



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
VASA YRKESHÖGSKOLA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Sara Åström

VINSKOLNING – MOTIVERA DIN PERSONAL

Företagsekonomi och turism
2013

ABSTRAKT

Författare	Sara Åström
Lärdomsprovets titel	Vinskolning – motivera din personal
År	2013
Språk	Svenska
Sidantal	40 + 7 bilagor
Handledare	Saila Vaahtoniemi

Syftet med detta lärdomsprov är att restaurangpersonalen på Hotel Kantarellis i Vasa ska få en bredare vinkunskap och att de ska känna utveckling och bli mer självsäkra inom sitt arbete. Lärdomsprovet är ett projektarbete där jag ämnar hålla en vinskolning åt personalen så att de efter skolningen och i framtiden ska kunna ge goda mat- och vinrekommendationer åt kunden. Jag hoppas även att skolningen skall fungera som en motivationsfaktor.

I teoridelen behandlar jag lönsamhet, försäljning, motivering och skolning av personal. All teori baserar sig på arbetstagarens tillfredsställelse och möjlighet till utbildning och tillväxt. Lönsamhetsteorin behandlar bl.a. hur ett företag kan bli mer lönsamt med hjälp av att personalen är motiverad och likaså behandlas i nästa kapitel hur vi kan få ökad försäljning med hjälp av tillfredsställda arbetstagare. I teoridelen motivering av personal, framkommer både olika behovsteorier och tillväxt som en drivkraft. Till sist behandlas skolning av personal, vilken nytta en skolning kan föra med sig och varför vi håller skolningar överlag.

Efter teoridelen berättar jag hur jag gick till väga under planeringsskedet av skolningen, för att sedan beskriva hur själva skolningen gick steg för steg. Efter planeringen och förverkligande av skolningen, sammanfattar jag skolningsdagen med hjälp av feedbackformulären som deltagarna fick fylla i för att utvärdera dagen.

Av feedbackformulären framkom det att deltagarna var oerhört nöjda med skolningen och den hade varit mycket lärorik och deltagarna hade lärt sig väldigt många nya saker, både att kombinera mat och vin och fakta om viner och druvorna på vinlistan. Deltagarna hade blivit mer självsäkra och har kunnat rekommendera mera viner med olika maträtter efter att skolningen ägt rum. Det framkom även att vissa av de deltagarna hade blivit mer motiverade eftersom de nu hade utvecklats och motivationen hade höjts eftersom de kände sig mer kompetent i sitt arbete. Deltagarna hoppades på flera liknande tillställningar i framtiden.

ABSTRACT

Author	Sara Åström
Title	Wine training – motivate your staff
Year	2013
Language	Swedish
Pages	40 + 7 Appendices
Name of Supervisor	Saila Vaahtoniemi

The aim of this study is to give a wider aspect of wines to the staff at the restaurant at Hotel Kantarellis in Vaasa and also for the staff to feel growth and become more self-confident in their daily work tasks. This study is a project, where I plan to hold a wine training event, so that the staff after the training and in the future can give the customers adequate wine and food recommendations. I also hope that the training works for the staff to become more motivated in their work.

In the theoretical part profitability, sales, motivation and employee training are discussed. All the theory is based on the employee satisfaction and the possibility for training and growth. The profitability part is a process of how a company can become more profitable when you have a motivated staff and likewise in the sales part how we can get more sales when we have a satisfied staff team. In the part which deals with motivation of employees reveals both theory on human needs and growth as a motivator. In the last part the results of training and why we have training events is presented.

After the theoretical part planning of the training is described, in order to later describe how the training went step by step. After this part the training day will be summarized, with the help of the feedback I got from the participants.

From the feedback form emerged that the participants were very satisfied with the training and they also considered it extremely instructive and the participants had learned a great deal of new things, both to combine food and wine and also facts about the wines and the grapes at the wine list. After the training had been taken place the participants had become more self-confident and have now been able to recommend more wine with different courses. It also emerged that some of the participants had become more motivated as they now had progressed and felt they were more competent in their work tasks. The participants hoped for more similar events in the future.

Keywords Training, growth, motivation, combine food and wine

INNEHÅLL

ABSTRAKT

ABSTRACT

1	INLEDNING	6
2	PROJEKTETS BAKGRUND OCH SYFTE.....	8
3	SKAPA VÄRDE GENOM ATT VÄRDESÄTTA	9
	3.1 Lönsamhet.....	9
	3.1.1 Hållbar lönsamhet	9
	3.1.2 Motiverade arbetstagare – högre lönsamhet?.....	10
	3.1.3 Företagskultur av tillit.....	11
	3.2 Försäljning och kundkontakt.....	12
	3.2.1 Öka försäljningen – utveckla dig själv.....	12
	3.2.2 Vision och motivation hand i hand	13
	3.3 Motivering av personal	14
	3.3.1 Fem behovsteorier – Från Maslow till Oldham & Hackman.....	16
	3.3.2 Interna motivationsfaktorer.....	18
	3.3.3 Tillväxt som en del av den interna motivationen.....	19
	3.4 Skolning av personal.....	21
4	PLANERING AV SKOLNINGEN	23
5	FÖRVERKLIGANDE AV SKOLNINGEN	29
6	ANALYS AV FEEDBACKFORMULÄR.....	33
7	SAMMANFATTNING	36
	KÄLLOR	39
	BILAGOR	

FÖRTECKNING ÖVER BILAGOR

BILAGA 1. Skolningsinformation och anmälan

BILAGA 2. Dagordning

BILAGA 3. Vinprovningsblankett 1

BILAGA 4. Vinprovningsblankett 2

BILAGA 5. Feedbackformulär

BILAGA 6. Dagbok

BILAGA 7. Skolningsmaterial innehåll

1 INLEDNING

I vårt samhälle idag blir det alltmer vanligare att avnjuta vin i samband med restaurangbesök. Människor känner till en del viner och druvor, men alla har eventuellt inte den kunskap som de förväntar sig att personalen på en restaurang ska inneha. Konsumenten vågar kanske inte alltid fråga om hjälp och väljer därför ofta det säkra framför det osäkra – sådana viner han eller hon känner till från förr. Därför är det viktigt att restaurangpersonalen är yrkesskicklig, har en rik vinkunskap och kan rekommendera viner till mat – oberoende om kunden ber om hjälp eller inte.

Jag är själv väldigt intresserad av vin och att kombinera mat och vin. Det händer ofta att jag äter på restaurang och vin hör mestadels även till själva måltiden. Därav började denna idé med att ordna någon typ av skolning som representerar detta. Idén med detta lärdomsprov är att ge en bättre och djupare vinkunskap åt personalen på restaurangen på Hotel Kantarellis i Vasa där jag själv arbetar vid sidan om mina studier. Jag diskuterade med mina kollegor och det framkom att största delen av de anställda på restaurangen inte besitter en sådan vinkunskap som de skulle vilja ha.

Det är viktigt att man som anställd får lära sig något nytt och känna att man utvecklas i det vad man gör. Jag vill därmed ordna en vinskolning åt personalen så att de kan rekommendera och sälja viner vid rätta tillfällen och vet vilka viner som passar med vilken mat. En annan viktig punkt är att vinerna skall röra på sig bättre, så att man inte alltid endast rekommenderar samma viner. Det är absolut en positiv sak om vinförsäljningen höjs, men målet med detta lärdomsprov är att ge en djupare kunskap inom vinläran åt personalen, så att de kan ge en professionell rekommendation och ett positivt och minnesrikt restaurangbesök åt kunden.

I teorin är de anställda det centrala och jag kommer därför att fokusera kring dem i min text. I teoridelen kommer jag att fördjupa mig i lönsamhet, försäljning och att motivera och skola sin personal. Därefter kommer jag att planera skolningen som jag skall hålla för personalen och sedan detaljerat beskriva hur skolningen gick till och sammanfatta resultaten av feedbackformulären, som jag kommer att dela ut åt

personalen efter skolningen. I slutet av detta projektarbete kommer jag att diskutera vad jag lärt mig och vad som kom fram och eventuell ny skolning.

Jag kommer att ta upp information om producenterna och deras viner på restaurangens vinlista, fakta om druvorna, våra olika sinnen, grundsmakerna och att kombinera mat och vin i själva skolningsmaterialet. Materialet kommer senare att bli en handbok, där allt material från skolningen finns som personalen kan ta till hjälp vid behov och där det kommer att vara lättare för nya anställda att få en helhetsbild över vinerna. Efter detta kommer jag som tidigare nämnts att göra en feedbackformulär, där deltaganden får berätta hur de upplevde skolningen och om de har haft någon nytta utav den. I sista kapitlet utvärderar jag mig själv och sammanfattar skolningen och diskuterar kring detta projektarbete.

2 PROJEKTETS BAKGRUND OCH SYFTE

Orsaken till att jag valde att fördjupa mig detta ämne är för att jag har en passion för mat och vin och att kombinera dessa två. Jag har även ett starkt intresse för de anställdas välmående och deras möjlighet till utveckling och tillväxt. Eftersom jag själv anser det väldigt viktigt att få utvecklas och ha mål att se framemot kändes detta som ett exemplariskt sätt att både kunna utveckla sig själv, men även att få personalen att växa som ett team och som självständiga individer.

Med detta arbete vill jag förutom att se utveckling och tillväxt även utmana mig själv och hålla skolningen själv för att se hur jag lyckas och om jag får något ut av det. Jag vill även genom denna skolning försöka hålla motivationen uppe bland personalen för alla vet vi att en motiverad personal betjänar bättre än en omotiverad.

Personalen på denna restaurang där jag kommer att utföra detta projekt är överens om att nästan alla i personalen inte innehar en sådan vinkunskap som de skulle vilja ha. Detta är något jag hoppas att jag kan åtminstone till en viss grad ändra på och att de anställda skulle sälja mera viner och försäljningen skulle därmed kunna höjas eftersom de därmed skulle vara mera yrkesskickliga och eventuellt mer motiverade.

Det pratas och diskuteras mycket i dag om företagskultur och hur personalen är den mest kritiska källan för vägen till framgång. Här vill jag poängtera att det blir alltmer viktigare att se till att personalen mår bra och att de ser någon nytta med sitt arbete. Därmed är det av viktiga skäl att försöka hitta de drivkrafter som har betydelse och genom detta bli en mer konkurrenskraftig organisation. En organisation kan investera i nya produkter, men i slutändan är det människorna som driver ett företag framåt. Om personalen inte är motiverad och inte tillräckligt skolad, hur skall de då kunna sälja de eventuella nya produkterna om de inte har intresse eller utbildning för dessa. Var stolt över din personal och motivera dem för att få en positiv arbetsmiljö och för att nå ett gemensamt mål.

3 SKAPA VÄRDE GENOM ATT VÄRDESÄTTA

Ingen är aldrig komplett, det krävs utbildning och initiativ från både den anställda och chefen för att bli bättre. (Nyström, Wallén 2002: 11)

3.1 Lönsamhet

Om de anställda får en känsla av att ledningen bryr sig om dem som självständiga individer, istället för endast ”en anställd”, ger detta mer tillfredsställelse och gör dem mer produktiva. Har man nöjda arbetstagare, betyder det i sin tur att kunderna är nöjda, vilket resulterar i lönsamhet. (Mulcahy)

3.1.1 Hållbar lönsamhet

Hållbar lönsamhet är vägen till framgång och för att nå en hållbar lönsamhet måste företagen hitta och arbeta med de faktorer som skapar värde för dem och även hitta interaktionen mellan dessa faktorer. Det måste finnas en affärsidé och strategier på vad företaget strävar efter och vilka målen är. En betydande faktor är även de anställda i ett företag – de måste vara motiverade och entusiastiska för affärsidén. (Savmyr 2011)

Det krävs att de anställda har blivit informerade och tydligt förstår företagets vision. Personalen kan därmed känna en tillhörighet och får mer entusiasm att arbeta. Utan denna insikt är medarbetarna inte lika intresserade av arbetet. Även att personalen upplever att de har en bidragande roll för företagets lönsamhet, att de känner att de gör skillnad och att de gör något som är av nytta för andra människor är av stor betydelse. Alla förväntningar bör göras klara och tydliga för att inte personalen intresse och förmåga skall sjunka. Vet du inte vilka förväntningarna är kan du inte heller veta om du gör bra ifrån dig eller inte. Företagets lönsamhet kan försämrans om de anställda inte delar företagets värderingar, därför bör värderingarna förtydligas. (Dagens möjligheter 2012)

3.1.2 Motiverade arbetstagare – högre lönsamhet?

Det är lätt hänt att företag glömmer att tänka utanför boxen och istället gör de endast upp kortsiktiga mål, som att presentera en ny produkt eller utvidga distributionskanalerna. Inte många tar sig tillräckligt med tid att verkligen tänka utanför ramarna och göra upp långsiktiga strategiska mål. Istället borde vi tänka på vilka resurser vårt företag har som skiljer sig från våra konkurrenter. En strategisk plan blir taktisk när vi lägger tid på att fundera ut vilka våra mest kritiska tillgångar är för att öka prestanda, produktion och vinst. Det är här medarbetarna kommer in i bilden. (O'Malley 2001)

Nöjda arbetstagare har oftast högre produktivitet och bättre hälsa än onöjda arbetstagare. Även frånvaro och arbetsrelaterade skador förekommer inte lika ofta om personalen i ett företag är nöjda. Dessa saker är sådana som tydligt bidrar till ett företags växande lönsamhet. Organisationer som är insatta i personalens välmående och trivsel har en tendens att ha mera tillfredsställda kunder och personal. Här kan vi även se en bidragande roll i lönsamheten – motiverad personal ökar lönsamhet. När vi pratar om arbetstagarens tillfredsställelse så har detta inget att göra med att om vi är ”bra människor”, utan det handlar om att vara skicklig. Därför handlar det om att tänka med hjärtat och inte läsa från en instruktionsbok. (O'Malley 2001)

Att få sina medarbetare, som är en av de värdefullaste tillgångarna, nöjda och motiverade kan vara väldigt utmanande, men ytterst viktigt eftersom detta kan ha stort inflytande på påverkningen av lönsamheten. För att kunna genomföra detta behövs inte nödvändigtvis någon stor investering, utan det finns sätt vi kan tillämpa genom en liten investering, men även utan pengar eller resurser för att få våra arbetstagare tillfredsställda. (Smallbusiness Intuit)

Något som kan vara utav stor betydelse och höja motivationen kan endast vara en liten sak som att ordna anpassbara arbetstider. Att investera i företagskultur kan även höja motivationen – gratulera sina arbetstagare på deras födelsedag, ordna sportdagar eller införa månatliga cocktailtimmar. Evenemang vars avsikt är att förbättra företagskulturen kan hjälpa medarbetarna att skapa en bra gemenskap,

vilket i sin tur kan leda till en produktiv och konkurrenskraftigt företag. Att finnas där för sina anställda och uppmuntra dem och kommunicera med dem är sådana saker som kan höja motivationen, men även att vara ärlig gentemot sin personal – berätta hur saker antas sig, hur det går för firman, istället för att ha det hemligt. (Smallbusiness Intuit)

3.1.3 Företagskultur av tillit

En utmaning för företag är att finna balansen mellan de uppsatta målen och medarbetarnas intresse för att nå vad man strävar efter. Företagskultur är ett företags egna sätt att göra saker inom firman. Har vi ett fungerande team som har blivit informerade och förstår företagets vision finns det möjlighet för framtidssynen att förverkligas och att nå framgång. (Hagemann 1991: 14)

Komma till jobbet på en måndagmorgon efter ett ledigt veckoslut är kanske inte det roligaste vi människor vet, men hur kan vi som ledare göra det mer motiverande? Kanske bonusar och evenemang inom firman gör det hela roligare, men detta är kanske endast kortsiktigt motiverande. Istället borde företag se till att det finns en motiverande atmosfär och en trevlig miljö att arbeta i. (Jensen 2013)

Det är synnerligen viktigt att ledaren ser till att det finns en positiv arbetsmiljö och att medarbetarna känner förtroende gentemot företaget. När det finns positivitet i arbetsmiljön blir de anställda mer motiverade och detta resulterar ofta i en högre grad effektivitet. För att skapa en förtroendebär företagskultur krävs det att interaktionen mellan chefen och personalen flyter på bra. Det gäller att informera all sin personal likgiltigt och inte meddela de som klassas som lägre anställda när det är ett måste. Istället för att endast leverera information, utan att nämna varför något kommer att ske, borde ledaren även göra klart varför sådana strategier kommer att ta plats. När de anställda blir informerade om vad som kommer att ske och varför detta är utav betydelse kommer den anställde att känna sig respekterad istället för att känna sig som ett redskap. (Jensen 2011)

För att dina medarbetare, men även kunder, skall känna förtroende är det av väsentliga skäl att hålla sig till de avsedda planerna. Gör först upp en plan och be-

rätta sen hurdana planer som kommer att äga rum och här även varför dessa metoder kommer att ske. Ändras strategierna från de planer du gjort upp från första början blir både personalen och kunderna förvirrade och vet inte vad de ska förvänta sig. Detta skapar en förvirrad atmosfär och leder inte till något förtroende. Var en förebild för dina anställda och berätta åt dem hur du vill att ni skall arbeta inom företaget för att tillsammans skapa en kulturell tillit. (Jensen 2011)

3.2 Försäljning och kundkontakt

Det räcker inte längre att ett företag endast ger kunden det de önskar. Nuförtiden vill kunden ha så mycket mera. Idag krävs det att en försäljare även att ge kunden idéer och upplevelser. (Aalto, Rubanovitsch 2007: 10) Vi kan alla möta en kund, men för att få konversationen att fungera behövs det skicklighet. Detta kan man utveckla genom skolning, feedback och att såklart att personligt intresse gentemot kundbetjäning finns. När personalen är nöjda och glada och trivs med varandra och sitt arbete, betjänar de bättre och detta resulterar i att kunderna trivs. (Nyström, Wallén 2002: 11-12)

3.2.1 Öka försäljningen – utveckla dig själv

Vi behöver inte vara födda till toppförsäljare för att nå framgång, utan vi kan lära oss att bli genom att använda oss utav rätt försäljningsteknik. Då vi som försäljare får positiv feedback från kunderna känner vi oss tillfredsställda och får en känsla av att vi uppnått resultat. När en försäljningsprocess har lyckats bra får vi nöjdare kunder och detta resulterar i utveckling och framgång både för företaget och för konsumenten. Konkurrenter finns det ofta många av och produkterna ser allt som oftast likadana ut och är i samma prisklass, därför är det viktigt att vara originell och ge sina kunder enastående service för att sticka ut. (Aalto, Rubanovitsch 2007: 10-14) Det räcker inte endast att känna till arbetsuppgifterna, utan vill vi lyckas med vårt jobb behöver vi mål och får att kunna uppnå dessa mål måste vi ha kunskap om företagets och avdelningarnas mål. Därefter kan vi sätta upp våra egna målsättningar, om vi vet var vi är och vart vi ämnar är det lättare att praktisera dem. (Nyström, Wallén 2002: 40-41)

För att lyckas inom försäljningen behövs det förutom rätt säljteknik även utveckling i personlig försäljningsstil. Med god självförtroende kan vi öka försäljningen – kunden litar på en pålitlig försäljare och detta resulterar i mer försäljning. Mer försäljning i sin tur leder till ökad självförtroende och vi blir ännu bättre på att sälja. En annan central egenskap är sakkunskap för att öka självförtroendet ännu mera. Kan vi allt om våra produkter och vet vad våra konkurrenter säljer så är vi självsäkrare när vi säljer. Något att tänka på är att försöka intala sig själv att vi är duktiga. Om vi däremot intalar oss själva att vi är dåliga försäljare, inbillar vi oss att vi är det och säljer dåligt eftersom vi tror vi är dåliga. Därför måste vi tänka positivt och tro på oss själva som duktiga försäljare. En svårighet som kan uppstå på vägen till gott självförtroende är rädslan för att kunden inte blir intresserad av produkten och vi får ett nekande svar. Fastän kunden säger nej, skall vi inte miss-trösta och tro att vi är dåliga säljare, eftersom ungefär 80 % av alla säljförsök slutar med ett nekande svar. Om vi börjar tro att vi är dåliga leder det inte till någon framgång, istället borde vi tacka varje kund, eftersom alla kunder är unika och leder oss till den kund som slutligen köper av oss. (Rosell 2004: 11-14)

Viktigt är även att vi är intresserade av det som vi gör och gentemot våra produkter – vi måste tro på våra produkter för att kunna sälja dem. Vi måste även kunna analysera kunden och tillfredsställa behoven som kunden har och inte bara sälja för att få sålt, det behövs förståelse och tålamod för att nå framgång. Bäst utvecklar man sin personliga försäljningsstil genom att lära av sina misstag och fundera över vad man är bra på och i vad man kan utvecklas mera. (Rosell 2004: 14-16)

3.2.2 Vision och motivation hand i hand

Alla företag behöver en vision och de anställda på ett företag behöver känna till företagets vision för att veta vart företaget siktar. Har vi inte som medarbetare kännedom om företagets framtidssyn är det svårt att skapa motivation, men har vi klarhet i vad målet är blir vi mer motiverade därför att vi vet vart vi ska sträva. Som anställda behöver vi veta hur vi i våra egna arbetsuppgifter kan så småningom uppnå målen. (Kjellström 2010: 177)

Finns det en tilltalande framtidssyn hjälper detta att bli motiverade i de dagliga arbetsuppgifterna. Är visionen sådan att vi inte kan hitta någon betydelse i vardagen glöms visionen snabbt bort. Det är viktigt att vi inte glömmer bort att berömma duktiga medarbetare, även ersättning kan vara utav nytta. På kortsikt kan det räcka med att den anställde får någon belöning men på långsikt räcker inte detta för att hålla motivationen uppe, då behövs något annat som inte baserar sig på pengar utan att vi känner en viss gemenskap och en känsla utav att vi behövs. (Kjellström 2010: 178, 180, 183)

3.3 Motivering av personal

Det är inte alltid lätt att motivera sig själv, därför är det inte heller så enkelt att motivera andra. (Timpe 1989: 23) Av pengar, råvaror, material och människor, så är människan den vitala resursen – bortsett från de andra resurserna, så har vi som människor möjlighet till tillväxt och utveckling. Därför är det ytterst viktigt att hålla personalens motivation uppe. Anställda behöver bli motiverade, inte bara nu som då, utan det bör höra till verksamhetens struktur att motivera sin personal. Det är viktigt att ge uppgifter åt personalen där det krävs något av dem och att de känner att de får vara en del av verksamheten – detta kan man verkställa med hjälp av delegering, dvs. ge mera ansvar. På detta sätt finns det möjlighet till tillväxt och utveckling. (Timpe 1989: 35-36)

Motiverade arbetstagare vet vad som hör till deras arbetsuppgifter och vet hurudan inverkan deras arbete har på företagets mål och de vet även hurudant resultat som förväntas av dem. Om en arbetsgivare förhåller sig bra till arbetstagaren gör arbetstagaren detsamma mot arbetsgivaren. Det är viktigt att personalen blir upplyst om varför deras arbete är viktigt och hur det inverkar på företagets verksamhet, detta skapar förtroende och tillit gentemot förmannen. Att bli informerad om händelser och nyheter inom firman är en essentiell motivationsfaktor, eftersom personalen då får en känsla av att de är en del av arbetsteamet. (Timpe 1989: 37-38)

Att förmannen lyssnar på vad de anställda har att säga är en vägande faktor som skapar tillit. Detta får de anställda att känna sig betydelsefulla. Ett äkta tack från förmannen kan även vara väldigt betydelsefullt för personalen. Det behöver inte

betyda att man varje dag behöver tacka, men när arbetstagarna har gjort något bra i från sig är det av gott skäl att förmannen ser och beaktar detta. Ett väsentligt motivationselement är förmannens beslutsamhet. När saker och ting blir inom fastställd tid beslutade skapar även detta ett förtroende mot förmannen och hela ledningen. Alla arbetstagare är enskilda individer och blir som mest motiverade i enskilda diskussioner. (Timpe 1989: 38-40)

Genom utvecklingssamtal mellan den anställde och förmannen finns det möjlighet till påverkan från båda – ställa frågor och att svara är viktiga komponenter i diskussionen. Att få påverka är ett väldigt produktivt sätt att stödja människan att orka. Som anställda kan vi kräva utvecklingssamtal om inte samtalen annars hålls. Det behöver inte alltid vara så att den anställde väntar och godkänner hur arbetsledningen leder verksamhet – utan vi kan ta tag i saker och ting själva och berätta om för arbetsgivaren att vi är i behov av utvecklingssamtal för att växa. (Valpola 2000: 7-8)

Människan har ett behov av att de dagliga, primära behoven så som mat och säkerhet i första hand är tillfredsställda. När vi är belåtna och nöjda med dessa behov söker vi efter uppskattning och att kunna känna att vi har uppnått något som vi strävat efter. Abraham Maslow bildade år 1943 en modell över de mänskliga behoven för att vi ska kunna förstå dessa behov och deras betydelse på arbetsplatsen. Idag är det en teoretisk referensram för att förstå motivationen på arbetsplatsen och många nya teorier har uppkommit efter denna berömda teori. (Mathe, Pavie, O’Keeffe 2012: 7-8)

Till våra primära behov kan vi räkna de fysiska behoven – näring, sömn, säkerhet, kärlek, vänskap osv. Dessa är sådana behov som vi måste ha för att överleva, sådant som berör vår fysiska hälsa. De sekundära behoven är mer abstrakta och är i sin tur psykiska behov, såsom att växa, bli uppskattad och uppleva att man når mål. När vi förflyttar oss från de primära behoven till de sekundära behoven blir det svårare att tillfredsställa behoven. Det är viljan att tillfredsställa behoven som gör oss motiverade och när vi redan är nöjd med något av behoven gör det oss inte motiverade längre. (Mathe, Pavie, O’Keeffe 2012: 10-11)

3.3.1 Fem behovsteorier – Från Maslow till Oldham & Hackman

Maslow delar in människans behov i fem olika grupper, där de nödvändigaste behoven kommer längst ner och de abstrakta kommer högre upp i denna modell som han beskriver med hjälp av en pyramid. Med denna pyramid vill han visa att människans lägsta behov måste i hög grad vara tillfredsställda innan vi bryr oss om de högre behoven. Vi förflyttar oss från botten till toppen för att nå vår fulla potential och detta är det som motiverar oss. (Mathe, Pavie, O’Keeffe 2012: 11-12)

Eftersom vi alla har olika behov och vissa saker kan vara av större betydelse för någon än för en annan, så behöver nödvändigtvis de olika stegen i behovshierarkin inte alltid stämma, ämnar Maslow. Vissa kan anse att det är viktigare att vara stolt över sig själv än kärlek och detta kan i sin tur göra så att de sekundära behoven har uppnåtts fast inte alla primära har. Denna behovshierarki är viktig för att beakta de olika skillnaderna i motivation länder emellan. I vissa länder blir de anställda mer motiverade av säkerhet än att känna att de växer och lär sig något nytt. Det är svårare att motivera de högre behoven än de lägre, men i dagens läge försöker man motivera genom att ge den anställda möjligheten att utvecklas, värdesätta och belöna personalen. (Mathe, Pavie, O’Keeffe 2012: 13-14)

Clayton P. Alderfer skrev år 1969 en modell (ERG-teorin) utgående från Maslows behovshierarki. Alderfers teori baserar sig på tre huvudgrupper – existens, sociala relationer och personlig växt. Något som skiljer sig från Maslows teori är att Alderfer menar att flera behov kan motivera oss samtidigt och de primära behöver inte nödvändigtvis vara tillfredsställda före de sekundära kan motivera oss. Alderfer menar i sin teori även att vi kan gå tillbaka från att ha varit sekundärt motiverad till att nöja oss med att tillfredsställa våra primära behov. Detta kan tyda på att vi inte blir erbjudna uppgifter där vi kan växa eller att vi inte blir sedd för våra insatser. Vilket i sin tur kan leda till att vi ägnar mer tid att umgås med våra arbetspartners och ägnar mindre tid åt att fokusera på vårt arbete. Att hitta balansen mellan dessa tre behoven är av stor betydelse för att undgå att den anställda går tillbaka till primära behoven och presterar sämre. (Mathe, Pavie, O’Keeffe 2012: 15-17)

Frederick Herzberg utvecklade år 1959 tvåfaktorsteorin, där han skiljer på motivationsfaktorer och hygienfaktorer. Motivationsfaktorerna är de som gör oss motiverade och tillfredsställda, medan hygienfaktorerna gör oss omotiverade och skapar missnöje om de inte är uppnådda. Det kan hjälpa en anställd att stärka motivationen genom att kombinera båda faktorernas effekter. Hygienfaktorerna är de faktorer som finns längst ner i Maslows pyramid – säkerhet, lön, vänskap osv. De motiverande faktorerna är direkt relaterade till arbetet och dit vi räkna ansvar, växt, möjligheter osv. (Mathe, Pavie, O’Keeffe 2012: 18-19)

Utgående från tvåfaktorsteorin utvecklade Herzberg tio år senare en teori om hur vi kan göra arbetsuppgifterna mer intressanta för våra anställda genom motivationsfaktorerna. Det är arbetet som står i centrum och detta byggs upp med hjälp av individuell utveckling. Till de motiverande faktorerna kan vi bl.a. räkna ansvar, prestation, utmaning, att vi blir accepterade och kan växa och bli bättre. Dessa faktorer hör till de sekundära och är sådana som ofta förbättrar effektiviteten och arbetstillfredsställdheten. Herzberg för fram sin åsikt om att individuell tillväxt är nyckeln till ett företags välmående och att detta ofta resulterar i nöjda och effektiva medarbetare. (Mathe, Pavie, O’Keeffe 2012: 26)

Människan har ett behov av att vara självständig och känna sig kompetent. Edward L. Deci och Richard M. Ryans poängterar detta i sin teori (1971) inom ämnet behov och motivation. Deras teori baserar sig på just självständighet och kompetens. Med kompetens menar man att människan har ett behov att utveckla sin förmåga – bli bättre. Att känna sig självständig i sin tur betyder att vi vill känna att vi har förmågan att välja och vara ansvariga för våra egna beteenden. Att känna att vi är accepterade och har en bra relation med våra arbetskolligor spelar delvis även en roll, men är utav mindre betydelse än självständighet och kompetens menar Deci och Ryan. (Mathe, Pavie, O’Keeffe 2012: 23)

År 1980 utvecklades en teori av Richard Hackman och Greg Oldham, där de menar att arbetet i sig själv kan vara väldigt motiverande. För att kunna stärka de sekundära behoven finns det tre huvudfaktorer som har viktiga roller. För det första så måste den anställda få feedback över sina insatser och för det andra så är det av stor betydelse att arbetstagaren får känna att sina skickligheter behövs. Till sist är

det viktigt att vi som individer får känna oss självständiga och göra upp våra egna mål. Om vi vill att arbetsinnehållet skall vara motiverande måste dessa faktorer uppnås. Hackman och Oldham menar att engagemanget alltid kommer inifrån och att genom att medarbetarna får varierande arbetsuppgifter och känna att de får vara en del av beslutsfattande och göra upp egna mål gör dem motiverade i sitt arbete. (Mathe, Pavie, O'Keeffe 2012: 29-32)

För att kort sammanfatta dessa teorier kan vi dela in dem i primära- och sekundära behovsmotivationer. De tre första, Maslow, Alderfer och Herzberg ser på både de primära och sekundära som motivationsfaktorer. De lägger först tonvikten på de fysiska behoven, såsom mat och trygghet och bygger sig senare vidare uppåt till de psykiska behoven – behov för tillväxt, uppskattning och beslutsamhet. De två senare teorierna baserar sig på de psykiska behoven som motivationsfaktorer. (Mathe, Pavie, O'Keeffe 2012: 32-34) Det är de sekundära behoven som skapar inre motivation på arbetet. Med detta menar man att anställda är intresserade av arbetet de gör och får de sekundära behoven tillfredsställda när de får en känsla av att de presterar bra och utvecklar sina egna färdigheter. (Mathe, Pavie, O'Keeffe 2012: 22)

3.3.2 Interna motivationsfaktorer

Det finns intern och extern motivation. Till de interna kan vi räkna sådant som har att göra med utveckling och tillväxt medan de externa baserar sig på pengar och säkerhet. De interna belöningsmetoderna är ofta långvarigare än de externa och de kan bli permanenta, därför är de mer effektiva som motivationsfaktorer än de externa. Blir vi belönade med en bonus efter en prestation vi gjort kan detta eventuellt bidra till en intern motivationsfaktor, fastän lön avses som en extern motiveringsfaktor. På grund av detta kan det därför ibland vara svårt att skilja på de två olika motivationsfaktorerna. (Peltonen, Ruohotie 1987: 25-26)

En person som drivs av intern motivation ägnar sig åt en aktivitet för att hon finner den stimulerande och får tillfredsställelse utav att utföra aktiviteten. Vi är internt motiverade när vi är nyfikna och söker utmaningar. Känslan av att vi utveck-

las och nå mål är sekundära behov och formar den interna motivationen. (Mathe m.fl. 2012: 22)

3.3.3 Tillväxt som en del av den interna motivationen

Många samverkande faktorer har inflytande på arbetstagarens lycka, tillfredsställelse och prestation på arbetsplatsen. Det är inte alltid lätt att förstå dessa faktorer, men genom att aktivt diskutera med arbetstagarna kan deras individuella aspekter förstås och urskiljas. Det är viktigt att förstå att personalens motivation kan ändras och utvecklas över tid och därför är det av stor betydelse att diskussionerna är fortlöpande. Motivation är individuellt och företag har olika visioner, därför krävs det analysering. Motivation är inte något som har lätta lösningar och många framgångsrika företag har idag byggt in motivationslösningar i deras dagliga ledningsorganisation för att skapa en balans och ett positivt förhållande mellan arbetstagaren och arbetsgivaren. Detta har utvecklats för att skapa värde för båda parterna och för att se till att samarbetet till ett gemensamt mål är fungerande. (Mathe, Pavie, O'Keeffe 2012: 85-86)

För att upphöja motivationen på arbetsplatsen idag, finns det tre centrala behov som måste tas i beaktande. Vi är motiverade att leva ett liv som vi uppskattar, ha en passion att växa och utmana oss själva, men även av att känna oss som en del av organisationen. För att vi skall kunna växa och nå vår fulla potential på arbetsplatsen krävs det att organisationen skall hitta de faktorer som vi blir tillfredsställda av. (Mathe, Pavie, O'Keeffe 2012: 93-94) Känslan av att växa är en av de största drivkrafterna bakom motivationen på arbetsplatsen. För att citera Abraham Maslow, "Vad en människa kan bli, måste hon bli. Detta kallar vi självförverkligande... Om du avsiktligt planerar att vara sämre än du är kapabel till, varnar jag dig att du kommer att vara olycklig resten av ditt liv." (Mathe, Pavie, O'Keeffe 2012: 125)

Kompetens, utveckling och självförverkligande och att finna intresse i sitt arbete är tillväxtens kännetecken. Organisationer som uppmuntrar sina anställda och ger dem möjligheter för tillväxt och att nå sina mål har en tendens att skaffa sig mer engagerade, nöjdare och mer motiverade medarbetare. Varje organisation har po-

tens att ge de anställda en möjlighet till tillväxt och utbildning i sin egen ställning och inom organisationen. (Mathe, Pavie, O'Keeffe 2012: 125-126) Att finna och placera rätt person för rätt arbetsuppgift och i rätt situation är utav betydelse för att skapa motivation. Detta är när den anställdes kunskap passar ihop med arbetsuppgiften och arbetstagaren får sina behov tillfredsställda genom att utföra sin uppgift. Det är av skäl att komma ihåg att en arbetsuppgift kan vara motiverande för vissa, men inte för andra, beroende på deras erfarenheter och behov. (Mathe, Pavie, O'Keeffe 2012: 127-128)

Personalen kan känna att deras arbete är utav mer betydelse om de får mera krävande och varierande arbetsuppgifter, men även mer ansvar och att själva är ansvariga för sina handlingar. En annan stark motivationsfaktor som ger mer kunskap och tillväxt kan vara att ge anställda möjlighet att arbeta på olika avdelningar för att ge dem omväxling från de dagliga rutinerna och för att de bättre ska kunna få en insikt i de olika avdelningarna och få en större helhetsbild. (Mathe, Pavie, O'Keeffe 2012: 128-129)

Att ge anställda möjligheten till tillväxt och utbildning är ett fenomenalt sätt att visa att man är villiga att investera i dem. Tillväxt är en långvarig faktor som motiverar och ger utmaning. Det finns olika sätt vi kan tillämpa för att växa, men vägande orsaker är bl.a. genom skolning och utveckling. Detta bidrar till att anställda är nöjda och det har en positiv inverkan på företaget. Eftersom medarbetarna har fått utvecklas så fungerar de på en högre nivå och det gör hela organisationen mer produktiv och mer konkurrenskraftigt. (Mathe m.fl. 2012: 135-137)

Uppmuntran och uppskattning är två andra faktorer som spelar en avsevärd roll i tillväxten och de kan vara både korttids- och långtiddrivkrafter. Genom uppmuntran kan man belöna sin arbetare när de har gjort något avsevärt för att motivera dem. När vi uppskattar vad våra anställda har gjort är det av skäl att berätta det åt dem, detta ger dem en inblick i vad organisationen värderar. Det är viktigt att komma ihåg att detta inte skall göras för ofta, eftersom det då kan ses som negativt och förlora värde i den anställdes ögon. (Mathe m.fl. 2012: 139-145)

När anställda vet vad som förväntas av dem har de en tendens att göra bättre i från sig och de känner sig mera värdefulla. Genom att sätta upp klara mål och feedback kan den anställde lära sig och utvärdera sina prestationer. Att sätta upp ett mål, men att låta den anställde tänka utanför boxen och att ge frihet i att låta den anställde bestämma hur han eller hon kommer att göra för att nå den fastställda målen kan även vara en drivkraft. För att sen senare ge feedback för prestationen. (Mathe m.fl. 2012: 149-154) Det gäller att hitta de drivkrafter som motiverar den anställde och hitta en samverkan mellan deras individuella drivkrafter och organisationens mål. (Timpe 1989: 36)

Psykologiska belöningar är de som ger möjligheten att växa som individ. Förmanens uppgift är att ge ansvar och att hjälpa personalen att utvecklas om de vill att de ska trivas med sitt arbete. Det hör till vår natur att vi vill växa och då hjälper det inte att kräva av personalen att göra sitt arbete snabbare eller att pusha på för mycket, utan det behövs en arbetsmiljö som kan leda till växt. (Timpe 1989: 47-48)

3.4 Skolning av personal

En av de vägande orsakerna varför skolningar i arbetslivet ordnas är för att stödja personalens motivation, men även att arbetsatmosfären skall upprätthållas och den sociala interaktionen skall växa. Eftersom det finns många konkurrenter på marknaden i dag behövs det kunniga medarbetare och det är betydelsefullt att personalen är flerkunniga, så man inte enbart är beroende av enstaka i personalen. Om skolningen hålls för hela personalen kan man bland annat påverka atmosfären och samarbetet i företaget. (Hätönen 1998: 72-73)

En skolningsledare lär inte endast ut kunskap och information, utan ledaren ger bland annat även möjlighet till tillväxt. Vi kan dela in en skolning i tre olika skeden från den anställdes synvinkel. I första skedet handlar det om att förbereda sig för själva skolningen – vi ser framemot att skolningen skall äga rum och detta motiverar oss. Andra skedet är själva skolningen och vi motiveras av att delta aktivt i undervisningen. Det sista skedet är skedet efter skolningen där vi blir motiverade

av att kunna tillämpa kunskapen vi fått i arbetslivet, dvs. inläring förflyttas till handling. (Pekka Ruohotie 1998: 121, 124)

För att en skolning skall lyckas är det av stor värde att ledaren vet vad han/hon pratar om och är insatt i ämnet och därmed få personalen intresserade. Ledaren bör ge personalen mod att greppa tag om nya utmaningar och få dem att tro på sig själva. Det är även viktigt att det finns övningar och exempel så att man lättare kan relatera till ämnet. Kunskapen som förmedlas på skolningen skall kunna tillämpas i personalens arbetsliv. Det kan vara bra att man delar in en skolning i flera olika tillfällen och ger tillräckligt med utrymme för personalen att tillämpa den kunskap de fått. Därmed kommer det upp fler frågor tills nästa skolningstillfälle. Fastän man förstår informationen direkt betyder det inte att man genast får praktiserat dem i verkliga livet, utan vi behöver ge tillräckligt med tid för detta. (Hätönen 1998: 71)

4 PLANERING AV SKOLNINGEN

Som tidigare nämndes var detta ett projektarbete vars syfte var att hålla en vinskolning för att personalen på restaurangen på Hotel Kantarellis skulle få mer kunskap om vinerna som finns i restaurangen. Jag ville göra mitt lärdomsprov för Kantarellis eftersom det kändes som det mest praktiska och exemplariska sätt att kunna kombinera skola och arbete samtidigt. Jag träffade restaurangchefen för ungefär ett år sedan, hösten 2012, och jag lade fram vad jag hade funderat över och jag hörde efter om detta var något som jag eventuellt kunde utföra på restaurangen och om det fanns något intresse alls av det. Idén togs positivt emot och vi diskuterade hur jag eventuellt kunde gå till väga, men allt var i slutändan upp till mig hur jag ville utföra detta arbete.

I detta kapitel kommer jag att mer specifikt berätta hurdan material jag planerade för skolningsdagen och hur jag gick till väga med planeringen av praktiska saker. Idén var att personalen skulle lära sig något och kunna tillämpa det de lärt sig i sina vardagliga arbetsuppgifter. Skolningen var inte obligatorisk, men jag hoppades att så många som möjligt skulle delta – gärna från organisationens alla avdelningar. Fastän skolningen inte berörde alla avdelningars arbetsuppgifter, ville jag ändå att de skulle få chansen att delta ifall det fanns intresse. Ibland kanske det kan behövas hjälp till serveringssidan och då kan skolningen komma till hjälp. Det är bra att olika avdelningar har kunskap om de andras avdelningar ifall det i något skede skulle behövas eller att man vill få lite omväxling i sina annars dagliga rutiner.

För att informationen om denna skolning skulle nå ut till alla, lade jag upp ett informationsblad (Bilaga 1) på anslagstavlan. Där kunde man läsa om vad som kom att behandlas och anmäla sig till skolningen och även så att jag fick information om hur många som kom att delta. Detta för att välja utrymme och organisera därefter. Idén var att skolningen skulle hållas i ett mötesutrymme där det fanns tillgång till projektor, projektorduk, whiteboardtavla och praktiska bord och stolar. Utifall det fanns fler intresserade än vad detta utrymme hade kapacitet till fanns det ett alternativt andra utrymme – en större sal. Där fanns det inte tillgång till nå-

gon whiteboardtavla, men projektorn och projektorduken gick smidigt att flytta dit. Det var därför viktigt att veta deltagarnas antal så att jag kunde välja utrymme därefter.

Jag valde att använda mig av Powerpoint när jag planerade skolningsmaterialet eftersom det kändes tryggast och enklast för deltagarna att följa med under skolningen. Jag bestämde mig för att döpa min skolning till ”The LUM”, vilket är förkortat från lärorikt, utvecklande och motiverande. Dessa tre ord är vad jag ville att skolningen skulle föra med sig. Att de deltagande skulle lära sig något, känna att de utvecklades i sitt arbete och att det förhoppningsvis var en motivationsfaktor för dem, eller åtminstone för någon. Skolningsmaterialet skrev jag på svenska eftersom mitt lärdomsprov är på svenska och även skolningen bestämde jag mig för att hålla på svenska. Anmälningantalet blev sju stycken och därför kändes det mindre mötesrummet som ett exemplariskt val.

Jag bestämde mig för att skolningsmaterialet skulle innehålla fakta om vinproducenterna på vinlistan och deras viner som finns på vinlistan. Jag ville även ta upp vinernas druvsorter och information om dem. Även våra fem sinnen och grundsmakerna och att kombinera mat och vin bestämde jag mig för att ta med i skolningen. Efter detta planerade jag att vi skulle ha en tvådelad vinprovning och efter all teori och vinprovningen en genomgång av feedbackformulären. Jag började med att skriva om idén bakom skolningen, där jag tog upp varifrån ”The LUM” hade sitt ursprung och vad som var idén med skolningen. Efter idén skrev jag vad som kommer att behandlas under dagen, där jag skrev upp alla punkter i ordningsföljd för att deltagarna skulle veta vad vi kommer att behandla.

Jag ville förutom teorierna och tastingen ha en liten tävling ganska i början för att få deltagarna alerta, mer inspirerande och för att få göra någonting annat än att lyssna på teori halva dagen. Tävlingen kom att basera sig på teorin som vi skulle gå igenom först och detta vara introduktion av vinproducenterna, där jag skrev upp producenterna landsvis och enligt vinområde. Vid introduktion av varje land lade jag även upp en karta över landet som behandlades och med pilar eller färger markerade jag området för att deltagarna skulle få en inblick i varifrån producenterna kom ifrån. På sidan om producenterna skrev jag hur många produkter de har

på vinlistan. Tävlings skulle gå ut på att deltagarna skulle gissa vilka viner det var frågan om. t.ex. Producent: Gerardo Cesari, fyra produkter. Jag kopierade dessa Powerpointsidor till ett Worddokument, som varje deltagare skulle få som underlag till tävlingen.

När jag sökte information om producenterna gjorde jag detta genom att söka information på deras egna hemsidor. Det var lätt att hitta information om vissa, men om andra var det en utmaning. Hittade ändå någon nyttig information om varje producent. I mitt sökande kom jag över två olika ljudfiler som jag bestämde mig för att använda i presentationen. Den ena var musik från Freixenets hemsida och den andra var musik från Finca Flichmans hemsida – båda producenter som finns med på vinlistan. Den förstnämnda bestämde jag mig att använda som välkomstmusik och den andra som bakgrundsmusik till tävlingen.

Efter att jag skrivit om introduktion om vinproducenterna och gjort tävlingsunderlaget började jag söka mer information om producenterna och deras viner. Informationen om producentera hittade jag på respektives hemsidor och även vissa viner hittade jag där. Viner som jag inte hittade på hemsidorna hittade jag på Alkos hemsida. Även här fanns det mer information om vissa än andra, men relativt lätt att finna information om alla viner.

Jag skrev först om producenten och efteråt om produkten/produkterna och gjorde likadant med alla producenter och viner. Sedan skrev jag upp alla druvor som fanns i varje vin med gruppering av vita- och röda druvor. Vissa druvor nämnde jag endast och skrev vid tillverkning av vilket vin druvan används. t.ex. vid tillverkning av den Italienska Prosecco används druvan Glera. De kändare druvorna och sådana som används vid tillverkning av flera viner på vinlistan skrev jag en faktaruta om, med början av alla vita druvor först och efteråt alla röda druvor. När jag sökte information om druvor använde jag mig utav Jouko Mykkänens bok ”Viinikoulu – Opas viinien maailmaan” och ”Makujen maailma – Rypäleestä viiniksi” av Weilin+Göös.

Efter fakta om druvorna skrev jag om sådant som var teoribas till vinprovningen – dvs. sinnena, grundsmakerna och att kombinera mat och vin. Jag började med att

nämna alla fem sinnen och senare ta upp de viktiga faktorerna vid vintasting – syn, doft och smak. Jag skrev om dessa för att deltagarna skulle få en inblick i hur man går till väga vid en vintasting. Sedan tog jag upp våra grundsmaker och vad man skall tänka på när man kombinerar mat och vin. Detta kom att behövas vid den andra tastingen. När jag skrev om sinnena och hur man provsmakar ett vin använde jag mig även av den förstnämnde boken jag nämnde vid druvornas teori-bas, men även en annan bok av Jancis Robinson, ”Upptäck vinprovning”. Till sista teoridelen med kombinera av mat och vin använde jag mig utav Risto Karmavuo och Juha Lihtonens bok, ”Viini & ruoka – Opas makujen harmoniaan”.

Jag hade två möten med restaurangchefen och vid det första mötet presenterade jag vad jag hade planerat till skolningsdagen och vid det andra mötet gick vi igenom vilka viner jag eventuellt kunde ta med till provsmakningen, men i slutändan var det upp till mig vilka viner jag ville ta med. Jag bestämde mig efter många om och men att ta med två vita viner från Chile och tre från Frankrike. Alla med olika karaktärer och olika druvor. Jag ville ha med både viner från Nya världen och från Europa. Jag tänkte även på att vinerna var i olika prisklasser och om man fick dem glasvis eller endast hela flaskan, när jag planerade vilka viner jag skulle ta med. I val av de röda vinerna bestämde jag mig även här att välja både viner från Nya världen och från Europa. Jag bestämde mig för att ta med tre europeiska viner och två från Nya världen till vintastingen. Jag funderade ut både sådana röda viner som var lätta och sådana som var kraftiga. Även i val av röda vinerna tänkte jag på om man fick dem glasvis eller endast på flaska.

Jag hade en känsla av att det var för många viner att smaka på under en dag, men eftersom jag ändå ville få med olika mat- och vinkombinationer, beslöt jag mig för att ta med alla de tio vinerna. Som sagt så var en stor del av idén att personalen skulle kunna rekommendera olika viner till olika maträtter och då kändes det som att vi behövde olika sorters viner från olika världsdelar och med olika karaktärer för att kunna utföra detta.

Samma dag som jag hade möte med restaurangchefen och hade valt ut vinerna till vinprovningen, pratade jag även med kökschefen i hopp om att jag eventuellt kunde få någon mat med till skolningen. Jag ville förutom att vi endast skulle

smaka på vinerna som sådana, att vi skulle ha möjlighet att provsmaka dem även med mat för att kunna balansera och finna fina smakupplevelser. Mat till skolningen gick att ordna och vi diskuterade vad jag ville ha med till vintastingen och kökschefen skulle ordna olika sorters matprodukter som finns på à la carte listan i restaurangen.

Efter att jag skrivit all teori och valt ut vinerna och maten, började jag planera mer praktiska saker och jag började med att planerade dagordningen (Bilaga 2). Skolningen skulle hållas torsdagen den 31.10.2013, vilket redan hade bestämts när jag hade första mötet med restaurangchefen. Det var från första början planerat att längden på skolningen skulle vara tre timmar, men när jag planerade dagordningen tid för tid, kom jag fram till att vi behövde en timme extra. Jag ringde upp alla som hade anmält sig till skolningen och frågade av alla om det passade dem att skolningen skulle vara en timme längre än planerat. Jag förklarade även varför vi behövde en timme extra. Detta var möjligt för alla anmälda och tiden för skolningen ändrades därmed till 12.00–16.00 istället för det först planerade 12.00–15.00.

Jag planerade att vi skulle köra 70 minuters undervisningspass. Vi skulle börja med en 70 minuters teori, inkluderat tävlingen och inledningen, sedan skulle vi ha en 20 minuters paus och efter pausen 70 minuter med början med teori och fortsätta med vintasting 1. Efter teorin och tastingen en kortare paus på 10 minuter och sedan skulle vi fortsätta med ytterligare ett likadant undervisningspass på 70 minuter med en kort teoridel och fortsätta med vintasting 2, för att sedan avsluta med genomgång av feedbackformulären. Vid första delen planerade jag att vi skulle ha en inledning med musik (Klingande – Jubel) och slideshow med bilder anknutna till mat och vin samtidigt som de deltagande skulle ha möjlighet att äta frukost i lugn och ro under en fem minuters slideshow. Efter detta en välkomsthälsning och praktiska råd följt av genomgång av tidsplaneringen, idén och vad som kommer att behandlas under dagen.

Efter inledningen skulle teorindelen kunna börja med introduktion av vinproducenterna följt av tävlingen. Efter tävlingen en noggrannare presentation om producenterna och deras viner. Samtidigt skulle deltagarna få rätta svaren till tävlingen.

När denna teoridel skulle vara klar skulle pris till vinnaren i tävlingen delas ut. Sedan skulle vi gå igenom vinlistans druvor ABC och efter druvornas genomgång ta en paus på 20 minuter. Under pausen tänkte jag att deltagarna skulle ha chans att röra på sig, eventuellt äta något smått, och att jag skulle ha möjlighet att hämta vinerna och vinglasen till vinprovningen och även fylla på vattenkannorna och förbereda mig för skolningsdel nummer två.

Efter den 20 minuter långa pausen tänkte jag att vi skulle gå igenom de fem sinnen och grundsmakerna och efter att teorin om dessa skulle ha behandlats skulle vintastingen kunna börja. Idén var att vi först skulle smaka på de vita vinerna och fylla i en vinprovningsblankett (Bilaga 3), där jag hade med utseende, doft, smak, helhetsbild och poäng som skulle bedömmas vartefter. Jag ville även att det skulle bli diskussion om vinerna vartefter vi bedömt dem. Sedan planerade jag göra samma sak med de röda vinerna.

Efter första tastingen planerade jag en 10 minuters paus och efter pausen skulle en kort teori om att kombinera mat och vin hållas innan vi skulle smaka på vinerna tillsammans med mat. Det var planerat att jag skulle hämta maten till vintasting nummer två under denna paus. Vintasting nummer två skulle gå ut på att vi skulle smaka vinerna tillsammans med mat och alla själva skulle få bestämma vilket vin de vill prova med vilken produkt, för att sedan fylla i den andra vinprovningsblanketten (Bilaga 4). Även här ville jag att vi skulle diskutera vilket vin deltagarna tyckte att passade med vilken produkt osv. Efter provsmakningarna tänkte jag att jag skulle dela ut ett feedbackformulär (Bilaga 5) där deltagarna skulle få bedöma skolningen och lämna in åt mig veckan efter skolningen.

Med feedbackformulären ville jag bl.a. få reda på om deltagarna hade lärt sig något och om de hade blivit mer motiverade. Ville även få svar på om de hade kunnat anpassa det de lärt sig i sina vardagliga arbetsuppgifter, om de hade rekommenderat mera viner under veckan efter skolningen och vad deras åsikter var om vintastingen. Till sist ville jag få svar på hur de skulle utvärdera skolningen överlag. Feedbackformulären var en utvärderingsblankett som skulle hjälpa mig att utvärdera skolningen och mig själv i en senare diskussion.

5 FÖRVERKLIGANDE AV SKOLNINGEN

Skolningsdagen ordnades den 31.10.2013 och dagen började med att jag anlände till restaurangen två timmar före skolningstillfället för att ordna alla praktiska saker inför dagen. Jag började med att printa ut allt material som kom att behövas under dagen och sedan gjorde jag i ordning frukostsmörgåsarna. Efter detta gick jag till utrymmet där skolningen skulle hållas för att organisera borden och stolarna så som jag ville ha det och som jag ansåg att var mest praktiskt. Jag tog fram projektorn och anslöt den till min bärbara dator för att sedan placera projektorn och datorn på rätt plats. Jag hade med en egen högtalare för att få lite mer ljud till musikfilerna än endast volymen från datorn. Testade de tre musikstyckena som jag tänkte använda mig utav under dagen så att alla fungerade så som jag ville och allt fungerade bra.

Efter att jag organiserat om och ordnat praktiska saker med datorn och projektorn gick jag upp till restaurangen för att koka kaffe och te och ta med tillbehör till frukosten. Placerade ut assietterna och annat tillbehör på bordet där deltagarna skulle sitta. Lade även fram papper och pennor och materialet de skulle behöva under dagen. På förmiddagen skulle vi endast bli fyra, inkluderat mig, eftersom de andra deltagarna hade jobb och kunde infinna sig först efter klockan 14.00. Jag var färdig med allt det praktiska femton minuter före skolningen skulle börja. Jag lade på välkomstmusiken och sen var det bara att vänta på att deltagarna skulle anlända.

Det drog ut lite på tiden och skolningen kunde börja lite efter 12.15. Jag stängde av välkomstmusiken och berättade för deltaganden att vi börjar med en slideshow och frukost. Jag lade på musiken från Youtube (Klingande – Jubel), som var musiken till slideshowen. Slideshowen var som sagt en slideshow med bilder anknutna till mat och vin. Under den fem minuter långa inledningen åt deltagarna frukost och följde med slideshowen samtidigt. När slideshowen var över hälsade jag mina gäster välkomna och vi gick igenom praktiska saker. Efter detta gick vi igenom idén, vad som kom att behandlas under dagen och till sist dagordningen, som deltagarna hade fått en kopia av.

Efter inledningen kunde teorin börja. Jag introducerade vinproducenterna land för land med hjälp av Powerpoint och sedan var det tävlingsdags. Vid bordet där deltagande satt fanns framför alla av dem tävlingsunderlaget, där likaså dagordningen och tomma vita A4-ans pappersarkar och pennor fanns. Vi gick igenom tävlingens idé och sedan fick deltaganden numrera en av sina tomma arkar med siffror från 1-25. Vi hade gått igenom de tjugofem producenterna och tävlingen gick nu ut på att komma på de trettiosju namnen på vinerna. Efter att vi gått igenom tävlingens idé lade jag på tävlingsmusiken och deltaganden fick i lugn och ro fylla i namnen på vinerna. Efter att de deltagande kände att de var färdiga stängde jag av musiken och vi började gå igenom nästa teori.

Som nästa teori gick vi noggrannare igenom alla producenter och efter varje producent behandlades deras viner. När vi gick igenom detta fick deltagarna samtidigt rätta sina svar, eftersom alla svar kom upp i ordningsföljd. Det blev en del diskussioner och frågor när vi behandlade denna teori och det var exakt så som jag ville ha det. Berättade i början av skolningsdagen att om det är något deltagarna undrade över eller ville påpeka så var det omedelbart bara att avbryta och fråga. Deltagarna verkade vara väldigt intresserade och frågade mycket och det var jag glad över.

Efter vinproducenterna och viner korade vi vinnaren i tävlingen och vinnaren fick sitt pris. Vi låg nu efter i tidsschemat, men bestämde oss ändå för att gå igenom vinlistans druvor. Klockan var ungefär 13.30 när vi var klara med genomgången av druvorna, dvs. enligt tidsplaneringen skulle pausen redan ha hållits. Vi tog paus 13.30 och jag fick hjälp av deltagandena att fylla på vattenkannorna och hämta vinglasen och vinerna som vi skulle smaka på. Pausen blev lite kortare än planerat, ungefär en 15 minuters paus hölls. När de 15 minuterna hade gått samlades vi igen och gick igenom de fem sinnen och när vi började gå igenom grundsmakerna var klockan ungefär 14.00 och de sista deltagande anlände.

Enligt tidsplaneringen var det nu menat att vi redan skulle ha börjat med vintasting 1, men eftersom vi som sagt låg efter i tidsschemat, bestämde vi oss för att gå igenom all teori som fanns kvar och det var att kombinera mat och vin. När all teori hade behandlats var klockan ungefär 14.30 och jag började organisera om

borden och stolarna, på så sätt att vi satt runt bordet istället för bara på ena sidan så som det var placerat från förmiddagen när teorin behandlades. Jag delade ut vinprovningsblankett 1 och gav fem vinglas åt varje deltagare. Vi började med de vita vinerna och jag hällde i lite av varje vin i alla deltagares fem vinglas. Vi gick igenom varje vin stegvis. Vi började med att titta på vin nummer ett med ett vitt ark under och sedan doftade vi på det, smakade på det och diskuterade vilken färg, vilka dofter och smaker vi fick fram. Sedan skrev vi vad vi tyckte om vinet som helhet och gav poäng åt det. Vi gjorde likadant med varje vin. Efter att vi gått igenom alla vita viner började vi med de röda vinerna och gjorde exakt likadant med dem – tittade, doftade, smakade, utvärderade, diskuterade och gav poäng.

Efter vintasting 1 tog vi en kort paus på en ungefärlig 10 minuter. Även här fick jag hjälp med att hämta tallrikar, bestick och maten som vi skulle ha till nästa vintasting. Vi samlades igen ungefär 15.20 och alla tog mat åt sig på sin tallrik. Maten vi smakade på var olika förrätter, olika kött- och fiskprodukter och flera olika såser som finns på à la carte listan på restaurangen. Jag delade ut vinprovningsblankett nummer 2 och den var inte lika specifik som den första, utan här var det meningen att man provade sig fram med olika viner och olika produkter och fyllde i blanketten vilket vin man hade provat med vilken mat och hur de passade ihop. Vi bestämde oss för att fylla i med Y eller N – Yes eller No, om de passade eller inte.

Alla verkade vara mycket intresserade och även de som inte hade varit så förtjusta i viner från förr smakade med glatt humör och tyckte att det var roligt. Mitt mål med vintastingen var att det skulle vara roligt och att fina smakupplevelser skulle komma fram, men även att de dåliga kombinationerna skulle upptäckas. Diskussionen flöt på bättre än förväntat och det kom både fram sådana kombinationer som vi inte trodde skulle passa ihop och sådana som vi trodde skulle passa utmärkt, men som inte alls passade tillsammans. En av de bästa kombinationer som alla kom överrens om att var den bästa, var ett fylligt, kraftigt, balanserat och långt rödvin från spanska Rioja, tillsammans med kantarellsoppa. Detta var inte endast en ”helt okej” kombination, utan det var som om änglarna sjöng i himlen – de var

ett perfekt par. Den gräddiga smaken i soppan kom fram så otroligt mycket bättre med detta vin än utan vin.

Jag delade ut feedbackformulären runt 16.00, när det var ämnat att skolningen skulle sluta, eftersom jag tänkte att vissa kanske måste åka iväg. En av deltagarna hade lite knapp schema och åkte iväg, men vi andra lämnade kvar och utforskade fler mat och vin kombinationer. Vi höll ännu på två timmar efter detta. Sedan var det dags att städa undan och även här fick jag hjälp av mina snälla deltagare. Jag hade en bra känsla inför skolningen, men den blev många gånger bättre än jag hade förväntat mig och detta har jag mina deltaganden att tacka för – skulle ingen ha deltagit, skulle det inte ha blivit någon skolning.

6 ANALYS AV FEEDBACKFORMULÄR

I detta kapitel kommer jag att analysera svaren jag fick från feedbackformulären som deltagarna hade fyllt i och jag kommer behandla svaren i ordningsföljd från 1-7. På fråga ett i feedbackformulären, där jag ville veta om de känt att skolningen varit lärorik, har alla deltaganden svarat att de tyckte att skolningen var väldigt lärorik och att det framkom många nya saker under skolningen som de inte varit medvetna om från förut. Deltagandena kände att de lärde sig mycket om vinernas historia, ursprung och druvorna. Det framkom även att de nu kan bättre analysera viner och vet vilket vin som passar med vilken mat, eftersom de nu vet mer om vinernas karaktär och hur vinerna egentligen smakar.

De deltagande verkar ha känt en utveckling och för vissa höjde det även på motivationen. Många känner att de blivit mer självsäkra inom sitt arbete, eftersom de nu känner att de faktiskt vet vad de pratar om när någon frågar om viner och att det i sin tur gör att de kan ge bättre service, vilket leder till mer försäljning. De påpekar att de kan rekommendera mera, eftersom de nu har egna erfarenheter om mat och vin kombinationer. Dessa synpunkter framkom på fråga två i frågeformulären, där jag frågade om de har känt utveckling och blivit mer motiverad i sitt arbete.

På den tredje frågan ville jag veta om de har kunnat anpassa det de lärt sig under skolningen i sina vardagliga arbetsuppgifter och det har de flesta kunnat. De som kunnat anpassa sin nya kunskap berättar att det har varit lättare att rekommendera olika viner med olika maträtter. Några som svarade nej på denna fråga har jobbat väldigt lite under veckan och har inte haft möjlighet att anpassa sina kunskaper lika mycket som vissa andra. Andra som även svarade nekande, eller att de inte dagligen har kunnat dra nytta av den nya kunskapen, var personer som arbetar på andra avdelningar än salen.

På nästa fråga om deltaganden har fått en djupare vinkunskap och kan rekommendera mera vin med mat, svarade alla positivt, förutom en som svarade nekande på rekommendationsfrågan, eftersom denne inte arbetar i salen. Personen i fråga svarade ändå att denne har nytta av kunskapen privat istället. Deltagandena känner att

de har bredare kunskap och att det under vinprovningen framkom många bra mat- och vinkombinationer som är av nytta. Deltagandena tyckte det var bra att få smaka på både viner och mat tillsammans för att få en helhetsbild av att om de passar ihop med varandra.

På fråga nummer fem, där jag hade ställt frågan om de har rekommenderat mera och om kunderna påpekat något om vinkunskapen, var det delade åsikter bland deltagarna. Vissa svarade på denna fråga ungefär samma som på fråga tre i formulären – inte arbetat så mycket eller inte arbetar i salen. En svarade att inte mera, men andra viner än förr. Några andra svarade inte ännu, men att de har märkt från tidigare att kunderna blir glada när de märker att man vet vad man pratar om och de blir övertygade. Det framkom även att några hade rekommenderat det spanska vinet med kantarellsoppan, som vi kom fram till under vinprovningen att var en suverän kombination och det hade även kunderna tyckt väldigt mycket om och varit nöjda med rekommendationen.

Fråga nummer sex var deltagarnas åsikt om vinprovningen, om de lärt sig mer om vinets karaktär och om de önskat smaka på några andra viner än vad vi provsmakade under tastingen. Alla var överrens om att tastingen var jättelyckad och att den uppfyllde alla förväntningar. Tastingen hade varit lärorik och rolig på samma gång. Vissa påpekade även att den var nödvändig. Under tastingen hade det framkommit många nya smakupplevelser, som deltaganden inte hade varit medvetna om innan. Alla var även väldigt nöjda med urvalet av vinerna och poängterade att de annars sällan smaker på just de viner och säljer dem därför inte så ofta. Deltaganden var som sagt alla väldigt nöjda och detta hade alla kryssat för i rutan på fråga sju om hur de skulle utvärdera skolningen. Deltaganden hoppades även på flera likadana tillställningar.

I kommentarsfältet hade en framhållit att det var synd att vi måste stressa igenom teoridelen för att hinna med allt, men personen i fråga var annars nöjd och positivt överraskad över skolningen. Några andra påpekade att det syntes att jag hade satsat på skolningen och jobbat hårt och satt mycket tid på den. De var även glada över att vi hittade så många nya smakupplevelser och de kan nu rekommendera

många nya viner. Det visar sig utav feedbacken som jag fått att skolningen förde med sig de faktorer som jag ville att den skulle göra.

7 SAMMANFATTNING

Det är viktigt att anställda är motiverade i sitt arbete och får känna att de utvecklas. Det är även av stor nytta av att de anställda känner att det finns mer att utforska och lära sig. Alla har kanske inte lika stort behov av att utvecklas, utan är nöjdare med andra saker i livet och känner inte detta behov i sitt arbete. Personligen är jag av den åsikten att om vi ska orka med vårt arbete i flera år behöver vi känna att vi har möjlighet att växa, annars tröttnar vi en vacker dag och söker tillfredsställelse från någon annan konkurrent eller byter eventuellt bransch. Vill ett företag hålla kvar sina anställda länge, måste de ta vara på dem och behandla dem som enskilda individer och ta reda på vad de anställda har behov av och ge dem möjlighet att utforska, ge ansvar och ge dem möjligheten att göra misstag för att lära sig utav dem.

Skolning gick över förväntan och jag är väldigt nöjd över slutresultatet, likaså verkar mina deltaganden vara när jag gjorde en analys av utvärderingen av feedbacken som framkommit. Jag ville att deltagarna skulle ha möjlighet att ta del av det de lärt sig och anpassat det i sina arbetsuppgifter och därför behövde de få tid på sig att fylla i feedbackformulären. Eftersom det blev en aning sent med skolningen, kunde jag inte ge dem längre tid än en vecka på att fylla i blanketten och detta kan man även se i deras svar, mest i frågan om kunderna har påpekat något om deras vinkunskap.

Allt flöt på relativt bra under hela skolningsdagen, men några synpunkter kom jag att tänka på. En av de välgående punkterna är planeringen av tiden. För att få maximalt välbehag borde tiden ha planerats bättre. Tiden i sig var förhållandevis bra, men glömde tänka på att tillägga mer tid för bl.a. diskussioner och frågor. Även tastingen borde ha planerats utförligare tidsmässigt, eftersom det var så många viner att provsmaka drog det ut på tiden och diskussionerna flöt på oerhört bra och även de drog ut på tiden. Synd var det att vi måste stressa igenom teoridelen för att hinna med allt, även detta påpekades i utvärderingen

Efter att skolningen hade ägt rum gjorde jag nästa dag, den 1.11.2013 en handbok för de anställda att ta hjälp av vid behov. De som deltog under skolningsdagen

gjorde eventuellt upp egna anteckningar, men jag berättade åt dem att skoningsmaterialet och resultaten från vinprovningen kommer att bli en handbok senare, där de har möjlighet att läsa om allt som behandlades under skolningen. De som inte deltog kan eventuellt ha mer nytta av den och lära sig nya saker.

Jag ville även att allt det som diskuterades under tastingen skulle nå ut till alla i personalen och därför sammanfattade jag resultaten av både vintasting 1 och 2, där det både framkommer vinernas karaktär och passande och mindre passande mat- och vinkombinationer som vi diskuterade och skrev upp under den andra tastingen. Sammanfattningen av resultaten vid vinprovningarna gjorde jag även samma dag som jag gjorde mappen, dvs. dagen efter att skolningen hållits. Handboken som finns till hjälp kan även vara utav stor nytta för nya anställda genom att de med hjälp av den lättare kan bekanta sig med vinerna och få reda på vilka viner som passar med vilken mat på à la carte listan.

Detta projektarbete har varit både roligt och nyttigt både för mig själv och för de anställda. Jag lärde mig oerhört mycket både med att planera denna skolning och att genomföra den. Det var en utmaning i sig och ibland kändes det hopplöst, men jag kan nu i efterhand med gott samvete säga att jag växte som människa och märkte av saker som jag är intresserad av, som jag inte varit medveten om förrän skolningen ägt rum. De anställda var mycket nöjda med skolningen och alla de faktorer som jag ville att skolningen skulle föra med sig uppfylldes. Jag hoppas att de som deltog under skolningsdagen kommer att känna tillfredsställelse en längre tid och orkar bättre med sitt arbete. Jag hoppas även att de lär ut det de lärt sig åt nya anställda.

I framtiden hoppas jag att liknande tillställningar kommer att ordnas på denna restaurang för att de anställda ska få växa och utveckla sig mer inom sitt arbete. Det finns flera viner på vinlistan som inte behandlades under tastingsmomentet, som eventuellt kunde provas med samma rätter. Även skolningar där personalen skulle lära sig om något annat än mat och vin, eventuellt mer om försäljning och hur man möter en kund på bästa möjliga sätt för att skapa mer försäljning. Det finns oändliga möjligheter och det är endast upp till företaget att bestämma vad de vill

satsa på och hur de vill motivera sin personal för att skapa ett välfungerade och organiserat team i framtiden.

KÄLLOR

Böcker

Aalto, E & Rubanovitsch, M. K. 2007. Myy enemmän – myy paremmin. 4:e uppl. Borgå. WSOY.

Hagemann, G. 1991. Motivoinnin taito. Jyväskylä. Weilin+Göös.

Hätönen, H. 1998. Osaava henkilöstöä – nyt ja tulevaisuudessa. Vanda. Metalliteollisuuden keskusliitto, MET.

Kjellström, M-L. 2010. Säljledning. Att skapa framgångsrik försäljning. Stockholm. Bonnier utbildning AB.

Mathé, H., Pavie, X. & O’Keeffe, M. Valuing people to create value. An approach to leveraging motivation at work. Singapore. World Scientific Publishing Co.

Nyström, J. & Wallén, M. 2002. Ansiktet utåt. Om service i frontlinjen och korta kundkontakter. Malmö. Liber AB.

Peltonen, M. & Ruohotie, P. 1987. Motivaatio. Menetelmiä työhalun parantamiseksi. 2:a uppl. Keuru. Otava.

Rosell, L. 2004. Försäljningsteknik. Om konsten att sälja. 3:e uppl. Näsviken. Björn Lundén Information AB.

Ruohotie, P. 1998. Motivaatio, tahto ja oppiminen. Helsingfors. Edita.

Timpe, A. D. 1989. Mikä motivoi henkilöstöä. Esbo. Weilin+Göös.

Valpola, A. 2000. Kehityskeskustelun mahdollisuudet. Juva. WSOY.

Elektroniska publikationer

Dagens möjligheter. 2012. Så blir företaget lönsamt. Hänvisat 27.1.2013.
<http://www.dagensmojligheter.se/artiklar/2012/11/12/16326894/index.xml>

Jensen, A. 2011. How to Create a Culture of Trust Within Your Company. Hänvisat 5.9.2013 <http://www.andrewjensen.net/how-to-create-culture-of-trust-within-your-company/>

Jensen, A. 2013. 5 Ways to Create a Motivating Work Environment. Hänvisat 5.9.2013 <http://www.andrewjensen.net/5-ways-to-create-a-motivating-work-environment/>

O'Malley, J. 2001. Motivated Employees Increase Profits. Hänvisat 2.9.2013.
<http://www.repertoiremag.com/Article.asp?Id=1125>

Mulcahy, A. M. Brainy quote. Anne M. Mulcahy quotes. Hänvisat 27.1.2013.
http://www.brainyquote.com/quotes/authors/a/anne_m_mulcahy.html

Savmyr, H. 2011. Hållbar lönsamhet når du genom att identifiera och arbeta med de värdeskapande drivkrafterna i ditt företag. Hänvisat 27.1.2013.
<http://www.foretagande.se/hallbar-lonsamhet-nar-du-genom-att-identifiera-och-arbeta-med-de-vardeskapande-drivkrafterna-i-ditt-foretag/>

Smallbusiness Intuit. A Happy Staff is a Productive Staff: How to Motivate Employees. Hänvisat 2.9.2013 <http://smallbusiness.intuit.com/news/Achieving-sales-&-profitability/19439231/A-Happy-Staff-is-a-Productive-Staff:-How-to-Motivate-Employees.jsp>

Kära kollegor!

Nu är det äntligen dags för den omtalade vinskolningen, ”The LUM”. Jag studerar turism vid Vasa Yrkeskeshögskola och håller för tillfället på att skriva mitt lärdomsprov. Mitt lärdomsprov är ett projektarbete, där denna skolning är en del av arbetet. Skolningens syfte är att ge en djupare kunskap om vinerna på vinlistan och hopp om att den skall vara **L**ärorik, **U**tvecklande och **M**otiverande. Vad kommer att behandlas? Jo, fakta om vinproducenterna och vinerna, vinlistans druvor ABC, våra fem sinnen, kombinera mat och vin och till sist en liten vintasting, **SKÅL**.

Var? När? Vem?

- **Bastuavdelningen**
- **Torsdag 31.10.2013 kl. 12.00–15.00**
- **För intresserade**

Jag hoppas att det finns intresse och att så många som möjligt vill delta. Skolningen är ämnat för dem som vill lära sig mera om vinlistans viner eller annars bara är intresserade. Skolningen sker på svenska.

HJÄRTLIGT VÄLKOMNA!

Med vänliga hälsningar,

Sara Åström

Anmälningen till skolningen sker här ovanför. Sista anmälningsdag är onsdagen den 30onde.

[Vinskolning]

2013-10-31

12⁰⁰-16⁰⁰ (4h)

Skolningen sammankallas av: Sara Åström

Deltagare: [-----]

[-----]

Välkomstmusik när gästerna anländer

Musik: Freixenet Audio

12:00-12:15 (15 min)	Inledning Musik och slideshow med bilder anknutna till mat och vin Frukost i samband med slideshowen Välkomsthälsning och praktiska råd Genomgång av tidsplaneringen, idén och vad kommer att behandlas	Musik: Klingande – Jubel Powerpoint
12:15-12:30 (15 min)	Introduktion av vinproducenterna Producenterna presenteras landsvis och enligt vinområde Tävling	Powerpoint Tävlingsunderlag Musik: Finca Flichman Audio
12:30- 13:00 (30 min)	Fakta om vinproducenterna och vinerna Producenterna presenteras noggrannare och deras viner behandlas under varje producent, samtidigt som rätta svaren till tävlingen kontrolleras Utdelning av pris till vinnaren i tävlingen	Powerpoint
13:00–13.10 (10 min)	Vinlistans druvor ABC Vita druvor Röda druvor	Powerpoint
13:10–13.30 (20 min)	PAUS	
13:30-13:45 (15 min)	Våra fem sinnen och grundsmakerna Syn, lukt, smak, känsel och hörsel Sött – surt – salt – beskt – umami	Powerpoint
13:45-14:40 (55 min)	Vintasting 1 Provmakning av fem vita- och rödavin	Vinprovingsblankett 1 Diskussion

14:40-14:50 (10 min)	PAUS	
14:50-15:00 (10 min)	Kombinera mat och vin Kort teori innan vi smakar på vinerna tillsammans med maten	Powerpoint
15:00-15:55 (55 min)	Vintasting 2 Smakning av vinerna tillsammans med mat	Vinprovningsblankett 2 Diskussion
15:55-16:00 (5 min)	Utdelning och snabb genomgång av feedbackformulären	Blankett

VINPROVNINGSBLANKETT 1

VIN	UTSEENDE	DOFT	SMAK	HELHETSBILD	POÄNG
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					
7.					
8.					
9.					
10.					

VINPROVNINGSBLANKETT 2

VIN					
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					
7.					
8.					
9.					
10.					

FEEDBACKFORMULÄR

Jag hoppas att du vill ta din tid att hjälpa mig att utvärdera denna skolning genom att svara på några enkla frågor. Jag kommer att använda mig av svaren till att utvärdera mig själv och diskutera i mitt lärdomsprov vad som var bra och vad som var dåligt och hur jag kunde förbättra mig.

1. Var skolningen lärorik? Kände du att du lärde dig något? Vad i så fall?

2. Kände du att du som individ utvecklades och blev mer motiverad i ditt arbete? Svarade du ja, förtydliga svaret.

3. Har du kunnat anpassa det du lärt dig i dina vardagliga arbetsuppgifter? Berätta hur om du svarade ja.

4. Känner du att du har en djupare vinkunskap och kan rekommendera olika typer av vin med olika maträtter?

5. Har kunderna påpekat eller varit glada över din kunskap om viner? I fall de har kommenterat något, hur har de uttalat sig?

6. Vad är din åsikt om vintastingen? Lärde du dig mer om vinets karaktär? Skulle du ha önskat smaka på några andra viner, varför?

7. Hur skulle du utvärdera skolningen överlag? Kryssa i lämpligaste alternativ.

- Väldigt nöjd Mindre nöjd Inget av dessa
- Nöjd Missnöjd

Kommentarer och rekommendationer:

TACK FÖR DITT SVAR! ☺

DAGBOK

Dagboken är en ungefärlig översikt över allt arbete jag gjort. Det kan fattas lite timmar här och där när jag har planerat något och inte skrivit upp det, men all teoribaserat finns i alla fall med i dagboken. Därför är inte timmarna exakt pålitliga, men ungefärliga.

Dag 1 29.11.2012 Träff med handledaren. Vi gick igenom och diskuterade innehållet och upplägget av lärdomsprovet. Fick fina idéer och motivation att ta itu med projektet. (30 min)

Läste igenom olika lärdomsprov för att ännu få en bredare bild av hur jag vill lägga upp innehållet. Kollat igenom lönsamhet och försäljning på internet och kommit fram till vad jag vill ta upp i min teoridel och gjort upp en skiss över innehållsförteckningen. (3 h)

Dag 2 8.1.2013 Sökte material på Tritonia och kollade igenom böckerna jag lånat. (4 h)

Dag 3 9.12.2012 Sökte mer material på VAMKs bibliotek och kollade igenom böckerna. (5 h)

Dag 4 10.1.2013 Läste och granska böckerna noggrannare och markerade bra innehåll. (3 h)

Dag 5 12.1.2013 Skrev inledningen och började fundera på teoriupplägget. (3,5 h)

Dag 6 13.1.2013 Delat in teoridelarna och rubrikerna och underrubrikerna. (2 h)

Dag 7 27.1.2013 Skrivit om hur ett företag blir lönsamt och om hållbar lönsamhet. (3 h)

Dag 8 11.2.2013 Läste och skrev om behovsteorier. (9 h)

Dag 9 12.2.2013 Mer om behovsteorier. (3 h)

Dag 10 19.2.2013 Skrev ännu mer om behovsteorier och fick klart det. (6 h)

Dag 11 25.2.2013 Skrev om från behov till handling. (5 h)

Dag 12 27.2.2013 Skrev om projektets bakgrund och syfte (3h)

Dag 13 3.3.2013 Skrev om försäljning och kundkontakt och om öka försäljning genom att utveckla dig själv. (5h)

Dag 14 2.9.2013 Kom igång med arbetet igen och läste igenom vad jag hade skrivit så långt. Skrev även om motiverade arbetstagare – högre lönsamhet. (5h)

Dag 15 5.9.2013 Skrev om företagskultur av tillit. (3h)

Dag 16 11.9.2013 Skrev om vision och motivation hand i hand. (2h)

Dag 17 14.9.2013 Skrev om motivering av personal (5h)

Dag 18 15.9.2013 Tog bort teoridelen om behov till handling och skrev om de interna motivationsfaktorerna. (1h)

Dag 19 18.9.2013 Skrev om skolning av personal (2h)

Dag 20 25.9.2013 Skrev om tillväxt som en del av den interna motivationen. (4h)
All teori klar.

Dag 21 30.9 2013 Började planera skolningen och funderade vad jag skulle ta med under skolningsdagen. (7h)

Dag 22 3.10.2013 Planerade mera och började skriva på skolningsmaterialet. Sökte information om vinproducenterna och skrev om dem. (7h)

Dag 23 7.10.2013 Skickade in teoridelen för gransking och sökte mer fakta om producenterna. (5h)

Dag 24 9.10.2013 Skrev nu utförligare om producenterna och deras viner. (5h)

Dag 25 14.10.2013 Skrev mera om producenterna och vinerna. (6h)

Dag 26 15.10.2013 Skrev ännu mer om samma sak om fick det klart. (6h)

Dag 27 16.10.2013 Läste om druvor och sökte material. Skrev om druvorna. (6h)

Dag 28 21.10.2013 Sökte, läste och skrev om våra fem sinnen, grundsmakerna och att kombinera mat och vin. (8h)

Dag 29 23.10.2013 Träffade restaurangchefen och visade upp mitt skolningsmaterial som nu var klart. Gick igenom olika saker och bestämde datum för skolningen. Gjorde anmälningsblanketten och satte upp den på personalens anslagstavla. (6h)

Dag 30 28.10.2013 Började planera tidsschemat inför skolningen. (6h)

Dag 31 29.10.2013 Träffade restaurangchefen igen och jag frågade om vilka viner det var möjligt att ta till provsmakningen. Träffade även köksmästaren och vi diskuterade matmöjligheterna till tastingen. Bestämde även vilka viner jag ville ha med efter att maten diskuterats. (8h)

Dag 32 30.10.2013 Gjorde tävlingsunderlaget, vinprovningsblanketterna, feedbackformulären och dagordningen. Besökte restaurangen och kollade utrymmet där skolningen skulle hållas för att bestämma mig för hur jag skulle organisera där. Förberedde mig för skolningen och alla praktiska detaljer. (12h)

Dag 33 31.10.2013 Skolningstillfälle. Kom två timmar före till restaurangen för att förbereda allt. Skolningen varade 6 timmar. (8h)

Dag 34 1.11.2013 Gjorde skolningsmaterialet till en handbok och sammanfattade vad vi hade kommit fram till under vinprovningarna. (8h)

Dag 35 4.11.2013 Skrev om planeringsskedet. (7h)

Dag 36 5.11 Skrev om förverkligande av skolningen och klistrade in bilagorna och ordnade dem. (9h)

Dag 37 8.11 Skrev abstraktet på svenska (1h)

Dag 38 9.11 Skrev abstraktet på engelska (1h)

Dag 39 10.11 Skrev slutledningar och diskussionen. Redigerade om i dagboken, gjorde källhänvisningarna och läste igenom hela arbetet för att senare skicka in den för granskning. (9h)

Totalt antal timmar: 202

SKOLNINGSMATERIAL

Skolningsmaterialet som jag använde mig utav under skolningsdagen presenteras här under i form av en innehållsförteckning. När jag introducerade vinproducenterna nämnde jag alla de länder som finns med på vinlistan och under varje land berättade jag vilka producenter som kom från vilket land. Vid presentationen av vinproducenterna gick jag noggrannare in på deras historia och läge i dag. Jag berättade även vilka produkter som kom från vilken producent och beskrev vinerna utförligt. Annat som kom att behandlas under dagen var vinernas druvor, våra sinnen, grundsmaker och att kombinera mat och vin. Efter teorin gick vi över till vinprovningar. Vid den första tastingen smakade vi endast på vinerna, men vid den andra smakade vi på vinerna tillsammans med mat. Efter vintasting 1 och 2 delade jag ut feedbackformulären och gjorde en kort genomgång av den.

1. INTRODUKTION AV VINPRODUCENTERNA LANDSVIS

- 1.1. Italien
- 1.2. Frankrike
- 1.3. Spanien
- 1.4. Nya Zeeland
- 1.5. Chile
- 1.6. Argentina
- 1.7. Sydafrika
- 1.8. Australien

2. PRESENTATION AV VINPRODUCENTERNA OCH DERAS VINER

- 2.1. Fratelli Martini
- 2.2. Cantine Maschio
- 2.3. Gerardo Cesari
- 2.4. Lo Zoccolaio
- 2.5. Cecchi
- 2.6. Chateau Cantin
- 2.7. La Chablisienne
- 2.8. Chateau Gassier
- 2.9. Arthur Metz

- 2.10. Trimbach Estate
- 2.11. Lanson, Père et Fils
- 2.12. Besserat de Bellefon
- 2.13. Moët & Chandon
- 2.14. Freixenet
- 2.15. Marqués de Cáceres
- 2.16. Sileni Estates
- 2.17. Casal de Gorchs
- 2.18. Viña Casablanca
- 2.19. Viña San Pedro
- 2.20. Finca Flichman
- 2.21. Nederburg Wines
- 2.22. Orlando Wines
- 2.23. Peter Lehmann Wines
- 2.24. Casella Wines
- 2.25. Plan B Wines
- 3. VINLISTANS DRUVOR
 - 3.1. Vita druvor
 - 3.2. Röda druvor
- 4. VÅRA SINNEN
 - 4.1. Färgen på vinerna
 - 4.2. Snurra runt vinet i ditt glas
 - 4.3. Dofta
 - 4.4. Smaka
 - 4.4.1. Syra
 - 4.4.2. Tanniner
 - 4.4.3. Sötma
- 5. VÅRA GRUNDSMAKER
- 6. KOMBINERA MAT OCH VIN
- 7. VINPROVNING 1
 - 7.1. Utdelning av vinprovningsblankett 1
 - 7.1.1. Utseende

7.1.2. Doft

7.1.3. Smak

7.1.4. Helhetsbild

7.1.5. Poäng

7.2. Diskussion

8. VINPROVNING 2

8.1.1. Utdelning av vinprovningsblankett 2

8.1.2. Smaka på mat och vin – välja själv – skriva Yes/No

8.1.3. Diskussion

9. Utdelning och genomgång av feedbackformulär