

# Ideellt kårengagemang

## - Drivkrafter och resultat

**Adam Yacob 841118**

**Handledare: Margareta Damm**

## **Förord**

Denna rapport är ett kandidatarbete skrivet vid Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet under våren 2011. Kursen omfattar 15 högskolepoäng och ges av företagsekonomiska institutionen. Jag vill rikta ett stort tack till handledare Margareta Damm för sitt tålamod, samt den feedback som jag har fått.

Jag vill också tacka Handelshögskolans i Göteborgs studentkår som via intervjuer möjliggjorde denna undersökning.

## Sammanfattning

**Datum:** Göteborg den 14 februari 2011.

**Kurs:** Kandidatuppsats i företagsekonomi, FEG 316, 15 p.

**Handledare:** Margareta Damm.

**Författare:** Adam Yacob.

**Titel:** Ideellt kårengagemang; "*drivkrafter och resultat*".

**Syfte:** Syftet med uppsatsen är att ta reda på vad som motiverar de studerande på Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet att under sin studietid arbeta med de ideella projekt som HHGS tillhandahåller.

**Metod:** Metoden som användes var en kvalitativ undersökning och resultatet visade varför studenter väljer att engagera sig ideellt inom studentkåren och varför de valt att engagera sig inom en specifik del av kåren.

**Analys:** I analysen har den teoretiska referensramen och den empiriska undersökningen sammankopplats.

**Slutsats:** Utifrån teorier och fakta togs en intervjuguide fram som användes i undersökningen för intervjuer med studenterna. Studenterna engagerade sig främst för att det var bra för deras framtida arbetskarriär, för den sociala gemenskapen/tillhörigheten och för att det var roligt.

## Innehållsförteckning

Sammanfattning .....	3
1. Inledning .....	6
1.1 Bakgrund .....	6
1.2 Kårobligatoriets avskaffande .....	7
1.3 Problemformulering .....	8
1.4 Syfte .....	8
2. Tidigare forskning .....	9
2.1 Artikel .....	9
2.2 Fallstudie .....	10
2.3 Marknadsundersökning .....	12
3. Teoretisk referensram .....	13
3.1 Motivation .....	13
3.2 En kort historisk tillbakablick .....	13
3.3 Klassiska behovsteorier .....	14
3.3.1 Maslows behovshierarki .....	15
3.3.2 Herzbergs tvåfaktorteori .....	15
3.3.3 Hackman och Oldham "Job characteristics model" .....	16
3.3.3 McGregor teori X och Teori Y .....	16
3.3.5 McClellands prestationsterori .....	17
3.3.6 Vrooms förväntningsteori .....	17
4. Metod .....	18
4.1 Val av metod .....	18
4.2 Urval av intervjupersoner .....	18
4.3 Utformning av intervjuguide .....	19
4.4 Trovärdighet .....	19
5. Empiri .....	19
5.1 Ideell förening .....	19
5.2 Ideellt studentengagemang .....	20
5.3 Om HHGS .....	21
5.4 HHGS företag .....	22
5.4.1 HHGS Holding AB .....	22
5.4.2 Handels Consulting AB .....	22
5.4.3 Handels Rekrytering AB .....	22

5.4.4 Handels Marketing AB.....	23
5.4.5 Handelsboden HB.....	23
5.5 HHGS - Arbetsmarknadsdagar.....	23
5.5.1 Gadden.....	23
5.5.2 Rekon.....	23
5.5.3 Gaius.....	23
5.5.4 Utblick.....	24
5.6 HHGS - Föreningar.....	24
5.7 Resultat.....	24
5.7.1 HHGS företag.....	24
5.7.2 HHGS arbetsmarknadsdagar.....	26
5.7.3 HHGS föreningar.....	27
6. Analys.....	29
6.1 Analys av resultat projekt emellan.....	29
6.2 Analys på de tre studieobjekten.....	31
6.2.1 Företag.....	31
6.2.2 Arbetsmarknadsdagar.....	31
6.2.3 Föreningar.....	33
6.3 Analys av resultat gentemot tidigare forskning.....	33
6.4 Förslag till framtida forskning.....	34
7. Slutsats.....	34
8. Avslutande diskussion.....	35
9. Källförteckning.....	37
9.1 Litteratur och artiklar.....	37
9.2 Övrigt.....	38

***”Till skillnad från en vd i ett aktiebolag får chefen för den ideella organisationen aldrig åtnjuta lyxen av att bara vara beroende av en enda dominerande beslutsgrupp. Han står inför en uppsjö beslutsgrupper som alla kan säga nej, men varav ingen ensam kan säga ja”***  
(Voluntarius, 2010).

## **1. Inledning**

I Sverige finns det gott om både väletablerade som oetablerade frivilliga organisationer. Andra former av frivilliga organisationer är studentorganisationer, studentföreningar och studentkårer. Begreppet studentkår är ett ålderstiget ord där *kår* kommer från franska *corps* (kropp) och har flera betydelser (Wikipedia 2010). Uppsatsen fokuserar på begreppet studentkår, men beskriver också vad en *ideell förening* är för något.

### **1.1 Bakgrund**

Sveriges äldsta studentkår är Uppsala studentkår som grundades den 11 mars 1849. Denna hade väldigt starkt studentinflytande redan på sin tid och arbetar fram till idag med frågor som berör allt från bostadssituationen för studenter till studentvänliga priser på kurslitteratur (Uppsala studentkår 2010). Exempel på andra studentkårer i Sverige är: Handelshögskolans i Göteborg studentkår (1891), Lunds studentkår (1867), Stockholm Universitets studentkår (1883) och Handelshögskolans i Stockholm studentkår (1909).

En studentkår som är framgångsrik ur många anseenden är Handelshögskolans i Göteborg studentkår. Detta beror på att verksamheten, en ideell förening, omsätter 17-20 miljoner kronor/år, sysselsätter hundratals studenter i diverse företag, arbetsmarknadsdag projekt och mindre föreningar som ägs av kåren till 100 % (HHGS 2010). Kåren ägs i sin tur av dess medlemmar.

Idag studerar det närmare 4500 studenter på Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet (Handelshögskolan 2010) och med kårobligatoriets avskaffande står studentkåren inför stora utmaningar (Dagens Nyheter 2010).

Det som gör det intressant att undersöka varför studenter väljer att engagera sig i ideellt arbete är dels för att det har gjorts väldigt få studier inom detta område, dels för att många studenter på Handelshögskolan någon gång under sin studietid kommer att komma i kontakt med Handelshögskolans i Göteborg studentkår.

## 1.2 Kårobligatoriets avskaffande

Kår- och nationsobligatoriet avskaffades den 1 juli 2010. Studenter ska liksom andra människor få välja om de vill tillhöra en förening eller inte. Det är envars demokratiska rättighet att själv besluta om man vill gå med i kåren eller inte.

Idag finns det regler för att man ska få kalla sig *kår*:

- Kåren ska bestå av studenter vid ett universitet eller en högskola och kunna representera studenterna inom kårens verksamhetsområde.
- Det huvudsakliga syftet ska vara att bevaka och delta i utvecklingen av utbildningen och studieförutsättningarna vid högskolan.
- Samtliga studenter inom verksamhetsområdet ska ha rätt att bli medlemmar i kåren (under förutsättning att de betalar den medlemsavgift som kåren har bestämt).
- Alla medlemmar, utom stödmedlemmar, ska ha rösträtt vid val till kårens högsta beslutande organ.

Det är universitet/högskola (och dess universitetsledning) som behandlar ansökan och kan godkänna kårstatus. *”Beslutet gäller normalt för tre år varefter ett nytt beslut fattas. En studentkårs verksamhetsområde måste sammanfalla med en organisatorisk eller geografiskt avgränsad del av lärosätet och får inte vara större än universitetet eller högskolan. Om flera sammanslutningar ansöker om ställning som studentkår inom ett verksamhetsområde ska den som bäst representerar studenterna inom verksamhetsområdet få ställning som studentkår”* (Regeringskansliet, 2011).

Detta är viktig information för att förstå skiftet från kårobligatoriets avskaffande till hur det fungerar idag. Tidigare var samtliga studenter tvungna att gå med i kåren för att få kunna skriva tentamen och för att få ta del av kårens verksamhet. Idag finns inte det kravet längre och kåren måste arbeta aktivt för att få studenter att vilja gå med i kåren. Det sätter en del press på kåren att göra relevanta saker som gör att studenterna väljer att gå med. I ett första skede måste man få in medlemmar – och i ett andra skede vill man ha aktiva medlemmar som adderar värde till organisationen. Arbetet görs oftast på ideell basis. Denna uppsats utforskar vad som motiverar studenter som är medlemmar i Handelshögskolans studentkår att engagera sig inom kåren.

### 1.3 Problemformulering

Denna uppsats kommer att ta reda på varför studenter väljer att engagera sig i ideella projekt inom Handelshögskolas i Göteborg studentkår<sup>1</sup>. Vilka element är det som motiverar till ideellt studentengagemang är den huvudsakliga problemformuleringen.

HHGS erbjuder ett brett utbud av sociala aktiviteter. Däribland hittas allt från företagsverksamhet, arbetsmarknadsdag projekt och föreningsverksamhet m.m. I denna uppsats behandlas de tre största studentprojekten; nämligen arbetet med företagen, arbetsmarknadsdagarna och föreningarna inom kåren. Samtliga aktiviteter arrangeras av HHGS medlemmar och skapar möjligheter för alla studerande på Handelshögskolan att nätverka och få reell arbetslivserfarenhet. De studenter som har valts att intervjuas är aktiva inom alla tre delar.

### 1.4 Syfte

Syftet med uppsatsen är att ta reda på vad som motiverar de studerande på Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet att under sin studietid arbeta med de ideella projekt som HHGS tillhandahåller. Undersökningen kommer också att bygga på följande forskningsfrågor:

- Finns det något tydligt skäl till varför man väljer att engagera sig inom en viss del av HHGS?
- Framtida syn på studentkårens utveckling?

---

<sup>1</sup> Benämns härnäst som HHGS i den löpande texten.



## 2. Tidigare forskning

### 2.1 Artikel

Artikeln *“How undergraduates are affected by service participation”* är en publikation av Alexander W. Astin & Linda J. Sax (1998). Artikeln är ett resultat av en större enkätundersökning som gjordes per e-post. Man nådde hela 3450 respondenter vid 42 olika institutioner i USA. En huvudfråga som besvarades var: varför väljer studenter på universitet att engagera sig i olika typer av ideell verksamhet?

*“Based on entering freshman and follow-up data collected from 3,450 students (2,287 women and 1,163 men) attending 42 institutions with federally funded community service programs, the impact of community service participation on undergraduate student development was examined. Even after regression analyses controlled for individual student characteristics at the time of college entry, including the propensity to engage in service, results indicate that participating in service during the undergraduate years substantially enhances the student’s academic development, life skill development, and sense of civic responsibility”* (Astin och Sax 1998).

Här nedan presenteras vad för typ av ideellt arbete som utfördes av de som svarade på enkäten. Störst andel var de som hjälpte till inom ”gymnasiet eller universitet” med hela 51.8 %. Därefter följer ideellt arbete inom grundskola med 38.5 %.

<b>Location of service</b>	<b>%<sup>2</sup></b>
<i>College or university</i>	51.8
<i>Elementary or secondary school</i>	38.5
<i>Church or other religious organization</i>	36.7
<i>Social or welfare organization</i>	28.8
<i>Hospital or other health organization</i>	25.9
<i>Community center</i>	22.5
<i>Park or other outdoor area</i>	20.3
<i>Other private organization</i>	17.0
<i>Sport or recreational organization</i>	14.1
<i>Other public organization</i>	12.8
<i>Local service center</i>	12.0
<i>Political organizationa</i>	5.6

**Tabell 1**, fritt från: *“How undergraduates are affected by service participation”*, (Astin och Sax, 1998).

<sup>2</sup> Percentages exceed 100 because many respondents marked more than one category.

En annan intressant tabell som presenteras i artikeln besvarar tidigare huvudfråga. Den visar att det vanligaste motivet studenterna angav var att de ville vara till hands för andra människor. Sist i tabellen kommer "att förbättra mitt cv" med 13.3 % .

<b>Reason</b>	<b>Noting Reason as "Very Important" <sup>3</sup></b>
<i>To help other people</i>	91.2
<i>To feel personal satisfaction</i>	66.9
<i>To improve my community</i>	62.5
<i>To improve society as a whole</i>	60.6
<i>To develop new skills</i>	43.2
<i>To work with people different from me</i>	38.1
<i>To enhance my academic learning</i>	37.6
<i>To fulfill my civic or social responsibility</i>	29.6
<i>To enhance my résumé</i>	13.3

**Tabell 2**, fritt från: "How undergraduates are affected by service participation", (Astin och Sax, 1998).

Eftersom artikeln publicerades år 1998 innebär det att den är 13 år gammal. Publikationen är med andra ord inte helt dagsfärsk och det framgår inte hur enkäten var utformad. Studien är från University of California, USA. Den viktigaste skillnaden på de som deltog i den tidigare studien och de som deltog i denna undersökning är att de tillfrågade arbetade med andra ideella projekt som framgick av tabell "Location of service". I denna uppsats koncentreras istället det ideella arbetet endast till Handelshögskolans kårverksamhet.

Sedan kan man fråga om en amerikansk studie är tillämpbar på ett svenskt fenomen, men då det fanns ganska lite forskningsmaterial ute som handlade om just ideellt arbete föll det naturligt att ha med Astin- & Sax's publikation.

## 2.2 Fallstudie

Till tidigare forskning hittades även en fallstudie på c-nivå av Ida Lindgren och Murat Sabotic; "Ideellt studentengagemang" (2009). I den uppsatsen undersöktes vad som motiverar teknologer och naturvetare vid Uppsala universitet att engagera sig ideellt inom Uppsala teknolog- och naturvetarekår. Den är baserat på en enkätundersökning och är följaktligen en kvantitativ undersökning.

<sup>3</sup> Percentages exceed 100 because many respondents marked more than one category.

I Lindgren & Sabotics gjordes ett urval av intervjupersoner. De personer som man valde ut var teknologer och naturvetare vid Uppsala Universitet som under 2009 arbetade i något av de

tre ideella projekt som arrangerades av Uppsala teknolog- och naturvetarekår. De var 69 utvalda studiepersoner, både män och kvinnor.

Innan man gjorde enkätundersökningen tog man fram en modell med nyckelord. Dessa nyckelord fick sedan vardera två stycken påståenden som de tillfrågade kunde välja mellan. Därefter sammanställdes alla påståenden och senare också, alla nyckelord. Därefter tolkade man resultatet och slutsatsen var följande:

*”De tre viktigaste anledningarna till varför studenter valde att engagera sig ideellt, samt vilka inre motivationsnyckelord de tillhörde var”:*

- *”att arbetet de utförde var roligt och stimulerande”*
- *”att de fick utvecklas som människor”*
- *”att de ville utvidga sitt sociala umgänge”*

### 2.3 Marknadsundersökning

Varje år gör Handelshögskolan en undersökning som heter: *"Vad hände sedan? En uppföljning av 2009 års examensstudenter"*. Marknadsundersökningen är inte något vetenskapligt underlag, men den är intressant att belysa eftersom det ställs många kritiska frågor som berör *"arbete och studentengagemang"*, vid sidan av studier. I den framgår det att 94 % har erfarenhet från kårarbete och extrajobb parallellt med studier. I många fall, visade sig att studenternas engagemang har varit en direkt avgörande anledning till att de har fått sitt första arbete.

Urvalsgruppen för undersökningen, som genomfördes hösten 2010, omfattar 472 personer och hade en svarsfrekvens på 70 % (Anthonsen, Larsson, 2010).

## 3. Teoretisk referensram

### 3.1 Motivation

Ordet *motiv* kommer från latinska *movere*, vilket betyder: ”att sätta i rörelse, påverka och göra intryck på” (Bakka, Fivelsdal, Lindkvist, 1993). Att definiera ordet motivation och få grepp om vad det innebär kan vara svårt. Om man slår upp ordet ”Motivation” i Nationalencyklopedin står det följande: ”Motivation (av *motiv*), psykologisk term för de faktorer hos individen som väcker, formar och riktar beteendet mot olika mål. Teorier om motivation förklarar varför vi över huvud taget handlar och varför vi gör vissa saker snarare än andra. De behövs för att vi ska förstå det faktum att organismer konsekvent strävar mot bestämda mål med hjälp av flexibla beteenden. Motivationskällan kan antingen förläggas inom personen eller organismen, som i instinkts- eller drivkraftsteorier” (Nationalencyklopedin 2011).

Ett annat sätt att uttrycka det är att en människa motiveras av både inre och yttre motivation och båda element kan få en person att handla på ett visst sätt. Det som motiverar en individ – behöver inte nödvändigtvis motivera någon annan. Motivation är en drivkraft till en handling i en viss riktning (Bruzelius, Skärvad, 2008: 289). Wiberg och Stemme (1987) definierar motivation som följande: ”att sträva efter att förverkliga ett visst mål”. Sist men inte minst kan man också se motivationsprocessen som Robbins (2000) väljer att beskriva det; ”Ett otillfredsställt behov skapar en drivkraft hos individen att utföra en uppgift, vilket stimulerar individen att söka uppfylla de mål vilka, givet att de uppnås, kommer att tillfredsställa individens behov och därmed sänka dess drivkraft att prestera”.

### 3.2 En kort historisk tillbakablick

En effekt av Hawthornestudien och human relations-skolan utvecklades kring 1940-talet. Motivationsforskningen blev en egen inriktning på human relation-rörelsen och den syftade till att finna sätt att styra de anställda så att de kunde bli mer produktiva. ”Ett resultat från Hawthornestudien handlade om frågan hur en anställd kan motiveras till att arbeta effektivare och därigenom producera mer” (Eriksson-Zetterquist, Kalling, Styhre, 2006: 134). Detta var startskottet för forskningsområdet som handlar om motivation i arbetslivet. En utgångspunkt från dagens forskare är ”att motivation och tillfredsställelse som kommer av arbetet påverkar människors handling och beteende i organisationer” (Bussing, 2002).

### 3.3 Klassiska behovsteorier

Det finns många olika teorier kring ämnet *motivation*, därför är det passande att dela upp motivationsteorierna i tre huvudgrupper; behovsteorier, kognitiva teorier och sociala teorier (Lindgren, 2000).

Till behovsteorierna räknas: Maslows behovspyramid, Herzbergs tvåfaktorteori och Hackmans modell. Här utgår man från att individen motiveras att utföra en arbetsuppgift om utfallet av uppgiften kan tillgodose individens fundamentala behov. Till de kognitiva motivationsteorierna räknas förväntningsteorier. Här handlar det om interaktionen mellan individens tankemönster och omgivningen. Till de sociala motivationsteorierna räknas bland annat rättviseteorier så som Discrepancy theory och Equity theory.

Man kan också dela upp motivationsstudier i innehållsorienterade motivationsteorier och processorienterade motivationsteorier (Eriksson-Zetterquist, Kalling, Styhre, 2006: 136).

Till de innehållsorienterade motivationsteorierna hör de som söker efter grundläggande mänskliga behov som: Maslows behovshierarki, McGregors X- och Y-teori, Herzbergs tvåfaktorteori, Hackman och Oldhams "*job characteristics model*".

Till de processorienterade motivationsteorierna hör de som utgår från olika variabler utifrån vilka den anställde väljer sitt beteende som: McClellands prestationsteori och Vrooms förväntningsteori, Adams jämviktsteori och Lawlers teori om lönenivåns betydelse.

De mest välkända behovsteorierna inom organisationsbeteende tas upp här nedan och samtliga går ut på att förstå vilka behov människor har och hur man kan motivera människor på bästa sätt. Man skiljer på olika teoretikers sätt att se på människans basbehov.

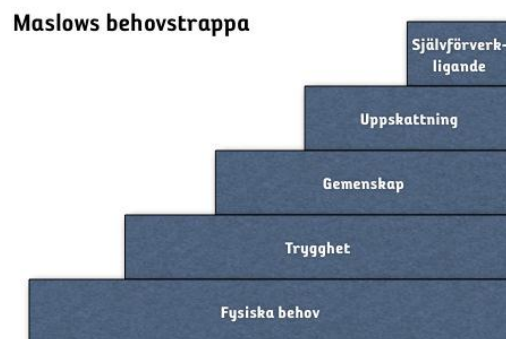
### 3.3.1 Maslows behovshierarki

Abraham H. Maslow var en amerikansk psykolog som ägnade mycket tid åt motivationsstudier och är kanske mest känd för sin behovshierarkiteori som han publicerade år 1943 (Bakka, Fivelsdal, Lindkvist, 1993). Maslow utgick från den utgångspunkten att människan var av naturen god. Behovshierarkin delar in människans behov i fem steg, dock är endast tre steg relevanta för denna fallstudie<sup>4</sup>. Dessa tre är:

1. (3) Sociala behov
2. (4) Behov av status och prestige
3. (5) Samt behov av självförverkligande

Enligt denna teoretiker är samtliga behov medfödda och instinktliknande. Hypotesen innebär att det finns en systematisk rangordning mellan motiven, från dem lägsta till de högsta behovsteorierna och innan de högre motiven aktiveras, måste bristmotiven först tillfredsställas. *"Maslow menar att alla människor strävar efter att nå den högsta nivån och när de lägre behoven är tillfredsställda kan en människa motiveras genom att vilja tillfredsställa de kommande behoven i trappan"* (Eriksson-Zetterquist, Kalling, Styhre, 2006: 134).

**Figur 1**, fritt från: *"Maslows behovstrappa"*, (Mindpark, 2010).



### 3.3.2 Herzbergs tvåfaktorteori

En annan teoretiker, Frederick Herzberg, utvecklade en så kallad tvåfaktorteori som handlade om tillfredsställelse och motivation (Herzberg 1966). Han skilde på två olika motivationsfaktorer:

- **Motivationsfaktorer.** Exempel på motivationsfaktorer är: prestation, erkännande, arbetet i sig, utvecklings- och karriärmöjligheter.
- **Hygienfaktorer.** Exempel på hygienfaktorer är: lön, fysiska och sociala arbetsförhållanden, företagspolicies samt administration.

<sup>4</sup> De två som inte tas upp i denna uppsats är: trygghet och fysiologiska behov.

Motivationsfaktorerna är något individuellt och kan påverkas av egna önskemål. Hygienfaktorerna associeras främst med faktorer i människans omgivning, det vill säga det som ligger utanför själva arbetsuppgiften. *”Motivationen förändras inte om enbart hygienfaktorerna ändras. Exempelvis innebär inte en förändring av arbetsförhållanden att människan får en känsla av att växa genom sig själv. För att människor ska känna sig motiverade måste således även motivationsfaktorerna uppfyllas”*.

### **3.3.3 Hackman och Oldham ”Job characteristics model”**

En annan teori är Hackman och Oldhams (1980), *”The complete job characteristics model”*. Till skillnad från de tidigare teorierna är denna motivationsteori interaktiv. Modellen särskiljer på följande:

- Inre arbetsmotivation
- Arbetets egenskaper
- Människors olika motivationsgrund och resultat

Hackmans modell visar att det finns ett starkt samband mellan arbetets grundläggande egenskaper och den individuella upplevelsen. *”Inre arbetsmotivation innefattar att en person måste ha kunskap om resultatet av sitt arbete, hon eller han måste uppleva ansvar för sitt arbete och arbetet måste uppfattas som meningsfullt”* (Eriksson-Zetterquist, Kalling, Styhre, 2006: 136).

### **3.3.3 McGregor teori X och Teori Y**

Denna teori kan ses som en fortsättning på Maslows motivationsteri hittas hos McGregor (1957, 1966). Han såg två sidor hos människan, varav den ena, teori X, var lat, passiv och med oresonabla krav på ekonomisk ersättning. Enligt den andra, teori Y, *”var människor inte av naturen passiva eller motståndare till organisationens behov, utan de hade snarare blivit det genom sina erfarenheter från organisationen. Alla människor hade kapaciteten och potentialen att utvecklas i linje med organisationens mål enligt teorin”* (Eriksson-Zetterquist, Kalling, Styhre, 2006: 134).



### 3.3.5 McClellands prestationsterori

Prestationsteorin från McClelland utgår från att alla människor har tre stycken grundbehov (McClelland 1985). Dessa tre är:

1. Behov av makt
2. Behov av kontakt och samhörighet
3. Behov av prestationer

Enligt McClelland finns det en skillnad på hur människor upplever grundbehoven. Dessutom bedömer han att människor uppnår mest när de har ett förhållandevis högt prestationsbehov. Dessa människor har också ett större behov av återkoppling/feedback. *”Det är resultatitriktade, kreativa människor som ställer upp krävande, väl genomtänkta mål för sig själva som de strävar efter att uppnå. För att få veta sina resultat vill de ha snabb feedback”* (Eriksson-Zetterquist, Kalling, Styhre, 2006: 139).

### 3.3.6 Vrooms förväntningsteori

Den sista teorin som tas upp för denna undersökning är Vrooms förväntningsteori (1964), även kallad VIE-modellen. Förväntningsteorin baserar sig på tre stycken element. Det första elementet är *Valens* och beskriver styrkan i människans önskan och värdesättning av belöningen för ett visst mål eller resultat. Det andra elementet, *förväntan*, beskriver att en person måste ha en tilltro om ett att det existerar ett samband mellan insats och resultat. Det tredje och sista elementet, *instrumentalitet*, innebär att en individ måste tro på att ett uppnått resultat faktiskt leder till den önskade belöningen.

Eriksson-Zetterquist, Kalling och Styhre beskriver förväntningsteorin som följande: *”förväntningsteorin utgår från att sannolikheten att en person ska arbeta hårdare är ett direkt resultat av förväntningarna av vad som kommer att hända kombinerat med värdet av detta utfall”* (Eriksson-Zetterquist, Kalling, Styhre, 2006: 140).

**Valens \* Förväntan \* Instrumentalitet = Motivation.**

**Figur 2**, fritt från: *”Motivationsformel”*, (Dag Ingvar J Jacobsen, 2008: 266).

Många av de teorier som har tagits upp här har åtskilliga gemensamma nämnare, och täcker in de flesta motivationsfaktorerna.

## 4. Metod

### 4.1 Val av metod

Till skillnad från undersökningen som gjordes av Lindgren och Sabotic (Ideellt studentengagemang, 2009) som är baserad på en *kvantitativ enkätstudie* (där fokuset låg på volym hos antal deltagande), valdes här istället en *kvalitativ undersökning*.

Med valet av denna metod fås en djupare förståelse om det berörda ämnet och skapar bättre förutsättningar att besvara aktuella forskningsfrågor. Det föll sig naturligt att välja att göra en strukturerad intervju eftersom svaren från respondenterna lättare kan tolkas och jämföras.

Litteraturen som valts beskriver *teorier* och definierar *motivation* på ett generellt och objektivt sätt, se källförteckning för de valda verken. Utgångspunkten för undersökningens intervjuprocess följer här nedan och är från *Samhällsvetenskapliga metoder* (Bryman, 2002).

1. Generella frågeställningar
2. Val av relevanta platser och undersökningspersoner
3. Insamling av data
4. Tolkning av data
5. Begreppsligt och teoretiskt arbete
6. Specificering av frågeställningarna
7. Insamling av ytterligare data
8. Rapport om resultat och slutsatser.

### 4.2 Urval av intervjupersoner

Vidare för att se varför studenter väljer att engagera sig ideellt inom kåren och i synnerhet inom vissa delar av HHGS kommer intervjuer att genomföras. Målsättningen är att intervjua 10 studenter från varje studentprojekt dvs. från; företagen, arbetsmarknadsdags projekten och föreningarna. Stöd har getts av en handledare som ställt upp på detta kandidatarbete och från Handelshögskolans studentkår, HHGS.

För bokning av intervjuer har e-postförfrågningar till de valda personerna skickats ut. Samtliga intervjuer har ägt rum på Handelshögskolan och har omfattat cirka 30 - 45 minuter samt spelats in med diktafon. Kompletteringar har gjorts per telefon.

Det är HHGS som gått med på att stötta undersökningen genom att hitta aktiva studenter som kunde delta. HHGS har bland annat skickat en intern e-post till samtliga delar inom organisationen. På så sätt kunde man lätt få kunskap om vilka som kunde tänka sig att ställa upp. Respondenterna är samtliga mellan 19-26 år gamla. Det intervjuades lika många män som kvinnor. En majoritet av gruppen som var med på undersökningen läste sitt första eller andra år. Detta kan bero på att nollningen, dvs. insparken traditionellt har en positiv effekt på att få in nya aktiva inom studentkåren.

### 4.3 Utformning av intervjuguide

Det naturliga steget var därefter att sammanställa en intervjuguide. Inspiration, idéer för frågor och upplägg, gavs av metodlitteraturen *Samhällsvetenskapliga metoder* av Alan Bryman (2002).

### 4.4 Trovärdighet

Samtliga intervjuer har renskrivits ord för ord utifrån inspelningar. Därefter har man kategoriserat data för respektive fråga och sammanställt dessa i ett dokument. På så sätt får man enkelt överblick över varje svar och det underlättar när man felsöker svaren till frågorna.

Den interna validiteten har varit väldigt viktig i denna undersökning. Det betyder att fokus varit att få en positiv överensstämmelse mellan mina observationer och de teoretiska idéer som utvecklats. Stor vikt har också lagts vid nyckelorden: tillförlitlighet, pålitlighet och möjligheten att styrka och konfirmera. Även äkthet har varit viktigt att arbeta med under denna undersökning. Det är till exempelvis av relevans att undersökningen ger en tillräckligt rättvis bild av de olika åsikter och uppfattningar som finns i den grupp av människor som studerats.

## 5. Empiri

### 5.1 Ideell förening

Det finns olika typer av föreningar och här konkritiseras vad en ideell förening är för något. Exempel på vanliga ideella föreningar är kulturföreningar, idrottsföreningar och studieförbund. Ändamålet med en ideell förening är att den måste bedrivas på ideell basis och främja sina medlemmars ekonomiska intressen. Villkoret är dock att den inte bedriver affärsmässig verksamhet (Skatteverket 2010).

Man registrerar en ideell förening hos Skatteverket och då får föreningen ett eget organisationsnummer. Det finns också krav på bokföringsskyldighet om den ideella föreningen:

- bedriver näringsverksamhet
- är moderföretag i en koncern, eller
- har tillgångar som överstiger 1.5 miljoner kronor.

Det är alltså viktigt att föreningen kännetecknas som något ideellt där ändamålet inte är av en affärsmässig karaktär. En förening som utgör en *ekonomisk förening* främjar främst medlemmarnas ekonomiska intressen och bedriver ekonomisk verksamhet av affärsmässig karaktär.

En förening skall också för att få ett organisationsnummer ha tagit fram stadgar för föreningen. *"En av huvudpunkterna i stadgarna bör därför vara att utförligt och preciserat ange föreningens ändamål"*. Det är vanligt att de flesta föreningar arbetar med tre grundläggande funktioner:

- den beslutande funktionen (föreningsmötet)
- den verkställande funktionen (styrelsen)
- den kontrollerande funktionen (revisorerna)

## 5.2 Ideellt studentengagemang

Människor kan ha olika syn på ideellt engagemang. HHGS beskriver ideellt studentengagemang som studenter som arbetar med något projekt, utan att få någon ekonomisk ersättning dvs. lön för arbetsinsatsen. Majoriteten av dessa projekt har inga krav på att göra en vinst, men det finns också projekt som har kvav på att leverera ett överskott av kapital. Till dem hör alla företag och arbetsmarknadsdagen Gadden. Inom företagen och föreningarna tillsätts årligen, en ordförande. Han/hon har det yttersta ansvaret och skall figurera som en chef inom den aktuella verksamheten som han/hon fått i uppgift att driva. På samma sätt tillsätts det projektledare för de arbetsmarknadsdagar som HHGS arrangerar. Det överskott av kapital som HHGS får, går till föreningens kassa. Pengarna används för att betala de kostnader som verksamheten har (HHGS 2010).

### 5.3 Om HHGS

”Handelshögskolans i Göteborg Studentkår finns till för- och drivs av studenter på Handelshögskolan. Organisationens syfte är att ge studenter möjligheter att få ut något mer av sin studietid. Studentkåren fungerar som en länk mellan student och skola”.

HHGS har en kårledning eller direktion som den också kallas. Kårledningen finns främst för att samordna den löpande verksamheten och fattar operativa beslut. I dagsläget finns det 7 utskottsordföranden som leds av presidiet som består av kårordförande och vice kårordförande. De övriga sju utskottsordförandena är: utbildningsutskottets ordförande, studiesocialutskottets ordförande, näringslivsutskottets ordförande, förvaltningsutskottets ordförande, internationellutskottets ordförande och marknadsföringsutskottets ordförande (HHGS 2010).

HHGS har även en styrelse som påminner om ett aktiebolags styrelse. Styrelsen är HHGS högsta beslutande organ och består av 13 ledamöter som väljs genom direktval. ”I korthet arbetar styrelsen med strategiska och långsiktiga beslut kring exempelvis anställningar. Styrelsen ansvarar för HHGS budget som helhet och granskar även organisationens föreningar genom att godkänna och avslå budgetar, verksamhetsplaner och nya föreningars stadgar” (HHGS 2010).

Idag väljer man själv om man vill bli medlem i studentkåren. Om man beslutar sig för att gå med i HHGS, har man möjlighet att vara aktiv i flera företag, i arbetsmarknadsgrupper som jobbar med kårens arbetsmarknadsdagar eller i några av de föreningar som finns registrerade. Oavsett till vilken grad man väljer att vara verksam finns det goda möjligheter till personlig utveckling, få ett ökat kontaktnät och framförallt – relevant arbetslivserfarenhet. Idag har 60 % av samtliga studenter som läser vid Handelshögskolan gjort att aktivt val att gå med i HHGS. Somliga är väldigt aktiva och engagerar sig i flera projekt inom studentkåren, andra deltar väldigt lite. Det är högst individuellt.

Kårens huvudsakliga syfte är bland annat att arbeta med följande: utbildningsbevakning, näringslivsverksamhet och studiesocial verksamhet. Det viktigaste uppdraget är just utbildningsbevakningen. ”Genom en ständig dialog med skolan ser vi till att studenternas åsikter om utbildningen uppmärksammas. Genom att lyssna på och förmedla studenternas erfarenheter ser vi tillsammans till att utbildningen utvecklas”. (HHGS 2010)

## **5.4 HHGS företag**

HHGS är grundare och ägare till flera företag. Ett axplock av dessa är: HHGS Holding AB, Handels Consulting, Handels Rekrytering, Handels Marketing och Handelsboden.

### **5.4.1 HHGS Holding AB**

HHGS Holding AB äger Handels Consulting, Handels Rekrytering, Handels Marketing och Handelsboden. Som ägare ställs krav på de tillsatta personerna som har fått i uppgift att bedriva företagen med vinst. Tanken med holdingbolaget är att få en mer enhetlig och ekonomisk inblick över hur det går för företagen. *”Anledningen till att man använder sig av holdingbolag är naturligtvis individuell men den vanligaste orsaken torde vara skatteskäl även om riskminimering ibland kan vara ytterligare ett skäl”* (Startabolag 2010).

### **5.4.2 Handels Consulting AB**

Handels Consulting är ett konsultföretag som drivs av studenter vid Handelshögskolan. De erbjuder konsulttjänster till konkurrenskraftiga priser inom marknad, interna processer, ekonomistyrning, strategi, juridik och miljö (Handelsconsulting 2010).

### **5.4.3 Handels Rekrytering AB**

Handels Rekrytering är ett bemannings- och rekryteringsbolag som ägs av studentkåren vid Handelshögskolan. Med en närhet till kompetenta studenter skapar de förutsättningar att hyra ut skarpa sinnen till Västsveriges näringslivsverksamhet (Handelsrekrytering 2010).

#### **5.4.4 Handels Marketing AB**

Handels Marketing grundades tidigt under 2009 och är fortfarande i uppbyggnadsfas. Företaget ska genom effektiv och kreativ marknadskommunikation hjälpa företag att tydligt kommunicera sina budskap (Handelsmarketing 2010).

#### **5.4.5 Handelsboden HB**

Handelsboden säljer huvudsakligen kurslitteratur till studenter som läser vid Handelshögskolan. Handelsboden har sin lokal på Handelshögskolan. Verksamheten har också en hemsida som är ett komplement till butiken. *”Syftet med verksamheten är att stå för studentnytta i form av service och att tillhandahålla kurslitteratur som är aktuell för de kurser som hålls vid Handelshögskolan. Vi säljer även kontorsmaterial och pr-produkter”* (Handelsboden 2010).

### **5.5 HHGS - Arbetsmarknadsdagar**

HHGS arrangerar fyra arbetsmarknadsdagar per år och de är: Gadden, Rekon, Gaius och Utblick. HHGS arbetsmarknadsdagar är ett praktiskt exempel på hur HHGS arbetar för att sammanföra näringsliv och studenter i ett gemensamt forum. Idéerna bakom alla arbetsmarknadsdagar är att ge företag en chans att marknadsföra sig och informera om vilket anställningsbehov de har. För de studenterna som bjuds in, innebär det otroligt stora möjligheter att skapa ett nätverk för deras framtida arbetskarriär (HHGS 2010).

#### **5.5.1 Gadden**

Gadden är Nordens största arbetsmarknadsmässa för ekonomer och jurister. Gadden omsätter ca 600 000 kr/år och har årligen ca 90 företag som ställer ut. Arrangemanget som sträcker sig under två dagar, besöks i sedvanlig ordning av etablerade entreprenörer, näringslivstoppar och andra kända profiler (Gadden 2010) inom nöjesbranschen.

#### **5.5.2 Rekon**

Rekon är en mer nischad mässa för företag som verkar inom revision och konsultbranschen. Rekon skapar förutsättningar för duktiga studenter och väletablerade företag att träffas och få ett konstruktivt utbyte av varandra (Rekonmässan 2010).

#### **5.5.3 Gaius**

Likt Rekon, erbjuder Gaius en välplanerad arbetsmarknadsmässa. Dock är denna mässa huvudsakligen riktad till alla jurister som studerar på Handelshögskolan (Gaius 2010).

### 5.5.4 Utblick

Utblick är en inspirationsdag som syftar till att öka intresset och medvetenheten för miljöarbete hos studenter på Göteborgs Universitet, Chalmers och hela Göteborg (Utblick 2010).

### 5.6 HHGS - Föreningar

Under HHGS finns en rad olika föreningar. Föreningarna finns till för studenter som delar samma typ av intressen. I dagsläget finns det ca 30 registrerade föreningar. Det är bred variation på antalet medlemmar hos föreningarna. Exempel på några föreningar är: Börsgruppen, Bolagstämorna, DJ-team Götes, Handels riskkapitalister, Sexet, Spexet och Gosskören (HHGS 2010).

## 5.7 Resultat

### 5.7.1 HHGS företag

#### *Vad motiverar dig till att engagera dig ideellt i Handelshögskolans i Göteborg studentkår?*

När de studenter som engagerade sig inom HHGS företag tillfrågades under deras intervjuer vad ideellt arbete innebär för dem och varför de engagerade sig ideellt inom HHGS svarade de med ord som personlig utveckling, möjligheter, moral, kreativitet, problemlösning, prestation, ansvar, påverka, samarbeta, arbeta med målsättning, social gemenskap, med mera. Dessa ord stämmer väl med hur litteraturen beskriver ämnet *motivation*. På frågan vad som motiverar dig att engagera dig i ideellt arbete svarade de med ord som: reell arbetslivserfarenhet, titeln (bra för cv:t), utvecklings- och karriärmöjligheter, samhörighet m.m. Dessa ord återfinns i många motivationsteorier. Alla visar att de tycker att det är viktigt med övrigt engagemang, vid sidan av studierna. Enligt student ett är det viktigt att skapa ett nätverk och ingångar hos företag så att man har flera jobbalternativ när man tagit sin examen. Student 2 påpekar flera gånger om vikten att ha några referenser och kontakter på sin examensdag. Enligt henne skall man göra allt vad man kan för att bygga relationer med potentiella arbetsgivare. Vidare berättar hon att hon har lärt sig väldigt mycket av de uppdrag som hon har utfört för företaget som hon representerar och att hon har fått träffa väldigt många likasinnade, drivna studenter som brinner för affärer och försäljning. Eftersom kåren



bygger på ideellt arbete, säger samma student, är det viktigt att få med alla, samt motivera alla runt omkring att arbeta mot ett och samma mål. Ideellt engagemang inom HHGS företag bygger på att skapa relationer med nya som gamla kunder, och att få folk omkring sig att förstå hur mycket man kan utvecklas efter ett väl utfört arbete.

### ***Finns det något tydligt skäl till varför man väljer att engagera sig inom en viss del av HHGS?***

När studenterna frågades under deras intervjuer varför de valde att engagera sig inom en specifikt inom företagen svarade de att dem sökte efter kontakt med företag, företag som de kan tänka sig att arbeta för i framtiden. Att engagera sig inom de företag som finns under HHGS är en fantastisk möjlighet att få relevant arbetslivserfarenhet och kunskap om hur det fungerar i ”det verkliga livet”. En annan student från denna grupp säger; att när man som ej-färdigutbildad student får chansen att arbeta med riktiga case med riktiga problem, pressar man sig till det yttersta för att prestera så bra som möjligt. Vidare berättar studenten att engagemanget i företagen skiljer sig otroligt mycket med den annars, mycket teoretiska utbildningen som Handelshögskolan erbjuder. Det viktigaste i arbetet med företagen är att man får chansen att arbeta med riktiga uppdrag, säger en av studenterna. De punkter som finns i McClellands prestationsteori, är högst relevanta. Om man vill arbeta med målstyrning, personalansvar, budgetansvar och liknande är det viktigt att vi också attraherar rätt typ av studenter – drivna studenter, fortsätter en av de tillfrågade.

### ***Framtida syn på studentkårens utveckling?***

Samtliga studenter är överens om att Studentkåren nu står inför gigantiska utmaningar i och med kårobligatoriets avskaffande. Student sex skildrar sitt synsätt; HHGS måste se över sin roll, funktion och arbeta fram en tydlig profilering. Detta skall förtydliga HHGS utbud och möjligheter och förhoppningsvis aktivera efterfrågan att bli medlem, och senare också öka kåraktiviteten hos den enskilda studenten. Student två berättar att fokus bör ligga på studentnytta och på att ta fram förmåner som kan ”locka över” studenterna. Enligt denna student har HHGS ett fenomenalt utbud, men inget av det kommuniceras ut till studenterna i dagsläget. Då avskaffandet möjliggjort att kåren kommer att få en mer marknadsmässig inriktning och producera fram olika evenemang och aktiviteter som verkligen efterfrågas.

Vidare tycks fler och fler att man inte kan förlita sig på bidrag från högskolor, universitet och andra statliga finansiärer och att det i framtiden kommer att vara en avgörande faktor att ha några stora huvudsamarbetspartners. Även andra studenter i denna grupp uttrycker att det kommer att behövas fler storföretag som investerar pengar i att få komma i kontakt med de studenter som läser på Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet; och att detta utgörs bäst via HHGS.

### **5.7.2 HHGS arbetsmarknadsdagar**

#### ***Vad motiverar dig till att engagera dig ideellt i Handelshögskolans i Göteborg studentkår?***

Arbetsmarknadsdagarna genererar mycket intäkter till HHGS och betyder således väldigt mycket för hela verksamheten. Tillsammans bidrar de fyra arbetsmarknadsdagarna till att skapa många forum för studenter att komma i kontakt med företag.

Vad som uppfattas vara den allmänna synen till varför man engagerar sig i arbetet med arbetsmarknadsdagarna är att man får arbeta i projektform och med en grupp likasinnade. Varje arbetsmarknadsdag leds av projektledarna som är en del av projektgruppen och det alla kunskaper och kompetenser delas öppet. Enligt en student från denna grupp finns det goda möjligheter att få komma i kontakt med företagsrepresentanter och få goda referenser för framtiden. Enligt de flesta studenterna som tillfrågades från denna grupp var det centrala att få arbeta med andra människor inom en grupp och där alla bidrar till att nå de mål som är uppsatta. En fördel med att få arbeta med arbetsgruppen för Gadden är att få lära sig hur man arbetar med en action plan med tydliga deadlines och budgetramar, säger student fyra.

#### ***Finns det något tydligt skäl till varför man väljer att engagera sig inom en viss del av HHGS?***

Enligt student tre är det främsta skälet att engagera sig ideellt med arbetsmarknadsdagarna att man får lära sig att arbeta i grupp och att man får vara med och bygga upp något från grunden. Samma student berättar vidare att det finns konkreta fördelar som: man får kontakt med företag, möjlighet att träffa likasinnade, arbetslivserfarenhet och ansvarsområden m.m. En annan student, student två, berättar noga hur mycket man växer som individ när man får arbeta i projektform och så nära andra människor. Man utvecklar en analytisk förmåga, berättar studenten. Något som var gemensamt för alla studenter från denna grupp var att de alla kände att de behövde någon praktisk erfarenhet som kunde komplettera deras teoretiska

utbildning. De tyckte också att det var något unikt att få vara en del av något så stort och att arbetet i sig var prestigefullt.

### ***Framtida syn på studentkårens utveckling?***

Att HHGS skall vara drivande i sitt arbete på Handelshögskolan är självklart viktig för sin överlevnad, menar studenterna från denna grupp. Enligt en student innebär det att HHGS nu blir tvungen att slipa sin kommunikation och utnyttja nya marknadsföringskanaler via sociala medier (Facebook, Twitter, Youtube). En annan student beskriver sin bild av HHGS och studentkårens framtid på följande vis: ”Då många studenter lever på marginalen eller inte har de bästa ekonomiska förutsättningarna – är det bra med alla typer av förmåner. Dock är det inte förmånerna som skall vara avgörande för att man skall gå med i HHGS, utan det handlar snarare om det utbyte och erfarenheten som man får möjlighet att ta del av”. Kåren skall erbjuda någonting för alla, säger en annan student. Tidigare, och i viss mån fortfarande, har studentkåren misslyckats med sin kommunikation.

### **5.7.3 HHGS föreningar**

#### ***Vad motiverar dig till att engagera dig ideellt i Handelshögskolans i Göteborg studentkår?***

Inom HHGS finns det ca 30 föreningar, varav några är hemliga. Många av dessa föreningar gör många roliga och kreativa saker, berättar en student som är föreningsaktiv. ”*Det som är fantastiskt är att det nästan finns någon förening för alla typer av människor. Vill man sjunga, dansa, eller syssla med att köpa och sälja aktier har man möjlighet till det*”. Samma student berättar sedan att det som driver honom är just att man kan engagera sig i just det som man tycker är roligt. Student sju beskriver att det är den sociala gemenskapen som är det centrala. ”*Man kan se föreningarna inom HHGS som små subgrupper där alla studenter engagerar sig i sådant som dem tycker är roligt och där det finns fler som brinner för samma sak*”. När studenterna svarade på varför de valde att engagera sig ideellt inom föreningarna svarade de med ord som: roligt, socialt och betryggande. Dessa ord stämmer väl in med vad litteraturen säger att bakgrunden till motivation är. Föreningarna erbjuder roliga aktiviteter, sittningar, middagar, tävlingar och liknande som många studenter uppskattar, säger student åtta. Enligt henne är föreningarna stoppen i HHGS. ”Man går med i HHGS för att få tillgång och access till alla föreningar. Det är det roligaste som finns. I den förening som jag är aktiv

får vi möjlighet att uppträda på tillställningar och på andra viktiga ceremonier som HHGS ligger bakom.

***Finns det något tydligt skäl till varför man väljer att engagera sig inom en viss del av HHGS?***

*”Jag är föreningsaktiv för att det är roligt och för att det tilltalar de personliga intressen som jag har”,* säger en student som är verksam inom en HHGS förening. Alla studenter i denna grupp svarade notoriskt med samma ordval som ”roligt”, ”kul” och ”fantastisk gemenskap” och att det var därför de valde att söka till de föreningar som finns. En student understryker att det är just de föreningarna som utgör en stor del av kårlivet och framförallt studentlivet. En student redogör för varför denna är aktiv inom föreningarna som tillhandahålls av HHGS: *”Anledningen till varför jag är aktiv inom föreningarna beror på att det är festligt och för att vi hittar på massor med roliga påhitt”*. Samtliga studenter i denna grupp förmedlar samma bild om att de festar mycket tillsammans och det är något som uppskattas. Några studenter svarade att det finns goda möjligheter att få träffa en pojkvän/flickvän i föreningarna och att det var därför de sökte dit.

***Framtida syn på studentkårens utveckling?***

Även här delar de studenter som hör till denna grupp uppfattningen om att HHGS och studentkårer runt om i Sverige står inför stora utmaningar. Man kommer att bli pressad till att göra aktiviteter som studenterna verkligen efterfrågar och som de är i behov av, berättar en student. Student fyra säger att med kårobligatoriets avskaffande är det väldigt viktigt att visa på alla möjligheter studentkåren erbjuder och skapa ett medvetande om HHGS hos studenterna. Något som är viktigt för HHGS är att man ökar trovärdigheten för organisationen för medlemmarna och att aktivt jobba för att bygga upp vårt varumärke genom att vara genomgående professionella det dagliga arbetet. *”Man kanske borde ta fram en broschyr och uppdatera informationen som finns på hemsidan oftare – göra allt mer tillgängligt”*.

## 6. Analys

### 6.1 Analys av resultat projekt emellan

Den största likheten mellan de tre olika grupperna var synsättet kring kommunikationen och marknadsföringen av HHGS. Samtliga studenter som intervjuades förstod tidigt hur HHGS och studentkårer skall arbeta för att i framtiden kunna bedriva sin verksamhet i framtiden. Man skall satsa på att ta fram enkla och kostnadseffektiva verktyg och synas mer i sociala medier. Den allmänna åsikten var att man måste bli mer kontinuerlig i sin kommunikation till exempelvis när det kommer till e-postutskick och postutskick. Bland de som frågades som var aktiva inom föreningarna fanns dock en mindre skillnad. De föreningsaktiva lade större vikt vid det sociala umgänget och att om man marknadsför föreningarna och sprider hur roligt det är så kommer fler och fler att höra om det och då vilja gå med. Vikten av social gemenskap bekräftas av bland annat Maslows (1943) behovshierarki.

De flesta av studenterna hade en tydlig bild av varför de engagerar sig ideellt inom de olika delarna av HHGS. Studenterna som motiveras att engagera sig ideellt inom företagen hade ett starkt behov av status, prestige samt behov av självförverkligande. I figur 1, har Maslow försökt kategorisera människors olika behov vid olika nivåer. Det unika var den tydliga avgränsning att det var de två översta stegen i trappan som utkristalliserades. En återkommande likhet mellan motivationsfaktorerna för de aktiva inom företag och litteraturen tycker att behov av, behov av kontakt, behov av samhörighet och behov av prestationer (McClelland 1985) är det mest centrala mål i arbetet. De aktiva inom HHGS företag är extremt resultatnriktade och det visade sig i resultatet. Att studenterna sökte till just denna del av HHFS - kan bero på att de tänker mer på deras mål, etablera ett kontaktnät och att få referenser för deras framtida arbetskarriär.

Studenterna som motiveras av att engagera sig ideellt inom arbetsmarknadsdagarna och de involverade projektgrupper lägger större vikt vid "arbetet i sig", vänskapen, samt tillhörigheten inom gruppen. Om man ännu en gång skulle göra en koppling till litteraturen och Maslows behovshierarki finner man här istället att det är det tredje steget som är i fokus och kanske en del av det fjärde steget. Till skillnad från föregående grupp är det här mer fokus på grupsamhörigheten och tittar man på Hackman och Oldhams "job characteristics model" finner man gemensamma faktorer. Många studenter från denna grupp underströk att det var

arbetets egenskaper som skapa tillfredsställelse och att man fick arbeta med likasinnade individer. En gemensam åsikt hos de flesta studenterna från denna grupp var just att det var blandningen mellan att ha sitt ansvarsområde i projektgruppen och att samtidigt få vara en del av det stora arbetet som skapade mervärde. Projektledarna för denna grupp berättade att det var just blandningen av studenternas olika kompetenser och ansvarsområden som bidrog till resultatet. Från deras sida, var det viktigaste att de skulle ge gruppen de verktyg som de behövde för att nå uppsatta mål och att mycket av det handlade om basbehov. *”Många studenter får energi av att bli sedda och de tar alla chanser att visa vad de går för i projektgruppen – ingen vill vara sämre än någon annan och alla bryr sig om slutresultatet”.*

En fråga som gett stor variation i svaret är angående varför man väljer att vara aktiv inom en viss del av HHGS. Studenterna som motiveras av att vara aktiva inom föreningarna lägger mer vikt vid en sak – att ha kul. Samtliga studenter har lyft fram varför de brinner för föreningslivet och ser de olika föreningarnas aktiviteter och förmåner som incitament att vara aktiv. Många föreningar får lov att äska pengar för att åka på resor och äta ute på finare restauranger och detta är något som de uppskattar eftersom de vanligtvis inte har tid eller pengar att göra det annars. Om man översätter bonuserna som föreningarna får när de äskar pengar kan man i viss mån se det som lön eller ersättning. Då kan det stämma överens med det som i litteraturen beskrivs som Herzbergs tvåfaktorteori. De svar som har erhållits skiljer sig inte från de svarandena från denna grupp.

## 6.2 Analys på de tre studieobjekten

### 6.2.1 Företag

De studenter som var aktiva inom HHGS företag svarade oftast på ett sätt som visar på hur resultatriktaden de var och att de ständigt hade ett långsiktigt tänk med deras insats som de gör idag. Tittar man på Maslows behovshierarki blir det lätt att dra kopplingar till de högre behoven, även Hersbergs tvåfaktorteori fallar väl in. Dock är det motivationsdelen och inte hygienfaktorerna som huvudsakligen berörs. Anledningen till varför hygienfaktorerna inte uppmärksammas på samma sätt kan bero på att de inte får någon ersättning i form av lön – och kanske har studenterna som är aktiva inom företagen en förståelse för att det är svårt för ett studentföretag att tillhandahålla en väldigt hög kvalitet när det kommer till arbetsmiljö, administration samt fysiska- och sociala arbetsförhållanden. Tittar man närmare på Hackman och Oldhams ”Job Characteristics Model” finner man även där sådant som är relevant. De som verkade inom denna grupp hade i princip samma bild av det arbetet som förväntades på dem från ledningen. ”Det viktigaste i arbetet med företagen är att man får chansen att arbeta med riktiga uppdrag”, säger en av studenterna. ”Arbetets egenskaper” och ”människors olika motivationsgrund och resultat” passar väl in. Det var just känslan av att befinna sig i det verkliga livet som kändes meningsfullt och skapade tillfredsställelse. McGregors teori X och teori Y användes inte och det var svårt att göra kopplingar till den teorin. Det kan bero på att många av studenterna varken hade någon tidigare erfarenhet eller att de fick lön. McClellands prestationsteori är sedan tidigare utvecklad för HHGS företag. Som framgick av många av studenternas svar så var det viktigt med riktiga uppdrag, tydliga gränsdragningar och deadlines. Studenterna fick makt (en titel, roll och därmed olika befogenheter), träffa likasinnade och de uppskattade att arbeta med prestationsbaserade mål. Vrooms förväntansteori gick det inte att dra paralleler till då vi inte hade några nyckeltal/mätetal från respondenterna. Det hade varit möjligt om man hade kompletterat den kvalitativa undersökningen med en kvantitativ undersökning.

### 6.2.2 Arbetsmarknadsdagar

Tittar man på vad som motiverade studenterna som var verksamma inom HHGS arbetsmarknadsdagar, fann man att de lade större vikt vid att känna sig delaktiv och omgiven av likasinnade samt möjligheten att få arbeta i team/grupp. Men studenterna lyfte också fram att det fanns goda möjlighet till att bygga ett nätverk och få referenser för framtiden. Om man tittar på Maslows behovstrappa är det tredje steget primär. Mittenpartiet handlar om social

gemenskap, tillhörighet, gruppdynamik och liknande. Det var väldigt lätt att dra kopplingar till det tredje steget med den informationen som samlades in från intervjuerna. Student två och student tre berättar att det har varit motiverande att få lära sig nytt, lära sig att arbeta i grupp, utveckla en analytisk förmåga, arbeta med fasta budgetramar och att få likasinnade att bidra med sin unika kompetens. Mittenpartiet av Maslows behovshierki består av just sociala behov, trygghet samt behov av status och prestige. Herzbergs tvåfaktorteori är även den aktuell, men precis som tidigare - är det främst motivationsteorierna som är användningsbara. Några av frågorna som ställdes, enligt intervjuguiden för denna undersökning, kunde varit mer fokuserade på hygienfaktorerna för att man då skall kunna förstå om det fanns något hos studenternas omgivning som berörde fysiska och sociala arbetsförhållanden, alternativt graden på administration och om huruvida denna var ett hinder eller möjlighet för ett framgångsrikt resultat eller som en drivande motivationsfaktor. Hackman och Oldhams model med arbetets egenskaper samt människors olika motivationsgrund och resultat kan också tolkas relativt enkelt om försöker analysera hur en student hade motiverats. ”...är det främsta skälet att engagera sig ideellt med arbetsmarknadsdagarna att man får lära sig att arbeta i grupp och att man får vara med och bygga något från grunden”. Det handlar om att en grupp studenter, alla med olika kompetens och förutsättningar som går ihop för att tillsammans addera värde till något som uppfattas som meningsfullt. McGregors teori X och teori Y användes inte och även här var det svårt att göra naturliga kopplingar till denna teori. Den hade säkerligen kommit till användning om vi hade tittat på en större organisation och om det var en branch som hade tydliga incitament för ett visst arbete, exempelvis lön. McClellands prestationsteori passar väl in då några studenter lyfte fram att det fanns en viss prestige i att få vara med i Gaddens projektteam eller i de grupper som arbetar med arbetsmarknadsdagarna. Dock var det inte mycket maktutövning! Kanske hade studenterna utvecklat mer om sina roller/arbetsroller/arbetsfördelning om det fanns fler frågor om deras roll/funktion. Ordet samhörighet användes av samtliga studenter. Vrooms förväntningsteori faller bort på grund av samma anledning som för HHGS företag. Det går inte att dra några naturliga kopplingar till förväntansteorin då man inte har mätt något av värdena: valens, förväntan och instrumentalitet.



### 6.2.3 Föreningar

De studenter som var aktiva inom HHGS föreningar lade störst vikt vid den sociala gemenskapen och att ha roligt! Det fanns en stor glädje och stolthet hos studenterna att kåren erbjöd ett fantastiskt utbud och att det fanns ”någonting för alla”. Många av teorierna fokuseras kring teorier som går att mäta på något vis. Det är dock svårt att mäta hur roligt studenterna hade och att det var just det som motiverade dem till att fortsätta. Av svaren att tolka, var det viktigaste att man kunde göra det som man tyckte var roligt och få ta del av en fantastisk gemenskap. Skulle man dra paralleller till teorierna skulle vi se att denna grupp inte har så höga krav på ersättning, prestige och något liknande. Det som däremot är av värde är just friheten, flexibiliteten och alla möjligheter att få göra det som man själv tycker är kul. Skulle man då göra som understryks i både analys och slutsats att man hade valt några få teorier och skapat rätt nyckelord/termer hade man säkert kunna tolka informationen från intervjuvaren bättre och på så vis bättre kunna använda olika teorier på ett mer effektivt sätt. Men eftersom det bara gjordes en typ av undersökning blir det svårt att dra större slutsatser, utan antagandena blir istället generella.

### 6.3 Analys av resultat gentemot tidigare forskning

Om man först utgår från *“How undergraduates are affected by service participation”* (Astin & Sax, 1998) och tabell 2 kan man se tydliga skillnader. I HHGS företag och HHGS arbetsmarknadsdag var det viktiga att utveckla nya egenskaper, men framförallt att få kontakter och referenser<sup>5</sup> för framtida arbetskarriär. I Astin och Saxs undersökning toppas ”to help other people” med hela 92.2 %. I denna undersökning användes inte ordet ”att hjälpa” av någon student.

Till tidigare forskning hittades även en fallstudie på c-nivå av Ida Lindgren och Murat Sabotic; *”Ideellt studentengagemang”* (2009). De tre viktigaste anledningarna till varför studenterna valde att engagera sig ideellt var:

- *”att arbetet de utförde var roligt och stimulerande”*
- *”att de fick utvecklas som människor”*
- *”att de ville utvidga sitt sociala umgänge”*

---

<sup>5</sup> Se ”to enhance my résumé”, den ligger på lägst placering med 13.3 %. Om samma metod hade används i denna fallstudie hade vi med säkerhet fått ett högre procentantal då majoriteten av studenterna lade stor vikt vid detta.

Här fanns stora likheter mellan alla studenter som intervjuades från de tre olika grupperna. HHGS föreningar ville utvidga sitt sociala umgänge och HHGS arbetsmarknadsdag ville utvecklas som människor genom att vara en del av projektledningsgruppen. Dessa två tyckte att det var roligt och stimulerande. Dock finns det inget här som går ihop med resultatet för HHGS företag – där fokus istället låg på nätverkande, karriär och att få referenser.

#### **6.4 Förslag till framtida forskning**

Förslag till framtida forskning skulle kunna vara att göra samma undersökning fast även med en kvantitativ enkätundersökning. Då kanske det hade varit lättare att förstå de studenter som svarar med sina ord – och kanske då kan man koppla samman ord med motivationsfaktorer/nyckelord. Dessutom får man volym och ett bredare spektrum på undersökningen.

Det finns gott om motivationsteorier med fokus på resultat inom bank och industri och då är det relativt lätt att dra mer naturliga kopplingar till litteraturen. Och som litteraturen uppmärksammade är en del av dessa motivationsteorier något förlegade. Det rekommenderas att det görs fler studier inom detta område för att få vidare förståelse över varför studenter väljer att engagera sig ideellt. Ett direktiv är att rikta undersökningen mot en större mängd personer som har olika roller för att bättre identifiera motivationsfaktorerna.

### **7. Slutsats**

Syftet för projektet var att identifiera om, och i så fall varför, studenter väljer att engagera sig ideellt inom studentkåren och de olika delarna inom föreningen.

Förväntningarna var att svaren inom de respektive grupperna skulle vara lika eller om åsikterna mellan grupperna skulle skilja sig åt. I rapporten har båda delar bekräftats och det överraskande var de tydliga gränserna som fanns. Undersökningen styrker även att det finns olika anledningar till varför man engagerar sig ideellt och att det finns olika syn på vad som är positivt med ideellt studentengagemang. Nedan besvaras undersökningens forskarfrågor:

***Vad motiverar dig till att engagera dig ideellt i Handelshögskolans i Göteborg studentkår?***

Enligt de studenter som intervjuades samt litteraturen är synen på motivation densamma och något positivt. De som motiverade de flesta studenterna att engagera sig ideellt var olika beroende på vilka tillfälliga behov studenterna hade. Beroende på vilken nivå/vilka behov studenterna hade – fanns olika drivkrafter till vilken arbetsinsats de utförde inom HHGS. Även litteraturen vittnar om varianter av motivationsteorier beroende på vilket behov den enskilda individen har.

### ***Finns det något tydligt skäl till varför man väljer att engagera sig inom en viss del av HHGS?***

Här fanns tydliga skillnader beroende på vilka delar som man tittade närmare på. Studenterna som var aktiva inom HHGS företag hade inte samma behov/intressen som exempelvis de som var aktiva inom HHGS föreningar. Om man utgår från några av de mest grundläggande motivationsstudierna, Maslows behovstrappa, kan man lättare förstå varför det föreligger sig att vara så. De aktiva inom HHGS företag hade många av basbehoven och sökte därför de högre behoven där de faktiskt kunde få utlopp för sin kreativitet, spontanitet och få utrymme för prestation och ansvar. De aktiva inom HHGS arbetsmarknadsdag kan ses som mittenpartiet i Maslows behovstrappa där vänskap, gruppdynamik och att känna sig delaktiv/omgiven av flera likasinnade var i fokus. De aktiva inom HHGS förening lade vikt vid basbehoven istället – och fokuset låg i att må bra och att ha roligt. Liknande resultat styrks av Lindgren & Sabotics undersökning.

Inom litteraturen framhålls också att beroende på vilka intressen som människor har – tenderar de att drivas och motiveras av olika faktorer.

### ***Framtida syn på studentkårens utveckling?***

Samtliga studenter som intervjuades delade här samma uppfattning om vilka åtgärder HHGS måste vidta för sin överlevnad. Större fokus på kommunikation och marknadsföring, samt ökade investeringar på hemsida, tryckmaterial är helt avgörande. Även fler förmåner efterfrågades för studenterna.

## **8. Avslutande diskussion**

Med den kunskap inom ämnet som jag som student erhållit under arbetets gång hade studien kunnat göras annorlunda. En avgörande begränsning har varit att jag varit ensam, då det vanligaste är att man är minimum två personer per fallstudiegrupp. Andra saker är avseendet på utformningen av intervjuguiden då det fanns för många frågor och således svårt att tolka och sammanfatta. Somliga frågor hade alltså varit relevanta att ändra. Dessutom hade fler intervjupersoner inom respektive grupp eller samma person vid mer än ett tillfälle varit önskvärt.

Något som jag reflekterade över var att motivationsteorierna som beskrivs ofta använde sig av samma ord och att det var svårt att tolka fritt vad ett visst nyckelord betydde. Under intervjuerna möttes jag av samma resonemang – fast med andra ord och meningsuppbyggnader. Det ideella engagemanget är enligt mig, helt fantastiskt och all kunskap om HHGS från medlemmarna och de aktiva gör att organisationen inte faller sönder.

Vid alla intervjuer har svaret på skillnader i synen på varför man är kåraktiv och i synnerhet inom en viss del av HHGS varit tydligt utkristalliserat. Ett resonemang till varför det har varit så tydligt kan ses i syftet hos de olika delarna. Ett företag syftar till att gå med vinst och då sätts press på försäljning, prestige och dylikt. För att en arbetsmarknadsdag skall vara lyckad krävs det rätt kompetenser och rätt form av gruppdynamik – och mindre fokus på prestige. Och alla föreningar syftar till att göra sådant som man tycker är kul, vid sidan av studierna. Det som är kul kan vara det som studenterna har intresse av och kan vara allt från Extremsportaktiviteter till köp och sälj av aktier. Eftersom syftet med undersökningen bygger på skillnader har det ibland varit lite frustrerande att inte få konkret information och förståelse över vad de menar. Däremot har det varit lätt att förstå den fråga som berörde HHGS framtid.

Hur som helst måste HHGS ständigt arbeta med att utöka sitt utbud så att det finns något för alla. Därefter är det viktigt att kommunicera ut alla aktiviteter och forum för att väcka intressen hos potentiella medlemmar.

## 9.Källförteckning

### 9.1 Litteratur och artiklar

Anthonsen, Mette & Larsson Hannah m.fl., *Vad hände sedan?*, Intellecta Infolog, Falun, 2010.

Astin, Alexander W. & Sax Linda J. *How Undergraduates are affected by service participation. Journal of College Student Development.* 1998.

Bakka, J., Fivelsdal, E., Lindkvist, L. (1993), *Organisationsteori - struktur, kultur, processer*, upplaga 2, Liber-Hermods, Köpenhamn/Växjö

Bryman Alan, 2002, Liber AB, Sahara printing, Egypten 2009

Bruzelius, L. H., Skärvad, P-H. (1995), *Integrerad organisationslära*, Studentlitteratur: Lund.

Bruzelius, L-H., & Skärvad, P-H. (2008). *Integrerad organisationslära*. Studentlitteratur: Lund.

Bussing, André (2002). *Motivation and satisfaction ur Sorge*, Arndt. Red. *Organization*. London: Thomson Learning.

Drucker, Peter. *Om ideellt ledarskap*, 2011. Tillgänglig: 2010. <<http://www.voluntarius.com/Ideell-logik.htm>>

Eriksson-Zetterquist, U., Kalling, T m.fl., (2006), *Organisation och Organisering*, upplaga 2, Liber, Malmö.

Handelshögskolans i Göteborg Studentkår. *Handelsbalken*. 2011. Hämtad den 5 juni 2011. <[http://www.hhgs.se/index.php?page=stadgar&hl=sv\\_SE](http://www.hhgs.se/index.php?page=stadgar&hl=sv_SE)>

*Herzberg 1966*

Lindgren, Ida & Sabotic Murat, *Ideellt studentengagemang*, Örebro, 2009. Uppsala universitet

MacGregor, Douglas (1957). The human side of Enterprise. *The management Review*, 46 (11): 22-28.

MacGregor, Douglas (1966). *Leadership and Motivation*. Cambridge: The M.I.T press.

McClelland, David C. (1985). *Human Motivation*. Glenview, Illinois: Scott, Foresman and Company.

Regeringskansliet. *Frågor och svar som rör riksdagens beslut att avskaffa kårobligatoriet med anledning av regeringens proposition Frihet och inflytande - kårobligatoriets avskaffande (prop. 2008/09:154)*. Publicerad 17 mars 2009. Hämtad 5 juni 2011. <<http://www.sweden.gov.se/sb/d/11781>>

Robbins, S. (2003) *Organizational Behavior*. New Jersey, Prentice Hall.

Vroom, Victor H. (1964). *Work and Motivation*. New York: John Wiley & sons, Inc.

Wiberg, L & Stemme, I. (1987) *Målförverkligande ledarskap. En bok om självständighet och samverkan*, Norstedts Förlag, Stockholm.

## 9.2 Övrigt

<http://www.voluntarius.com/Ideell-logik.htm>

<http://sv.wikipedia.org/wiki/K%C3%A5r>

<http://www.uppsalastudentkar.nu/sv/node/3259>

[http://www.hhgs.se/index.php?page=policys-och-styrdokument&hl=sv\\_SE](http://www.hhgs.se/index.php?page=policys-och-styrdokument&hl=sv_SE)

<http://www.hgu.gu.se/item.aspx?id=760>

<http://www.dn.se/nyheter/sverige/karobligatoriet-avskaffat-2009-06-10>

<http://www.skatteverket.se/foretagorganisationer/forforeningarstiftelser/ideellaforeningar.4.6a6688231259309ff1f800028215.html>

<http://www.startabolag.info/holdingbolag>

<http://www.handelsrekrytering.se/page.aspx/om-oss>

<http://www.handelsconsulting.se/?pathInfo=/om-oss/vision-och-affarside>

<http://handelsmarketing.se/>

<http://www.handelsboden.org/>

<http://www.gadden.com/foeretag/>

<http://www.rekonmassan.se/index.php>

<http://www.gaius.nu/om.php>

[http://www.smilsidan.com/utblick/utblick\\_gumiljo](http://www.smilsidan.com/utblick/utblick_gumiljo)

<http://www.ne.se/lang/motivation>

<http://www.chef.se/dynamisk/index.php/ordbok/ord/funktionsorganisation/>

<http://www.vof.se/folkvett/19992maslowmyten>

[http://mindpark.se/wp-content/uploads/2008/02/maslows-behovstrappa\\_2.png](http://mindpark.se/wp-content/uploads/2008/02/maslows-behovstrappa_2.png).  
2010-04-06