Empiri**
Intervjuer med mäklare
Frågora kopplade till metod och teori
Sammanfattning eller enbart frågor och svar
Intervju: flera respondenter, förbereda noggrant intervjuerna och koppla till teori modellerna
Intervjuteknik: bandspelare

**Analys**
Koppla ihop allt

**Reflektioner**
Egna åsikter om arbetet

**Källförteckning**
Klockslag och datum för Internet
Sekundära källor
Datum och plats för intervjuer
Källhänvisningar till litteratur
Bilaga 2

1. Hur länge har du jobbat som mäklare?
2. Hur länge har du jobbat här på Fastighetsbyrån i Gävle?
3. Varför valde du att bli mäklare?
4. Vad är motivation för dig?
5. Vad motiverar dig att jobba?
6. Vad känner du inför att gå till jobbet varje morgon?
7. Vad gör Fastighetsbyrån för att motivera dig?
8. Vad gör du själv för att få dig mer motiverad?
9. Strävar du efter att bli mer motiverad?
10. När känner du att du är mest motiverad att jobba under året?
11. Vad skulle göra dig mer motiverad?
12. Anser du dig vara mer motiverad än dina kollegor?
13. Hur anser du att en omotiverad person agerar?
14. Hur påverkar lönen din motivation?
15. Känner du dig mer motiverad om du får in ett objekt som blir en utmaning att sälja?
16. Känner du att du blir mer motiverad om det arbete du gör blir uppmärksammad och uppskattad?
17. Känner du att du får den uppmärksamhet och uppskattning här från Fastighetsbyrån och din omgivning?
18. Nu när vi har diskuterat motivation, känner du dig mer motiverad att jobba?
1. 5 år
2. 5 år på fastighetsbyrån i Gävle
3. kommer inte riktigt ihåg, jag tror att det var en kombination att få jobba med människor åhhh så var man intresserad av boende och hem och lite sånt där, tror jag
5. kontakten med människor och att man får nöjda kunder
8. det är att tycka att jobbet är roligt, man kanske lär sig o ser bort det som är tungt, tråkigt och negativt. Försöka fokusera på det som är roligt. Om man tycker att man har nöjda kunder och en dum så kan den dumma kunden dominerar. Det gäller att försöka se bort och koncentrera sig på glada och nöjda kunder.
9. det går i lite perioder, ibland kan det kännas tungt och så där, men det skulle jag inte vilja säga.
10. det är runt den här tiden, våren och hösten då är det mest. Känner man nog mer att man är igång. Folk är glada och fokuserade. I november blir det lite då blir folk, ja, ja ja.
12. svårt att säga men man är ju är ju i den åldern och har inga barn och ser jobbet som en viktig del av livet, men det kommer säkert vara annulunda om tio tjugo år. Att man är i den åldern som man är ung och hungrig.
13. att man går på rutin, att engagemanget och glädjen i jobbet med kunden, att man inte ser kunden utan bara det man säljer. Att kundmötet inte är genomtänkt.
14. ja, joo, som dem kvällarna man sitter och är halvt gråtfärd ig, så känner man att man får någon sorts upprättelse.
15. det beror nog på hur säljaren är, om det är någon som är lätt att arbeta med, om det är någon som har höga krav, ibland kan man ha inställningen att kan vara svårt att sälja åhh gud vad kul om vi skulle prova det här och lägga ner mycket energi, att man har en bra kontakt med säljaren, så skulle jag inte tycka att det var något som hindrade. En krävande säljare som kräver en massa energi och som inte förstår att man verkligen gör sitt bästa är nog inte så stimulerande.
17. ja det tycker jag, ööööööö

Anne Stellnert 10:30
Fastighetsmäklare
1. sen 2001, 7 år.
2. sen 2001, 7 år
3. därför det är så många delar som är roliga och stimulerande. Jobba, utan att sitta still, man är ute jämt och ständig och träffar folk hela tiden. Det är väldigt socialt. Jag tror att man är en konstig mix av att vara väldigt social och en vilja att ta hand om hjälpa människor och också väldigt drivande och resultatmedveten. Jag tror att de två sidorna måste man ha, och det kan vara svårt att hitta något yrke som uppfyller bågge dessa delarna, det är många som funderar innan de väljer denna banan, det har jag märkt, det märkte jag faktiskt redan under studietiden
4. det är nöjda kunder, det finns inget annat.
5. att få nöjda kunder, då har jag lyckas.
7. ja, absolut, det här är ett stort väletablerat företag, som hela tiden ser till att vi håller oss informerade, att vi har bra teknik att jobba med, vi har väldigt bra marknadsförings material, för att vi ska kunna ta hand om kunder och de ska kunna servar oss med verktygen att vi kan göra det på ett bra sätt.
10. ….ja man är mer motiverad när man har mer att göra, mer rullians på marknaden. Den årstidern som kanske inte rinner in mycket till oss, det är lite jobbigare tid.
12. nej, mmmm
13. jag kan inte bedöma det, för här på min arbetsplats så har vi ingen omotiverad mäklare och man klarar sig inte, vad som händer om man inte orkar med det här, att drive sina affärer, drive sig själv och marknadsföra sig själv. Då kommer inga uppdrag, då kan man inte jobba med det.
14. absolut, oja, ju mer lön desto roligare är det, ja, för då har man lyckas det är det som är vår roll, det är vi som driver in pengarna till det här företaget. Det måste man tycka jättemycket om att göra affär.
16. mmmmm, det blir det, det är jätteviktigt för alla oberoende vilket yrke man än har, det är oehört viktigt att man blir bekräftad.
17. JA!!!!!!
18. ja, jag tycker att det har varit uppförskande att träffa er, det är klart det blir att man får tänka efter lite, inte bara köra på motoriskt hela tider.

Mikael Johansson 10:50
Fastighetsmäklare

1. 1990 började, men sen har jag gjort några avbrott här och där, men jobbat i effektiv tid 8 år. Gjort lite avbrott.
2. här har jag jobbat ett år, jag har jobbat för mycket också. Körde för hårt.
3. X
5. oööööö, eftersom jag har varit ledig, sjukskriven så vet jag, jag trivs bäst med att ha ett arbete. Att gå till, i alla fall jobba med arbetskamrater och komma i rutin. Att känna att man gör nytta. Det finns naturligtvis lönen med som eeeennnn morot, men numera finns den inte alls, jag är så nöjd med att vara tillbaka på jobbet, och ha en lön som för mig skaplig jämfört med tidigare. Det är min morot.
6. nej, jag är nog bekväm med tiden och åldern så att jag kan inte säga att jag stor glädje eller vaknar förväntansfullt, på det viset, så känner jag inte. Utan tycker det är roligt att ha ett jobb.
7. ja, jag framförallt lokalt här på kontoret, det är ju tre styrken delägare och som gör mycket för att få oss att trivas och är generösa med små gåvor.
10. nej, det är lika året runt
12. det kanske jag gör, men på tokgiga grunder tycker jag, jag vill inte vara sån, men jag ÄR sån. Däremot tycker jag inte det har gått ut över mina kollegor.
15. jag vill inte säga att jag vill ha utmaningar, jag vill ha enkla objekt.
16. ja, alltså, det skulle inte påverka mig, jag uppskattats för det jag gör.
17. ja, det gör jag
18. nähå

Stefan Tröjbom 11:10
Fastighetsmäklare

1. sen 1999, 9 år
2. 9 år
3. oj, aaa, från början har det nog att börja med att jag är snickare, att det har med hus att göra. Det var en kort utbildning när jag gick på högskolan, som ledde till jobb, utstakat från punkt A till punkt Ö. jag ville ha en yrkesutbildning, därför blev jag det, det är bara tillfällighet.
4. det är att göra kunder glada och sen är ju viss drivkraft pengar, naturligtvis.
5. X
7. dem gör, dem är ett seriöst företag och jobbar och ligger i framkant på teknikutveckling och försöker förbättra sig hela tiden. Det tycker jag motiverar, man känner av företagsandan anda ner hit.
8. svår fråga…. Nej, det är känslan av att göra affärer, att göra människor nöjda. Jag tycker det är intressant med människor.
10. det är väl jämt i sånt fall, man kan väl känna mindre motivation när det lackar mot jul tex när det blir för mycket av annat . Det är fullt fart hela tiden.
11. hm…nej egentligen inte.
12. nej inte generellt men vissa kan man känna.
14. nej det tycker jag inte.
15. det är väl en kombination egentligen för ibland kan man ju känna att man får in ett bra hus som är lätt och sälja men en väldigt krävande och säljare. Då är det ju extra skönt och sälja den. Sen kan det vara att man har ett svårsålt hus med fantastiska säljare, då kan det väl mer vara att man blir... motivationen tror jag inte har ingen betydelse där men det kan kännas tyngre att sälja när det inte går att sälja.
16. självklart
17. inte här på själva kontoret i så stor utsträckning. Sen har vi träffar med våra egna chefer som sitter högre upp och där får man en viss kredit för det man gör tycker jag, då fördelar.
18. det gör jag inte men det är intressant.
Göran Helgesson 11:30
Fastighetsmäklare

1. 1984, 24 år
2. 1985, 23 år
3. Tyckte det var ett jobb som kunde passa mig, tycker om när det rör sig lite.
4. Nä det är att ha ett jobb man trivs med.
5. (det är vad som motiverar dig att jobba?) Ja
6. Njaaa det är klart att det är olika roligt olika dagar, men är inte så att jag lider och tycker att det är tråkigt och gå att jobba.
7. inte speciellt, det får man sköta själv.
8. jag jobbar på det sätt som jag tycker är bra och fungerar.
10. nej likadant året runt.
11. ja det gör det ju, jag skulle gärna se att företaget tänker mera på oss som jobbar än bara på att man ska göra bra resultat. Alla förändringar syftar egentligen på att det ska tjänas mer pengar medan man som människa tycker att det skulle vara ganska trevligt om man gjorde förändringar som skulle leda till att de som jobbar fick kanske bättre arbetstider och så vidare. Arbetstiderna är en speciell grej men alla människor tycker att det är självklart att man kan gå till tandläkaren kl 10 en tisdag om samma människa tycker att man ska titta på ett hus på söndag kl 13 da o föreslår man då tisdag kl 10…då jobbar jag, svarar kunden. Det är lite märkligt.
12. nej det gör jag inte.
13. ja det är kanske då genom viljan att jobba, just det här med tider osv.
14. nej egentligen inte.
15. ….njaaa jag vet inte riktigt om det är så men det är klart man kan säkert bli mer motiverad för vissa typer av objekt, kanske beroende på läget, prisklass och så vidare.
16. jaa det är alltid trevligt att bli uppskattad av ens kund och kanske även av de som inte blir kunder men som man ändå stöter på i jobbet.
17. nej den får jag ju stå för själv i så fall i och med att jag är ägare.
18. hahaha nej.

Anna-Lena Gustavsson 11:50
Fastighetsmäklare

1. 5 år
2. 6,5 år, börja som sommarvikarie men blev sen assistent vilket jag var i ett år ungefär, sen mamma vak. och kom in i mäklriet här.
3. det första var ju nog utbildningen, i första hand ville jag ha en bra utbildning sen visste jag inte om jag skulle passa som…så det va mycket tillfälligheter när man fick chansen att få komma in och prova på det här. Då märkte jag att det är väldigt flexibelt och jätte roligt yrke. Det var nog det jag fastna för, det är varierande, man kan styra sina arbetstider ganska mycket.
4. kombinationen av nöjda kunder och egen vinning och man kan naturligtvis kan tjäna bra. Nöjda kunder får en och må bra, att man märker att de tycker att det känns bra men det man märker i plånboken är om det blivit en affär lite grann så det är en kombination.
5. enbart för att jag tycker att det är roligt, jag trivs med mitt jobb, mina arbetskamrater just att det är så pass flexibelt.

7. ja det gör de juh, de motiverar en juh genom att ha ett välutarbetat koncept, det förenklar juh hela försäljningen och då kan vi hjälpa kunderna på ett bra vis och det blir en effekt av det. Att vi kan ge ett bra erbjudande och det motiverar ju till att vi får mer försäljningar.

8. det vet jag inte, knepet är väl att försöka hitta balansen. Det kanske är bara att jobba sent en kväll för att få helgen fri i alla fall. När jag går hem försöker jag stänga av men det är inte lätt när man är tillgänglig via mobil så att det är en del av yrket.


10. vi har juh i överlag jämn fördelning, du har någonting att göra året om förutom under semesterperioder, december, juli. Som mest att göra är från mitten av februari, början på mars fram till semestern i mitten av juni. Så det är nog oftast den tiden man är mest igång och har mycket på gång samtidigt.

11. ………..jag vet inte faktiskt. Tror inte det finns nåt som skulle göra mig mer motiverad. Tjäna mer, jobba mindre. Att gå ner i arbetstid skulle ju va ett dröm scenario.

12. det kan jag inte svara på, jag kan bara se på mig själv. Jag tycker att jag är motiverad så.

13. kanske har med engagemang att göra, att man kanske inte engagerar sig lika mycket i de kunder man har och aa det kan juh vara en effekt. Man blir mer jagad än man jagar själv.

14. aa det kan det nog göra, det är väl en effekt.


16. nej men det är väl alltid kul att få beröm så men det har ingen större effekt så.

17. ja det tycker ja.

18. hahaha det är kul att tänka…man tänker juh inte på det här viset.