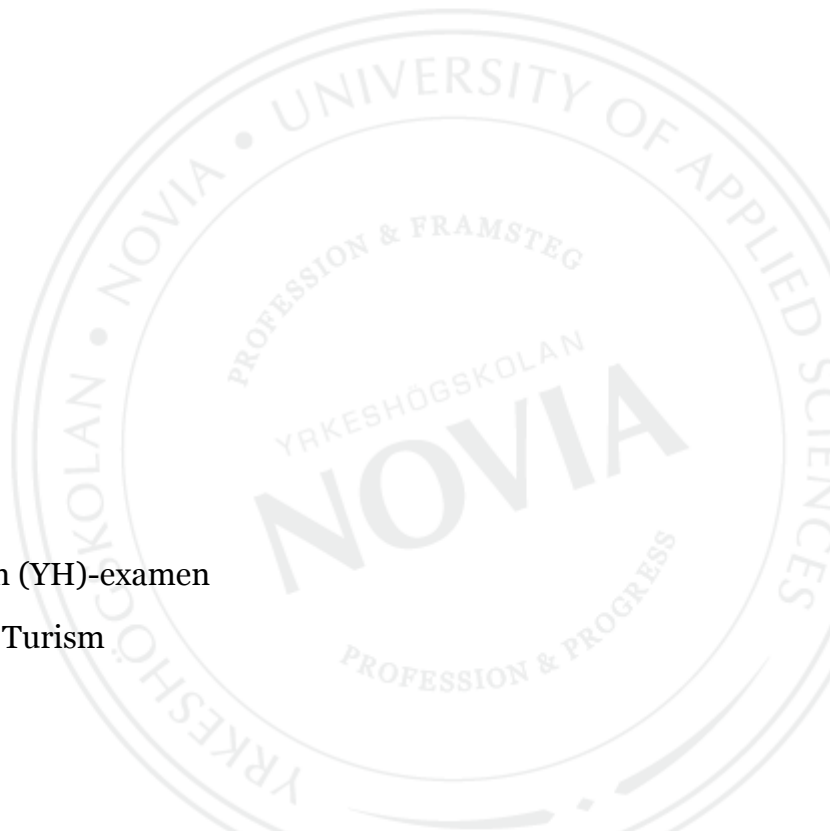


"ALLA ÄR INTE SOM JAG?"

**EN DISKUSSION KRING KOMMUNIKATION OCH
SAMARBETE SOM AKTUELLA KOMPETENSER FÖR
RESTONOMEN I TURISTBRANSCHEN UTIFRÅN EN
FÖRSTÅELSE FÖR PERSONLIGHETSTYPER**

Emilia Björkgren

Examensarbete för restonom (YH)-examen
Utbildningsprogrammet för Turism
Åbo 2012



EXAMENSARBETE

Författare: Emilia Björkgren

Utbildningsprogram och ort: Turism, Åbo

Handledare: Anna Karin Abrahamsson

Titel: "Alla är inte som jag?" En diskussion kring kommunikation och samarbete som aktuella kompetenser för restonomen i turistbranschen utifrån en förståelse för personlighetstyper

Datum: 7.5.2012

Sidantal: 42

Bilagor: 8

Sammanfattning

Syftet med detta examensarbete är att diskutera kommunikation och samarbete som aktuella sociala kompetenser för restonomen i turistbranschen. I diskussionen kommer personlighetsformuläret Myers-Briggs Type Indicator® (MBTI®) presenteras som ett verktyg för restonomen att utveckla sina kommunikations- och samarbetsfärdigheter. En del av syftet är även att anordna en temadag för restonomstuderande som behandlar och främjar dessa kompetenser.

Metoden som använts är litteraturgenomgång. Teori om turistbranschens karaktär och MBTI® används som underlag för diskussionen. Syftet uppnåddes även genom att planera, genomföra och utvärdera en temadag för restonomstuderande på Yrkeshögskolan Novia där temat var hur restonomen kan tillämpa MBTI® i turistbranschen. Uppdragsgivaren för examensarbetet är Yrkeshögskolan Novia.

I diskussionen konstateras att turismnäringen är ett storslaget nätverk som utgörs av samarbete och ömsesidiga relationer. Turistbranschen präglas av nätverksbyggande, projektarbete, teamarbete och samarbete över branschgränserna. I ljuset av turistbranschens karaktär blir kommunikations- och samarbetsfärdigheter nödvändiga kompetenser för turismnäringen idag. Restonomen kan bygga upp dessa nödvändiga kompetenser med hjälp av instrumentet MBTI®. Ifall verktyget används på ett sunt och ändamålsenligt sätt kan restonomen ha nytta av MBTI® i sin kommunikation och i samarbete. Temadagen var på det hela taget lyckad från arrangörens, uppdragsgivarens och deltagarnas sida. Under projektets alla faser praktiserades god kommunikation och samarbete som förstärkte restonomens egen inlärnin.

Språk: Svenska

Nyckelord: social kompetens, kommunikation, samarbete, turistbranschens karaktär, Myers-Briggs Type Indicator, temadag

BACHELOR'S THESIS

Author: Emilia Björkgren

Degree Programme: Tourism

Supervisor: Anna Karin Abrahamsson

Title: Everybody is not like me? A discussion concerning communication and collaboration as current competences for the tourism industry from an understanding of personality types

Date: 7.5.2012

Number of pages: 42

Appendices: 8

Summary

The aim of this thesis is to discuss communication and collaboration as current social competences for the tourism industry. In the discussion Myers-Briggs Type Indicator (MBTI®) will be presented as a tool for tourism actors to develop their communication and collaboration skills. Part of the aim of the thesis is also to organize a theme day for tourism management students where the objective is to examine and improve these competences.

The method used is a literature review. Theory on the characteristics of the tourism industry and MBTI® has been used as a basis for the discussion. A theme day for tourism management students at Novia University of Applied Sciences was organized, realized and evaluated concerning how MBTI® can be applied in the tourism industry. The commissioning body for the thesis is Novia University of Applied Sciences.

The paper establishes that the tourism industry consists of a grand network composed of actors intertwined by co-operation. The tourism business is characterized by networking, project-based tourism, teamwork and collaboration with other industries. In the light of the characteristics of the tourism industry, communication and collaboration skills become essential competences for the industry today. Using MBTI® as a tool, tourism actors can develop these essential competences. When the instrument is used in a sound and proper manner, actors are able to benefit from MBTI® in their communication and co-operation. The theme day as a whole was a successful event from the organizer's, client's and the participants' point of view. During the different phases of the project good communication and collaboration skills were practiced to emphasize the student's own learning process.

Language: Swedish **Key words:** social competence, communication, collaboration, characteristics of the tourism industry, Myers-Briggs Type Indicator, theme day

Innehåll

1	INLEDNING	1
1.1	Syfte.....	2
1.2	Metod och disposition.....	2
2	TURISTBRANSCHENS KARAKTÄR	2
2.1	Definition på turismnäringen	3
2.2	Nätverk, projekt och team	4
2.3	Kommunikation inom turistbranschen.....	6
3	MYERS-BRIGGS TYPE INDICATOR®	8
3.1	MBTI® fyra frågeställningar	11
3.1.1	Extrovert eller Introvert?	11
3.1.2	Sensing eller iNtuition?	13
3.1.3	Thinking eller Feeling?	14
3.1.4	Judging eller Perceiving?	16
3.2	Fördelar och risker med MBTI®	17
4	PROJEKT TEAMBUILDING DAG	19
4.1	Projektidé	20
4.1.1	Varför, vad, var, när och för vem?	20
4.2	Planering.....	23
4.2.1	Medverkande och samarbete.....	24
4.2.2	Kommunikationen med målgruppen	26
4.3	Genomförande.....	27
4.4	Utvärdering	29
4.4.1	Utvärdering av idéfasen	30
4.4.2	Utvärdering av planeringsfasen	31
4.4.3	Utvärdering av genomförandefasen.....	33
4.4.4	Uppdragsgivarens utvärdering av temadagen	34
4.4.5	Fokusgruppsdiskussion	35
5	AVSLUTANDE DISKUSSION.....	38
	Källförteckning	41

Bilagor

Gantt-schema	Bilaga 1
Offert för temadagen	Bilaga 2
Bild av Facebook evenemanget	Bilaga 3
Exempel på kommunikation: inbjudan till temadagen	Bilaga 4
Pressmeddelande till Åbo Underrättelser	Bilaga 5
Notis i Åbo Underrättelser 9.3.2012	Bilaga 6
Underlag för fokusgruppsdiskussion	Bilaga 7
Dokumentering av temadagen (fotografier)	Bilaga 8

1 INLEDNING

Ibland hör man människor berätta om att de har haft en aha-upplevelse. De beskriver en plötslig insikt eller den positiva känslan som dyker upp när de plötsligt förstått innebörden av något som tidigare varit svårt att förstå. Rubriken för detta examensarbete är min personliga aha-upplevelse.

Insikten att ”alla inte tänker som jag” kan ju verka simpel eller trivial i sig, men för mig innebar det något mer. Jag förstod att vi alla har unika utgångslägen i livet som präglar de vi är, både på ett medvetet och omedvetet plan. Våra erfarenheter formar hur vi tänker, handlar, uttrycker oss, osv. Det uppstår situationer när vi har svårt att förstå varandra vilket är naturligt, eftersom vi utgår från vårt eget sätt att se på saken. Kommunikationen haltar, missförstånd uppstår, relationen blir lidande och i vissa fall upphör kontakten helt. Detta gäller i det privata livet, men är minst lika verkligt i det professionella yrkeslivet.

Turistbranschen är en omfattande och snabbt växande industri som bygger på relationer och samarbetet mellan olika aktörer. I takt med turismens tillväxt och uppkomsten av nya kundsegment, uppstår nya möjligheter och utmaningar för branschens restonomer. För att kunna hävda sig i branschen bör restonomen fördjupa sig i kunskap som motsvarar de behov som marknaden presenterar. En alltmer differentierad kundmarknad förutsätter att restonomen utvecklar en förmåga att förstå olika behov för de olika kundsegmenten. Med andra ord, restonomen bör kunna sätta sig in i kundens ställe för att både kunna betjäna och utveckla lönsamma och efterfrågade tjänster.

I detta examensarbete vill jag se närmare på kommunikation och samarbete och vilken roll de spelar med tanke på turistbranschens karaktär idag. Syftet är att diskutera betydelsen av dessa sociala kompetenser för restonomen i turistbranschen och därtill presentera ett verktyg i form av ett personlighetsformulär med avsikten att utveckla restonomens kommunikations- och samarbetsfärdigheter.

1.1 Syfte

Syftet med detta examensarbete är att diskutera kommunikation och samarbete som aktuella sociala kompetenser för restonomen i turistbranschen idag. I diskussionen kommer även personlighetsformuläret Myers-Briggs Type Indicator® (MBTI®) presenteras som ett verktyg för restonomen att utveckla sina kommunikations- och samarbetsfärdigheter. En del av syftet är även att anordna en temadag för restonomstuderande som behandlar och främjar dessa kompetenser.

1.2 Metod och disposition

För att uppnå mitt syfte har jag valt att läsa in mig på turistbranschens karaktär och redogöra för betydelsen av samarbete och kommunikation utifrån turistbranschens särdrag. För att utveckla dessa sociala kompetenser väljer jag att läsa in mig på MBTI® för att få ett verktyg för utveckling av grupper, kommunikation och samarbetsfärdigheter. Jag uppnår även mitt syfte genom att planera, genomföra och utvärdera en temadag för restonomstuderande där fokus ligger på hur restonomen kan tillämpa teorin bakom MBTI® i turistbranschen. I processen att anordna en temadag får jag därtill tillämpa och praktisera god kommunikation och samarbete. Uppdragsgivare för detta examensarbete är Yrkeshögskolan Novia.

I kapitel två och tre kommer jag att behandla teori kring turistbranschens karaktär och presentera innehållet för MBTI®. I kapitel fyra följer en beskrivning för temadagens olika faser; idé, planering, utförande och utvärdering. Slutligen kommer en avslutande diskussion att presenteras i det sista kapitlet.

2 TURISTBRANSCHENS KARAKTÄR

Det finns ett antal olika sätt att förhålla sig till begreppet turism, på samma sätt som det finns olika sätt att se på vilka områden som turistbranschen omspanner. Att utförligt definiera en så mångfacetterad industri har visat sig vara lättare sagt än gjort och de många försök som gjorts i litteratur- och forskningsvärlden kan ses som ett bevis på detta. World Tourism Organisation (WTO) har formulerat följande definition:

Turism omfattar personer som reser och uppehåller sig utanför sin ordinarie bostadsort och där ändamålet inte är arbete på den plats som man besöker (och utan att personen nödvändigtvis övernattar där).¹

Denna definition på turism kommer att stå som utgångspunkt när jag i detta kapitel går in för att djupare beskriva turismnäringens karaktär. Förrän jag mera konkret kan se på turismnäringens olika uttryck, är det lämpligt att först definiera turistnäringen från ett större helhetsperspektiv. På detta sätt löper texten successivt från att presentera en mera abstrakt helhetsbild till att beskriva påtagliga exempel och nödvändiga kompetenser för turistbranschen.

2.1 Definition på turismnäringen

Turismnäringen kan definieras på många sätt. Enligt Peter Björk och Henrik Virtanens beskrivning utgörs turistindustrin av ett nätverk av olika aktörer som är sammanflätade genom samarbete. Dessa aktörer definieras som individer, grupper, organisationer, företag osv. Ett fundamentalt antagande är att en aktör är beroende av resurser som kontrolleras av andra aktörer. Tillgången till dessa externa resurser blir möjlig genom att etablera relationer och samarbete inom nätverket.²

I Peter M. Burns bok om turism och antropologi föredrar författaren att se på turismnäringen som ett system eller en uppsättning subsystem. Fördelen med detta synsätt är att turism inte automatiskt ses isolerad från dess politiska, naturliga, ekonomiska och sociala miljö. Detta synsätt möjliggör även flera olika turismsystem, var och en med sitt eget perspektiv. Burns synsätt kan ses som ett medel för läsaren att kunna förstå på vilket sätt turism är en så vidsträckt komplexitet.³

Scott m.fl. har formulerat ytterligare en definition på turismnäringen. Deras definition sammanfattar Björk, Virtanen och Burns tankar på ett bra sätt. Scott m.fl. ser på turistbranschen som ett system bestående av en mängd ömsesidiga relationer. Relationerna och kollaborationen mellan de olika organisationerna inom en

¹ Kamfjord 2002, 34.

² Björk & Virtanen 2005.

³ Burns 2000, 29.

turistdestination är det som skapar turismprodukten.⁴ Även om det inte finns en internationellt entydig definition på turistbranschen kan man sammanfattningsvis konstatera att den är en väldigt komplex helhet och att samarbete är något som genomsyrar hela branschen.

2.2 Nätverk, projekt och team

I väldigt förenklad form kan man se på turistbranschen som ett nätverk av samarbete. Jag vill i denna del av kapitlet övergå till att mera konkret se på turistbranschens karaktär inom Finland idag. Jag kommer specifikt att se på nätverk, projekt- och teamarbete och vilken roll de spelar i turismnäringen. Jag vill även åskådliggöra hur samarbete löper som en röd tråd genom dessa.

Turistindustrin domineras idag av små och medelstora företag. De mest centrala branscherna inom turistnäringen är hotell- och restaurangtjänster. Till turistnäringen räknas även bl.a. nöjesparker, skidcentrum, programtjänster, festivaler och andra kulturtjänster samt campingplatser.⁵ År 2009 bestod Finlands turismkluster av nästan 28 000 verksamhetsställen som omsatte totalt 13,5 miljarder euro och sysselsatte närmare 98 000 personer.⁶ Därtill finns det även näringar som har direkt anknytning till turistbranschen. Dessa är exempelvis trafiktjänster (gods- och persontransporter), fastighets- och anläggningsskötsel, säkerhetsbranschen, dagligvaruhandel, fackhandel, byggtjänster, IT-tjänster, livsmedelsproduktion, livsmedelsförädling och avfallshantering.⁷ Det är tydligt att turismen gynnar många olika industrier och att ett samarbete sker över branschgränserna.

Studier visar att samarbete är viktigt för turismföretagen. En stor del av företagen är små vilket betyder att de oftast har begränsade resurser. I allt större utsträckning väljer företag att inta en ställning på marknaden där de istället för att skapa konkurrens mellan andra företag fokuserar på att bygga relationer i form av t.ex. nätverk. Även i Finlands turiststrategi 2020 ser man positivt på nätverk. Enligt strategin

⁴ Scott m.fl. 2008, 15.

⁵ Centralen för turismfrämjandet 2010.

⁶ Arbets- och näringsministeriet 2012.

⁷ Centralen för turismfrämjandet 2010.

vill man bl.a. bilda och stärka turistnätverken som ett sätt att utveckla turistsektorn.⁸ Som tidigare konstaterats präglas turism av samarbete och uppkomsten av nätverk kan ses som ett naturligt gensvar på detta. Nätverkssynsättet utgår från ett ömsesidigt beroende och ett utbyte av kunskap. Förmedlandet och mottagandet av kunskap är avgörande för varje nätverksorganisation där medarbetaren orienterar sig mot samarbete och prioriterar därmed samarbete framom soloinsatser.⁹

I samarbetet mellan aktörer föds olika projekt. Björk & Virtanen berättar i sin artikel att turismutvecklingen på regional nivå i dagens läge ofta är projektbaserad.¹⁰ Ett påtagligt exempel på betydelsen av projektarbeten i Finlands turismnäring kan ses i statens stöd av projektverksamhet. Under åren 2007-2010 anslogs sammanlagt 245,6 miljoner euro i offentligt stöd till knappa 2500 projekt inom turismen i Finland. Konklusionen av artikeln, publicerad av Nylands förbunds informationstjänst, var att företagsstöden i fortsättningen bör förskjutas från finansiering av investeringar till stöd för utvecklingsprojekt.¹¹ Detta är ännu ett tecken på att man mer och mer vill satsa på projekt inom turismnäringen.

Projekt är ett konkret exempel där samarbete bedrivs och är en viktig komponent. Betydelsen av projekthantering och restonomens kompetens inom projekthantering är också synlig i turismutbildningen. På utbildningsprogrammet för turism på Yrkeshögskolan Novia har man t.ex. nästan helt övergått till projektbaserade inlärningsmetoder. Studierna byggs upp kring verklighetsförankrade projekt som förverkligas individuellt eller i grupp. Teamarbete, nätverksbyggande och utvecklingsprojekt är det som betonas under studierna.¹²

När det kommer till nätverk och projekt kommer teamarbete ofta in som en naturlig följd. Att jobba i team går helt i enlighet med dagens strömningar. I dagens läge blir det allt vanligare att man på arbetsplatser organiserar sig i arbetslag eller team. Genom teamarbete kan man begagna sig av de anställda deltagarnas kompetens på

⁸ Centralen för turismfrämjande 2010.

⁹ Hägglund & Pedersén 2007.

¹⁰ Björk & Virtanen 2005, 212.

¹¹ Nylands förbunds informationstjänst 2011.

¹² Yrkeshögskolan Novia 2011.

bästa sätt.¹³ Andra anledningar till att arbeta i team kan vara att man vill utnyttja synergieffekten i gruppen, utveckla och inspirera sina medarbetare eller skapa en motivationseffekt: bättre prestationer och större entusiasm när gruppen gemensamt går in för en uppgift.¹⁴ Ifall man söker bland artiklar på internet ser man en tydlig koppling mellan turism och teamarbete. Olika samhällen, industrier och universitet runtom i världen uppger teamarbete som en nyckel för turismens tillväxt. Även här är samarbete en bärande faktor för att teamarbete ska fungera.

När man ser på turistbranschens karaktär kan man alltså sluta sig till att projektarbete, nätverksbyggande, teamarbete och samarbete över branschgränserna är relevanta byggstenar inom näringen. Som jag har påvisat i kapitlet hittills grundar sig såväl nätverksbyggande som projektarbete och teamarbete på samarbete. För att kunna samarbeta fodras kommunikation och det är vad nästa avsnitt i kapitlet kommer att handla om.

2.3 Kommunikation inom turistbranschen

Min utgångspunkt är att turismnäringen är ett storslaget nätverk där själva stommen utgörs av ömsesidiga relationer och interaktionen mellan aktörerna. I dessa relationer och i relationen mellan kunden och turistbranschen blir betydelsen av kommunikation ett ofrånkomligt faktum. Jag kommer i följande stycke att diskutera kommunikation som en aktuell färdighet för restonomen i branschen.

Att god kommunikation är något som behövs på alla områden i arbetslivet är ett allmänt accepterat faktum. Därför kommer det inte som någon större överraskning att god kommunikations- och samarbetsförmåga är viktigt även i turistbranschen. Rolf-Petter Larsen påpekar: *"God kommunikation är helt avgörande för att skapa ett bra samarbete mellan människor i en grupp. Det vet vi alla, ändå är detta något av det svåraste att få att fungera."*¹⁵

¹³ Granström 2006, 7.

¹⁴ Larsen 2003, 15,16.

¹⁵ Larsen 2003, 134.

I Yrkeshögskolan Novias läroplan förutsätter man vissa allmänna kompetenser för personer som avlagt examen vid yrkeshögskola. Ett av kompetensområdena som särskilt uppmärksammas är kommunikativ och social kompetens. Restonomen bör behärska olika kommunikationssituationer och kunna utnyttja olika kommunikationsstilar.¹⁶ Under utbildningen studerar den blivande restonomen bl.a. serviceledning, företagsverksamhet och turismutveckling. Exempel på studier är "Påverkan och kommunikation i serviceföretaget", "Medarbetaren i servicekultur", "Utvecklande av kundrelationer" och "Introduktion till interkulturellt ledarskap."¹⁷

Det finns en uppsjö av olika situationer i turismnäringen där god kommunikation och kunskap i olika kommunikationsstilar kan spela en central roll för att utveckla och stärka turistföretagets ställning. Exempelvis behöver en hotellägare och dess administration se till att de interna och externa kommunikationskanalerna är öppna och obehindrade för att verksamheten ska löpa. En värd behöver kunna ställa sig i gästernas skor för att få större förståelse av kundens upplevelse. Kommunikationen värden och gästen emellan är väsentlig för att skapa mera efterfrågeorienterade tjänster och slutligen större gynnsamhet för hela företaget. I försäljning av tjänster eller produkter vill restonomen etablera långsiktiga kundrelationer och även detta sker genom en god kommunikation och förståelse av kunden samt genom att tala ett språk som kunden förstår. Arbete och utveckling av turismverksamhet sker ofta i teamarbete i dagens läge och även detta arbetssätt förutsätter god kommunikation mellan teammedlemmarna.

I Finlands turiststrategi 2020 ser man positivt på turismens förutsättningar att växa. För att kunna möta dessa positiva utsikter krävs en ny slags innovativ och kundorienterad utveckling, marknadsföring och försäljning av tjänster. I strategin diskuterar man olika trender som råder i turistbranschen. En grundläggande faktor som påverkar turistbranschen idag och som kommer att påverka även i framtiden är en ökad splittring av kundkategorierna. I praktiken betyder detta att branschen bör behärska en allt mer differentierad kundmarknad.¹⁸ Vad detta kräver av framtida

¹⁶ Arene ry. 2006.

¹⁷ Yrkeshögskolan Novia 2012.

¹⁸ Centralen för turismfrämjandet 2010.

restonomer är en ökad sensitivitet och förmåga att förstå önskemål eller behov för olika kundsegment. Social kompetens och färdigheter i olika kommunikationsstilar blir således ett essentiellt verktyg för restonomen i försäljning av turismtjänster, marknadsföring, projektarbeten, nätverk och kundservicesituationer.

Larsen skriver i sin bok om teamutveckling att god kommunikation är något som går att träna upp.¹⁹ Kommunikationsfärdigheter kan utvecklas dels genom att lära sig förstå andra bättre, dels genom att förstå sig själv bättre. I följande kapitel presenterar jag ett verktyg som har som mål att öka förståelsen för människors olikheter och därmed även utveckla individens kommunikationsfärdigheter. Denna teori kan vara ett verktyg för att stärka restonomens kommunikations- och samarbetsfärdigheter i olika områden såsom teamarbete, ledarskap och i kundrelationer.

3 MYERS-BRIGGS TYPE INDICATOR®

Vi har alla preferenser. I vartenda beslut vi gör, väljer vi något framom någonting annat. Vi väljer mellan té och kaffe, stad och landsbygd, jacka och kavaj. Vissa av oss är uppe med tuppen medan andra är nattsuddare. Våra val kan vara en reflektion av det sätt på vilket vi är skapta. Det finns inget värdeomdöme kopplat till dessa tendenser, det är helt enkelt en del av mänsklighetens strålande mångfald.²⁰

Psykolog och konsult Margareta Lycken skriver i sin artikel om konflikthantering att Myers-Briggs Type Indicator® (MBTI®) lär vara den mest använda teorin om personlighetstyp i världen. Denna teori för personligheter utvecklades av två damer Katharine Briggs och Isabel Briggs-Myers, mor och dotter i 1940-talets USA. Deras teori bygger i sin tur på den schweiziske psykiatern C.G. Jungs teorier om personlighet.²¹ Lycken beskriver:

¹⁹ Larsen 2003, 135.

²⁰ McGuinness 2009, 10.

²¹ Lycken 2002.

Formuläret används som ett instrument för självkännedom med tillämpningar i olika sammanhang. Sin största spridning har det troligen som ett instrument för att utveckla grupper - som ett sätt att underlätta för olika personlighetstyper att samarbeta.²²

Jag väljer att undersöka och redogöra för innehållet i MBTI® som ett sätt för mig som restonom att fördjupa mig i hur människor kommunicerar olika. En djupare medvetenhet om människors olikheter är ett sätt för restonomen att utveckla sina sociala kompetenser. Mera konkreta exempel för hur restonomen gynnas av denna modell av jungiansk personlighetsteori presenteras slutligen under rubriken ”Fördelar och risker med MBTI®”.

MBTI® är endast ett verktyg bland många när det kommer till att bygga goda kommunikations- och samarbetsfärdigheter utifrån en förståelse för personlighetstyp. Andra verktyg förknippade med personlighetsteori är t.ex. Typ A och B personlighetsteori (Jacob Goldsmiths teori), Keirsey Temperament Sorter och Personlighetsenneagrammet. Jag blev introducerad till Myers-Briggs Type Indicator® av en vän i min bekantskapskrets och väljer att endast presentera detta instrument eftersom jag själv har haft nytta och goda erfarenheter av denna modell.

MBTI® identifierar fyra olika aspekter av hur vi lever. För varje kärnaspekt finns det två motsatsparter och av dessa tenderar vi som människor att föredra den ena. Ibland kan en preferens vara mycket stark och i andra fall kan bägge alternativen vara tämligen jämnstarka. De fyra frågeställningarna är:

- Hur riktar vi vår fokus och vår energi? – **Extrovert** eller **Introvert** (E-I)
- Hur tar vi in information om omvärlden? – **Sensing** eller **iNtuition** (S-N)
- Hur fattar vi beslut? – **Thinking** eller **Feeling** (T-F)
- Hur förhåller vi oss till omvärlden? – **Judging** eller **Perceiving** (J-P)

De ovanstående paren kan kombineras till 16 olika sammansättningar vilka bildar lika många ”personlighetsprofiler”²³. MBTI® inbegriper alltså fyra dimensioner berörande

²² Lycken 2011.

²³ Se tabell 1

vardagsliv varav varje preferens anges av en bokstav som tillsammans bildar en profil av fyra bokstäver, såsom påvisas i tabell 1. Varje profil har sitt egna specifika uttryck, attityder, gåvor och förhållningssätt. Julia McGuinness ger som exempel: lika som att grönt inte är bättre än blått kan man inte klassificera en profil som bättre än en annan – de är helt enkelt bara olika.²⁴

Tabell 1. MBTI® modellen bildar 16 olika personlighetsprofiler som bildar följande bokstavskombinationer.

ISTJ	ISFJ	INFJ	INTJ
ISTP	ISFP	INFP	INTP
ESTP	ESFP	ENFP	ENTP
ESTJ	ESFJ	ENFJ	ENTJ

Ett budskap som MBTI® vill framföra är att ”det är okej att vara jag.” Ingen personlighetstyp pekas ut som bättre än en annan. Att klargöra den typ som bäst passar in på oss hjälper oss inte enbart att se vår personlighets mönster utan understryker även våra specifika gåvor så att vi mera tydligt kan känna igen vad vi har att erbjuda den större gruppen.²⁵

När vi är, handlar och tänker utifrån vårt föredragna tillvägagångssätt, vår ”preferens”, fungerar vi i linje med våra medfödda tendenser. Vi upplever att processen kommer lätt och naturligt. Vi är benägna att regelbundet välja vår preferens vilket gör att vi bygger upp en kompetens och säkerhet på det området genom våra erfarenheter. Våra preferenser utvecklas i takt med att vi kultiverar och uppmärksammar dem.²⁶

När vi väljer att tackla någonting utgående från ett tillvägagångssätt som är mindre naturligt för oss, känner vi oss ur funktion. Ett sådant förhållande kräver mera ansträngning från vår sida och vi kan uppleva det som mera slitsamt. Vi tenderar att bli mindre nöjda över kvaliteten på våra resultat i dessa avseenden. Detta avskräcker oss från att använda oss av det tillvägagångssättet igen. Det resulterar i att våra mindre

²⁴ McGuinness 2009, 10-11, 13.

²⁵ McGuinness 2009, 60-61.

²⁶ McGuinness 2009, 12.

naturliga tillvägagångssätt inte har möjlighet att växa till deras fulla potential. Däremot skulle en förändring ske ifall vi valde att investera tid och energi på att utveckla våra färdigheter i dessa områden.²⁷

En aspekt som jag vill poängtera i detta skede är att en person inte *är* sin personlighetsprofil. Man *har* en personlighetsprofil. Detta synsätt kan motverka att personer på ett negativt sätt blir satta i kategorier som i sig är alltför snäva för att beskriva en människa. Alla personer är unika och mycket mer komplicerade och nyanserade än vad strukturen visar. Min avsikt är inte att underminera denna verklighet.

3.1 MBTI® fyra frågeställningar

MBTI® strukturerar personligheten genom att svara på fyra frågor. Som redan nämdes finns det två alternativ till varje frågeställning – ett motsatspar av vilka den ena med största sannolikhet är vår preferens. Jag kommer i detta stycke att på ett mera detaljerat plan gå in på de fyra motsatsparen och beskriva dessa olika preferenser. Jag har valt att utgå från McGuinness beskrivning av de olika preferenserna eftersom jag anser att hennes sätt att definiera instrumentet är överskådligt.

3.1.1 Extrovert eller Introvert?

Kännetecknande för det första motsatsparet är att det är en attitydfråga. Alla lever vi i en yttre och en inre verklighet. Av dessa två världar tenderar vi hämta mera stimuli från den ena. Enligt MBTI®'s tolkning av denna distinktion är valet mellan Extraversion och Introversion. Dessa ord innefattar mycket mer än den allmängiltiga uppfattningen om att vara "pratsam" eller "reserverad." Extraversion och Introversion är två olika förhållningssätt som vi alla är bekanta med, men där det ena är mera typiskt för oss än det andra.²⁸

²⁷ McGuinness 2009, 12.

²⁸ McGuinness 2009, 20.

Personer med en **Extrovert** preferens tenderar:

- få energi av den aktiva yttre världen som består av människor och saker
- tänka högt; tycka om att tala igenom saker och ting
- bli uttröttade av att tillbringa för mycket tid ensamma
- ha en vid umgängeskrets

Människor med en utvecklad **Extrovert** preferens får energi av att leva i kontakt med andra och göra saker tillsammans. De laddar batterierna när det är liv och rörelse omkring dem. De tenderar vara lätta att lära känna eftersom de ofta inleder konversation med andra och fritt uttrycker sina tankar och känslor. De skrider snabbt till handling och reflekterar kanske endast över det i ett senare skede. ”Vad du ser är vad du får” är ett uttryck som kan appliceras på en **Extrovert** och du behöver endast lyssna för att få reda på vad en sådan person tänker på.²⁹

Personer med en **Introvert** preferens tenderar:

- få energi av den inre reflekterande världen av tankar och känslor
- tänka tyst; tycka om att tänka igenom saker och ting
- bli uttröttade av att tillbringa för mycket tid med andra
- ha några nära vänner

Människor med en utvecklad **Introvert** preferens vänder sig inåt för att ladda batterierna. De får energi av att tillbringa tid på egen hand, i reflektion över saker och dras till den tysta världen på insidan av dem själva. Introverta personer kan vara svåra att lära känna eftersom de har en benägenhet att vänta på att bli närmade i en diskussion. De avslöjar sina tankar och känslor endast för en liten grupp utvalda människor. De reflekterar mycket förrän deras tankar mynnar ut i handling och i vissa fall uteblir handlingen helt och hållet. Det finns mer än vad ögat ser när det kommer till en **Introvert**. Du behöver fråga för att få veta vad en **Introvert** person tänker på.

För att kunna leva effektivt bör vi engagera oss i både den yttre världen såväl som den inre världen. Vi bör ägna oss åt det praktiska vardagslivet samtidigt som vi bör ge tid åt inre reflektion, fokus och självmedvetenhet.³⁰

²⁹ McGuinness 2009, 20–21.

³⁰ McGuinness 2009, 21.

3.1.2 *Sensing eller iNtuition?*

Det andra motsatsparet svarar på en fråga angående funktion. När det handlar om att samla information finns det synbarligen två olika beteendemönster. MBTI® klassificerar dessa som **Sensing** och **iNtuition**.³¹ (Sensing kunde på svenska översättas till "sinnesförnimmelse." Lycken använder exempelvis detta uttryck i sin artikel. Benämningen iNtuition bör heller inte förväxlas med det svenska ordet "intuition" utan ses i sammanhanget för MBTI®.) Lycken skriver att skillnaden mellan **Sensing** och **iNtuition** ligger i vilken sorts information man mest naturligt uppmärksammar och vad som uppfattas som verkligt.³²

Personer med en **Sensing** preferens tenderar:

- lita på det som de kan se, höra, känna, dofta och smaka
- leva i nutidens realiteter, såsom de erfar dem genom sina sinnen
- tackla uppgifter metodiskt, steg för steg
- vara uppmärksamma och noggranna med detaljerna i en uppgift

Personer med en utvecklad **Sensing** preferens är väldigt mycket i kontakt med den fysiska världen runtomkring dem och finner nöje i att handskas med etablerade fakta. De följer instruktioner in i minsta detalj. De instruerar, fyller i blanketter, tillreder en måltid *exakt* enligt receptet eller föreskriften. När en **Sensing** person får arbeta med praktiska uppgifter som kräver sunt förnuft är de som på hemmaplan. De tenderar att lita på sådant som är mätbart och använder sig av beprövade metoder. En person med **Sensing** preferens tenderar att vara realistisk.³³

Personer med en **iNtuition** preferens tenderar:

- lita på inspiration och insikter som dyker upp i deras undermedvetna
- leva i potentiella framtidsmöjligheter som utvecklats i deras undermedvetna
- tackla uppgifter när entusiasmen faller på och gör det under spontana perioder
- missa detaljer p.g.a. att de fokuserar på helheten

³¹ McGuinness 2009, 14.

³² Lycken 2002.

³³ McGuinness 2009, 14.

Är du benägen att se mönster, mening och dold innebörd i det påtagliga framför dig, har du antagligen en utvecklad *iNtuition* preferens. Personer med en *iNtuition* preferens njuter av att arbeta med nya möjligheter. De är inspiratörer när det kommer till att skapa förändring och hitta nya vägar. De förstår sig på abstrakta koncept och har en god förmåga att skapa visioner för nya projekt. En *iNtuition* person finner nöje i spekulativa aktiviteter där fantasin är en viktig komponent eftersom de ser förbi de fysiska realiteterna. Dessa personer orienterar sig mot framtida resultat och tenderar att vara idealister.³⁴

Det råder ingen tvekan om att vi behöver utöva båda preferenser för att leva ett effektivt liv. *Sensing* hjälper oss att hantera den fysiska omvärlden och *ordna* våra liv, medan *iNtuition* stöder oss i att hitta nya och utforskade horisonter för att *komma vidare* i våra liv.³⁵

3.1.3 *Thinking eller Feeling?*

När vi har tagit in information använder vi den som grund för att fatta beslut. Det är vad det tredje motsatsparet handlar om. Det är en fråga om funktion som beskriver på vilka grunder en person bedömer fakta. Vissa av oss väljer att ta avstånd från situationen och väga de olika faktorerna på ett logiskt och objektivt sätt. Andra föredrar att förbli involverade i situationen och se på det från en mera personlig och relationell ståndpunkt. Enligt MBTI® terminologi är detta skillnaden mellan preferensen för *Thinking* (tanke) och *Feeling* (känsla). I detta sammanhang finns det ingen antydning om att *Thinking* skulle sakna en kapacitet för emotioner eller att *Feeling* lida brist på intelligens. Båda preferenser verkar inom ett rationellt ramverk.³⁶

Personer med *Thinking* preferens tenderar:

- organisera information enligt logiska principer; orsak och verkan
- sträva till att göra rättvisa, trogna och konsekventa beslut
- vara uppmärksamma på de långsiktiga konsekvenserna av deras beslut
- att först ta itu med problemet för att sedan se till relationen

³⁴ McGuinness 2009, 14-15.

³⁵ McGuinness 2009, 15.

³⁶ McGuinness 2009, 16.

När personer med en stark **Thinking** preferens skall agera, utgår de huvudsakligen från objektiva principer och opersonliga faktorer som är oberoende av personliga känslor. Detta gör det möjligt för **Thinking** personer att göra tuffa och rättvisa beslut som söker människors bästa, men som i stunden kan få en ickeuppskattad respons. De kan ta emot kritik på ett konstruktivt sätt och tenderar att ge kritik för att skapa förbättring. De fokuserar på att analysera planer.³⁷

Personer med **Feeling** preferens tenderar:

- organisera information enligt personliga inbördes förhållanden och värderingar
- sträva till att göra humana, empatiska och harmoniska beslut
- vara uppmärksamma på de personliga konsekvenserna av deras beslut
- att först ta itu med relationen för att sedan se till problemet

Personer med en utvecklad **Feeling** preferens fokuserar primärt på subjektiva värderingar och personliga faktorer när de skall agera, utan att nödvändigtvis se på logiska övervägningar. Detta möjliggör vänliga, barmhärtiga beslut som främjar enhet och goodwill, även om besluten kan vara inkonsekventa från ett objektiva perspektiv. **Feeling** tar kritik personligt och tenderar att uttrycka uppskattning för att uppmuntra andra. De fokuserar på att förstå människor.

Även om endera **Thinking** eller **Feeling** faller mera naturligt för oss bör vi använda oss av båda för att ha ett funktionellt liv. Vi behöver göra kloka och rättvisa beslut på sanna principer oberoende av hur vi känner oss. Vi behöver ta hand om varandra och fostra harmoni och samarbete i våra relationer.³⁸ Lycken påpekar att missförstånd och konflikter har en benägenhet att uppstå mellan motsatsparen **Thinking** och **Feeling**. Polariteten **T-F** är avgörande när det gäller att skapa förtroende. Skillnaderna mellan dessa kan enkelt skapa missförstånd kring motpartens intentioner.³⁹ En medvetenhet om dessa olikheter kan därför vara till stor hjälp i kommunikationen och samarbetet i olika team och människokonstellationer.

³⁷ McGuinness 2009, 16-17.

³⁸ McGuinness 2009, 16-17.

³⁹ Lycken 2002.

3.1.4 Judging eller Perceiving?

På samma sätt som med Extraversion-Introversion handlar det sista motsatsparet om attityd. Vad MBTI® instrumentet syftar på är att alla människor lever i en yttre och inre värld där de agerar och interagerar med det som finns runtomkring dem och med det som finns på insidan, dvs. tankar och känslor. Motsatsparet Judging - Perceiving handlar om hur personer förhåller sig till omvärlden. Alla har vi en livsstil – vårt sätt att fungera i den yttre världen. Vissa föredrar att ha ett organiserat och strukturerat liv, Judging (planera), andra vill följa med strömmen och hålla saker och ting öppna, Perceiving (improvisera).⁴⁰

Personer med Judging preferens tenderar:

- handla avsiktligt enligt en förutbestämd plan
- känna sig mera bekväm så fort ett beslut blivit taget
- att njuta av att fullborda ett projekt
- att hålla sig fokuserade

Personer med en utvecklad Judging preferens har ett organiserat tillvägagångssätt i livet. De tycker om att ha saker och ting under kontroll. De hör till personerna som gör listor, följer planer och punktligt håller deadlines. De njuter av friheten att kunna handla enligt vad de har beslutat sig för, istället för att låta omständigheter styra dem. En person med Judging preferens vill veta vart de är på väg så att det kan hållas på rätt kurs.

Personer med Perceiving preferens tenderar:

- vara spontana, reagera på det som uppkommer i situationen
- känna sig mera bekväma med att hålla saker och ting öppna
- att njuta av att påbörja ett projekt
- att hålla sig anpassningsbara

Personer med en utvecklad Perceiving preferens har ett flexibelt tillvägagångssätt i livet. De gillar att gå med strömmen. De utforskar nya avenyer, byter riktning och lämnar in uppgifter sista minuten före en deadline. De njuter av friheten att kunna

⁴⁰ McGuinness 2009, 18.

handla utgående från den rådande situationen, istället för att vara bundna till förutbestämda planer. Perceiving vill hålla slutet öppet eftersom de ogillar att gå miste om något.⁴¹

Liksom med de andra motsatsparen behöver vi båda dessa preferenser för att leva effektivt. Vi behöver ta ansvar för våra skyldigheter och även kunna svara på stundens behov.⁴² Under följande underrubrik kommer jag att diskutera fördelarna av MBTI® inom ramen för turistbranschen. Finns det risker med detta instrument och på vilket sätt kan MBTI® vara en resurs för restonomer ute på arbetsfältet?

3.2 Fördelar och risker med MBTI®

Med Myers-Briggs Type Indicator® instrumentet följer många fördelar. Om personlighetsformuläret används på ett sunt och lämpligt sätt kan individer, arbetsteam och arbetsplatser på flera olika sätt gynnas av dess information.

MBTI® kan på olika sätt vara ett verktyg som förstärker restonomens kommunikations- och samarbetsfärdigheter. MBTI® kan öka medvetenhet om individers olikheter⁴³ och ge ett språk för att beskriva dessa på ett konstruktivt och neutralt sätt. Kunskap i MBTI® kan t.ex. bidra till att förstärka relationerna på arbetsplatsen, arbetsteamets effektivitet och restonomens kontakt till kunder och samarbetspartners.

Arbetstagare och arbetsgivare på en arbetsplats kan få ett effektivt verktyg för kommunikation när de är medvetna om hur olika personlighetstyper vanligtvis kommunicerar och vill få information.⁴⁴ Det i sin tur förebygger att missförstånd uppstår vilket stärker företaget som helhet. Medvetenheten som MBTI® medför, kan öka tolerans och effektivitet inom t.ex. projekt, teamarbete och företagsutveckling. Samarbetet fungerar bättre när individerna i gruppen kommunicerar tydligt och kan ta i beaktande hur olika personer tolkar information och hur de gör beslut. I långsiktiga kundrelationer och varför inte även i den kortsiktiga kundkontakten, kan restnomen

⁴¹ McGuinness 2009, 18, 19.

⁴² McGuinness 2009, 20.

⁴³ Lycken 2001.

⁴⁴ Lycken 2001.

få en bild av vilken typs person det är frågan om och sedan möta kunden på hans eller hennes föredragna sätt.

MBTI® har troligen sin strösta spridning som ett instrument för att utveckla grupper och underlätta samarbetet inom gruppen. Genom att identifiera styrkorna i arbetsgrupper och team kan MBTI® tillföra att beslut som fattas blir mera heltäckande och med olika personlighetstyper i gruppen kan man förstå och bättre nå ut till bredare grupper. När det är lämpligt kan man även fördela arbetsuppgifter utifrån preferens.⁴⁵

Eftersom MBTI® lyfter fram individers styrkor uppmuntrar det även till en positiv stämning. När en person får insyn i sina egna styrkor, kan denne samtidigt få en aning om var det kan finnas behov av andras kompletterande styrkor.⁴⁶ Tillsammans presterar vi bättre och enligt mig är detta en attityd som bör odlas i turistbranschen eftersom det är frågan om ett nätverk beroende av samarbete.

MBTI® ger också insikt i varför vissa relationer kräver mera arbete än andra och kan hjälpa personer att se andra människor snarare som annorlunda än svåra.⁴⁷ Detta odlar tolerans och samförstånd som skapar goda förutsättningar för gott samarbete. Utöver detta kan MBTI® hjälpa att identifiera restonomens energikällor och vad som dränerar denne, vilket leder till att restonomen kan balansera sitt liv mera effektivt.

MBTI® är ett verktyg och alla verktyg kan missbrukas. En fara med detta instrument är att personen använder sin personlighetsprofil som en ursäkt för att bete sig på ett visst sätt eller för att bortförklara sina handlingar. Detta är osunt och inte i linje med grundtanken i MBTI®. Om inte värdet av en mångfald av personer betonas tillräckligt, kan instrumentet ses som ett test med resultat och missbrukas genom att en värdeladdning kopplas till instrumentet. Budskapet bakom MBTI® är inte att lyfta fram en personlighetstyp som bättre än en annan utan att alla personlighetstyper behövs och är lika värda. MBTI® bör heller inte användas för att ”kategorisera” personer i

⁴⁵ Lycken 2001.

⁴⁶ McGuinness 2009, 62.

⁴⁷ McGuinness 2009, 62.

stängda fack. Ifall MBTI® används för att kategorisera människor finns det en risk att man inte ser till individens unika personlighet och på detta sätt gör övertramp på dennes person.

För att kort sammanfatta kan man säga att restonomer gagnas av MBTI® när de tillämpar instrumentet för att förstärka sina kommunikations- och samarbetsfärdigheter. Dessa färdigheter kommer till nytta i arbetslivet där de också kan ses som en förutsättning för framgångsrika prestationer i turismens värld av relationer och samarbete. Instrumentet bör likväl användas vist och inte som ett sätt för att utnyttja andra personer eller sin egen ställning.

4 PROJEKT TEAMBUILDING DAG

Jag har i föregående kapitel diskuterat betydelsen av kommunikation och samarbete som aktuella kompetenser för restonomen. Jag har även presenterat ett verktyg som kan hjälpa restonomen att utveckla dessa färdigheter. Mitt andra syfte för detta examensarbete är att anordna en temadag för restonomstuderande där målet är att hjälpa till att bygga upp dessa relevanta kompetenser hos restonomstuderandena. Uppdragsgivare för detta projekt är Yrkeshögskolan Novia.

Hur ska man bli bättre på att samarbeta om inte genom att öva sig i konsten? Genom att ordna ett småskaligt projekt i form av en temadag får jag möjlighet att delvis hjälpa andra restonomstuderanden höja sin kompetens, delvis utveckla min egen kompetens som restonom och lära mig av erfarenhet på ett väldigt konkret sätt. Genom att utföra detta projekt stöder jag min egen inläring och får tillämpa den kunskap jag inhämtat om samarbete och kommunikation. Jag ger även en möjlighet för andra restonomstuderanden att ta del av MBTI® och dra nytta av den kunskapen. För att kunna arrangera en lyckad temadag för restonomstuderande har jag bl.a. läst in mig på projekthantering och evenemangsplanering. Avsikten med detta kapitel är att redogöra för genomförandet av projektet. Jag kommer att dela upp innehållet i olika faser: idéfas, planeringsfas, utförandefas och utvärderingsfas. Jag kommer inte att i detalj gå in på projektets alla delar eller teori angående projekt och evenemangsplanering, inte heller ge en detaljerad beskrivning för allt arbete som

gjordes i samband med temadagen eftersom det skulle avvika från mitt syfte. Jag väljer istället att ge läsaren en helhetsbild och fokusera på vissa grundläggande delar av projektprocessen samt de delar där kommunikation och samarbete varit viktiga komponenter.

4.1 Projektidé

I början av ett projekt finns det några grundläggande frågeställningar som arrangören bör svara på. Michael Hyatt hävdar i sin artikel om vision och strategi att både vision och strategi är viktiga, men att den ena står som prioritet. Visionen kommer alltid först. Om du har en klar vision (*varför* och *vad*) kommer du tids nog att locka fram den rätta strategin (*hur*). Om du inte har en klar vision kommer ingen strategi att rädda dig.⁴⁸ Helena Vallo uttrycker samma sak på ett annat sätt: man bör ställa sig frågan *varför* ska ett evenemang ordnas, *vad* är det man vill få till stånd?⁴⁹ Eller som i mitt fall: *varför* ska ett projekt ordnas?

4.1.1 *Varför, vad, var, när och för vem?*

Jag förstod i ett tidigt skede av mitt projekt att jag bör ha en tydlig vision. Jag satte ner tid för brainstorming och använde mig av en tankekarta för att formulera syftet. Min vision för projektet formades från en idé om att hjälpa restonomstuderande bli ännu mer skickliga på vad de redan gör. Jag ville anordna något som jag själv upplevde som intressant och meningsfullt som även skulle kunna vara till nytta i restonomstuderandes utbildning. Jag har själv ingått i många arbetsgrupper genom åren och upplevt att kommunikation och gruppdynamik är intressanta teman. Jag har samtidigt erfarit de utmaningar som människor stöter på i grupparbeten när det gäller samarbete och kommunikationen med varann. Syftet för att ordna detta projekt blev alltså att utveckla restonomstuderandes kommunikations- och samarbetsfärdigheter med visionen att de som deltar i dagens program, en dag ska kunna bli framgångsrika medarbetare, chefer och ledare samt duktiga kommunikatörer i branschen. Jag valde att ordna ett projekt även för min egen skull, för att få en viktig erfarenhet inför det

⁴⁸ Hyatt 2012.

⁴⁹ Vallo 2009, 22, 23.

kommande arbetslivet. Att få arbeta med något som för mig kändes relevant och som kunde hjälpa någon annan att prestera bättre i sitt arbete och i sina studier var också viktiga inslag till varför jag beslöt mig för att organisera ett projekt.

Till visionen hör också frågan *vad?* *Vad* är det som ska ordnas och mera specifikt *vad* är evenemangets karaktär?⁵⁰ Lena Mossberg m.fl. konstaterar att alla evenemang har ett program och att man kan beskriva evenemanget genom att placera det i upplevelsefält: *underhållning, utbildning, estetik och eskapism*. Upplevelsefälten beskriver även kundens grad av deltagande och sammansmältning med upplevelsen.⁵¹

I mitt fall var det naturligt att ordna ett projekt som skulle falla inom upplevelsefältet *utbildning* eftersom syftet med dagen var att dela kunskap och utveckla färdigheter. *Utbildning* innefattar att kunden absorberar upplevelsen och aktivt deltar samt är med och skapar upplevelsen, menar Mossberg m.fl.⁵² Arbetsnamnet för dagen blev temadag där huvudtemat skulle kretsa kring innehållet för Myers-Briggs Type Indicator®. Orsaken till mitt val var att jag personligen hade haft nytta av MBTI® i min kommunikation med andra och upplevde därför att det var ett lämpligt ämne och ett budskap värt att sprida vidare under temadagen. Namnet som jag valde för temadagen blev slutligen *Teambuilding dag*.

En tydligt definierad målgrupp är väsentligt oavsett hurdant evenemang eller projekt man arrangerar. Stefan Olsson och Marcus Frödin formulerar: *"Din målgrupp är de speciella och unika människor som ditt arrangemang riktar sig särskilt till."*⁵³ När man har en målgrupp att utgå från tidigt i projektet, kan utformningen, innehållet och informationen anpassas utifrån de personerna.⁵⁴

Redan i idéfasen stod det klart för mig vem dagen skulle riktas till, nämligen restonomstuderande. Jag valde att begränsa mig till första och andra årets restonomstuderande på Yrkeshögskolan Novia i Åbo delvis p.g.a. praktiska orsaker.

⁵⁰ Watt 2001, 4.

⁵¹ Mossberg m.fl. 2009, 134, 135.

⁵² Mossberg m.fl. 2009, 135, 136.

⁵³ Olsson & Frödin 2009, 78.

⁵⁴ Olsson & Frödin 2009, 78.

Dessa restonomstuderanden består av två andelslag; Nowents och Toptimal som kommer att arbeta i team tillsammans i sammanlagt 3,5 år. För att deltagarna skulle få så mycket som möjligt utav temadagen ville jag hålla deltagarantalet lågt med kring 25-30 personer. Att endast bjuda Nowents och Toptimal blev således en naturlig avgränsning. I litteraturen påpekas ofta vikten av att känna sin målgrupp. Att arrangera blir mycket lättare när arrangören känner sin målgrupp.⁵⁵ Detta var något som jag tog i beaktande när jag valde målgrupp. Jag valde en målgrupp som jag kunde relatera till, personer i min åldersgrupp, bosatta i Åbo, som liksom jag, studerar turism.

När är också en viktig fråga som arrangören står inför. Tidpunkten för ett arrangemang kan ha en avgörande skillnad, därför är det viktigt att noga överväga datum och tider för arrangemanget.⁵⁶ Innan jag bestämde datumet för temadagen tog jag kontakt med restonomstuderandenas programansvarig för att få veta om studerandenas viktiga datum och föreläsningsschema. Jag kontaktade samtidigt den föreläsare jag ville bjuda in för temadagen och på det viset kunde jag komma fram till ett passande datum. Mitt beslut föll på torsdagen den 8.3.2012.

Med tanke på min målgrupp, tillgänglighetsaspekten och Yrkeshögskolan Novia som min uppdragsgivare kom svaret på frågan var min temadag skulle hållas väldigt enkelt. Jag bestämde mig för att boka in ett passande utrymme med behövlig teknik på yrkeshögskolan främst för att göra temadagen så tillgänglig som möjligt.

När man har svarat på frågorna *vad* och *varför* och har ett helhetskoncept av det man ska arrangera, kan man övergå till att se på de operationella frågorna. Med andra ord *hur* och *vem* gör vad i projektet? Jag har valt att i följande stycken beskriva hur projektprocessen löpte från idéfasen till planeringsfasen ända fram till själva dagen då *Teambuilding dagen* hölls.

⁵⁵Olsson & Frödin 2009, 80.

⁵⁶ Olsson & Frödin 2009, 80.

4.2 Planering

Under planeringsfasen som utspelade sig från halva januari in på mars månad 2012 skedde mycket förberedelsearbete. Som jag tidigare nämnt kommer jag inte att beskriva planeringsfasen i detalj utan väljer att ta upp vissa aspekter av projektets utveckling. Teman jag kommer att stanna längre vid är bl.a. talarna för temadagen och marknadsföring av temadagen eftersom dessa tangerar kommunikation och samarbete.

Planeringsfasen kan beskrivas som fasen där jag tog tag i de operativa uppgifterna. *Hur ska projektet förverkligas?* Enligt Olsson och Frödins checklista som arrangör kan man efter att syftet, målet, målgruppen och tidpunkten är fastslagna gå över till att planera för programmet, ansvarsfördelning, marknadsföring och budgeten för arrangemanget.⁵⁷

Genom projektets alla faser hade jag hjälp av ett Gantt-schema (se bilaga 1). För arrangören är detta ett bra hjälpmedel för att projektarbetet och arbetsmängden blir överskådliga. Arrangören får ett helhetskoncept som gör att arbetet kan delas upp effektivt under arbetsveckorna. Därtill använde jag mig av en skild anteckningsbok där jag kunde samla alla tankar, idéer, frågor, kontaktuppgifter angående projektet osv.

Under planeringsfasen var de många bitar som skulle falla på plats. Här följer en kortfattad beskrivning av vad jag arbetade med innan själva temadagen hölls. Jag väljer att endast kort summera arbetet som gjordes för att ge läsaren en överblick av förberedelsearbetet och för att jag anser att en mera ingående beskrivning av förberedelserna inte är i enlighet med mitt syfte. Jag väljer att ytterligare åskådliggöra arbetet med hjälp av diverse bilagor i slutet av examensarbetet.

Efter tidsplaneringen var klar kontaktade jag talare och medverkande för temadagen och stämde träff med dessa. Jag var i kontakt med föreläsaren angående offert och arvode (se bilaga 2) för temadagen. Jag beslutade mig för ett namn för temadagen och gjorde en preliminär budget samt en design för en plansch som kunde användas för

⁵⁷ Olsson & Frödin 2009, 136.

Facebook-eventet och som bakgrundsbild under temadagen (se bilaga 3). Jag startade och upprätthöll ett evenemang på Facebook där deltagarna kunde gå med i och få uppdateringar om temadagen (för en bild av hur evenemanget såg ut se bilaga 3). Jag gick personligen för att träffa både Toptimal och Nowents för att berätta och bjuda in studerandena till min temadag. Jag skickade även inbjudan per e-post till studeranden (se bilaga 4). Jag skrev och skickade ett pressmeddelande om min temadag till tidningen Åbo Underrättelser (se bilaga 5) samt skickade e-post till de anmälda om påminnelser och uppdateringar. Jag genomförde en riskhantering, ordnade med praktisk hjälp, material och servering till temadagen samt gjorde en check-up på den tekniska utrustningen.

4.2.1 Medverkande och samarbete

När man organiserar ett projekt vill man givetvis arbeta med kompetenta personer. Sven Eklund understryker att projektgruppen bör samla en grupp människor med en bred, men framförallt skräddarsydd kompetens för det tidsbestämda projektet.⁵⁸ Eftersom temat för min *Teambuilding dag* var kommunikations- och samarbetsfärdigheter, ansåg jag det extra viktigt att jag som projektledare lade stor vikt vid min egen kommunikation och sättet som jag samarbetade på. En av mina prioriteter under planeringsfasen var kommunikationen, dels mellan mig och min målgrupp, dels mellan mig och de medverkande under temadagen.

Daniel Björk, en licenserad MBTI® föreläsare, skulle stå för förmiddagspasset och presentationen av MBTI® medan jag och Alexandra Johansson skulle hålla eftermiddagspasset. Alexandra Johansson är teologistuderande på Åbo Akademi och har specialiserat sig på teamarbete i sin kandidatavhandling. Jag ansåg att både Björk och Johansson är kompetenta och inspirerande personer som inte bara känner varandra utan även har ingått i samma arbetsteam. Olsson och Frödin påpekar att personer som redan känner varandra i allmänhet arbetar bra med varandra, vet var de har varandra, vilket resulterar i att arbetet flyter på lättare.⁵⁹ Även om detta var en ny

⁵⁸ Eklund 2010, 20.

⁵⁹ Olsson & Frödin 2009, 65.

konstellation av människor, var det en tryggande aspekt för mig att Björk och Johansson var vana att arbeta tillsammans.

Min erfarenhet är att tydlig kommunikation är utmanade, därför valde jag att träffa Björk ansikte mot ansikte istället för att endast hålla kontakt via e-post. Under ett möte kunde vi diskutera upplägget och innehållet av Björks föreläsningsspass och hoppeligen kommunicera syftet och målen med temadagen ännu klarare. Olsson och Frödin påpekar: *"Informationshantering är en viktig del av allt arbete, och det allra viktigaste är att det skapar resultat."*⁶⁰ Jag ansåg att denna satsning var en styrka i projektet eftersom det är väsentligt att alla som arbetar för projektet "talar samma språk" och har samma vision för att utförandet ska bli så framgångsrikt som möjligt. Johansson och jag samarbetade tillsammans och utformade eftermiddagens innehåll. Vi hade möjlighet att träffas flera gånger innan temadagen och komma överens om ansvarsfördelningen.

När man samarbetar med andra öppnas en möjlighet att dela på ansvaret. Eftersom *Teambuilding dagen* var ett ideellt projekt hade jag behov av personer som ställde upp på frivillig basis. *"Engagemanget är grunden till ideellt arbete."*⁶¹ Jag hade lyckan att hitta motiverade personer som kunde ställa upp med att koka kaffe och fotografera under temadagen. Genom att samarbeta och anförtro olika ansvarsområden till andra kunde jag fokusera på min uppgift och göra bättre ifrån mig som värdinna under temadagen.

Samarbetet mellan mig och min uppdragsgivare Yrkeshögskolan Novia löpte också smärtfritt under hela projektets gång. Min kontaktperson till yrkeshögskolan var Anna Karin Abrahamsson som också var min handledare under examensarbetsskrivandet. Jag och Abrahamsson träffades regelbundet under hela projektet vilket gjorde att jag kunde diskutera olika delar angående temadagen, speciellt utgifterna för temadagen och också hålla henne uppdaterad kring hur projektet framsteg.

⁶⁰ Olsson & Frödin 2009, 114.

⁶¹ Olsson & Frödin 2009, 39.

En beaktansvärd del av planeringsfasen gick åt att kommunicera med deltagarna och skapa synlighet och intresse för *Teambuilding dagen*. När innehållet och stommen för programmet var bestämt kunde jag på allvar sätta igång med att marknadsföra min temadag för målgruppen.

4.2.2 Kommunikationen med målgruppen

I mitt fall kom tankar kring marknadsföringen av min temadag in i ett tidigt skede av planeringsfasen. Ganska snabbt bildades en klar bild av vad jag ville fokusera på i min marknadsföring. Med innehållet för temadagen i åtanke – god kommunikation, samarbete och social kompetens – ville jag som tidigare konstaterats satsa på en god kommunikation även innan själva temadagen. Jag ville helt enkelt leva som jag lär och i detta fall satsa på personlig kommunikation med min målgrupp.

Mossberg konstaterar att word-of-mouth⁶² ofta anses vara av stor betydelse när en person utformar ett konsumtionsvärde av en produkt eller tjänst. Ofta kan en rekommendation vara tillräcklig för att övertyga en person att använda ett visst företags tjänster. En person som med inlevelse berättar om en upplevelse eller beskriver sina känslor angående exempelvis ett visst restaurangbesök kan ofta spela en avgörande roll för valet, då hans ord väger tyngre än annan form av kommunikation, som t.ex. ett företags tidningsannonser.⁶³

Jag ville alltså i första hand ge mina potentiella deltagare ett ansikte istället för en opersonlig inbjudan via e-post. I marknadsföring är det första intrycket mycket viktigt eftersom det etsar sig fast i minnet.⁶⁴ Med tanke på dessa aspekter ville jag lägga ner speciell eftertanke i hur min temadag introducerades för min målgrupp. Jag bokade in två träffar för de två studerandeårskurserna jag ämnade bjuda in, dels för att kunna sitta med på deras respektive träningar⁶⁵, lära känna dem lite och observera deras

⁶² Word-of-mouth är en benämning som ofta omnämns i marknadsföringslitteratur som syftar på samtalsämnen i bekantskapskretsar som ofta rör upplevelser där de emotionella reaktionerna och värderingarna kommer fram.

⁶³ Mossberg 2003, 148-149.

⁶⁴ Watt 2001, 63.

⁶⁵ "Träningar" är benämningen på de veckovisa tillfällen där studerande samlas för brainstorming, beslutsfattande angående teamet och för att föra processer vidare.

arbetssätt, dels för att samtidigt göra ett så bra första intryck som möjligt och puffa för min temadag. Jag ville framföra mitt budskap på ett talande och intresseväckande sätt. Jag ville helt enkelt sälja min idé åt mina åhörare.

Genom att själv komma med en muntlig inbjudan till restonomstuderandena ökade jag alltså mina påverkningsmöjligheter. Klara fördelar blev t.ex. att istället för en platt och potentiellt intetsägende inbjudan per e-post, blev de inbjudna engagerade och aktiverade på ett bredare plan och genom flera sinnen. De fick en person att relatera till och jag kunde förhoppningsvis väcka intresse genom att låta den egna inspirationen för min temadag synas.

Ett annat sätt på vilket jag valde att kommunicera med deltagarna var genom ett Facebook evenemang. Människor mottar dagligen miljontals olika meddelanden.⁶⁶ Utmaningen för en marknadsförare eller arrangör är inte bara att väcka målgruppens intresse, utan även att hålla intresset kvar. Genom att starta ett evenemang på Facebook öppnades ytterligare en kanal, i detta fall en virtuell plats där de anmälda exponerades för information om temadagen. Förutom kontakten via e-post öppnades här ytterligare en möjlighet för tvåvägskommunikation mellan mig och deltagarna vilket i sin tur ökade på tillgängligheten och också synligheten för min temadag.

4.3 Genomförande

Torsdagen den 8.3.2012 ordnades min temadag: *Teambuilding dag* på Yrkeshögskolan Novia på Nunnegatan i Åbo. Genomförandefasen består av en redogörelse för händelserna och innehållet under själva temadagen.

Torsdag morgon anlände jag till yrkeshögskolan en dryg timme innan temadagen skulle börja för att ställa i ordning serveringen och se att allt var i sin ordning. Under morgonen hade jag med mig en vän som hjälpte med serveringen och att koka kaffet en våning under i Café Novias kök som jag fått tillåtelse att låna. Innan deltagarna anlände tog jag även emot Alexandra Johansson och Daniel Björk och såg till att de hade allt de behövde.

⁶⁶ Vallo 2009, 19.

När deltagarna kom hälsade jag dem välkomna och erbjöd dem kaffe och té. Deltagarna fick sedan ta en namnlapp och sätta sig i halvcirkeln av röda fåtöljer. Deltagarantalet var tjugo och bestod av restonomstuderande samt min uppdragsgivare. Utrymmet som kallas Mästaren lämpade sig väl för detta antal. När klockan slagit 09.00 välkomnade jag alla och berättade kort om dagens upplägg och innehåll. Under hela temadagen hade jag en fotograf på plats som dokumenterade dagen åt mig. För bilder som togs under *Teambuilding dagen* se bilaga 8.

Teambuilding dagen hölls i två pass mellan kl. 09.00 och 14.30 och skildes åt av en lunchpaus. Under det första passet mellan kl. 09.00 och 12.00 fick deltagarna ta del av en workshop som hölls av föreläsare Daniel Björk. Syftet med dagen var att utveckla deltagarnas samarbets- och kommunikationsfärdigheter genom att introducera dem till den Jungianska personlighetstyp indikatorn (JPTI). Det finns flera olika former av jungiansk personlighetsteori varav den mest vädertagna är Myers-Briggs Type Indicator®. Under temadagen valde Björk att tala om JPTI, därför kommer även jag i detta kapitel att använda mig av den benämningen. Innehållet för JPTI och MBTI® är likväl det samma.

Under förmiddagen gick Björk igenom grunderna och de fyra olika dimensionerna som den jungianska personlighetsteorin inbegriper. Deltagarna hade på förhand fyllt i ett personlighetsformulär på nätet och skickat bokstäverna de fick som svar till mig. Detta vidarebefordrade jag sedan till Björk. På detta sätt kunde han förbereda och ta med lämpligt material för temadagen. Efter den första delen av Björks pass fick varje deltagare läsa om den profil de fått i personlighetsformuläret. Efter det fick de göra en självanalys för att komma närmare den personlighetstyp som bäst passade in på dem. Därefter följde en praktisk övning där deltagarna stegvis fick dela in sig enligt deras specifika preferenser och samtidigt diskutera med varandra hur de olika motsatsparterna tar sig uttryck. Tills slut var alla deltagarna indelade i de 16 olika personlighetsprofilerna. Därpå fick deltagarna skriva ner tankar på ett stort papper kring personlighetsprofilen de bäst passade in på och sedan presentera det inför hela gruppen. Avslutningsvis gick Björk igenom på vilket sätt kunskap om jungiansk personlighetsteori kan komma till nytta i teamarbete och i arbetslivet. Deltagarna fick

med sig ett häfte med information om JPTI och de olika personlighetsprofilerna samt en A4 med en beskrivning av deras specifika personlighetsprofil.

Innan lunchen smet jag ut för en telefonintervju med Åbo Underrättelser som tyvärr inte hade möjlighet att skicka en reporter till platsen den dagen p.g.a. personalbrist på redaktionen. Intervjun resulterade i en notis i tidningen Åbo Underrättelser fredagen den 9.3.2012 (se bilaga 6). När intervjun var slut hade klockan blivit 12.00 vilket betydde lunchpaus för deltagarna.

Efter lunchen fortsatte programmet kl. 13.00 med diskussion och sammanfattning av förmiddagens workshop. Jag ansvarade för denna del av temadagen tillsammans med Alexandra Johansson. Syftet med eftermiddagen var att ge tid för att processa och reflektera över innehållet av förmiddagens workshop, som hade bestått av ett ganska fullspäckt program. Jag och Johansson hade gått in med inställningen att vara flexibla med eftermiddagens program och se till deltagarnas behov som uppstod på plats och ställe. Efter att vi tillsammans i gruppen sammanfattat grunddragen i JPTI fick deltagarna diskutera i mindre grupper och dela tankar och insikter kring dagens tema. Deltagarnas tankar delades sedan inför hela gruppen. Avslutningsvis fick deltagarna som uppgift att gruppvis bygga den högsta fristående konstruktionen av spaghetti och skumgummigodis. I samarbetsövningen framhövdes individernas olika sätt att kommunicera och agera i en uppgift. Tanken bakom samarbetsövningen var att låta deltagarna ta in JPTI genom praktisk inläring och ge variation åt programmet genom att låta deltagarna göra något praktiskt med händerna. Därtill ville vi även ge deltagarna ett roligt minne som de förhoppningsvis kunde koppla dem tillbaka till temadagen.

Fotografier som togs under temadagen finns sammanställda i en CD-ROM som finns bifogat i slutet av examensarbetet (se bilaga 8). Fotograf var Ville Kavilo.

4.4 Utvärdering

Innan projektets avslutning bör en utvärdering av projektresultatet genomföras och en sammanställning av de erfarenheter som projektarbetet har givit. Dessa erfarenheter

är värdefulla när man går in i nästa projekt eftersom man då kan undvika gamla misstag och samtidigt behålla de goda idéerna och rutinerna.⁶⁷ Jag har valt att utvärdera mitt projekt från tre olika perspektiv för att få en helhetsbild av projektet. Jag väljer att utvärdera de olika faserna av projektet med betoning på hur de förverkligades, min egen arbetsprocess och den egna inläringen. Därtill kommer jag att presentera en utvärdering av temadagen ur deltagarnas och uppdragsgivarens synvinkel. Deltagarnas utvärdering av temadagen granskades i en fokusgruppsdiskussion. Resultaten från diskussionen presenteras i slutet av kapitlet.

4.4.1 Utvärdering av idéfasen

Idéfasen förverkligades på ett positivt vis. En av styrkorna under denna fas var att jag började med att utveckla en klar vision med uttänkta mål för projektet. Genom att lägga ner tid och energi på att utarbeta syftet byggde jag samtidigt upp en bra grund för projektet som det var enkelt att bygga vidare ifrån. Speciellt i planeringsfasen skulle detta visa sig vara lönsamt eftersom jag kunde pejla min strategi gentemot visionen. På detta sätt kunde jag hållas på rätt kurs under hela projektet och inte ta på mig onödigt arbete.

En annan styrka med tanke på idéfasen var valet av projekttid. Jag valde att genomföra ett projekt och anordna en temadag som verkligen intresserade mig. Eftersom jag genuint trodde på det jag anordnade temadagen kring, skapade det entusiasm och inspiration i mig att göra ett bra arbete. Projektet engagerade mig på ett positivt sätt vilket med stor sannolikhet också förhöjde resultatet.

En annan del som förverkligades väl i idéfasen var svaren på projektets grundläggande frågor: Vad? När? Var? Vem? Jag byggde upp en tydlig grund som var realistisk och genomförbar där jag också utgick från mina egna styrkor, t.ex. i valet av målgrupp - att välja en bekant målgrupp gör det enklare för arrangören att kommunicera och effektivt nå fram till den. Idéfasen utfördes väl med tanke på att den handlingsplan som utformades då förverkligades i planerings- och genomförandefasen utan några större förändringar.

⁶⁷ Eklund 2010, 127.

Det finns alltid utrymme för förbättring. Ifall jag skulle göra om ett liknande projekt skulle jag ta mera tid för idéfasen. På grund av omständigheterna hade jag begränsat med tid för denna fas. Med en längre idéfas hade jag kunnat lägga ännu mer tid för att utveckla projektidéen mera grundligt. Något som jag exempelvis kunde ha gjort var att undersöka andra alternativ ifall något i min första plan inte lyckades, en sorts inledande riskhantering redan i idéfasen.

4.4.2 Utvärdering av planeringsfasen

Den genomgående styrkan under planeringsfasen dels för projektet i sig, dels med tanke på min egen inläring, kan sammanfattas i uttrycket "*lev som du lär*". Eftersom jag genom temadagen ville utbilda andra i god kommunikation och samarbete ville jag under hela projektets gång ha detta i åtanke. Jag ville arbeta enligt den metod som jag själv ville lära ut under temadagen. Under planeringsfasen fick jag öva mig i att kommunicera klart och bedriva gott samarbete med alla de som deltog eller kom i kontakt med projektet på något vis. Planeringsfasen gav mig goda erfarenheter som jag har nytta av i framtida projekt och samarbete. Jag upplevde även att jag uppnådde mitt mål med att *leva som jag lär*.

Planeringsfasen var den längsta av alla faser. Även om två månader var en tillräckligt lång tidsperiod för att jag skulle hinna med allt jag ville ordna under projektet, skulle en till månad i planeringsfasen absolut kommit till nytta. Perioden blev väldigt intensiv och efteråt märktes det i kropp och själ att jag hade haft fullt upp. Jag använde mig av ett Gantt-schema vilket fungerade bättre och sämre. Det gav en bra helhetsbild och jag fick en vy över de olika veckovisa uppgifterna. Dessvärre fick jag ändra och uppdatera den under projektets gång eftersom jag inte alltid hann genomföra alla uppgifter inom den tidsramen jag förutbestämt. Att använda mig av en anteckningsbok specifikt helgat åt allt projektrelaterat var däremot ett väldigt bra sätt att samla tankar och idéer. Genast jag fick en tanke kunde jag skriva ner den för att sedan återkomma till den i ett senare skede.

Samarbetet fungerade väldigt bra. Att träffa Björk som skulle föreläsa under temadagen, för att diskutera syftet och innehållet var en stor fördel för projektet. Jag

visste var vi hade varandra och att jag hade gjort mitt yttersta för att kommunicera syftet och mina förväntningar för temadagen. Jag upplevde heller varken några problem med vare sig min uppdragsgivare, Alexandra Johansson eller de personer som gjorde frivilligt arbete för min temadag. Detta var en stor personlig vinst eftersom samarbetet var en viktig del av projektet.

Marknadsföringen av min temadag lyckades bra och mitt valda tillvägagångssätt verkade relevant. De två tillfällen när jag personligen gick för att bjuda in och presentera temadagen för studerandena var framgångsrika. I slutändan var det 80 % av det totala deltagarantalet som anmälde sig till temadagen under dessa tillfällen, medan de resterande 20 % anmälde sig via en inbjudan per e-post.

Jag använde mig av ett Facebook evenemang för att skapa synlighet för temadagen och som en kompletterande kommunikationskanal mellan deltagarna och mig. Inför nästa projekt skulle jag tänka vidare kring detta och utveckla Facebook evenemanget. Även om jag inte upplevde att Facebook evenemanget tillförde någon negativ inverkan, såg jag inte att den hade en så positiv effekt som den kunde ha haft. I detta specifika projekt är min uppfattning den att det inte hade så stor slagningskraft. Detta är förstås svårt att veta med säkerhet eftersom jag inte forskat närmare i saken. Något som jag kunde ha gjort för att få mera klarhet i den frågan var att fråga deltagarna under temadagen hur pass aktiva de varit på Facebook sidan. Eftersom deltagarna anmälde sig till mig via e-post eller till mig personligen kan evenemanget på Facebook eventuellt verka som överflödigt. Å andra sidan är all positiv synlighet en fördel för projektet oavsett hur många av de anmälda som tagit del av den.

En liten detalj jag skulle slipa på till nästa gång jag gör en grupputvärdering är formuleringen på mina frågeställningar för gruppdiskussionen. När jag lyssnade på inspelningen av fokusgruppsdiskussionen jag ledde efter själva temadagen, lade jag märke till att jag kunde ha formulerat mig lite tydligare i vissa frågor för att få klarare svar. Fokusgruppsdiskussionen som helhet var däremot lyckad.⁶⁸

⁶⁸ Information och resultat från fokusgruppsdiskussionen kan läsas om i kapitel 4.4.5.

Det finns för- och nackdelar med att ensam ordna ett projekt, på samma sätt som om projektgruppen består av flera medlemmar. Vissa aspekter kunde säkerligen ha gjorts bättre om man t.ex. hade varit två personer med lika stort ansvar i detta projekt. Samtidigt anser jag att det fanns en styrka i att vara ensam med ett så småskaligt projekt. Vissa saker blir helt enkelt enklare gjorda när man ensam får bestämma, samtidigt som jag självklart inte hade kunnat genomföra temadagen utan samarbete utifrån. Idé- och planeringsfasen medförde mest till min egen inläring. Jag upplever det som om jag under processen fått användbara verktyg och lärt mig goda rutiner som gagnar restonomen i turistbranschen. Inte minst har jag utvecklat mina sociala kompetenser och jag har även fått ytterligare kunskap i hur man leder projekt vilket tillför mervärde för min yrkeskunskap.

4.4.3 Utvärdering av genomförandefasen

Från ett helhetsperspektiv var temadagen lyckad. Genomförandet gick enligt de förutbestämda planerna och utan några större missöden. Positiva aspekter var bl.a. upplägget och speciellt innehållet för temadagen. Innehållet togs väl emot av deltagarna vilket märktes på deras engagemang och positiva kommentarer som de delade med mig under dagen. Även om temadagen i princip kretsade kring ett ämne, tyckte jag innehållet hade både bredd och djup utan att bli för överväldigande. Jag upplevde att uppdelningen av temadagen i två pass var ett bra beslut. Efter en intensiv förmiddag var det bra med en lite mera lättsam eftermiddag där ingen ny information introducerades utan där personliga erfarenheter istället delades.

Samarbetet under dagen lyckades väl. Alla som medverkade under temadagen var inbegripna i den jungianska personlighetsteorin, t.o.m. fotografen, vilket var en positiv styrka under dagen när alla kunde vara med och komplettera varandra med sin kunskap. Att ha två personer som höll i trådarna för eftermiddagen upplevde jag också som en fördel. Förutom att jag kunde gå ut för att bli intervjuad under förmiddagen, var det bra att dela ansvaret med Johansson under eftermiddagspasset. Innehållet fick mera bredd när vi kunde komplettera varandra.

Deltagarna verkade för övrigt trivas och några stycken stannade även kvar efter den officiella delen var slut för att diskutera och fråga efter tips på hurdana övningar de kunde ordna för sina medstudenter utgående från JPTI.

Ifall en liknande temadag skulle ordnas på nytt kunde jag som ett alternativ tänka mig att sprida ut föreläsningsspassen över ett par dagar. Eftersom Björks pass på förmiddagen var ganska intensivt kunde detta ge tid för deltagarna att smälta innehållet och på så sätt vara ett mera lyckat koncept. Förslag på förbättring angående vissa detaljer under temadagen vill jag också nämna. I efterhand anser jag att det skulle ha varit bra med ännu en extra hjälp på morgonen innan temadagen började. Även om allting blev gjort i tid, fick jag lite bråttom med att fixa alla små detaljer. Alternativt kunde jag ha kommit lite tidigare till skolan för att undvika eventuella stressmoment. Något som jag inte tänkt på var att ordna en parkeringsplats åt Björk som anlände med bil samma morgon. Lyckligtvis råkade det finnas plats utanför yrkeshögskolan, men inför nästa projekt är detta en åtgärd jag skulle ta itu med på förhand.

4.4.4 Uppdragsgivarens utvärdering av temadagen

Uppdragsgivarens största intresse för detta examensarbete ligger i helheten. En utvärdering för examensarbetets alla delar får skribenten vid tillfället för utlåntagandet av examensarbetet. I detta avsnitt beskrivs emellertid endast uppdragsgivarens utvärdering av temadagens planering och utförande.

I min personliga kommunikation med Abrahamsson 17.4.2012 beskrev min uppdragsgivare att jag arbetat målmedvetet och fokuserat under planeringsprocessen. Jag hade varit i kontakt med uppdragsgivaren på regelbunden basis och planerat temadagen på ett förtjänstfullt sätt. Uppdragsgivarens åsikter om genomförandet av *Temabuilding dagen* var positiva. Enligt Abrahamsson genomfördes dagen på ett professionellt, engagerande och tydligt sätt vilket skapade trygghet och god atmosfär under hela dagen. Något som jag däremot kunde ha poängterat mera tydligt under temadagen var att JPTI endast är ett verktyg bland många och att ett kritiskt förhållningssätt är viktigt för att inte stereotypiserande mallar skapas.

4.4.5 Fokusgruppsdiskussion

Den 12.3.2012 utförde jag en fokusgruppsdiskussion på Café Novia med tre av deltagarna från *Teambuilding dagen*. Det är viktigt för arrangören eller projektledaren att själv utvärdera sitt projekt, men en lika viktig del är att få höra deltagarnas kommentarer, kritik och utvecklingsförslag för att utvärderingen ska bli så heltäckande som möjligt. Jag valde att göra utvärderingen i form av en fokusgruppsdiskussion av ett par orsaker. För det första ansåg jag att fokusgruppsdiskussion som metod lämpade sig bättre för detta specifika syfte än t.ex. en enkät. Jag ansåg att hålla en öppen diskussion kunde ge mera uttömmande svar än en enkätundersökning. För det andra upplevde jag i mitt fall att denna metod var mindre tidskrävande och resultaten enklare att sammanställa. Eftersom utvärderingen endast är en mindre del av mitt examensarbete ansåg jag det oändamålsenligt att samla in skriftliga utvärderingar från alla deltagare utan att en diskussion med några personer räckte väl. I en diskussion med min handledare tyckte även hon att det var ett lämpligt tillvägagångssätt. I utvärderingen vill man använda sig av en metod som medför så hög reliabilitet och validitet som möjligt. Alla utvärderingsmetoder har för- och nackdelar. En nackdel med fokusgruppsdiskussionen är att respondenterna inte lika enkelt kommer med kritik. Ur denna synvinkel skulle en enkät som fylls i anonymt förmodligen varit mera fördelaktig eftersom denna form av utvärdering underlättar för respondenterna att vara mera kritiska i sina utlåtanden.

En fokusgruppsdiskussion kan enligt Synneve Dahlin-Ivanoff definieras som *"diskussioner i grupp där människor möts för att på ett fokuserat sätt diskutera olika aspekter av ett ämne eller tema."*⁶⁹ Denna metod har visat sig vara användbar när man vill ta reda på vad deltagarna tycker och också varför de har denna uppfattning om ett specifikt ämne. Innan genomförandet av en fokusgruppsdiskussion formuleras nyckeldiskussionsfrågor, en gruppsammansättning väljs och en gruppleddare utses. Fokusgrupper lämpar sig väl för processutvärderingar som i mitt fall betydde deltagarnas utvärdering av temadagens genomförande och innehåll.⁷⁰

⁶⁹ Dahlin-Ivanoff 2011, 71

⁷⁰ Dahlin-Ivanoff 2011, 71-74

Jag fungerade själv som gruppleddare under fokusgruppsdiskussion och använde ett underlag med nio nyckelfrågor som jag utgick ifrån. För att se underlaget med nyckeldiskussionsfrågorna se bilaga 7. Frågorna jag ställde berörde respondenternas förväntningar, anmälningen till temadagen, upplägget och innehållet under temadagen, ifall syftet för temadagen uppnåddes, vad deltagarna fick utav temadagen, kritik och förbättringsförslag samt övriga kommentarer. Respondenterna som deltog i intervjun är alla kvinnliga studerande på utbildningsprogrammet för turism på YH Novia. Respondenterna kommer att vara anonyma. I detta kapitel kommer de att betecknas som respondent A, respondent B och respondent C. I följande stycke kommer jag att redogöra för de svar som fokusgruppsdiskussionen gav. Gruppdiskussionen bandades in och varade cirka 12 minuter.

För att återkoppla respondenternas tankar till *Teambuilding dagen* bad jag dem att börja med att **spontant beskriva temadagen med några ord**. Respondenternas svar var bl.a. *inspirerande, jättegivande och blev helt in i det* (refererar till temadagens innehåll).

Jag fortsatte med att fråga **huruvida temadagen mötte respondenternas förväntningar** och svaren blev tämligen likadana. Respondenterna hade inga eller väldigt låga förväntningar, delvis p.g.a. att ingen större eftertanke hade lagts ner på förväntningar inför temadagen. Enligt respondenterna var dagen över förväntan. En av respondenterna berättade att hon blev jättepositivt överraskad.

Min nästa fråga handlade om **anmälningen till temadagen** och ifall respondenterna hade fått tillräckligt med information inför *Teambuilding dagen*. Respondenterna lät förstå att de fått all behövlig information och att det inte hade saknat något. En av respondenterna påpekade även att informationen kom i god tid och att det var bra att bli påmind via e-post att fylla i personlighetsformuläret. En annan kommenterade även att det var bra att på förhand svara på personlighetsformuläret, det gav en liten inblick om vad dagen skulle handla om. Respondenterna påpekade däremot att de inte varit aktiva på Facebook evenemanget efter att ha anmält sig till evenemanget.

Jag bad respondenterna kommentera **upplägget och sedan även innehållet för Teambuilding dagen**. En av respondenterna svarade att man kände sig väldigt välkommen när man anlände till temadagen och att det var bra att programmet för temadagen presenterades innan det första passet. Respondenterna var eniga om att både förmiddagspasset och eftermiddagspasset fungerade bra. Två av respondenterna uttryckte att det var bra att ta in information under förmiddagspasset och sedan diskutera och processa det som gått igenom under eftermiddagspasset. Två av respondenterna kommenterade Daniel Björk som föreläsare. De tyckte att Björk var väldigt inspirerande som föreläsare och duktig på att tala. *”Man på riktigt lyssnade till vad han sade.”* löd respondent B:s kommentar samt *”Att under Daniels pass få göra något praktiskt gjorde också att man fick en bra helhetsbild”*. Tempot under förmiddagen uppskattades av respondenterna. Tiden flög förbi och det hann aldrig bli långtråkigt. En av respondenterna tyckte det var välplanerat med en massa små detaljer: att ha musik på i bakgrunden under andra delen av dagen var smart, det skapade en avslappnad stämning. Att erbjuda kaffe och té gjorde också att det var trevlig stämning under hela dagen.

Mitt syfte med dagen var att deltagarna skulle få utveckla sina samarbets- och kommunikationsfärdigheter. Jag frågade respondenterna ifall de tyckte att syftet uppnåddes. Respondenterna svarade att de fick utveckla och arbeta med sig själva på ett personligt plan, men att det var ganska svårt att svara på frågan i detta skede och att det heller inte gick att tala för hela gruppen på denna punkt. Däremot framkom det i samtalet att respondenterna själva hade fått mer förståelse för andra i det egna teamet. Speciellt poängterades förståelsen för varför vissa är mera tystlåtna och inte uttrycker sin åsikt lika ofta som andra. Respondent B påpekade:

”Det att på riktigt se att alla i teamet är annorlunda och det att finns en orsak till varför alla inte alltid skriker ut sina åsikter, vissa håller mer tillbaka och jag tycker det var jätteintressant.”

Följande fråga handlade om **vad respondenterna personligen fick utav temadagen**. En av respondenterna svarade att hon var glad över att ha fått lära sig något helt nytt. Ett nytt sätt att tänka och ett nytt sätt att fundera över människor. En annan av

respondenterna upplevde att hon fick en bättre överblick av hurdan man är som person och detta på ett mera konkret sätt. Respondenten hade fått inspiration och fått ta del av någonting väldigt intressant och ville tillämpa det hon lärt sig på något sätt. På frågan **vad gruppen som helhet fick utav dagen** blev svaren väldigt liknande som på föregående fråga; inspiration, bättre samförstånd och samarbetsförmåga.

Kritik över Teambuilding dagen hade respondenterna svårare att ge. En av respondenterna uttryckte emellertid att hon blev väldigt trött efter lunchen p.g.a. att det första passet under förmiddagen varit så intensivt. Som ett förbättringsförslag kunde man exempelvis hållit ihop de båda passen.

När jag frågade respondenterna **vad de skulle göra annorlunda** om en sådan här temadag skulle ordnas på nytt behövde respondenterna tänka en stund. En av respondenterna svarade att det inte fanns något att klaga på. En annan föreslog att man efter utdelningen av personlighetsprofilerna inte skulle ha tagit paus utan låtit deltagarna sitta med sina profiler en stund och låtit dem läsa igenom dem i egen takt. Under detta tillfälle på temadagen upplevde respondenten att det blev lite stökig stämning när folk gick ut och in och omkring i föreläsningssalen.

För att avsluta diskussionen gavs det även tillfälle för **övriga kommentarer**. Respondenterna gav mig positiv feedback och tyckte jag hade arbetat bra och ordnat en intressant dag. Den allra sista kommentaren i diskussionen gavs av respondent C: *"Jättebra att man fick ta del av det här, att du ordnade det för oss, det känns sådär som ett privilegium."*

5 AVSLUTANDE DISKUSSION

Detta examensarbete kan ses som en helhet av tre skilda delar. Det genomgående temat har varit att se på kommunikation och samarbete som aktuella kompetenser för turistbranschen. Utgångspunkten har varit att diskutera betydelsen av kommunikations- och samarbetsfärdigheter för restonomen i turistbranschen. Jag har stärkt mitt påstående genom att se på dessa specifika kompetenser utifrån turismnäringens särdrag idag. Jag har kunnat konstatera att nätverksbyggande,

projektarbete, teamarbete och samarbete över branschgränserna hör till vanliga tendenser inom turismnäringen idag. Med tanke på dessa aspekter spelar kommunikations- och samarbetsfärdigheter en avgörande roll för turismverksamhetens framgång och utveckling.

Utifrån innehållet i diskussionen har jag som en del av syftet valt att sätta mig in i ett verktyg för att kunna stödja utvecklingen av restonomens kommunikations- och samarbetsfärdigheter. Personlighetsformuläret Myers-Briggs Type Indicator® (MBTI®) presenterar en grundstruktur i personligheten med fokus på fyra dimensioner som påvisar hur alla personer har olika preferenser och styrkor. Fördelar som MBTI® kan tillföra restonomen är exempelvis en ökad medvetenhet om olika personlighetstyper, större tolerans och effektivitet inom team- och samarbete samt förstärkta kommunikationsfärdigheter som i dagens turistbransch är en nödvändig kompetens. Restonomen kan bygga upp dessa sociala kompetenser genom MBTI® när kunskapen tillämpas på ett sunt och ändamålsenligt sätt.

Kommunikations- och samarbetsfärdigheter är praktiska kompetenser. Utöver att endast teoretiskt sätta in mig i ett verktyg, ville jag även fördjupa mig i dessa för restonomen nödvändiga kompetenser på ytterligare ett sätt. För att maximera den egna inläringen och för att dela något som jag själv haft nytta av valde jag att anordna ett tillfälle för andra restonomstuderande att ta del av kunskapen i MBTI® i hopp om att de som blivande restonomer också kunde gagnas av den. Detta förverkligades genom ett projekt som resulterade i en *Teambuilding dag* för restonomstuderande på Yrkehögskolan Novia 8.3.2012. I detta examensarbete har jag redogjort för och utvärderat de olika faserna i projektet: projektidé, planering och genomförande av temadagen. Genom hela processen och under de olika projektfaserna fick jag vidare kunskap i projekthantering och samtidigt utveckla de sociala kompetenser som jag haft för avsikt att fördjupa mig i.

I inledningen av detta examensarbete berättade jag om min aha-upplevelse ”alla är inte som jag”. Detta examensarbete har varit en resa som bekräftat och gett nytt djup till insikten jag en gång hade om varför kommunikation är så svårt att få att fungera. Det finns mängder av böcker, material, verktyg och undersökningar om

kommunikation och trots det verkar god kommunikation vara en bristvara. En djupare medvetenhet om människors olikheter och ett positivt accepterande av annorlundaskap, tror jag är ett steg i rätt riktning för att främja goda kommunikations- och samarbetsfärdigheter. Turismnäringen som helhet kommer att gynnas av aktörer som väljer att satsa på samarbete inom nätverket och se den positiva verkan av goda kommunikationsfärdigheter.

Källförteckning

Böcker:

- Burns, P. M. (2000). *An Introduction to Tourism & Anthropology*. London: Routledge
- Dahlin-Ivanoff, S. (2011). Fokusgruppsdiskussioner. Ingår i: G. Ahrne & P. Svensson (red.), *Handbok i kvalitativa metoder*. Malmö: Liber AB
- Eklund, S. (2010). *Arbeta i projekt – individen, gruppen, ledaren*. Lund: Studentlitteratur
- Granström, K. (2006). *Dynamik i arbetsgrupper: om grupprocesser på arbetet*. Lund: Studentlitteratur
- Kamfjord, G. (2002). *Turism & affärsresande: nya idéer och strategier*. Stockholm: Sellin & Partner
- Larsen, R-P. (2003). *Teamutveckling*. Lund: Studentlitteratur
- McGuinness, J. (2009). *Growing Spiritually with the Myers-Briggs®Model*. London: Society for Promoting Christian Knowledge
- Mossberg, L. (2003). *Att skapa upplevelser – från OK till WOW!* Lund: Studentlitteratur
- Mossberg, L. Andersson, T.D. & Larson, M.(2009). *Evenemang – från organisering till utvärdering*. Lund: Studentlitteratur
- Scott, N. Baggio, R. & Cooper, C. (2008). *Network analysis and tourism : from theory to practice*. Clevedon: Channel View Publications
- Vallo, H. (2009). *Isännyden ihannuus*. Helsingfors: Infor
- Watt, D.C. (2001). *Event management in leisure and tourism*. New York: Addison Wesley Longman

Internet:

- Arbets- och näringsministeriet (2012). *Turism som företagsverksamhet*.
<http://www.tem.fi/index.phtml?l=sv&s=4751> (hämtat 1.3.2012).
- Arene ry, (2006). *Allmänna kompetenser för personer som avlagt examen vid yrkeshögskola*.

http://web.novia.fi/sbok2011/files/kompetenser/Allmanna_kompetenser.pdf?option=com_php&Itemid=787&lang=swe (hämtat 12.1.2012).

Björk, P. & Virtanen, H. (2005). *What tourism project managers need to know about co-operation facilitators*. <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/15022250510014354> (hämtat 21.2.2012).

Centralen för turismfrämjandet (2010). *Finlands turiststrategi 2020*. http://www.tem.fi/files/28017/Finlands_turiststrategi_2020.pdf (hämtat 29.2.2012).

Hyatt, M. (2012). *Why vision is more important than strategy*. <http://michaelhyatt.com/why-vision-is-more-important-than-strategy.html> (hämtat 26.3.2012).

Hägglund, S. & Pedersén A. (2007). *Att samarbeta i nätverk*. <http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&cts=1330617932314&ved=0CE4QFjAF&url=http%3A%2F%2Fwww.diva-portal.org%2Fsmash%2Fget%2Fdiva2%3A4970%2FFULLTEXT01&ei=gJpPT72OJLHc4QSluOzkDQ&usg=AFQjCNftQazp2FhdIAjLnI7nfF5KmQjTAA&sig2=1WmQAxM1e5c03f785edVA> (hämtat 1.3.2012).

Lycken, M. (2002). *Konflikthantering utifrån MBTI, en modell över personligheter*. <http://arbetsplatskonflikt.av.gu.se/2akad/lycken.html> (hämtat 24.1.2012).

Lycken, M. (2011). *MBTI – ett instrument för självkännedom och grupputveckling*. <http://www.margareta.lycken.se/metoder/mbti> (hämtat 10.4.2012).

Nylands förbunds informationstjänst. (2011). *Det offentliga stödet till projekt inom turismen 2007-2010*. http://tietopalvelu.uudenmaanliitto.fi/ajankohtaista/tiedotearkisto/2011/sv_SE/stodet_till_projekt_inom_turismen/ (hämtat 28.2.2012).

Yrkeshögskolan Novia. (2011). *Turism*. <http://ansokan.novia.fi/YH-examen/turism.html> (hämtat 23.3.2012).

Yrkeshögskolan Novia. (2012). *Yrkeshögskolan Novias läroplaner 2011-2012*. <http://ansokan.novia.fi/laroplaner2011.html?id=3650> (hämtat 12.4.2012).

OFFERT 15.2.2012

Crisp Consulting
 Daniel Björk
 Haga Prästgårdsväg 2 D 29
 00320 HELSINGFORS
 tel 050-432 3305
 daniel@crisp.fi
www.crisp.fi



Emilia Björkgren
 Yrkeshögskolan Novia
emilia.bjorkgren@novia.fi

Bästa Emilia Björkgren

Jag tackar varmast för Er offertförfrågan angående en temadag om personlighetstyp och teambuilding i Åbo 8.3.2012. Jag ser fram emot att få samarbeta och offererar tre alternativ enligt följande:

Alt 1. NORMALPRIS**Analys av deltagarnas psykologiska typ**

Personlighetstypstest	25 st á 50€	1250€
-----------------------	-------------	-------

Föreläsningsarvode

Introduktion: Vad är psykologisk typ?	45 min	100€
--	--------	------

Team: Hur kan förståelse av psykologisk typ skapa effektivare team?	45 min	100€
---	--------	------

Säljcoaching: Hur kan förståelse av psykologisk typ hjälpa dig vid kundkontakter?	45 min	100€
--	--------	------

Reseersättning

Tåg Helsingfors-Åbo	39,29€
Tåg Åbo – Helsingfors	24,61€
Taxi Åbo tågstation – Novia	8,50€
Taxi Novia – Åbo tågstation	8,50€

Alt 1. totalt:	1 630,90€
----------------	------------------

Alt 2. SPECIALERBJUDANDE FÖR EMILIA

Analyser och föreläsningsarvode:	200€
Reseersättning (tåg+taxi):	80€

Alt 2. totalt:	280,00€
----------------	----------------

Alt 3. RESEERSÄTTNING FÖR BIL

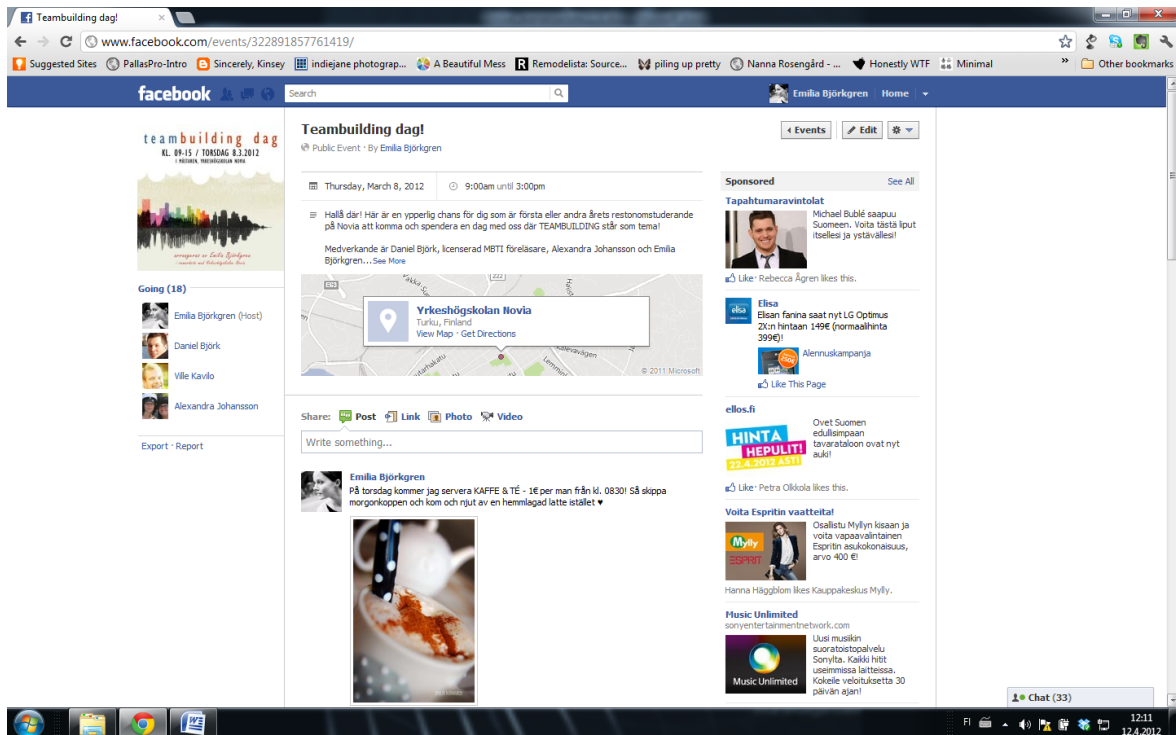
Eftersom det inte finns särskilt lämpliga tågförbindelser den aktuella dagen kommer jag gärna med bil. Ifall NOVIA kan betala reseersättning för bil kan jag hålla föreläsningarna till ytterligare reducerad avgift.

Analyser och föreläsningsarvode:	100€
Reseersättning (bil) 2 x 165 km x 0,46€/km	150€

Alt 3. totalt:	250,00€
----------------	----------------

Jag ser fram emot Ert svar.

Mvh Daniel Björk



*Bilderna som utgör bakgrunden för planschen på Facebook evenemanget är lånat med tillåtelse av designern Wayne Brezinka.

Emilia här hej!

Du är hjärtligt välkommen till mitt fantastiska lilla event som går under namnet Teambuilding dag!

Den är speciellt riktad till dig som är del i Nowents eller Toptimal. Dagen kommer att gå av stapeln **torsdagen 8.3 kl. 09.00 i Mästaren** (ovanför kaféet).

För er som jag inte hade nöjet av att träffa förra veckan under era träningar kommer dagen att handla om **personlighetstyper, kommunikation, teamarbete osv.** Med oss har vi bl.a. Daniel Björk, licenserad MBTI föreläsare. Själv är jag super taggad och tror att det här verkligen är något som du kan ha både glädje och nytta av! Ifall du inte redan är anmäld gör det enligt följande:

1. Anmäl dig till mig (emilia.bjorkgren@novia.fi) **senast fredagen 24.2!** Vi kommer att ha en max gräns på 25 deltagare.

2. Följ länken till mitt facebook event, så har du lätt att följa med olika updates!
<http://www.facebook.com/events/322891857761419/>

3. Till dig som är anmäld! För att den här dagen ska bli så givande som möjligt för dig följer här nedan ett viktigt meddelande från mig och Daniel (Ni hittar det även på mitt facebook event).

Ha ett riktigt gött veckoslut och hoppas vi ses!

Mvh, arrangör Emilia

"Hej!

Här är ett online formulär att fylla i innan vår dag om teambuilding den 8 mars. Alla som deltar bör fylla i formuläret. Eftersom formuläret är på engelska finns en liten ordlista här nedan.

<http://www.humanmetrics.com/cgi-win/JTypes2.asp>

Svara på alla frågor så gott det går. Om du tvekar mellan två alternativ så svara så som det känns OFTAST, så som du spontant reagerar. När du klickar på 'Score it!' längst nere på sidan så ser du fyra bokstäver överst på sidan, t.ex. "E N F P" eller "I S F J".

Skicka ett mejl till mig (emilia.bjorkgren@novia.fi) med dina bokstäver, så hjälper det oss när vi planerar och förbereder vilket material vi ska ta med. Gör det fast nu genast! **Obs! Senast söndag 4.3.**

Kort ordlista

: acquaintances = bekanta
unbiased = objektiv, "säger som det är"
assume responsibility = ta på sig ansvar
reason = logik, rationellt tänkande
readily = gärna, ofta
contemplate = fundera över
prolonged socializing = att umgås med människor länge
concerns = bekymmer
inclined = ha tendens att
familiar approaches = bekanta sätt att göra
feel at ease = känna sig bekväm
leisure time = fritid

tranquil = lugn
current preoccupations = saker som sysselsätter dig just nu
solitary walks = promenader på egen hand
consistent in your habits = konsekvent i dina vanor
you willingly involve yourself in matters which engage your sympathies = du engagerar dig gärna i saker som du känner starkt för.
you easily perceive various ways in which events could develop = du föreställer dig lätt olika alternativ för hur det kan komma att gå

Pressmeddelande: Ett alternativt examensarbete (24.2.2012)

Ett alternativt examensarbete

Att ordna en temadag blir ett annorlunda examensarbete.

Visste du att det idag går att göra aktionsbaserade examensarbeten inom turismutbildningen på Yrkeshögskolan Novia? Mitt namn är Emilia Björkgren och jag är en restonomstuderande på YH Novia i Åbo som har valt att göra just det. Istället för att skriva ett traditionellt examensarbete för min turismutbildning, ordnar jag en *Teambuilding dag* i samarbete med YH Novia och skriver om detta i mitt slutarbete. Syftet med mitt examensarbete är att få större kompetens inom projekthantering och för att maximera den egna inläringen planerar, genomför och utvärderar jag ett projekt som i mitt fall är en temadag.

Dagen riktar sig till andra restonomstuderande och kommer att behandla teman som hur jag kan upptäcka mina styrkor och fungera utifrån dem i teamarbete. Aktionsbaserade examensarbeten öppnar upp möjligheten för restonomstuderande att göra ett lite alternativt examensarbete och samtidigt utveckla sina kompetenser som restonomer genom en learning-by-doing approach.

Teambuilding dagen hålls torsdagen den 8.3.2012 kl. 09-15 (med lunchpaus kl. 12-13) i Mästaren på YH Novia, utrymmet ovanför café Novia. Medverkande är bl.a. Daniel Björk, licenserad MBTI® föreläsare. Ifall du är intresserad av att träffa mig före eller under temadagen, kontakta mig gärna för mera information!

Med soliga hälsningar,

Emilia Björkgren

emilia.bjorkgren@novia.fi

tel. 040 519 5356

EXAMENSARBETE



Emilia Björkgren. Foto: Vilde Kavilo

”Turism är teamarbete”

Sonja Heilsten

Restonomstuderande **Emilia Björkgren** gör sitt slutarbete vid yrkeshögskolan Novia i Åbo på ett lite annorlunda sätt.

I går ordnade hon en temadag på skolan om hur man tar reda på sina egna och andras starka sidor och färdigheter och använder sig av den kunskapen i och när man bygger upp arbetsteam.

Björkgren studerar turism vid Novia. Hon är 23 år och hemma från Karleby.

Temadagen är en del av hennes

examen. Den inleddes med en föreläsning på skolan av **Daniel Björk** som Björkgren hade engagerat men skolan betalade. Han talade bland annat om persinlighetstypsindikatorer.

Eftermiddagen ägnades åt samarbetsövningar som 20 studerade deltog i.

Björkgren framhåller att inom turismen är det samarbete som gäller. Det är också en bransch som ställer krav på goda kommunikationsfärdigheter.

– Man kan se turismbranschen som ett stort nätverk, säger Björkgren som efter examen tänker stanna i Åbo och söka jobb här.

NYCKELFRÅGOR FÖR FOKUSGRUPPSDISKUSSION

1. Beskriv Temabuilding dagen spontant med några ord!
2. Hur mötte dagen era förväntningar?
3. Fick ni tillräckligt information innan Teambuilding dagen? Kommentarer angående praktisk info, e-mail, anmälningar osv.
4. Vad tyckte ni om a) arrangemanget b) innehållet under själva TBD?
5. Mitt syfte med dagen var att deltagarna skulle få utveckla sina samarbets- och kommunikationsfärdigheter. Uppnåddes syftet enligt er?
6. Vad fick a) du personligen utav dagen b) gruppen utav av dagen?
7. Kritik angående TBD?
8. Om TBD skulle ordnas på nytt, vilka förbättringar kunde göras?
9. Andra kommentarer?!

