

Kommunikation inom organisationer

Case: Celsa Steel Service Oy, Åminnefors

Kim Lindroos

Examensarbete för tradenomexamen

Utbildningsprogrammet för Företagsekonomi

Åbo 2016



EXAMENSARBETE

Författare: Kim Lindroos
Utbildningsprogram och ort: Företagsekonomi, Åbo
Inriktningsalternativ/Fördjupning: Marknadsföring
Handledare: Camilla Ekman

Titel: Kommunikation inom organisationer – Celsa Steel Service Oy, Åminnefors

Datum 5.4.2016

Sidantal 30

Bilagor 1

Abstrakt

Inom organisationer är det viktigt i dagens läge att den interna kommunikationen fungerar ändamålsenligt. Det är viktigt att informationen om vad som händer inom en organisation når ut till alla parter inom organisationen oberoende av vilken kommunikationskanal som används inom organisationer, ifall det så är från mun till mun eller per e-post. En bristfällig kommunikation kan det leda till att arbetarna inom organisationen tappar intresse för motivationen till organisationen.

Syftet med examensarbetet är att kartlägga och förbättra den interna kommunikationen på Celsa Steel Service i Åminnefors, och ta reda på hur informationen sprids sig inom organisationen och med hjälp av vilka kanaler. Examensarbetets teoridel behandlar ämnen som kommunikation, intern kommunikation, organisation samt ledarskap. Den empiriska delen består av en kvalitativ undersökning som baserar sig på intervjuer med några anställda inom organisationen.

Resultatet av min undersökning visade att informationen har svårt att nå alla inom organisationen.

Språk: Svenska Nyckelord: Kommunikation, intern kommunikation, organisation, ledarskap

OPINNÄYTETYÖ

Tekijä:	Kim Lindroos
Koulutusohjelma ja paikkakunta:	Liiketalous, Turku
Suuntautumisvaihtoehto:	Markkinointi
Ohjaaja	Camilla Ekman

Nimike: Viestintä organisaatiossa – Celsa Steel Service Oy, Åminnefors

Päivämäärä 5.4.2016

Sivumäärä 30

Liitteet 1

Tiivistelmä

Organisaatioissa on nykyään tärkeää, että sisäinen viestintä toimii asianmukaisesti. On tärkeää, että tieto siitä, mitä tapahtuu organisaation sisällä, tavoittaa kaikki organisaation osapuolet riippumatta siitä, mitä viestintäkanavaa käytetään organisaatioissa, tuleeko tieto suullisesti tai sähköpostitse. Huono viestintä voi johtaa siihen että organisaation työntekijät menettävät motivaationsa ja kiinnostuksensa organisaatiota kohtaan.

Opinnäytetyön tavoitteena on kartoittaa ja parantaa sisäistä viestintää Celsa Steel Servicessa, Åminneforsissa. Työssä selvitetään, miten tieto leviää kaikille organisaatissa ja mitä kanavia käytetään. Opinnäytetyön teoriaosa käsittelee aiheita kuten viestintä, sisäinen viestintä, organisaatio ja johtajuus. Empiirinen osa koostuu laadullisesta tutkimuksesta, jossa on haastateltu muutamaa Celsa Steel Servicen työntekijää.

Tulokset osoittavat, että tiedon leviäminen organisaatiossa on ollut puutteellista.

Kieli: Ruotsi

Avainsanat: Viestintä, sisäinen viestintä, organisaatio,

johtajuus

BACHELOR'S THESIS

Author: Kim Lindroos
Degree Programme: Business administration, Turku
Specialization: Marketing
Supervisors: Camilla Ekman
Title: Communication in organizations – Celsa Steel Service Oy, Åminnefors

Date 5.4.2016

Number of pages 30

Appendices 1

Summary

Within organizations nowadays it's important that the internal communication functions correctly. It's important that the information about what happens within an organization reaches out to all parties in the organization, regardless of which communication channel is used, e.g. through word of mouth or by e-mail. A poor communication can lead to that workers in the organization lose their interest and motivation towards the organization.

The aim of the thesis is to identify and improve internal communications at Celsa Steel Service in Åminnefors. I want to find out how information spreads to everyone in the organization and through which channels. The thesis's theoretical part consists of literature and deals with topics such as communication, internal communication, organization and leadership. The empirical part consists of a qualitative study, conducted by making interviews with some of the employees within the organization.

The results of my investigation revealed that the information has been difficult to spread to everyone in the organization.

Language: Swedish

Key words: Communication, internal communication, organization, leadership

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Hypotes	1
1.2	Syfte och forskningsfrågor.....	2
1.3	Metoder och avgränsningar	2
2	Celsa Steel Service Oy	3
3	Kommunikation	5
3.1	Vad är kommunikation.....	6
3.2	Intern kommunikation	7
3.3	Kommunikationskanaler.....	8
4	Organisation	9
4.1	Kommunikation inom en organisation	10
4.2	Vision, affärsidé och mål.....	12
4.3	Human Resource Management	13
4.4	Strategi	14
4.5	Leda ett team.....	15
5	Den kvalitativa undersökningen	16
5.1	Intervjuunderlag.....	17
5.2	Urval och tillvägagångssätt.....	18
6	Resultatredovisning	19
6.1	Motiverad från vecka till vecka	19
6.2	Små framsteg.....	20
6.3	Bra arbetsmiljö.....	21
6.4	En chans att påverka finns.....	22
6.5	Skolning ordnas och är viktigt.....	23
7	Analys och slutsatser	24
8	Avslutande diskussion.....	27
	Källförteckning	29
	Bilaga 1 Intervjuunderlag	

1 Inledning

I dagens läge är det oerhört viktigt på arbetsplatserna liksom i det vardagliga livet att kommunikationen sköts på rätt sätt. För att hålla en hög standard inom organisationen är det viktigt att både den interna och den externa kommunikationen fungerar.

Om kommunikationen fungerar bra, och alla anställda har tillgång till information, så fungerar oftast organisationen på ett bra sätt. Om inte den interna kommunikationen fungerar inom organisationen så fungerar inte heller den externa kommunikationen, eftersom medarbetarna då kan ha bristfällig kunskap om till exempel organisationens mål och värderingar.

För att hålla personalen motiverad och för att ha en bra så kallad ”vi-anda” inom organisationen så är det viktigt att kommunikationen fungerar och når ut till alla. Om personalen känner sig motiverad så leder det oftast till att organisationen presterar bättre och därmed uppnås ett bättre resultat (Erikson, 2008, s. 72).

Kommunikation består vanligtvis av tankar, information, åsikter osv. Det är viktigt att sprida kommunikationen så att alla står på samma linje och vet vad som sker. Kommunikationen skall nå ut på rätt sätt till alla som arbetar inom ett företag.

Det finns såklart många olika sätt att sprida kommunikationen, det kan till exempel vara muntligt eller via internet. Detta arbete kommer att behandla den interna kommunikationen på Celsa Steel Service i Åminnefors, Raseborg. Jag arbetar själv på Celsa Steel Service och därifrån har idén till detta examensarbete kommit.

1.1 Hypotes

Min hypotes baserar sig på den information jag har samlat på mig under några år som anställd på Celsa Steel Service Oy. Hypotesen är att kommunikationen inom organisationen Celsa Steel Service Oy, Åminnefors är bristfällig, att alla som arbetar inom organisationen inte riktigt vet vad som händer och vad som skall hända. De personer som har en högre ställning inom organisationen lyckas inte sprida kommunikationen till alla. En bristfällig kommunikation leder till att arbetarna har svårt att följa med vad som händer och när det

händer någonting så förstår de inte varför och hur detta sker. Med en bristfällig kommunikationen blir arbetarna lidande och de kanske tappar intresset och viljan för arbetet och organisationen.

1.2 Syfte och forskningsfrågor

Syftet med det här arbetet är att kartlägga den interna kommunikationen på Celsa Steel Service i Åminnefors. Efter en kartläggning har gjorts skall jag försöka komma med förbättringsförslag som jag sedan tänker presentera för ledningen i organisationen. Om den interna kommunikationen förbättras så mår flera parter bättre, dvs. ledningen och arbetarna. För att förbättra den nuvarande situationen skall en kartläggning över situationen först göras. Kartläggningen kommer att ske via samtal med chefer och de anställda vid företaget. Jag har som mål att ge olika förslag till hur den interna kommunikationen kunde förbättras så att alla anställda vet vad som händer och sker på arbetsplatsen. Utgående från mitt syfte har jag kommit fram till några forskningsfrågor som jag kommer att ställa i min kvalitativa undersökning:

- Hur når kommunikationen ut till de intervjuade anställda?
- Har de intervjuade anställda en chans att påverka det som händer och sker inom organisationen?
- Hur motiverade känner sig de intervjuade anställda inom organisationen?

1.3 Metoder och avgränsningar

I detta arbete kommer jag att använda mig av en kvalitativ undersökning. Den kvalitativa undersökningen kommer jag att göra genom att intervjua både chefer och anställda. Jag kommer att ta reda på hur nuläget ser ut inom företaget, för att få en bättre förståelse för hur informationen går ut till arbetstagarna. Jag har som mål att intervjua två ledare/chefer och tre anställda, på detta vis får jag en bättre förståelse och insyn i hur de olika parterna tänker. Teorin i detta arbete baserar sig på litteratur som stöder ämnet kommunikation.

Arbetet kommer att begränsas till att endast handla om den interna kommunikationen vid verksamheten vid Åminnefors, företaget har även annan verksamhet i Esbo samt i Pälkäne i Finland och även i andra länder.

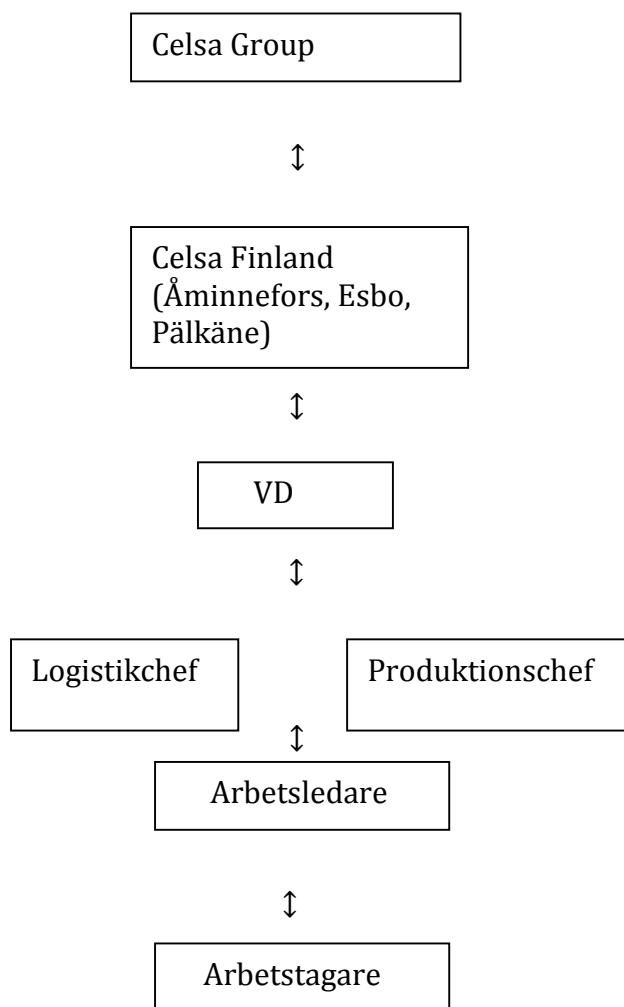
2 Celsa Steel Service Oy

Celsa steel service har förut gått under namnen Ovako samt Fundia. Året 2006 köpte Celsa group som har sitt huvudkontor i Spanien upp företaget och namnet på bolaget ändrades år 2007 till Celsa steel service Oy. Organisationen har verksamhet i Finland inom Åminnefors, Esbo samt Pälkäne. Celsa steel service är en av Europas ledande tillverkare av armeringsprodukter. I Åminnefors sysselsätter Celsa ungefär 70 personer. På sommartiden brukar det oftast vara ett tiotal anställda till beroende på hur mycket jobb det finns. Eftersom arbetet är ganska fysiskt tungt så arbetar det mest män inom organisationen, men på kontorssidan arbetar kvinnor. Celsa steel service tror på att ha en kunnig och kundorienterad personal som är aktiv och tar del i företagets utveckling, även en säker arbetsmiljö strävar organisationen till. Förr i tiden valsades stålet i Åminnefors, men det upphörde året 1996 och efter det har stålet valsats i Mo I Rana i Norge. Nufötiden kommer det fraktfartyg med stålet från Norge ungefär varannan vecka till Åminnefors. (Celsa Finland 2016, Uppslagsverket Finland 2016.)

Celsas vision är att vara den ledande leverantören av armeringsprodukter och tjänster. Celsa vill uppfattas som en pålitlig samt långsiktig partner som överträffar kundernas förväntningar (Celsa Finland).

Nuläget inom organisationen är att på måndagar ordnas ett möte mellan arbetsledarna och cheferna där det diskuteras vad som har hänt och vad som kommer att ske. Efter detta möte ordnas det ett underhållsmöte där det diskuteras om eventuella reparationer som kommer att ske. Varje månad hålls det även ett ledningsmöte inom företaget. För de arbetstagare som arbetar vid en maskin så hålls varje morgon klockan 06.00 ett möte där det berättas hur deras dag ser ut, där diskuteras vilka produkter som skall lagas först och sådant. Dessa möten kallas för de muntliga kanalerna i organisationen. De elektroniska kanalerna som används

inom företaget är en så kallad informationstv där det meddelas om vad som har hänt och vad som kommer att ske inom organisationen. En till elektronisk kanal som används av ledningen och arbetsledarna är e-post. Företaget är uppdelat i två olika hallar, en nedre produktion och en övre produktion. I nedre produktionen finns kontorsspersonal samt expedition. I övre produktionen så finns lager samt produktion. I båda hallarna produceras olika typer av armeringsjärn. Avståndet mellan de olika hallarna är ungefär en kilometer. Celsa Steel Service har även en hamn som används till avlossning av fraktfartyg. Ett så kallat bonussystem finns inom organisationen. Bonussystemet går ut på att spara timmar i arbetet. Med andra ord så ifall produkterna görs snabbare så sparas timmar och dessa timmar kan gå till att producera mera. Till detta påverkar en hel del andra faktorer som t.ex. mängden skrot, säkerhet, reklamationer mm. Ifall det är ett positivt tal så betalas det ut pengar till de anställda och ifall det är negativt så händer ingenting, med andra ord så har de anställda ingenting att förlora på detta. (Skogberg 2015.)



Figur 1. Celsa steels Service organisation (Skogberg 2015).

Från figur 1 kan vi se hur organisationen är uppbyggd. Informationen kommer från högsta bestämmande organet i organisationen som befinner sig i Spanien och därefter går informationen vidare till alla länder där företaget har verksamhet i. Från verkställande direktören går informationen vidare till logistikchefen samt produktionschefen och från dem går det vidare till arbetsledarna. Efter att arbetsledarna har fått informationen så går sedan informationen vidare till arbetstagarna. Informationen sprider sig med hjälp av skriftliga kanaler, elektroniska kanaler samt via muntliga kanaler. (Skogberg 2015.)

3 Kommunikation

Kommunikation är en mycket viktig faktor för att organisationer skall kunna skapas och existera. Allting som har med organisationer att göra går inte att skapa om inte kommunikationen fungerar. Ifall kommunikationen inte fungerar så lider oftast organisationen av detta, med andra ord så om inte kommunikationen fungerar så finns det ingen organisation. (Heide, Johansson, Simonsson, 2012, s. 15.)

Kommunikation betyder att någon skall dela med sig information till någon annan. Kommunikation är en verksamhet som sker mellan två eller flera personer. Ifall kommunikationen sker med hjälp av ord så kallas det verbal eller digital kommunikation beroende på om det sker via tal eller skrift. (Engquist, 2012, s. 41-42.)

Enligt Engquist (2012, s 39) kan det som människor vill ha ut av kommunikation delas in i tre olika områden, dessa områden är:

- behov av att få kontroll över en situation
- samtalet skall bidra till personlig utveckling
- att man vill bli bekräftad

I behov av att få kontroll försöker människor under samtalen komma underfund med vad som gäller för kommunikationen och samvaron, människor försöker få trygghet i att veta vad som gäller. Vid personlig utveckling så är det själva utvecklingspotentialen i dialogen som är viktig för att du ska kunna få goda råd i hur du skall kunna utvecklas. Vid bekräftelse så är det viktigt att människorna vill bli tagna på allvar och här är respekten viktig för alla parter. (Engquist, 2012, s. 39-40.)

3.1 Vad är kommunikation

Kommunikation är ett mera omfattande ord än information. Ordet kommunikation har latinskt ursprung, *communicare* och det betyder att ”göra gemensamt”. Kommunikation handlar om en process snarare än om ett tillstånd. Kommunikation sker via två eller flera människor och har som mål att knyta dem samman. Kommunikationen skall ha ett gemensamt innehåll. (Heide, Johansson, Simonsson, 2012, s. 25.)

I all kommunikation är det viktigt att även lyssna, det räcker inte endast med att lyssna utan du måste lyssna aktivt. Att lyssna aktivt innebär att ha ögonkontakt med den man samtalar med. För att en grupp skall vara så effektiv som möjligt så krävs det att kommunikationen fungerar mellan dessa parter. Då människor är i kontakt med varandra så pågår det hela tiden kommunikation av olika slag i form av ljud, ord, blickar samt gester. (Granberg, 2008, s. 88.)

Kommunikation har många olika kopplingar. Den närmaste kopplingen kan vara marknadsföringen. Denna koppling är nyare än kommunikation, men marknadsföringen fick snabbt sitt genombrott eftersom den påverkade människors köpbeslut, och den är mätbar, liksom effekten av den. Denna procedur visade på en tydlig koppling mellan kommunikation och verksamhetsnytta. Utvecklingen av relationer med många parter har ständigt förändrats, det här har gett kommunikationen en speciell roll, att påverka ett brett relationsbyggande mellan organisation och omvärlden. (Hamrefors, 2014, s. 52.)

3.2 Intern kommunikation

För att hela kommunikationen inom företag skall fungera så är den viktigaste delen den interna kommunikationen. Om företagen inte alls arbetar med information så blir följden att ingen vet någonting om hur det kommer att bli eller hur det har varit, med andra ord så överlever sådana företag inte i regel inte. Om de anställda har tillgång till den rätta informationen så får de ökade kunskaper och större kompetens att fatta beslut. Själva informationen består inte bara av fakta om själva marknaden och om konkurrenterna utan informationen beskriver företagets mål, värderingar, visioner samt affärsfilosofi. Det som företaget vill förmedla externt måste därför först och främst förstås internt. Om inte den interna kommunikationen är så tydlig så att alla förstår den så finns det en stor risk att budskapet blir fel när den når ut. (Erikson, 2008, s. 71.)

Med hjälp av en bra intern kommunikation så hålls personalen motiverad och det drar företaget nytta av på olika sätt, t.ex. genom ett bättre resultat. Om personalen känner att de är en del av företaget så arbetar de oftast hårdare och företaget får mera ut av personalen. Inom ett företag är det viktigt att skapa ett informationssystem mellan olika delar och medarbetarna inom företaget så att informationen löper smidigt. (Erikson, 2008, s. 72.)

Feedback är viktigt för att kunna förbättra kommunikationen. Om inte feedback uppstår så kan det vara svårt att få saker och ting att fungera bättre. (Granberg, 2008, s. 87.) Med hjälp av personlig utveckling inom ett företag så utvecklas medarbetarna genom en förbättrad intern kommunikation. Den interna kommunikationen lägger grunden för att tillföra kunskaper som inte enbart berör det enskilda arbetet. (Erikson, 2008, s. 73.)

Enligt Erikson (2008, s. 75) kan den interna dialogen delas in i fem olika områden, och även ett sjätte som handlar om den informella kommunikationen. Det första området är den operativa kommunikationen. Denna information behövs för att alla anställda skall kunna sköta sitt dagliga jobb. Den operativa kommunikationen kan handla om fakta om produkter eller vad som skall göras under en viss dag. Det andra området är nyhetskommunikation. Här tas det upp det senaste som har hänt inom företaget och här är det viktigt att arbetarna tar del av informationen så att de vet vad som sker i framtiden. Denna information kan då ges ut via tidningar åt personalen, olika intranät, möten osv. (Erikson, 2008, s. 75.)

Det tredje området är styrkommunikation. Till styrkommunikation hör sådana saker som budgeter, olika manualer, kvalitetskrav osv. Det fjärde området handlar om förändringskommunikation. Denna typ av kommunikation är baserad på särskilda händelser inom företaget eller dess omvärld som ligger utanför det normala nyhetsflödet. Det femte området handlar om kulturkommunikation. Hit hör allting som har att göra med företagets värderingar, etik samt människosyn. Det finns sällan skriftliga dokument som beskriver företagets kultur och dess påverkan. Den sjätte och sista delen handlar om informell kommunikation. Detta område är inte styrt på något sätt och denna information brukar dyka upp spontant på t.ex. en kaffepaus. (Erikson, 2008, s. 75-76.)

3.3 Kommunikationskanaler

Olika metoder eller kanaler som används inom den interna dialogen kan indelas i tre olika grupper. Dessa är skriftliga kanaler, muntliga kanaler samt elektroniska kanaler. Alla dessa olika tre kanaler har sina fördelar samt nackdelar. (Erikson, 2008, s. 77.)

Med skriftliga kanaler avses tryckt information på olika slags papper eller liknande material. Skriftliga kanaler kan vara en företagspresentation, olika trycksaker, personaltidningar, utställningar, rapporter med mera. Det som är bra med skriftliga kanaler är att risken för feltolkningar eller missförstånd är liten om texten är rätt skriven. Denna kanal kan lätt nå läsaren på många olika sätt, de anställda kan t.ex. läsa informationen i tidningen hemma eller t.ex. på en annonstavla på jobbet. En stor nackdel med den skriftliga metoden är de små möjligheterna till dubbelriktad dialog. Nuförtiden då det finns mera datorer till förfogande på arbetsplatserna så överförs den skriftliga informationen till elektroniska medier, ett bra sätt för den som tar emot informationen är att kombinera skriftliga samt elektronisk media. (Erikson, 2008, s. 77-78.)

Elektroniska kanaler består av t.ex. intranät, e-post, databaser, bloggar, video och mycket mera. De olika elektroniska kanalerna som har direkt dialog brukar kallas för interaktiva medier. Nuförtiden har användningen av intranät samt e-post ökat oerhört mycket. Intranätet är ett praktiskt sätt att använda samt dela ut information på nyheter och dylikt till alla parter som är anslutna och kan använda systemet. Fördelen med elektroniska kanaler är att det är betydligt smidigare att sprida budskap och fakta än att sprida det skriftligt. Nackdelen med

elektroniska kanaler är att det kan vara svårt att få ut informationen till alla anställda, för alltid finns inte en dator till förfogande. (Erikson, 2008, s. 78.)

Den muntliga kanalen består oftast av möten och andra former av muntliga kontakter. Den muntliga kontakten är själva grunden för att någon utveckling skall kunna ske på arbetsplatsen. Den informationsansvariga har ett stort och viktigt ansvar att försöka underlätta den muntliga dialogen samt mötesverksamheten. (Erikson, 2008, s. 79.)

4 Organisation

Begreppet organisation kan syfta på många olika saker, t.ex. på privata företag, offentliga och ideella organisationer, idrottsföreningar, andra föreningar, tidningar, kyrkor osv. (Heide, Johansson, Simonsson, 2012, s. 37).

Det finns en sak som är gemensam för alla organisationer. De byggs upp av människorna som arbetar i dem, cheferna och medarbetarna. En organisation är ingenting utan dem som arbetar inom organisationen, det är de anställda som håller organisationen vid liv genom arbetet de utför, det samarbete som utvecklas, de konflikter som skapas och den företagskultur som utvecklas. (Granberg, 2008, s. 3.)

För att kunna driva ett företag effektivt måste det finnas en bra organisation. Att organisera ett företag handlar om att kunna hitta de bästa formerna för arbetsfördelning samt samarbete. Det finns inte något exakt sätt på vilket du skall kunna organisera ett företag utan varje enskilt företag organiseras på sitt sätt beroende på verksamhetens storlek. (Andersson, 2011, s. 91.)

Organisationer måste både veta vad de vill och vart de vill att företaget ska. Meningen med att företagen existerar är oftast att de vill förtjäna pengar på något sätt, med andra ord gå på vinst, ibland kan det dock krävas en längre tidsperiod innan företagen börjar gå på vinst. Det finns även andra typer av organisationer som har en motsatt roll till dem som strävar efter att gå på vinst. Dessa organisationer är oftast sådana som hjälper medborgarna. (Granberg, 2008, s. 35-36.)

De viktigaste personerna inom en organisation är de anställda, därför gäller det att ta hand om sina anställda så att de trivs. Det gäller för organisationen och dess ledare att motivera sina anställda så att de känner sig motiverade och engagerade i arbetet (Roos, 2004, s. 269).

4.1 Kommunikation inom en organisation

Ett problem inom organisationer kan vara att de inte vet hur de får ut informationen till alla. Det kan hända att den befintliga informationen finns någonstans inom organisationen men det är svårt att få den att nå ut till alla. Att få ut kommunikationen är svårt och kan ibland vara tidskrävande. Den information som finns inom en organisation är viktig att få synlig och tillgänglig för alla inblandade inom organisationen. (Sydänmaanlakka, 2004, s. 179-180.)

Inom en organisation är det viktigt att kommunicera även om sakerna redan har inträffat. Det är viktigt att t.ex. kommunicera om något projekt som redan har slutförts, för att få en klarare bild över hur allting har gått till. Före någonting kommer att ske är det viktigt att kommunicera men även under tiden som någonting sker så är det viktigt att det pratas om händelsen, för att få veta ifall någonting kan göras annorlunda eller på ett bättre sätt. Ifall medarbetarna hålls delaktiga så skapar detta mera lojalitet bland medarbetarna. För ledarna gäller det att få ut informationen till medarbetarna så att alla förstår tanke sättet inom en organisation. Inom en organisation skulle det vara viktigt att göra kommunikation till en rutin, för kontinuitet är viktigt för hela organisationen. Olika regler för hur kommunikationen skall fungera skulle göra det lättare för alla medparter att förstå och veta hur allting fungerar, dessa rutiner skulle kunna vara att ha ett möte varannan eller varje vecka med till exempel ett frukostmöte som skulle ta 20 minuter och sedan frågor efter det. Även inom en organisation skulle det kunna skickas ut ett så kallat informationsmejl om vad som kommer att ske inom denna vecka eller månad. Ifall organisationen har ett så kallat intranät så skulle all information laddas upp där så att medarbetarna enkelt kan kolla upp vad som händer och sker. (Törnblom, 2010, s. 94-95.)

Oftast handlar det om att cheferna skapar en god kommunikation på arbetsplatsen men även medarbetarna bidrar till en god kommunikation. Det finns några tips för att förbättra kommunikationen på arbetsplatsen:

- starta ett veckomöte där alla problem tas upp så att ingenting blir hängande i luften
- misstag skall vara tillåtna för att ingen person ska känna sig dålig
- låt alla vara kreativa
- fokusera på det positiva en tid framöver
- låt alla bli sedda på arbetsplatsen. Med att bli sedd menas då att alla får komma med sina åsikter samt även att bibehålla hälsan inom organisationen i gott skick. (Utbildning 24, 2016.)

Knowledge management är en process som innefattar hur organisationen skapar, skaffar, lagrar, delar samt tillämpar sin kunskap angående information. När organisationen skapar information kan detta ske på många olika sätt, t.ex. genom att en person studerar eller skapar nya idéer. Med att organisationen skaffar ny information avses det att anställda går på kurser, läser böcker samt tar information från internet. Vid lagring av informationen är det viktigt att få allt i ett sådant format som lätt att nå, med detta menas att allting är logiskt organiserat. Vid delning av information är det även viktigt att alla skall ha lätt att nå informationen. Vid en bra lagring av informationen så är det även lätt att dela informationen vidare till andra, t.ex. via e-post, internetsidor, databaser eller möten. Vid delning av information är det även viktigt att det finns någon sida av personlig kontakt samt personlig kommunikation. Vid tillämpning av informationen så gör man egentligen allting från början igen. Man ser ifall informationen har fungerat eller inte och om hela omloppet är bra planerat så borde tillämpningen inte vara något problem, självklart ifall nya idéer och personliga beslut skulle vara bättre i vissa situationer så är det tillåtet. Dessa olika sätt att leda informationsflödet inom en organisation är konkreta processer som organisationer skall hålla igång samt ständigt utveckla. (Sydänmaanlakka, 2004, s .187-189.)

Organisationer och dess ledare använder sig av så kallade utvecklingssamtal. Utvecklingssamtalens mening är att ha ett återkommande samtal mellan ledare och medarbetare med syfte att kunna utveckla individen samt verksamheten. Med hjälp av dessa samtal så kan ledaren enklare lyfta fram organisationens mål, avdelningens mål, gruppens mål samt mera, därefter kan det göras upp en utvecklingsplan. (Engquist, 2012, s. 194-195.)

Med hjälp av utvecklingssamtalen kan man säkerställa sig att informationen mellan arbetsgivaren och arbetstagaren når fram. Vid samtalet kan chefen ta upp vad som kommer att ske i framtiden inom organisationen, vad som eventuellt kommer att förändras samt även ta upp vad den anställda har för synpunkter. (Valpola, 2006, s. 8.)

4.2 Vision, affärsidé och mål

Dessa olika begrepp är viktiga för en organisations överlevnad. Finns det ej klara målsättningar, en vision eller en affärsidé så är det svårt för en organisation att uppnå goda resultat. En vision är egentligen en drömbild av organisationen, det börjar med att de inblandade gör upp en ärlig värdering av var organisationen står i nuläget och efter det så tas ett beslut var organisationen skulle vilja vara. Visionen utformas oftast av ledningen inom organisationen och därför är även visionen ledningens syn på hur organisationens framtid skall se ut. Med hjälp av en vision hoppas man bidra med att få igång människorna i arbetet, visionen skall uppmuntra de anställda och komma med nya lösningar, bryta de dagliga rutinerna samt även att motivera de anställda. (Roos, 2004, s. 68-70.)

En affärsidé fokuserar på de möjligheter som organisationen erbjuds med tanke på faktorer som teknologi, kunder, produkter samt marknadsbehovet. En affärsidé är en viktig faktor för att kunna skilja sig från andra företag och konkurrenter inom branschen. En affärsidé bör först och främst bidra till en förståelse för organisationen. Affärsidén skall vara som ett underlag för motivationen, ett underlag för fördelningen av organisationens resurser. Affärsidén skall även fungera som en orienteringspunkt för dem som kan identifiera sig med företagets syfte och inriktning. När en affärsidé formas så är det fem punkter som bör tas i beaktande. Dessa är företagets historia, ledningens och ägarnas åsikter, värderingen av omgivningen, de resurser som finns tillgängliga samt distinkt kompetens. En affärsidé bör vara uppnåelig och realistisk, men ändå skall den vara aningen utmanande, att det inte är för enkelt att uppnå det. På samma sätt som en vision så spelar affärsidén en viktig roll ur

kommunikations-perspektivet. Detta framgår i t.ex. verksamhetsberättelsen eller andra skriftliga kanaler som används för intern och extern kommunikation. (Roos, 2004, s. 71-73.)

Målen inom en organisation skall ange i vilken riktning skall gås när organisationen står i svåra situationer. Målen är ett effektivt sätt att att föra vidare vision och affärsidén internt inom organisationen. Organisationer ställer vanligtvis upp mål inom områden som finansiering, personalledning, marknadsföring, inköp, produktion samt inom tekniken. (Roos, 2004, s. 75.)

4.3 Human Resource Management

Hrm är ett koncept som handlar om ett strategiskt sätt angående de mänskliga resurserna, förut kallades detta mera för personaladministration. Med hjälp av Hrm kommer strategier samt tekniker för att hitta rätt personal, motivera samt belöna, utveckling av personalen samt även hur man ska säga upp människor på rätt sätt. För att dessa saker skall fungera inom en organisation så krävs det att det finns en eller flera som arbetar inom organisationen med Hrm. (Forslund, 2013, s. 168.)

Hrm bygger även på att medarbetarna har en tydlig bild av vad som egentligen är var och ens arbetsuppgift inom en organisation, samt att även kunna se sitt arbete i ett större perspektiv. Personaladministration handlar mera om löner, statistik över produktion med mera, medan Hrm koncentrerar sig mera på individens utveckling inom en organisation så som lärande, kompetens samt förändring. (Lindmark, Önnevik, 2006, s. 22-23.)

Vid rekrytering av människor till organisationer lönar det sig att hitta just de rätta personerna till arbetet för att organisationen skall kunna uppfylla sina mål. Ifall fel personer rekryteras kan det vara svårt samt kostsamt att göra sig av med dessa personer. Rekrytering är en lång process med annonser samt intervjuer som är tidskrävande. Även inläring av nya anställda är tidskrävande och kostsamma. Vid organisationer kan det finnas en så kallad rekryteringsstrategi. Strategin utgår från allting som har att göra med organisationens mål, strategi, vision samt värderingar. (Forslund, 2013, s. 172-173.)

Inom organisationen så behöver ej heller direkt pengar fungera som en motiverande faktor, utan ibland räcker det med att ledarna säger något uppmuntrande som bra jobbat eller tackar

de anställda, även med detta system så har det visat sig vara effektiva med tanke på arbetarnas behov. (Roos ,2004, s. 269.)

Vid utveckling av personalen så är det viktigt att ta hand om sin personal på rätt sätt, det kan vara allting från att se till att säkerheten på arbetsplatsen är viktig eller att erbjuda olika slags aktiviteter, hälsorådgivning eller dylikt åt sin personal. I grunden är det viktigt att skapa en god arbetsmiljö. Arbetsmiljön inkluderar fysiska, sociala samt psysiska förhållanden. Utvecklingen av personal kan göras med att utbilda personalen, utveckla personalen med hjälp av att göra någon annans arbete, ordna möten med olika avdelningar samt göra besök till något annan organisation för att utveckla både den egna personalen samt organisationen. (Forslund, 2004, s. 194-198.)

4.4 Strategi

Strategi som begrepp används på flera olika sätt. En del ser strategin som olika målsättningar, medan vissa är noga med att skilja på strategi och målsättningar. Strategi kan definieras som planerade handlingar som är fastställda i förväg och vidtas för att uppnå ett bestämt mål. Strategin kan till exempel ha som syfte att öka företagets konkurrensfördel. Under årens lopp har flera olika ramverk utvecklats för att lära ut vad strategi är och vilket inflytande strategitänkandet har i företagen. De flesta organisationer har någon form av strategi, t.ex. om organisationen skall lansera ut en ny produkt på marknaden används en strategi för hur detta kommer att ske. (Roos, 2004, s. 16-17.)

Inom strategin är vision, affärsidé samt mål de centrala begreppen som har att göra med att formulera strategier. Dessa begrepp används lite hur som helst och används i olika sammanhang, detta försvårar strategiarbetet genom att kommunikationen mellan de olika medarbetarna inte blir tillräcklig. Som på många andra sätt underlättar det ifall det endast finns ett gemensamt språk inom organisationen för att bilda ett bra underlag för en god kommunikation inom organisationen. (Roos, 2004, s. 63.)

4.5 Leda ett team

Att leda andra människor bygger till stor del på kommunikationsförmåga, beroende på den situation man befinner sig i. Att leda ett team kan vara oerhört svårt beroende på hurdan situationen är. Själva effekten av hur bra eller dåligt ledarskap är märks däremot tydligt. (Hamrefors, 2011, s. 30.)

Ledaren kan vara en förebild, den som räcker en hjälpande hand, den som gör att vi som människor växer. Ledaren kan även vara den som gör att vi känner oss osäkra och förvirrade. I de flesta fall så är relationen till ledaren relativt avspänd. Det hör till ledarens uppgifter och ansvar att få organisationen att uppnå deras uppsatta målsättningar genom alla parters ansträngningar. Dessa målsättningar uppnås genom planering, ledarskap, samordning, kontroller samt organisering. För att veta målen så krävs det planering, det behövs en organisation för att arbetet skall kunna utföras, för att alla skall dra åt samma håll så krävs det någon som styr och ställer. Under ständiga kontroller och uppföljningar är det mer sannolikt att allting går enligt planerna. Att vara ledare innebär att ha makt. Makten innebär att den person som har detta har möjligheten att fatta beslut och ge order. Makten att vara ledare kan utövas på många olika sätt, med hjälp av makten har de även möjlighet att påverka andras vilja. (Nilsson, 2011, s. 121-123.)

Ledaren skall se till att alla medarbetare har den kompetens som krävs för att utföra arbetet. Om inte kompetensen finns för detta gäller det för ledaren att se till att medarbetaren får denna kompetens att inte arbetet lider. De anställda skall ha möjlighet att få fortbildning och möjlighet att utvecklas. Detta skall ledaren se till att ordnas inom organisationen. Ledarens ansvar är att motivera de anställda. Ledarens viktigaste roll är att kunna kommunicera med de anställda. (Andersson, 2011, s. 102.)

Ledare och chef uppfattas som samma sak, men innebörden är inte riktigt det samma. En ledare är en sådan person som under en viss tid eller vid en viss tidpunkt har mera inflytande än de övriga inblandade, en typ av ledares benämning kan vara arbetsledare. En chef har en viss makt oavsett vad andra tycker, exempel på en chef kan vara produktionschef eller logistikchef. En chef förväntas även fungera som en ledare. De klassiska ledarskapsstilarna kan delas in i tre olika grupper:

- Auktoritärt ledarskap
- Demokratiskt ledarskap
- Låt gå ledarskap

En auktoritär ledare styr och ställer med sina ”underordnade”. Denna ledare dominerar och frågar inte efter någon annans synpunkt. Kommunikationen med denna ledare går uppifrån och neråt. Genom sin makt kan denna ledare själva bestämma utan att ta hänsyn till någon annan anställds uppfattning. Den demokratiska ledaren är grupporienterad. Denna ledare tar hänsyn till andras förslag och idéer. Den så kallade låt gå ledaren har svårt att ta initiativ till att fatta olika beslut, denna ledare sätter heller inga gränser och ger inga klara besked. (Nilsson, 2008, s. 124-126.)

För organisationer gäller det att ha rätt personer på rätt plats, nyckelpersonerna måste ha speciella kvalitéer för att utföra sitt arbete på rätt sätt (Roos, 2004, s. 268).

För att en ledare eller chef skall kunna skapa en så hög motivation som möjligt på arbetsplatsen så är det viktigt att de anställda själva får ta ansvar för vad som händer inom organisationen. Hit kan räknas in sådana saker som att arbetarna får komma med egna åsikter och ideer. Det gäller att kunna delegera ansvaret rätt och på så sätt försöka få de anställda att ta mera initiativ och ansvar i sitt arbete. Med hjälp av rätt delegering av arbetet så blir det tydligare för alla vad som skall göras, vem som skall göra vad, varför saker och ting görs samt att när sakerna skall utföras och ske. (Lindmark, Önnevik, 2006, s. 284-285.)

5 Den kvalitativa undersökningen

En kvalitativ undersökning kännetecknas av en betydande känslighet för kontexten som den genomförs i. I en kvalitativ forskning är man oftast nära dem man forskar om. Antingen så deltar de som informanter i intervjuundersökningen eller så finns de med i situationer där som det görs observationer i. (Tjora, 2007, s. 23.)

Det finns några olika metoder för att samla in data:

- Intervjuer
- Observationer
- Insamling och granskning
- Känslolntryck

Vid intervjuer så är det specifika kännetecknandet en annan persons förklaring av ett beteende eller en handling. Vid val av observationer så är ett specifikt kännetecknande omfattningen och karaktären av samordningen mellan två människor. Vid insamling så är det speciellt datainsamling som är det specifika. Vid känslolntryck är speciellt tolkning en specifik sak. (Yin, 2013, s. 134-135.)

Målet med intervjuer är att skapa en situation för ett fritt samtal som kretsar kring några specifika teman som forskaren har bestämt på förhand. Vid intervjuer vill man oftast komma åt åsikter, attityder samt erfarenheter. Vid en intervju är det viktigt att skapa en avslappnande stämning där informanten känner att det är lätt att tala öppet om ämnena. När en intervju skapas så är det viktigt att den har tre olika faser. Först kommer uppvärmning där det kommer några konkreta frågor till exempel om ålder, arbetsuppgifter eller andra teman som inte kräver så mycket eftertanke. Efter uppvärmningsfrågorna är gjorda så kommer det så kallade reflexionsfrågor. I dessa frågor går det in på djupet, så att informanten får berätta sin synpunkt om ämnet. Efter att reflexionsfrågorna är gjorda så kommer det avrundningsfrågor. Avrundningsfrågorna har som syfte att informera informanten om hur forskningsprojektet går vidare och om vad som kommer att ske med informationen från intervjun. Det är även viktigt att informanten tackas för sin insats, oavsett hur mycket eller hur lite information som har kommit fram. (Tjora, 2007, s. 81-87.)

5.1 Intervjuunderlag

Mitt frågeformulär finns bifogat som bilaga 1. De första frågorna i frågeformuläret var bakgrundsfrågor. I bakgrundsfrågorna frågades efter ålder, utbildning, arbetsuppgifter samt

hur länge de har jobbat inom organisationen. Frågorna 5-10 handlade om kommunikationen. Jag önskade få en bättre insikt i hur de intervjuade personerna anser att kommunikationen fungerar inom organisationen. Jag var även nyfiken på vilka förbättringar som skulle kunna ske. Frågorna gav mig bra svar för att veta hur både de anställda och ledarna ställer sig till kommunikationen inom organisationen.

Frågorna 11-14 behandlade organisationen, ifall personalen känner till organisationens vision, affärsidé samt strategier. Här ville jag veta hur de intervjuade personerna har en möjlighet att påverka saker och ting inom organisationen. Jag frågade även ifall de anser att personerna som besitter vissa roller inom organisationen är på rätt plats. Jag ville även få reda på ifall själva organisationen motiverar personalen. Dessa frågor gav mig bra svar på ifall någon ens har en chans att påverka saker och ting som sker inom organisationen eller om det endast är ledningen som har chansen.

Mina avrundningsfrågor handlade om ledningen samt motivationen. Jag ville ha reda på hur de intervjuade personerna anser att relationen är mellan ledningen och de anställda är. Jag frågade även ifall de anser att de får rätt skolning samt den rätta kompetensen som krävs för arbetet. Angående motivation så frågade jag ifall de intervjuade personerna anser sig motiverade på arbetsplatsen. Jag ville veta vilka metoder används för att motivera inom organisationen. Dessa frågor gav mig bra svar på hur motiverade de intervjuade känner sig inom organisationen samt hur de intervjuade personerna anser att relationen är mellan de anställda och ledningen.

5.2 Urval och tillvägagångssätt

Min kvalitativa undersökning gjorde jag veckorna 11 och 12 . Mitt mål var att intervjua två ledare eller chefer samt tre anställda, detta mål uppnådde jag och ansåg att detta var tillräckligt bra för att få en bättre uppfattning i hur de olika parterna tänker. Jag gick runt på arbetsplatsen och frågade ifall de anställda och ledarna hade tid för en intervju. Intervjun tog ungefär en halv timme att göra per person. Jag skrev ner på papper efter hand det som de intervjuade svarade för att underlätta mitt arbete. Jag valde att inte använda mikrofon eftersom jag ansåg att det inte var nödvändigt. Efter att intervjuerna var gjorda skrev jag ner allt som intervjupersonerna sagt ordagrant för att lättare kunna resultatredovisa materialet.

Alla de intervjuade är män, eftersom det endast arbetar några kvinnor vid organisationen och de jobbar inne på kontoret.

6 Resultatredovisning

Nedan presenterar jag resultatet från mina intervjuer enligt mitt intervjufrågeformulär. Jag kom överens med mina intervjupersoner att de skulle få vara anonyma i detta arbete och därför kommer jag att presentera de olika personerna med fiktiva namn.

6.1 Motiverad från vecka till vecka

Rony är 36 år, kommer från Karis och har arbetat inom organisationen i sju år, Ronys arbete klassas som metallarbetare där han gör sådana saker som bockning av olika produkters nät med hjälp av olika maskiner. Rony arbetar vid övre produktionen inom organisationen.

I frågorna som berörde kommunikationen ansåg Rony att det är viktigt att kommunikationen helst uppstår ”face to face” och inte enbart via olika kanaler så som e-post. Rony anser att den enda kanalen som används tyvärr enbart är e-post var de anställda blir utanför. Han ansåg att cheferna skulle kunna föra budskapet vidare till de anställda så att även de förstår vad som händer inom organisationen.

Angående frågan hur det skulle gynna organisationen ifall kommunikationen skulle löpa smidigare ansåg Rony att saker och ting skulle kunna ske snabbare och bättre, vissa korrigeringar skulle vara lättare att göra, olika produkter skulle kunna komma in snabbare i organisationen med tanke på reovering av maskiner samt att det skulle vara lättare att förstå saker ifall kommunikationen skulle vara bättre.

Angående frågorna som berörde organisationen så ansåg Rony att han inte har en chans att påverka någonting som händer och sker inom organisationen utan allting som sker bestäms av ledningsgruppen. Rony anser att inom organisationen arbetar allt för mycket kompisgäng, och därför lider även arbetet av det. Rony var väl insatt i organisationens vision, affärsidé samt strategin. Ifall det sker förändringar inom organisationen så får Rony veta det av sin närmaste förman.

Angående ledningen så anser Rony att hans förmän samt chefer känns som en del av gruppen. Vid frågan ifall ledningen gör ett bra jobb, ifall ledningen hjälper till vid behov så var det ett snabbt svar att tyvärr inte, Rony påpekade att ifall han skall lära sig någon ny maskin så då får han den hjälp som behövs men annars inte någonting extra. Utvecklingssamtal ordnas och angående motivationen så känner sig Rony motiverad från vecka till vecka. Detta så kallade bonussystem så anser Rony inte påverkar hans motivation någonting utan han gör sitt jobb som han alltid har gjort det förut. Till sist frågade jag ifall Rony skulle ha någonting att tillägga och då svarade han att det skulle vara bra att byta bonussystem så att det skulle motivera arbetarna mera.

6.2 Små framsteg

Nästa person att bli intervjuad var Niels, som kommer från Pojo och är 25 år gammal. Niels har varit anställd inom organisationen i sex år och arbetar med lastning av bilar med hjälp av hamnkran, traverser, svetsning av olika slags material med mera. Niels arbetar vid både övre och nedre hallen beroende på vilket jobb han skall utföra.

En effektiv intern kommunikation anser Niels är att informationen når ut till alla inom organisationen, oberoende ifall du är chef eller en anställd. Det är egentligen ingen skillnad på vilken kommunikationskanal som används bara informationen når ut på ett bra sätt.

De kommunikationskanaler organisationen använder sig av anser Niels är email, infotavlan, info tv samt muntliga kanaler. Niels poängterade att de muntliga kanalerna skulle kunna användas oftare. Den interna kommunikationen anser Niels är dålig men det görs små framsteg hela tiden och märker att informationsspridningen blir lite bättre. Ifall den interna kommunikationen skulle bli bättre skulle Niels ha lättare att förstå vad som sker inom organisationen och inte så som det är nu att informationen kan höras från en tredje part istället för att direkt få informationen via sin förman.

De frågor som berörde organisationen så anser Niels att ledningen är bra, men de skulle kunna ha mer fokus på vad som egentligen sker och lägga fokus på lite andra saker. Niels var väl insatt i organisationens vision, affärsidé samt strategi, mest med tanke på att det dagligen syns i de elektroniska kanalerna.

Vid förändringar som sker inom organisationen får Niels informationen beroende på vad ärendet gäller. Informationen kan komma via elektroniska kanaler eller via de muntliga kanalerna. Ibland kan informationen komma från en tredje part som har varit nyfiken på vad som sker och diskuterat med cheferna och. Ifall Niels skulle vara mycket nyfiken på vad som händer så måste han diskutera med cheferna för att få veta vad som händer och sker.

Angående ledningen så anser sig Niels ha ett bra förhållande till sina chefer. Ledningen gör ett bra jobb beroende lite på vad sakerna gäller och Niels får den utbildning och skolning som krävs. Utvecklingssamtal har Niels haft en gång under sina sex år inom organisationen och första gången ordnades år 2015 på hösten. Tyvärr så känner han sig inte motiverad på arbetsplatsen och det så kallade bonussystemet är Niels mycket kritisk till och anser att det inte fungerar.

6.3 Bra arbetsmiljö

Nästa intervju gjordes med Robert som kommer från Karis. Robert är 24 år gammal och har arbetat inom organisationen i fem år. Arbetsuppgiften inom organisationen för Robert är i huvudsak svetsare. Robert kan även jobba med andra saker så som tillagning av produkters nät. Under sina fem år inom organisationen har Robert endast några gånger arbetat vid nedre produktionen och därmed nästan enbart arbetat vid övre produktionen.

I frågorna som berörde kommunikationen anser Robert att muntliga kanaler är viktig att upprätthålls. Det är ingen direkt betydelse på vilka kanaler som används utan att kommunikationen faktiskt når ut till alla och inte stannar inom ledningen. De kommunikationskanaler som används inom organisationen är infotavlan, e-post, muntliga kanaler, olika lappar som sätts upp samt infotv. Enligt Robert kunde den interna kommunikationen förbättras inom organisationen och han anser att det som bestäms inom ledningen har svårt att nå ut till alla inom organisationen. Kommunikationen mellan arbetsledarna och sig själv anser Robert att fungerar utmärkt. Det har aldrig varit något problem att få information. Ifall kommunikationen skulle bli bättre inom organisationen så skulle det bli lättare att förstå saker och ting som sker samt få en klarare bild av vad som egentligen händer. Enligt Robert känns det som att det som bestäms inom ledningen hålls allt för hemligt och ingen får veta någonting vad som händer och sker före det har skett.

I frågorna angående organisationen så anser Robert att han inte har en chans att påverka saker och ting som sker inom organisationen utan han gör det som han skall göra. Cheferna är allt för mycket kamrater med arbetarna, ifall det skulle komma någon helt utomstående in som chef så skulle det bli mycket bättre ordning på saker och ting. Angående organisationens vision, strategi samt affärsidé så var Robert inte så väl insatt i. Ifall det sker förändringar inom organisationen så får Robert informationen via infotavlan, infotv:n, via förmannen samt via rykten som sprider sig inom organisationen.

Roberts relation till cheferna är oerhört bra, han kan alltid gå och prata ifall det är någonting och får den hjälp han behöver vid vissa tillfällen. Ifall utbildning behövs till någonting så då får han den rätta utbildningen till arbetet. Utvecklingssamtal används, men det har uppkommit under det senaste året. Robert känner sig motiverad på arbetsplatsen mest på grund av medarbetarna och arbetsmiljön. Bonussystemet som organisationen har motiverar egentligen inte utan Robert arbetar som alltid förr och försöker att inte tänka på systemet.

6.4 En chans att påverka finns

Nästa person att intervjuas var Tom som arbetar med att vara arbetsledare. Till arbetsuppgifterna hör att se till att varorna blir klara inom utsatt tid och delegerar arbetsuppgifter åt arbetarna. Tom är 36 år gammal och är student, hemkommun Karis. Tom har arbetat inom organisationen i 11 år.

Frågorna som berörde kommunikationen ansåg Tom att en effektiv kommunikation är om budskapet når ut till alla, dvs. alla får samma information inom organisationen och vissa inte bara får en del. Med andra ord skall alla ha rätt att få veta inom organisationen vad som händer och sker.

De kommunikationskanaler som organisationen använder sig av anser Tom är e-post, telefon, informationstv, anslagstavla samt de muntliga kanalerna där olika möten ordnas för olika ändamål. Den interna kommunikationen anser Tom är helt okej inom organisationen men att den kunde förbättras. Det skulle kunna vara någon som har ansvar för kommunikationen för nu känns det som att ingen egentligen har ansvar för det. Med hjälp av en Hrm ansvarig skulle det säkerligen underlätta för alla anställda inom organisationen. Ifall

den interna kommunikationen skulle bli bättre skulle Tom ha lättare att förstå när saker och ting sker samt hur det kommer att ske.

Frågorna som berörde organisationen anser Tom att han har en chans att påverka saker via möten som ordnas, som t.ex. måndagsmötet. Cheferna gör ett bra arbete samt det finns de rätta människorna på plats för arbetet som krävs. Tom var mycket väl insatt i organisationens vision, affärsidé samt strategin. Ifall förändringar sker inom organisationen får Tom veta det via muntliga kanaler samt via rykten som sprider sig inom organisationen.

Toms relation till de anställda är bra, de anställda får den utbildning som krävs ifall de t.ex. skall bli inskolade på någon ny maskin. Även annan skolning ordnas som första hjälp, körning med truck mm. Utvecklingssamtal används, ungefär en gång i året, men han försöker även diskutera med de anställda. Tom känner sig motiverad på arbetsplatsen och Tom försöker inte direkt motivera de anställda utan försöker uppmuntra de anställda och på det sättet märker Tom att de anställda blir på bra humör och fortsätter att arbeta bra.

6.5 Skolning ordnas och är viktigt

Den sista personen att bli intervjuad var Nico som är 37 år gammal. Nico har arbetat tre år inom organisationen och kommer från Karis. Nico är student till utbildningen och alltid fått skolning via arbetet. Arbetsuppgiften inom organisationen är chef för en avdelning.

Frågorna som berörde kommunikationen så anser Nico att kommunikationen är oerhört viktigt inom en organisation. Det är inte så stor skillnad på vilket sätt kommunikationen sker utan det viktiga är att den når ut till alla inom organisationen. De kanaler som organisationen använder sig av anser Nico är e-post, infotavla, infotv samt de muntliga kanalerna. Varje måndag ordnas det ett möte där det diskuteras saker som antingen har hänt eller kommer att ske. Under mötet tas det upp vilka förändringar som kommer att ske och dylikt, även andra möten ordnas ifall det finns behov för det.

Nico anser att den interna kommunikationen är ganska bra men såklart går det alltid att bli bättre. Ifall kommunikationen inom organisationen skulle bli bättre så skulle det vara lättare för Nico att veta vad som sker och hur allting kommer att gå till, inte behöva fråga för att få veta någonting. Det skulle vara bra ifall någon skulle ha ansvar för att kommunikationen når

ut till alla inom organisationen, att inte informationen stannar inom ledningen eller inom de olika möten som ny information uppkommer.

Nico anser att han har en viss möjlighet att påverka saker och ting som sker inom organisationen via de olika möten som ordnas, under mötena får Nico säga sina åsikter men sedan är det endast ledningsgruppen som tar vissa beslut. Företaget är bra organiserat, men finns jobb att göra vid arbetsfördelningen. Nico var också väl insatt i organisationens vision, affärsidé samt strategi och försöker arbeta enligt det.

Ifall det sker ändringar inom organisationen får Nico veta det oftast via möten beroende på lite vad ärendet är, efter möten så sprider sig sedan informationen till de elektroniska kanalerna.

Relationen till de anställda är bra och Nico känner sig som en i gänget. Ledningen gör ett bra jobb, ifall utbildning behövs så ordnas det för alla, cheferna får skolning och arbetarna får skolning i maskiner och dylikt. Nico anser att det är väldigt viktigt för hela organisationen att ledningen satsar på att ge utbildning åt alla anställda för att hela tiden kunna bli bättre på sitt arbete.

Utvecklingssamtal används, ungefär en gång i året men man försöker även att ha löpande samtal med de anställda. Motiverad är Nico på sin arbetsplats men anser att det är lite för mycket jobb ibland. Att motivera de anställda är inte alltid de lättaste anser Nico utan försöker att hjälpa till vid behov samt försöker inspirera så att alla jobbar hårt och fokuserat så att allting går rätt till.

Vid slutet av intervjun så tackade jag mina informanter som Tjora (2007, s. 81-87) ansåg att man skulle göra.

7 Analys och slutsatser

Av mina intervjupersoner så hade den med minst erfarenhet från organisation arbetat tre år samt den med mest erfarenhet hade arbetat 11 år. Alla var hemma från Raseborg.

Elektroniska kanaler så som e-post samt muntliga kanaler (Erikson, 2008 s 79) används flitigt inom organisationen. Alla ansåg att kommunikationskanalerna som används mest är de elektroniska kanalerna samt de muntliga kanalerna. En bra kanal var infotavlor samt infotv som ses av alla inom organisationen. Enligt Törnblom (2010, s 94-95) är det viktigt att kommunikationen når ut till alla på ett effektivt sätt så att alla vet vad som händer och sker inom organisationen, samt att kommunikationen når ut till alla före någonting sker. Mina intervjupersoner ansåg att en effektiv kommunikation är att alla inom organisationen får reda på det som händer och sker, oberoende om det är via de muntliga kanalerna eller de elektroniska kanalerna.

Sydänmaanlakka (2004, s. 187-189) ansåg att för att förbättra den interna kommunikationen så kan veckomöten startas, där allting som händer och sker tas upp. Möten där olika saker diskuteras ordnas inom Celsa Steel Service. Speciellt viktigt är måndagsmötet som Nico berättade om.

Erikson (2008, s. 71) menar att ifall alla har tillgång till den rätta informationen så får arbetarna ökade kunskaper och större kompetens att själva fatta beslut. Nästan alla av mina svaranden ansåg att ifall den interna kommunikationen skulle bli bättre så skulle de ha lättare att förstå vad som händer och sker inom organisationen. Två av mina svaranden ansåg att det skulle kunna vara bra att ha någon som enbart skulle koncentrera sig på Hrm och därmed ha ansvar för att se till att kommunikationen når ut till alla på ett bra sätt, att inte informationen enbart stannar inom ledningen utan att den når ut till alla inom organisationen.

En sak som är gemensamt för alla organisationer är att en organisation byggs upp av alla människor som arbetar inom den samt håller organisationen vid liv (Granberg, 2008, s. 3). De flesta av mina respondenter ansåg att de inte har så stor chans att påverka vad som sker inom organisationen utan ledningen gör sina beslut. Både Tom och Nico ansåg att de har en chans att påverka via möten som ordnas, då de får säga sina åsikter och tankar.

Att organisera ett företag är inte det enklaste, det gäller att hitta de bästa formerna för arbetsfördelningen samt samarbete inom organisationen (Andersson, 2011, s. 91). Rony ansåg att inom organisationen arbetar allt för mycket kompisgäng och att arbetet lider på grund av det, även Robert var inne på samma linje och ansåg att ifall det skulle komma en utomstående chef in så skulle det bli bättre ordning på saker och ting. Niels ansåg att

ledningen skulle kunna lägga lite mera fokus på andra saker än vad de gör i dagsläget. Både Tom och Nico ansåg att ledningen gör ett bra arbete men att det finns saker att göra vid arbetsfördelningen. Ifall det sker förändringar inom organisationen så kommer informationen fram via antingen förmannen eller via möten, efter mötena så sprider sig informationen till olika kanaler så som informationstavlan samt informationstv:n.

En ledare skall vara en förebild, den som hjälper vid behov samt gör att människor växer (Roos, 2004, s. 268). Mina svaranden var mycket positivt inställda till hur relationen till cheferna samt relationen till de anställda är. De anställda och cheferna känner sig som en i gruppen, ifall det är någonting så är det lätt att gå och tala med sin chef.

Det är viktigt att utbilda sin personal samt att utveckla personalen (Forsslund, 2004, s. 194-198). Ifall det behövs skolning så får alla det som behöver det. Cheferna får utbildning till sina roller samt ifall de anställda behöver någon skolning så får de det via inskolning av nya maskiner och dylikt.

För en organisation så gäller det att motivera sina anställda så att de känner sig motiverade och engagerade i arbetet (Roos, 2004, s. 269). Enligt Lindmark och Önnevik (2006, s. 22-23) så är det viktigt att ha en hög motivation på arbetsplatsen, denna motivation skapas genom att arbetarna själva får ta ansvar för vad som händer och sker. Rony kände sig motiverad från vecka till vecka och ansåg att bonussystemet som organisationen använder sig av påverkar inte honom. Niels kände sig inte alls motiverad på arbetsplatsen och är mycket kritiskt till bonussystemet. Robert känner sig motiverad på arbetsplatsen mest på grund av medarbetarna och arbetsmiljön, men bonussystemet tänker han inte på. Tom är motiverad på arbetsplatsen och försöker inte direkt motivera de anställda utan hjälper de anställda med att säga "bra jobbat". Nico är motiverad på sin arbetsplats men anser att det är lite för mycket arbete, att motivera de anställda försöker Nico göra med att inspirera alla så att de jobbar hårt och fokuserat så att allting går rätt till.

Med hjälp av utvecklingssamtal kan man säkerställa sig att informationen mellan cheferna och arbetarna går fram. Vid samtalet kan chefen ta upp vad som kommer att ske inom organisationen. (Valpola, 2006, s. 8.) Mina respondenter ansåg att utvecklingssamtal används inom organisationen men samtalen har uppstått på senare tid. Vissa använder

utvecklingssamtal oftare och vissa mer sällan. Även utvecklingssamtal kan ske på löpande band ifall det uppstår någonting så är det lätt att bara diskutera om saker.

8 Avslutande diskussion

Den interna kommunikationen inom organisationsationer är mycket viktig, ifall den interna kommunikationen fungerar så betyder det oftast att arbetarna inom organisationen har lättare att förså vad som händer och sker inom organisationen. Ifall kommunikationen är bra så leder det oftast till att hela organisationen mår bra, arbetarna vet vad och hur någonting sker samt känner sig mera delaktiga inom organisationen. Jag tror att intern kommunikation kommer att spela mera och mera roll inom organisationsationer i framtiden och utvecklingen kommer att ske hela tiden.

Syftet med detta arbete var att först kartlägga den interna kommunikationen på Celsa Steel Service och utgående från det komma med förbättringsförslag. Jag ville få reda på vilka kommunikationskanaler som används, ifall arbetarna har en chans att påverka saker som sker inom organisationen samt hur motiverade de anställda känner sig. Egentligen så gör Celsa Steel Service mycket rätt i kommunikationen men det verkar vara svårt att få informationen ut till alla, cheferna verkar besitta på informationen men sedan verkar det som att informationsspridningen stannar upp.

Teoridelen i detta arbete handlade om kommunikation, intern kommunikation, organisation, ledarskap samt om Hrm. Den empiriska delen i arbetet bestod av en kvalitativ undersökning, som gjordes på fem anställda inom organisationen.

Undersökningen jag gjorde visade att den interna kommunikationen inte riktigt fungerar som den skall och kommunikationen har svårt att nå ut till alla inom organisationen. Saker som kom fram i undersökningen var att vissa ansåg att Celsa Steel Service skulle kunna anställa eller ha någon som sköter om Hrm.

Med reliabilitet menas tillförlitlighet i en undersökning. Reliabilitet skall kunna vara samma vid upprepade mätningar. Med validitet så anses ifall man mätt det som skulle mätas i undersökningen. (Tjora,2007 s 64-65.) Jag anser att min reliabilitet i arbetet är ganska låg

eftersom jag endast intervjuat fem personer. Ifall jag skulle använt mig av en kvantitativ undersökning så skulle jag ha fått mera svar och på det sättet fått en bättre reliabilitet och en bättre omfattning av situationen. Alla kan ha olika åsikter angående kommunikationen inom organisationen. Vissa nöjer sig med att inte bry sig så mycket om vad som händer och sker utan bara fokuserar på sitt eget jobb, medan vissa personer kan vara mera insatta och intresserade av vad som händer inom organisationen. Validiteten i mitt arbete anser jag vara ganska hög, de frågorna jag ställde i min undersökning hörde till ämnet och gav svar på mina forskningsfrågor.

Jag tänker rekommendera åt Celsa Steel Service att de skulle kunna anställa någon som har hand om personalen, med andra ord en HRM ansvarig. Denna skulle se till att allting som händer och sker når ut till alla inom organisationen så att alla vet vad som händer och sker.

En viktig sak inom organisationen skulle vara att vissa personer skulle ha som uppgift att sprida ut kommunikationen till alla inom organisationen. Dessa personer skulle kunna kallas för ansvarspersoner. Efter någonting har bestämts så ansvarar cheferna för att delegera informationen vidare så att den når ut till alla inom organisationen. Detta skulle bra kunna ske via muntliga kanalerna samt via de elektroniska kanalerna som organisationen använder sig av. Eftersom det inom organisationen finns bra kommunikationskanaler till förfogande så tror jag att detta inte skulle vara så svårt att göra i praktiken.

Organisationen skulle kunna använda sig av ett intranät där det lätt skulle kunna laddas upp det viktigaste som har hänt eller vad som kommer att ske. Med hjälp av detta intranät skulle alla inom organisationen lätt kunna ta del av information antingen på arbetsplatsen eller sedan hemma. Det kallade bonussystemet organisationen använder sig av verkar inte motivera de anställda så där finns arbete att göra för att få alla motiverade att arbeta för samma mål.

Jag har alltid varit insatt i hur kommunikationen fungerar inom organisationen och därmed har detta arbete varit intressant att göra. Skulle jag göra någonting annorlunda skulle jag kunnat behandla motivation på arbetsplatsen. Motivationen verkar vara ett intressant ämne som det finns många olika åsikter om inom organisationen.

Källförteckning

Andersson, J., 2011. *Classic företagsekonomi* Malmö: Liber Ab

Celsa Steel Service Finland [Online]
<http://celsa-steelservice.fi/> [hämtad 28.1.2016]

Engquist, A., 2012. *Kommunikation på arbetsplatsen*. (3. uppl.) Stockholm: Norstedts

Erikson, P., 2008. *Planerad kommunikation*. (6. uppl.) Malmö: Liber Ab

Forslund, M., 2013. *Organisering och ledning*. (2 uppl.) Malmö: Liber Ab

Granberg, O., 2008. *Ledarskap och organisation*. Studentlitteratur Ab

Hamrefors, S., 2014. *Kommunikativt ledarskap*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur Ab

Heide, M. & Johansson, C. & Simonsson, C., 2012. *Kommunikation i organisationer*.
Stockholm: Liber Ab

Lindmark, A. & Önnevik, T., 2006. *Human resource management*. Lund: Studentlitteratur
Ab

Nilsson, N., 2008. *Organisation och ledarskap*. (8.uppl.) Malmö: Liber Ab

Roos, G. & Von Krogh, G. & Roos, J., 2004. *Strategi- en introduktion*. (2. uppl.) Lund:
Studentlitteratur Ab

Sydänmaanlakka, P., 2004. *Älykäs organisaatio*. (8. uppl.) Helsinki: Talentum

Tjora, A., 2012. *Kvalitativ forskning i praktiken*. Lund: Studentlitteratur Ab

Törnblom, M., 2010. *Du leder*. Stockholm: Forum

Uppslagsverket Finland [Online]
<http://www.uppslagsverket.fi/sv/sok/view-103684-Aaminnefors> [hämtad 28.1.2016]

Utbildning 24 [Online]

<http://se.utbildning24.com/blogg/5-tips-for-bra-kommunikation-pa-jobbet> [hämtad 18.1.2016]

Valpola. A., 2006. *Lyckas med utvecklingssamtal*. WS Bookwell Oy

Yin, R., 2013. *Kvalitativ forskning från start till mål*. Lund: Studentlitteratur Ab

Figurförteckning

Figur 1. Celsa steel services organisation. (Dick Skogberg 2015).....17

Intervjufrågor

Bakgrund

1. Ålder
2. Utbildning
3. Hur länge har ni arbetat inom organisationen?
4. Er arbetsuppgift inom organisationen?

Kommunikation

5. Vad tycker ni är en effektiv och bra intern kommunikation?
6. Vilka kommunikationskanaler använder sig organisationen av?
7. Hur anser ni att den interna kommunikationen på Celsa är?
8. Fungerar den interna kommunikationen på Celsa?
9. Vilka områden fungerar bra och vilka områden skulle kunna förbättras?
10. Ifall den interna kommunikationen skulle bli bättre, vad skulle detta innebära för er själv samt för organisationen?

Organisation

11. Anser ni att ni har en möjlighet att påverka saker och ting som sker inom organisationen?
12. Anser ni att organisationen är bra organiserat? (rätta personalen på rätt plats, arbetsfördelning samt motiverar organisationen er)
13. Känner ni till organisationens vision, affärsidé samt strategi?
14. På vilket sätt får ni veta om förändringar inom organisationen?

Ledning, motivation

15. Hur är er relation till era arbetsledare samt till cheferna? / hur är er relation till era anställda?

16. Anställd : Anser ni att ledningen gör ett bra jobb? (hjälper vid behov, får ni utbildning, den rätta kompetensen)

Ledaren: Anser ni att ni hjälper de anställda, får de utbildning vid behov?

17. Används utvecklingssamtal?

18. Känner ni er motiverade på arbetsplatsen?

19. Anställd: På vilket sätt motiverar organisationen/ledningen er?

Ledare: Hur motiverar ni era anställda?

20. Någonting ni vill tillägga angående motivation, ledning?