



UNIVERSITY OF GOTHENBURG
SCHOOL OF BUSINESS, ECONOMICS AND LAW

Arbetsplatsens miljöarbete

En kvalitativ studie om miljöarbetets påverkan på medarbetarnas motivation.

Företagsekonomiska institutionen
Management & Organisation
Höstterminen 2020
Kandidatuppsats

Författare:

Josefin Arhusiander, 930820
Muhammed Abdi, 970127

Handledare:

Richard Nakamura

Sammanfattning

Studiens syfte var att undersöka hur medarbetarnas motivation påverkas av arbetsplatsens miljöarbete, samt redogöra varför och hur arbetsplatsen ska arbeta för att uppnå högre motivation. Vi genomförde 12 kvalitativa intervjuer med chefer och medarbetare i ett blandat urval av företag. Teorin plockades in från ett antal olika källor rörande CSR med fokusering av miljöperspektiv och motivationsteorier. Insamlad data har utvärderats efter teorierna kring CSR och motivation. Resultatet visar att arbetsplatsens miljöarbete inte har någon påverkan på medarbetarnas motivation. Dock är miljöarbete viktigt att applicera på en arbetsplats, då medarbetarna föredrar en arbetsplats som är måna om miljön.

Nyckelord: CSR, Motivation, Miljöarbete.

Innehållsförteckning

1.	Problembakgrund.....	4
1.1.	Inledning.....	4
1.1.1.	Introduktion.....	4
1.1.2.	Bakgrund.....	4
1.1.3.	Varför studien behövs.....	5
1.2.	Syfte och Problemställning.....	5
1.2.1.	Syfte.....	5
1.2.2.	Problemställning.....	5
1.3.	Avgränsningar.....	5
2.	Teoretisk referensram.....	6
2.1.	CSR.....	6
2.1.1.	Allmänna perspektiv på CSR.....	6
2.1.2.	Sätt att se på CSR.....	6
2.1.3.	Definitioner av CSR.....	6
2.1.4.	Problem med CSR-begreppet bland företag.....	7
2.1.5.	CSR-Utmaningar.....	7
2.2.	Motivation.....	8
2.2.1.	David McClellands motivationsteori.....	8
2.2.2.	Företagskultur.....	8
2.2.3.	Motivationskrafter.....	9
2.3.	Fördelar med motiverade medarbetare.....	9
2.4.	Hur den teoretiska referensramen appliceras till vår studie.....	10
3.	Metod.....	11
3.1.	Forskningsansats och synsätt.....	11
3.1.1.	Vetenskaplig ansats.....	11
3.1.2.	Forskningens synsätt.....	11
3.2.	Datainsamling.....	12
3.2.1.	Primär- och sekundärdata.....	12
3.2.2.	Urval.....	12
3.3.	Intervjuernas struktur.....	13
3.3.1.	Intervjuer.....	13
3.3.2.	Semistrukturerad intervju med öppna frågor.....	13
3.3.3.	Online observationer.....	13
3.4.	Analys av data.....	14
3.4.1.	Dataanalysen.....	14
3.4.2.	Undersökningens trovärdighet.....	14
3.4.3.	Kritik av metodval.....	14
3.5.	Etik.....	15
4.	Empiri.....	16
4.1.	Arbetsplatsens CSR- och miljöarbete.....	16
4.1.1.	CSR.....	16
4.1.2.	Miljöarbete.....	17
4.2.	Motivation och miljöarbete.....	18
4.2.1.	David McClellands motivationsteori.....	18
4.2.2.	Företagskultur.....	20
4.2.3.	Motivationskrafter.....	21
5.	Analys.....	24
5.1.	Arbetsplatsens CSR- och miljöarbete.....	24
5.1.1.	CSR.....	24
5.1.2.	Miljöarbete.....	24
5.2.	Motivation och miljöarbete.....	25

5.2.1.	David McClellands motivationsteori	25
5.2.2.	Företagskultur	26
5.2.3.	Motivationskrafter.....	26
6.	Slutsats	27
6.1.	Påverkas medarbetarnas motivation av arbetsplatsens miljöarbete?	27
6.2.	Framtida forskning	27
6.3.	Avslutande diskussion	27
7.	Referenslista	28
8.	Bilagor.....	30
8.1.	Intervjuguide.....	30

1. Problembakgrund

Följande kapitel presenterar studiens bakgrund. Kapitlet beskriver också syftet, frågeställningen och de avgränsningar som gjorts.

1.1. Inledning

1.1.1. Introduktion

I dagens samhälle blir det allt viktigare för företag att ta samhällsansvar. Corporate Social Responsibility, som förkortas CSR, innebär att företagen själva ansvarar för sin samhällspåverkan ur ekonomiska, sociala och miljömässiga perspektiv (Ansvarsfullt företagande, u.å.). Företag väljer att implementera CSR-arbete då bidra till hållbar utveckling samt ökad legitimitet, vilket uppfattas som en viktig faktor för företagets överlevnad (Grey, 2009).

Företag använder också CSR-arbete för att öka värdet hos interna intressenter, då det bidrar till bättre relationer samt kommunikation. CSR-arbete ökar tillfredsställelse hos konsumenterna, vilket är en annan positiv aspekt. Resultatet som uppkommer gynnar samhället långsiktigt samt stärker företagets varumärke (Graafland & Van de Ven, 2006).

Ett viktigt perspektiv att beakta är marknadens uppfattning. Att inte uppmärksamma CSR kan upplevas nonchalant. Ökat intresse bland investerare, högre trovärdighet, lojala kunder och starkare relationer är några fördelar som uppkommer av CSR-arbete. I Sverige har CSR blivit en allt mer viktig fråga. Fler företag väljer att applicera CSR-arbete, i verksamheten samt strategin, vilket resulterar till en stärkt bild av Sveriges CSR-arbete samt ökad konkurrenskraft hos svenska företag (Sweden Abroad, u.å.).

1.1.2. Bakgrund

Grey (2009) förklarar att dagens företag växer och förändras i allt snabbare takt. Författaren menar att medarbetarnas värde ökar samt att deras arbete har en allt högre påverkan. Studien undersöker motivationens betydande del i medarbetarnas arbete. Grey (2009) lyfter flexibilitet som en viktig aspekt i sammanhanget. Det blir problematiskt för företag, som inte är flexibla, att behålla platsen på marknaden. Företag bör uppvisa legitimitet och därmed även deras CSR-arbete, för att stärka sin plats på marknaden (Grey, 2009). Vi vet dock inte vilken betydelse CSR-arbetet egentligen har för medarbetarna eller om det faktiskt existerar. Därför granskar studien om arbetsplatsens CSR-arbete existerar, med fokus på medarbetarnas uppfattning av CSR med inriktning på miljöarbete.

Eftersom mediedebatten ger en bild av ökat intresse gällande ansvarstagande gentemot miljön, har vi valt att fokusera mer specifikt på miljöarbete. Innan studien visste vi inte om arbetsplatsens miljöarbete påverkar medarbetarnas motivation, därför var forskningsfrågan relevant. Studien undersöker hur medarbetarna upplever arbetsplatsens miljöarbete och dess påverkan på motivationen. Amabile (1993) menar att individer kan drivas av både inre- och

yttre motivationskrafter. Skillnaden mellan dessa är att inre motivationskrafter handlar om värdeskapande hos individen, medan yttre motivationskrafter handlar om belöningar baserat på individens resultat. Studien undersöker medarbetarnas motivationskrafter och kopplingen dess till miljöarbete.

Artikeln, publicerad på Motivation.se (2011), menar att CSR-arbete bidrar till ett positivt rykte, vilket lockar ny arbetskraft samt att befintliga medarbetare stannar inom företaget. Det är viktigt för arbetsplatsen att se medarbetarna som mänskliga. Kerr (1975) förklarar att människor drivs av utveckling och prioriterar egna behov framför andras. Studien undersöker om medarbetarna vill utvecklas, samt om de utvecklats i syfte att förbättra miljön. Det finns en koppling, mellan arbetsplatsens miljöarbete och medarbetarnas val av arbetsplats, som redovisas i studien.

1.1.3. Varför studien behövs

Studien bidrar med kunskap som ökar förståelsen om arbetsplatsens miljöarbete och dess påverkan på medarbetarnas motivation. Resultatet förklarar om det är gynnsamt att applicera miljöarbete, i syfte att öka motivationen. I den teoretiska referensramen, under rubrik "*Fördelar med motiverade medarbetare*", förklaras fördelar motivation medför. Baserat på resultatet, är studien relevant för företag som vill öka motivationen hos medarbetarna.

1.2. Syfte och Problemställning

1.2.1. Syfte

Studiens syfte är att undersöka hur arbetsplatsens CSR-arbete, specifikt miljöarbete, påverkar medarbetarnas motivation. Studien kommer granska varför och hur arbetsplatsen ska arbeta för att uppnå högre motivation hos medarbetarna.

1.2.2. Problemställning

Påverkas medarbetarnas motivation av arbetsplatsens miljöarbete?

1.3. Avgränsningar

Studien avgränsas och kommer bortse från de sociala- och ekonomiska perspektiven av CSR, för att enbart fokusera på miljöperspektivet. Det som specifik kommer studeras är arbetsplatsens miljöarbete. Studien undersöker ett blandat urval av företag som är stora, medelstora och små företag.

2. Teoretisk referensram

Följande kapitel presenterar den teoretiska referensramen studien grundar på. Kapitlet lyfter och förklarar CSR, miljöarbete samt motivation.

2.1. CSR

2.1.1. Allmänna perspektiv på CSR

Under de senare åren har CSR vuxit allt mer inom vetenskapligt arbete och även tillämpats mer i verkligheten. Fenomenet CSR har existerat och varit pågående under en långvarig tid. Första gången CSR benämndes var av Howard Bowen. Han skrev en bok med titeln "Social Responsibilities of the Businessman". Boken ses vara utgångspunkten för fenomenet CSR i dagens samhälle. Med tiden har det uppkommit allt mer oreda kring definitionen av CSR. Forskare har varit oeniga om den rätta definitionen av CSR, eftersom det förekommer olika definitioner (Carroll, 2016).

2.1.2. Sätt att se på CSR

Carroll (2016) har försökt reducera mellanrummet av de varierande synvinklarna om ansvaret som företag innehar. Försöken gjordes genom att föra ihop ekonomiskt ansvarstagande med socialt ansvarstagande. Författaren förklarar att företag har fyra delar som de måste ansvara över: etiska, legala, filantropiska och ekonomiska. Dessa fyra delar har sitt ursprung ifrån Carroll CSR-pyramid som anses vara en stadigvarande och ofta förekommande framställning om CSR. CSR-pyramiden tydliggör att företag måste ta hänsyn till hela konceptet som en helhet och inte endast fokusera på en bit. Förpliktelser som företagen har gällande fastställande, riktlinjer, handlingar och behandlingssätt gör att alla områden de ansvarar för kan fullbordas (Carroll, 2016).

Carroll (2016) anser att den ekonomiska aspekten är en grundpelare, som de andra tre delarna i pyramiden bygger på. Jämsides hävdar Carroll att förhoppningarna inte är att fullgöra handlingar i pyramiden underifrån och arbeta uppåt, utan de måste fullgöras tillsammans. Det sammanlagda ansvaret, som företag borde utföra, tolkas gemensamt i förhållande till de andra delarna (Carroll, 2016).

2.1.3. Definitioner av CSR

CSRs definition anses vara komplex och invecklad. Det finns två kritiska synvinklar av definitionen (Carroll, 2016):

Den första synvinkeln är att engagemanget måste ske frivilligt. Handlingssätt som påverkas av tvingande lagar och fackliga överenskommelser är inte frivilliga (Carroll, 2016).

Den andra synvinkeln är att engagemanget ska sträcka sig över skyldigheten gentemot aktieägare, och nå grupper i samhället som medarbetare, konsumenter, leverantörer och närliggande samhällen (Carroll, 2016).

Carrolls CSR-pyramid används idag som utgångspunkt i definitioner av begreppet CSR. Carrolls koncept har länge varit den mest hållbara och allmänt citerade i olika litteraturer, trots förekomsten av flertal definitioner och modeller av begreppet CSR (Nalband & Al kelabi, 2014; Crane & Matten 2004). Dock förekommer kritik om Carrolls definition av begreppet.

Carrolls sätt att integrera delarna i CSR-pyramiden kritiserar. Kritikerna menar att Carroll försöker skapa ett *paraplykoncept* i förhållandet mellan företag och samhälle (Nalband & Al kelabi, 2014; Wayene Vissler, 2006). *Paraplykoncept* innebär att företagets förbättringsarbete definieras med hjälp av ett större antal verktyg och koncept. Visser & Stunter (2002) menar att Carroll har missat den nya trenden där ekonomiska, sociala och miljöaspekterna av företagsansvar integrerar med varandra (Nalband & Al kelabi, 2014; Visser & Sunter, 2002).

Det faktum att företagsledare i allt högre grad använder den så kallade *triple bottom line metoden* för att beskriva CSR-aktiviteter. Antyder på att Carrolls CSR-pyramid har begränsat värde, baserat på effekterna den kan medföra. *Triple bottom line metoden* innebär att inte endast ekonomiska resultat redogörs, utan även sociala- och miljömässiga resultat (Nalband & Al Kelabi, 2014; Visser, 2006).

2.1.4. Problem med CSR-begreppet bland företag

Carroll och Buchholtz (2006) påstår att företag inte är bemannade nog, eftersom de saknar nödvändig kunskap för att involveras i miljörelaterade frågor som hjälper samhället. Ledningar är inriktade på att nå ekonomiska mål och strategiska bestämmelser, vilket medför brister i delarna som påverkar beslutfattande om miljöperspektiv i samhället. Andra författare lyfter också problematiken, om att företag inte är tillräckligt bemannade för att intressera sig i miljöfrågor i samhället. Davis (1973) förklarar att ledare i företag inte har kunskapen att styra företag till att stötta miljöaspekter, eftersom fokus och kompetens ligger på finansiellt och strategiskt beslutfattande.

2.1.5. CSR-Utmaningar

Företagen har hjälpmedel för att engagera sig i CSR, därför blir det som ett krav att ha engagemang och ta samhällsansvar. Det kan exempelvis ge arbetstagarna en bra arbetsplats, framställa pålitliga produkter och även upplysa människor om deras första steg i att stödja samhället (Carroll & Buchholtz 2006). Carroll & Buchholtz (2006) påstår att företagen besitter hjälpmedel för att ta sig an och upplösa de svårigheter som finns i samhället, som andra provat lösa men inte lyckats med. Trots att staten tar initiativ och ansvar skall även företag göra sin plikt och ta sitt ansvar. Carroll och Shabana (2010) menar att företagen har som ett krav från samhället att vara ekonomiska och vinstgivande, samtidigt som de tar ansvar över sina aktörer, anställda och befolkning. Detta blir även viktigt ifall de måste sätta sitt vinstgivande åt sidan för att fullgöra dessa krav.

2.2. Motivation

2.2.1. David McClellands motivationsteori

Det finns individuella skillnader i individens drivkraft och behov som tillsammans påverkar motivationen, på exempelvis en arbetsplats. David McClelland förklarar en motivationsteori där dessa individuella skillnader ligger i fokus. *Tillhörighet*, *prestation* och *makt* är, enligt teorin, tre basala behov som påverkar individens motivation (Uduji, 2013).

Uduji (2013) menar att individer med behov av *tillhörighet* drivs av att ha konstruktiva relationer till andra individer. De blir tillfredsställda av varma, betydande och nära relationer. Vidare förklarar författaren att individerna ofta är sociala, samarbetsvilliga samt känsliga. De vill helst undvika aktiviteter där konkurrens förekommer och föredrar yrken där de arbetar nära andra. Kim och Scullion (2013) menar att individerna önskar kärlek, överensstämmelse och samarbete.

Individer som motiveras av *prestation* vill uppnå personlig framgång. De motiveras av framgången mer än belöningarna och konsekvenserna av vad framgång kan medföra, på exempelvis arbetsplatsen. Individerna prioriterar att ta risker som garanterat bidrar till personlig framgång, framför att göra något oplanerat. (Khurana och Joshi, 2017)

Individer med ett maktbehov motiveras av *makt* och drivs undermedvetet av att påverka andra (Uduji, 2013). De upplevs som målinriktade samt framgångsrika vid förhandlingar och liknande situationer. De når tillfredsställelse vid känslan av status och att de har inflytande. Det måste existera någon typ av tävlingsmoment, där individen kan prestera, för att individen ska kunna bli tillfredsställd och uppleva dessa känslor (Khurana och Joshi, 2017).

2.2.2. Företagskultur

Att applicera en företagskultur kan bidra till flera fördelar på en arbetsplats. En företagskultur innebär att medarbetarna delar värderingar och mål med arbetsplatsen. För att upprätthålla kulturen bör arbetsplatsen ständigt sprida värderingar och mål i organisationen. Det är också viktigt att anställa rätt medarbetare, för att försäkra att personen har samma mål och värderingar (Grey, 2009).

Att ha en stark och homogen företagskultur är ett framgångsrikt koncept, förklarar Grey (2009). Författaren menar att en framgångsrik företagskultur nås då värderingar delas mellan medarbetarna och arbetsplatsen. Då finns inget behov av en stark hierarki med chefer som iakttar arbetet samt skapar regler. Medarbetarna ska ha befogenheter som används klokt till företagets fördel. Genom ett lägre behov av chefer, kan företagets också sänka sina kostnader, vilket är en fördel som företagskulturen bidrar med. Författaren förklarar att företagskultur leder till mindre interna konflikter, effektivare produktion, bättre service och produkter, mindre slösande, högre motivation samt engagemang (Grey, 2009).

Grey (2009) menar att ett företag som lyckas skapa rätt företagskultur kommer bli en lyckligare och mer rättvis arbetsplats. Författaren har jämfört företagskulturen mellan länder och påstår att den kan skapas inom ett land. Att företag har samma kultur och värderingar som landet.

2.2.3. Motivationskrafter

Amabile (1993) förklarar två olika motivationskrafter som kan appliceras på individer: *inre- och yttre motivationskrafter*:

Inre motivationsfaktorer handlar om att skapa ett värde för individen. Författaren förklarar att individer upplever inre motivation då de söker något i sitt arbete, exempelvis att utveckla ett intresse, nöje eller personliga utmaningar. För att applicera inre motivationskrafter kan arbetsplatsen skapa uppgifter som individen upplever stimulerande och roliga att utföra. (Amabile, 1993)

Yttre motivationsfaktorer skiljer sig då det handlar om mål. Om individen är engagerad i att nå ett mål, istället för att utföra arbetet, beror engagemanget på yttre motivationskrafter. Exempelvis är lön en yttre motivationsfaktor. Lönen kan i vissa sammanhang användas för att erhålla ett korrekt utfört arbete. Det utförda arbetet är resultatet och lönen används i motiverande syfte (Amabile, 1993).

2.3. Fördelar med motiverade medarbetare

Det finns flera fördelar med att ha hög motivation bland medarbetarna. En hög motivation bidrar till högpresterande arbetare som i sin tur ökar organisationens produktivitet vilket bidrar till starkare konkurrenskraft på marknaden. Författarna förklarar att individer som identifierar sig med sitt arbete, har en hög motivation och anser att arbetet är en viktig uppgift i livet (Setiyani et al. 2019).

Andra fördelar, som arbetare med hög motivation bidrar till, är minskad frånvaro, ökad benägenhet till att arbeta övertid, en tro på organisationen samt det den står för, villighet att bidra till framgång, trivsel som bidrar till mindre uppsägningar samt att de är ansträngar sig extra för att nå organisationens mål (Setiyani et al. 2019).

Vidare förklarar författarna att det finns ett starkt samband mellan motivation och prestationer hos arbetarna. Det innebär att en hög motivation bidrar till ett bättre arbete vilket ökar lönsamheten för företaget. Sveningsson och Alvesson (2010) menar att medarbetarnas produktivitet kan öka upp till 50% vid framgångsrikt arbete för ökad motivation. Författarna nämner också forskning som bevisar att nöjda medarbetare är mer benägna att uppvisa lojalitet samt ansvarstagande gentemot arbetsplatsen. Vanligtvis används tekniker av ledaren, med förhoppningarna att styra medarbetarna till önskat beteende.

Att ha styrka att bete sig på ett visst sätt är ett tecken på motivation. Författarna förklarar att motivationen kan "smitta av sig" bland anställda. Om en chef, högre upp i hierarkin, har hög motivation, har det vanligtvis en positiv påverkan på anställda under honom (Setiyani et al. 2019).

2.4. Hur den teoretiska referensramen appliceras till vår studie

CSR- och miljöarbete

Studien granskar arbetsplatsernas CSR-arbete, med en avgränsning till miljöarbete. I studien redogörs respondenternas uppfattning om begreppet CSR och arbetsplatsens CSR- och miljöarbete. Svaren från respondenterna har analyserats för att hitta likheter med Carrolls teorier om CSR, kopplat till miljöarbete.

David McClellands motivationsteori

Studien undersöker vad som motiverar respondenterna. Om känslan av *tillhörighet*, *prestation* eller *makt* förekommer samt om deras individuella egenskaper överensstämmer med David McClellands motivationsteori. Studien lyfter vilka motivationsfaktorer som anses vara mest framgångsrika, enligt respondenterna, samt deras uppfattning om teorins nämnda faktorer påverkar motivationen samt hur de kopplas ihop med arbetsplatsens miljöarbete.

Baserat på respondenternas svar, förklarar studien hur arbetsplatsens miljöarbete påverkar individernas känsla av *tillhörighet*, *prestation* eller *makt*. Exempelvis om individer som drivs av *makt* upplever högre motivation vid förhandlingarna som inkluderar miljöarbete.

Företagskultur

Studien undersöker företagskulturen på arbetsplatserna. Om den existerar och vilken koppling den har till miljöarbetet. Studien bidrar med information om respondenternas åsikter om företagskultur.

Motivationskrafter

För att förstå hur arbetsplatsen använder inre- och yttre motivationsfaktorer förklarar studien respondenternas upplevelser och åsikter om motivationsfaktorerna, samt dess påverkan på den individuella motivationen. Studien redogör också om olika motivationsfaktorer används i syfte att minska miljöpåverkan.

Övrigt

Studien undersöker hur respondenterna uppfattar motivationen på arbetsplatsen samt hur den påverkar deras beteende i arbetssammanhang. Intervjuerna inkluderar både fördelar och konsekvens av hög motivation. Studien granskar också hur eller om miljöarbete kan nyttjas för att stärka motivationen.

3. Metod

Följande kapitel presenterar vilka metodval som gjorts i studien samt hur de applicerats. Här beskrivs också hur materialet analyserats och insamlats. Respondenterna redogörs samt ges det en förklaring på hur studien tagit hänsyn till fyra etiska regler.

3.1. Forskningsansats och synsätt

3.1.1. Vetenskaplig ansats

Vi har valt att använda en kvalitativ forskningsansats, då vill vi få fördjupad förståelse om miljöarbete påverkar medarbetarnas motivation. Kvalitativa forskningsansatser bidrar med tolkning och förståelse av sociala sammanhang samt individers erfarenheter och funderingar (Patel & Davidson, 2019). Vår förväntning i valet av ansats var djupa samt utförliga intervjuer. Då medarbetarnas åsikter påverkas av individuella erfarenheter och teorier, krävdes en djupare undersökning för att förstå påverkan av arbetsplatsens miljöarbete (Lind, 2019).

3.1.2. Forskningens synsätt

Patel och Davidson (2019) förklarar att syftet med forskning vanligtvis är att relatera teori och empiri till varann, de beskriver följande tre sätt som används för att relatera teorin till verkligheten: *deduktion*, *induktion* och *abduktion*.

Deduktion innebär teorin relateras till empiriska data. Man utgår från existerande teorier och använder den insamlade empirin för att antingen styrka eller bestrida teorin. *Induktion* innebär att teorin framställs med utgångspunkt i insamlad empiriska data.

Abduktion innebär att både *deduktion* och *induktion* används under arbetets gång. (Patel och Davidson, 2019)

I studien tillämpas *abduktion* synsätt, som är en sammankoppling av *deduktion* och *induktion*. Anledning till vårt val av *abduktion* synsätt grundar i att syftet i vår studie var ett brett område, samt att respondenterna hade egna uppfattningar om CSR, miljöarbete och motivation. Därför valde vi att inte fastna i teorierna från den teoretiska referensramen.

Vi använde flera teorier som analyserar och fördjupar sig i CSR, miljöarbete och motivation. Intervjuerna baserades på den teoretiska referensramen, men det blev även aktuellt att korrigera och komplettera teorin utifrån respondenternas svar. För att lyfta miljöarbetet i studien, valde vi att främst komplettera med teorier om miljön. Vi ansåg att kompletteringen bidrog till en starkare koppling mellan den teoretiska referensramen och empirin i analysen.

En fördel i vårt val var möjligheten att komplettera och förbättra teorin. En nackdel, som *abduktion* synsätt kan bidra till, är då insamlade empiriska data och den teoretiska referensramen skiljer sig markant. Om empirin inte går att koppla till teorin alls, måste *abduktion* analys avslutas. Analysen måste istället utföras på ett deduktivt alternativt induktivt tillvägagångssätt (Patel och Davidson, 2019). Detta blev dock aldrig aktuellt för oss.

3.2. Databesamling

3.2.1. Primär- och sekundärdata

Med kvalitativa data är det vanligt att endast fåtal enheter studeras (Lind 2014). Den genomförde databesamlingen baseras främst på primärdata, i form av kvalitativa semistrukturerade intervjuer, men också sekundärdata bestående av vetenskapliga artiklar. Primär- och sekundär data analyserades mot varann för att tillsammans besvara vår forskningsfråga samt syftet i studien.

3.2.2. Urval

Vi har gjort ett medvetet val av respondenter. Eftersom tanken med intervjuerna var att förstå vad som motiverar medarbetare, prioriterade vi noggrannhet i valet. Schiffman, Lazar Kanuk och Hansen (2012) förklarar att respondenternas inställning till ämnet kan påverka deras svar. Därför består vår noggrannhet av att försöka få tag på respondenter som innehar olika titlar på en arbetsplats, då vi ansåg att de kunde bidra med mer varierade fakta att applicera i vår studie samt att vi lyckas fånga variation i inställningen till ämnet. Vi såg det positivt med ytterligare arbetslivserfarenhet, då det bidrog till en betydelsefull jämförelse i vår studie.

För att erhålla en diversifierad bild, intervjuades medarbetare i stora, medelstora samt små företag. Vi ansåg det som intressant, då större företag har mer möjlighet att ta miljöansvar samt ge tillbaka till samhället. Jämförelsevis med mindre bolag, med lägre omsättning och mindre möjligheter att bidra till samhället.

Tabell 1 redogör respondenternas företag, titel, kodnamn, intervjuernas längd samt företagets storlek. Eftersom respondenterna är anonyma benämns de vid kodnamn som förekommer i empirin och analysen. Syftet med tabellen är att förse läsaren med information, för att erhålla en uppfattning om respondenterna baserat på deras arbetsplats och titel.

Företag	Titel	Kodnamn	Tid (min)	Företagets storlek
Nordea	Tilträdes handläggare	N-1	41	Stort
CEVT	Elingenjör	C-1	44	Stort
Newsec	Ekonomiassistent	NS-1	44	Stort
Floatel International AB	Business Controller	F-1	40	Stort
Ligula Hospitality	Redovisningsekonom	LH-1	40	Stort
Effektiv bemanning	Affärsområdeschef	EB-1	41	Medelstort
Manpower	Account manager	M-1	45	Stort
Effektiv bemanning	Konsult	EB-2	42	Medelstort
Företag inom fordonsbranschen	HR-assistent	H-1	40	Litet
Lime	Systemutvecklare	L-1	47	Stort
Volvo	Junior Accountant	V-1	50	Stort
Manpower	Försäljningschef	M-2	45	Stort

Tabell 1 - Redogörelse av respondenterna

3.3. Intervjuernas struktur

3.3.1. Intervjuer

Syftet med intervjuerna var att fånga faktorer som ökar motivationen hos medarbetarna. Då vi valt att fokusera på arbetsplatsens miljöarbete, undersökte intervjuerna miljöarbetets påverkan på motivationen samt medarbetarnas åsikter kring miljön. Med hjälp av intervjuerna ville vi förstå vilken betydelse det har för en arbetsplats att applicera dessa typer av frågor samt vilka fördelar det bidrar till, ur medarbetarens synvinkel.

På grund av den rådande situationen med Corona har intervjuerna skett online via Zoom. Inför intervjuerna valde vi att skicka intervjuguiden till respondenterna. Detta gjordes för att de skulle få en övergripande bild på vilka områden som skulle tas upp samt möjlighet att förbereda sig. Vi trodde detta skulle bidra till mer givande svar i intervjuerna.

Forskning periodens längd hade stor betydelse i mängden insamlade data. Eftersom ett kvalitativt dataunderlag är varierat och mångdimensionellt är det av tids- och resursskäl oftast svårt att studera många undersökningsenheter. Därför är det viktigt att begränsa datainsamlingen, för att hålla den inom tidsramen för forskningsstudien (Lind, 2014). Vi valde att begränsa oss till 12 intervjuer.

3.3.2. Semistrukturerad intervju med öppna frågor

Bryman och Bell (2015) förklarar att semistrukturerade intervjuer passar i en kvalitativ metod. Intervjun ska tillföra frihet till diskussion för respondenten och tillåter flexibilitet, exempelvis i form av följdfrågor. Att vi valde intervjumetoden bidrog till nya samt djupare diskussioner, jämfört med exempelvis ett frågeformulär.

Då semistrukturerade intervjuer tillåter fri diskussion valde vi att skapa en intervjuguide som inkluderade förbestämda frågor. Syftet med guiden var att styra diskussionerna samt att säkerhetsställa att samtliga ämnen inkluderades och togs upp under intervjuens gång.

Intervjuguiden användes flitigt under intervjuerna. Den bidrog till att vi inte glömde något ämne och att det var enklare att få en struktur under intervjun.

I intervjuerna valde vi att använda öppna frågor. Öppna frågor ökar flexibilitet för respondenterna att besvara hur de vill, då det inte förekommer förutbestämda svar. Det bidrar också till mer personliga samt detaljerade svar och åsikter (Bryman och Bell, 2015). Vi fick också möjlighet att ställa följdfrågor, vilket bidrog till att vi fick med ytterligare fakta att applicera i studien.

3.3.3. Online observationer

För att veta vilka företag som beaktar CSR, gjordes online observationer av företagens hemsidor. Vi undersökte miljöarbetet samt hittade material till frågorna som togs upp under intervjuerna.

3.4. Analys av data

3.4.1. Dataanalysen

Empiriska data har transkriberats och granskats enligt Yins (2013) fem steg:

sammanställning, demontering, remontering och uppställning, tolkning och sammanfattning.

Sammanställningen skedde genom transkribering av intervjuerna i ordnad följd. De bevarades i ett enskilt dokument för att förenkla åtkomsten till materialet. När *demonteringen* utfördes bröts data ner till mindre delar, eftersom en del respondenterna svar var långa och utförliga. Svaren innehåller irrelevant fakta för vår studie, vilket gjorde att det blev enklare att förkorta innehållet och behålla det som kunde användas i studien. För att hitta ett mönster i insamlade data, användas *remontering*. I *uppställningen* användes en tratt teknik för att det var enkelt att trätta ner insamlade data och erhålla relevant information till vår studie. Därefter tolkades data. *Tolkning* handlar om att beskriva och förklara insamlade data. Insamlade data tolkades baserat på vilka faktorer som påverkar medarbetarnas motivation samt arbetsplatsens CSR- och miljöarbete. *Sammanfattningen* innebar att tolkningen sattes ihop med empiriska data. Efter det drogs slutsatser baserat på empiriska data och tidigare teorier från den teoretiska referensramen (Yin, 2013).

3.4.2. Undersökningens trovärdighet

Vid genomförandet av en kvalitativ undersökning granskas det om studien har en godkänd nivå av validitet eller tillförlitlighet (Yin, 2013). Vår studie är fullbordad och tillämplig. Studien har plockats in och tolkats. Analysen och slutsatsen reflekterar det faktum som har studerats.

Vi intervjuade 12 respondenter som hade varierande titlar på arbetsplatsen. Det uppstod ibland problem under intervjuerna gång, som kan påverka undersökningens trovärdighet. Exempelvis då medarbetarna hade bristande kunskap om arbetsplatsen miljöarbetet. Vid dessa tillfällen valde vi att fokusera på delar respondenten faktiskt hade kunskap inom.

För att behålla ett flyt under intervjun tydliggjordes frågorna samt gavs exempel för att klargöra syftet med frågan, vilket underlättade för respondenterna att besvara frågorna. Det resulterade i bra intervjuer (Patel och Davidson, 2019). Det gjordes enbart vid tillfällen då respondenterna upplevde svårigheter i att besvara frågorna och då intervjun stannade upp.

3.4.3. Kritik av metodval

Kvalitativa semistrukturerade intervjuer ansågs lämplig då det bidrog till mer tid och flexibilitet för respondenterna att besvara frågorna, vilket vi uppfattade även resulterar i mindre press och därmed fler utförliga samt trovärdiga svar (Bryman och Bell, 2015). I vissa fall besvarades fler frågor med ett längre svar, istället för att varje fråga fick ett kortare svar.

Det förekommer en viss konstruktion i när, hur och vid vilket tillfälle som är rätt att ställa en specifik fråga (Patel och Davidson, 2019). Detta blev en faktor till en kraftig variation i intervjuernas längd, då längden främst baseras på respondenternas svar. Det bidrog till att vi upplevde en osäkerhet i om gjort rätt metodval, då allt berodde på hur respondenten valde att

besvara intervjufrågorna. Scenarion där respondenten svar blev utförliga och långa, resulterade i betydelselösa fakta som inte kunde tillämpas i empirin. Det bidrog till ytterligare osäkerheter i valet att använda intervjuer som baseras på öppna frågor. Trots nämnd kritik ansåg vi tillämpad metod som lämpligast för att besvara frågeställning, då fördelarna överväger nackdelarna.

3.5. Etik

Vetenskapsrådet (2002) förklarar fyra etiska regler som tillsammans användes i studien för att skydda respondenterna: *nyttjandekravet*, *samtyckeskravet*, *konfidentialitetskravet* och *informationskravet*:

Nyttjandekravet handlar om att insamlade data endast får tillämpas i studiens syfte mål. *Samtyckeskravet* handlar om att respondenterna har rätt att avgöra ifall de vill samverka, detta innebär att vi var tvungna att få ett samtycke från respondenterna.

Konfidentialitetskravet handlar om att vi skall kunna garantera att respondenternas enskilda uppgifter skyddas från utomstående.

Informationskravet handlar att innan utförandet av intervjuerna måste förse respondenten med en förklaring om studiens ändamål (Vetenskapsrådet, 2002).

Inför varje intervju förklarade vi *nyttjandekravet*, *samtyckeskravet*, *konfidentialitetskravet* och *informationskravet* för respondenten. Innan intervjun startade klargjorde vi också att respondenten förstått och godkänt de fyra etiska reglerna. Vi valde att låta respondenterna i studien vara anonyma. Valet baserat på att frågorna kunde tolkas som känsliga. Vi var osäkra på vilka respondenter som ville vara anonyma, samt vilka som gick med på att benämnas vid namn i studien. Respondenterna har gett samtycke till att vi publicerar företagsnamnet samt arbetstitel. Transkriberingarna skedde i Google docs och har efter studien raderats.

4. Empiri

Kapitlet presenterar sammanställt material som framkommit från intervjuerna. Materialet presenteras i vanlig text men också i form av citat.

4.1. Arbetsplatsens CSR- och miljöarbete

4.1.1. CSR

Respondenterna fick frågan om hur de uppfattade CSR. De hade olika uppfattningar och reflektioner kring CSR fenomenet, vilket berodde på att några inte var bekanta med CSR sedan tidigare. N-1 resonerar följande:

“Det jag har en känsla av CSR är ett arbete som ett företag görs utanför sin huvudsakliga uppgift. De menar jag med miljön som du nämner och sociala förhållande, men även globalt också”.

Respondenterna som var bekanta med CSR fenomenet, hade en mer begriplig förståelse om innebörden. C-1 resonerar enligt följande text:

“Jag skulle beskriva CSR som ett tillvägagångssätt för företag att handla varsamt i marknaden och ta hänsyn till deras affärs handlande, kontrakt och avtal. Det blir viktigt i hur det kan påverka samhället ur ett socialt, miljö och även ekonomiskt perspektiv. CSR är egentligen ett brett ämne som man arbetar på många fronter skulle jag säga, och de har blivit en trend för nästan alla organisationer de senaste 10–15 åren. Det handlar mest om att företagen inte ska göra miljöskador på omgivningen men de handlar också om ekonomiskt skador. Detta för att många företag bedriver sina verksamheter utomlands ex Kina där det förekommer billigare arbetskraft istället för Sverige, där man istället kunde låta Sverige växa på det sättet. Jag anser att CSR arbete handlar om hållbarhet och företagen ska vara socialt, miljö och socioekonomiska medvetna och vaksamma.”

Det blev betydelsefullt att respondenterna var bekanta med fenomenet CSR, eftersom det påverkade deras svar. Respondenterna menade att miljöaspekter har en viktig roll och lyfter sina åsikter kring arbetsplatsernas miljöarbete.

Miljöarbete förekommer på arbetsplatserna. Dock varierar det i engagemang baserat på bransch. LH-1 förklarar att hans arbetsplats värdesätter miljöarbetet högt och resonerar på följande sätt:

“Det existerar i en viss omfattning. Vad jag vet och blivit informerad om är genom interna utbildningar som vi har är att alla våra restauranger och hotell försöker handla in mat och råvaror som är miljö markerade, där det helst ska vara svenska producerade varor. En Del varor handlas utomlands men de mesta sker i den svenska marknaden. Detta är av anledningen till ett koncept vi byggt upp. Genom det konceptet fick jag en

tydligare förståelse via de interna utbildningarna, där företaget har byggt upp och implementerat under en längre tid. Konceptet går ut på att all mat och föda ska komma från svenska jordbrukare och även personal och liknande ska vara bosatta i Sverige. Återvinning och liknande är en standard för inte bara vårt företag men de flesta. Vi på vårt försöker källsortera och inte skriva ut onödiga papper utan istället använda oss av digitaliseringen. “

Beroende på respondentens titel, förekom olika uppfattningar om arbetsplatsens miljöarbete. Detta blev en avgörande faktor i att svaren från respondenterna skiljer sig.

4.1.2. Miljöarbete

Arbetsplatserna anser att miljöarbete förväntas av samhället. C-1 menar att miljöfrågor prioriteras högt på arbetsplatsen. C-1 förklarar följande:

“På mitt företag så engageras vi anställda i att försöka ha så litet avtryck i miljön som möjligt. Ett exempel på mitt företag så förekommer det ingen parkeringsplats, anledningen till det är för att vi har en busshållplats exakt vid vår arbetsplats. Detta för att man ska försöka åka buss istället för bil och även ett cykelgarage finns tillgängligt för oss för att alternativt ta cykeln till jobbet. Liksom i vårt kontor har man en skärm som visar bussens tidtabell etc.”

Arbetsplatserna utför liknande arbete för att minska miljöpåverkan. Miljöarbetet består ofta av källsortering och att minska pappersanvändningen. N-1 förklarar:

“Det som jag vet på rak hand är att man har infört nya rutiner på hur man ska hantera papper. Detta för att minska pappersanvändningen. Källsorteringen är också något som är en del av det nya rutinerna som de infört. Det finns säkert en massa andra åtgärder som de gör för att minska sin påverkan på miljön med det är detta jag kommer på just nu. På min arbetsplats har man ändrat rutiner på hur användningen av papper och källsorteringen ska gå till”.

Respondenterna var eniga om att miljöarbetet håller en bra standard. M-1 förklarar följande:

“I dagsläget skulle jag säga att det är måttligt. Det förekommer sortering som i vårt dagliga arbete. Ifall det kan utvecklas i framtiden kan det säkert. Med facit på hand nu vet jag inte direkt exakt vad som skulle kunna förbättras och utvecklas. Som sagt finns det alltid utrymme för att förbättra och utveckla miljöarbetet”.

Vidare menar respondenterna att miljöarbete är bra, men alltid kan förbättras.

Oavsett vad de gör idag, finns det alltid punkter att utveckla. L-1 förklarar följande:

“Jag tycker att miljöarbetet är bra, men man ska inte vara nöjd. Miljöarbete ska arbetsplatsen alltid sträva efter att bli bättre inom.”

Respondenternas uppmanades att i vissa fall ta första steget till engagemang i miljöarbete. Det handlade främst om att försöka avstå användningen av egna fordon som transportmedel till arbetet, och att istället åka med kollektivtrafik. På arbetsplatsen handlade det också om att ta eget ansvar samt att tänka mer på pappersanvändningen och källsorteringen. F-1 förklarar:

“För min del i princip har jag börjat använda dokument på datorn istället. då även att de finns en möjlighet att skriva ut papper. Men under min tid på min arbetsplats har jag märkt att användandet av skrivaren blivit allt mindre. Det mesta sköts digitalt vilket vi också blivit uppmanade till att göra. Grundtanken till det har med miljöpåverkan att göra med skulle jag förmoda”.

När respondenterna själva beskrev hur de tar ansvar gentemot miljön menar flertalet att de aktivt prioriterar att åka kollektivt eller promenader framför att ta egen bil. Anledningen är att minska miljöpåverkan men också att det är ekonomiskt och bra för hälsan.

Möjligheten att kunna påverka arbetsplatsens miljöarbete varierade. Det mesta sköts av andra avdelningar på arbetsplatsen, exempelvis HR. Om respondenterna har förslag på förbättringar togs det upp med avdelningen som ansvarar för miljöfrågor, därifrån kunde de ansvariga lyfta förslagen högre upp i hierarkin. C-1 förklarar:

“Vi har en kontaktperson som sköter det från HR avdelningen. Vi har olika grupper i företaget, där dessa grupper faller under ett paraply. I detta paraplyet så finns det en utnämnd person från HR som ansvarar för miljöfrågor i arbetsplatsen. Skulle det vara så att du eller gruppen har förslag på vad man kan göra för att minska miljöpåverkan så kontaktar du den ansvariga. Den ansvariga för sedan vidare förslaget högre upp”.

Att ge bidrag till föreningar i samhället förekom på arbetsplatserna. Storleken på bidragen varierar, men arbetsplatserna värdesätter det högt. Att kunna ge tillbaka till samhället och bidra till en positiv samhällsutveckling är en vanlig förekommande målsättning. EB-1 resonerar:

“Vilken organisation vi exakt jobbar med och bidrar ekonomiskt till har jag inte namnet på med rak hand. Men jag är säker på att det är ca två eller tre föreningar. Men vi har även en fond i företaget som skänker pengar till föreningarna. I år skänker vi 440 000 kronor. Detta är något vi har gjort sedan företaget startade och vi anser att det är extra viktigt för oss att kunna bidra med en hållbar samhällsutveckling. Jag anser att det är något alla företag bör arbeta med, eftersom att oavsett om det inser det eller ej så har företag en indirekt påverkan på samhället. Jag anser därför detta som ett krav för företagen likt oss själva att kunna bidra och stödja föreningar ute i samhället”.

4.2. Motivation och miljöarbete

4.2.1. David McClellands motivationsteori

Sammanhållning är en viktig faktor, då respondenterna menar att samarbetet på arbetsplatsen är viktigt och har en positiv påverkan på motivationen. Att ha bra relationer till

kollegorna är, för respondenterna, viktigare än att arbetsplatsen har ett framgångsrikt miljöarbete. Arbete skulle få en markant negativ påverkan av dåliga relationen, då flertalet inte kan utföra arbetet utan bra samarbete och därför är det högt prioriterat. Det förekommer inget samband mellan arbetsplatsens miljöarbete och bra relationer.

EB-1 *“I mitt område då går de inte att jobba ensam. Samarbete är A och O, samarbete mellan affärsområdena måste finnas för vi har kandidater som passar in i de olika affärsområdena och då måste samarbetet fungera. Det går inte att jobba själv, då blir man inte framgångsrik.”*

Respondenterna förklarar också att det är viktigt med givande relationer. De föredrar djupa och nära relationer, dock menar H-1 att det är viktigt att ha en relation med alla på arbetsplatsen, att miljöarbete inte stärker relationerna samt att konkurrens är negativt. Åsikterna om konkurrens skiljer sig mellan respondenterna. Några menar att konkurrens är hälsosamt, en bidragande faktor till utveckling och ökad motivation. LH-1 förklarar konkurrens enligt följande text:

“Konkurrensen som finns i arbetet är gynnsam för alla. en del faller bort men den är gynnsam för företaget intern och våra kunder extern. Gör du inte ett bra arbete kommer det att synas och det finns en fin draglinje för om det blir för mycket konkurrens om man tänker på det mycket. Jag anser att på vårt företag finns det en bra draglinje för den konkurrensen. Om du inte håller och presterar så kan det leda till att du får sparken i vissa fall.”

L-1 upplever också att konkurrens kan vara negativt. Det finns en gräns på hur hård konkurrensen ska vara samt vem de konkurrerar mot. Att ha konkurrens på arbetsplatsen är negativt, men kan vara positivt mot andra företag. Respondenterna har inte upplevt konkurrens kopplat till miljöarbete.

L-1 förklarar att arbetsplatsen har tävlingar där de tydligt visar resultaten och därmed syns det om en arbetare presterat betydligt sämre än andra. Att arbetsplatsen väljer att uppvisa allas resultat, tror L-1, kan bidra till fiendtlighet. Dock upplever L-1 tävlingar som något kul och positivt, när resultatet inte visas tydligt. Det förekommer inga tävlingar kopplade till att förbättra miljön och motivationen att vinna tävlingen skulle inte öka om priser var lönsamt för miljön. Resterande respondenter, som har tävlingsmoment på arbetsplatsen, upplever också att det är positivt. Men det är viktigt att det görs på rätt sätt, gärna att man tävlar tillsammans i grupp och att det inte ska vara allvarligt.

EB-2 *“Jag kan tycka det är kul med tävlingsmoment men jag tycker det är kul om man tävlar i grupp då. Jag tycker det är roligt att nå ett mål tillsammans, än att själv bli vinnare.”*

Respondenterna vill prestera och nå framgång. De förklarar att belöningar och positiva konsekvenser ökar deras motivation. De har tagit risker för att nå framgång, dock har ingen respondent tagit risker för att förbättra miljön. De menar att miljöarbete inte ökar motivationen.

M-1 förklarar att ekonomiska belöningar, exempelvis provision, ökar motivationen och villigheten att ta risker.

M-1 "Jag har några gånger gjort saker som jag inte brukar eller får göra, för att få in affärer. Då är det viktigare att få in affären eller att den blir större än att följa allt man borde göra. Om jag får in fler eller större affärer, får jag provision. Den motiverar mig. Jag tar inte mer risker om jag vet att det gynnar miljön."

Att kunna påverka och hjälpa andra i arbetsrelaterade situationer, anser respondenterna som positivt och något de gärna gör. EB-1 menar att han inte påverkar, utan att han guidar genom att ge tips och råd. För EB-1 är det viktigt att guida personer i rätt riktning, då hans yrke kräver goda och genuina relationer. Respondenterna blir inte mer motiverade att påverka andra, om de bidrar till en bättre miljö. Dock menar M-2 som har påverkat andra i syfte att förbättra miljön.

M-2 "Jag har ifrågasatt vissa resor mina kollegor gjort och ifrågasatt hur de sorterat"

På M-2s arbetsplats består miljöarbetet bland annat av att uppmana medarbetarna att ta tåg framför flyg, källsortera och att i vissa fall ha möten på distans. M-2 konstaterar att när han ifrågasatt kollegorna, har de nästa gång valt att ta mer hänsyn till miljö, genom att exempelvis källsortera rätt.

M-2, N-1 och de andra respondenterna gillar att förhandla och menar att de är bra på det. Ingen har förhandlat i syfte att förbättra miljön. Respondenterna förklarar också att de inte upplever ökad motivation i att vinna en förhandling, bara för att den inkluderar miljöarbete.

N-1. "På arbetsplatsen behöver man komma överens med kunder mycket och förhandla. Jag anser att jag är väldigt bra på att förhandla då det sker ganska ofta i arbetsplatsen när man träffar kunder. "

4.2.2. Företagskultur

Medarbetare som är glada på arbetsplatsen, mottar beröm, belöningar och gör mer än de blir tillsagda har hög motivation i sitt arbete. Företagskulturen bidrar till att respondenterna har roligare tillsammans med sina kollegor samt att de kan vara sig själva på arbetsplatsen. Många respondenter menar att företagskulturen har stor betydelse, då den ökar motivationen och bidrar till att de vill prestera bättre för att tillsammans, med sina kollegor, nå ett bra resultat. Miljöarbete är inte en del i respondenternas företagskultur. Det är viktigt att medarbetarna delar värderingar med arbetsplatsen samt att företaget tydligt visar riktning och värderingar. Bra kollegor, stämning, lojalitet samt sammanhållning är andra faktorer företagskulturen bidrar till och som tas upp i intervjuerna.

N-1 "Denna kultur påverkar min motivation är på sätt att man känner en bättre stämning de blir roligare att komma till jobbet och även en viss bekvämlighet där man känner samhörighet och trivsamt på arbetsplatsen som är en bidragande faktor till att motivationen ökar känner jag. "

När arbetsplatsen bidrar till att förbättra miljön, upplever EB-1 att de bryr sig mer om sina medarbetare. EB-1 har tidigare arbetat på en arbetsplats, där de prioriterade ekonomi och lönsamhet framför miljön, och menar att det bidrog till att medarbetarna inte värdesätts lika högt. Därför värdesätter EB-1 arbetsplatsens miljöarbete, när EB-1 exempelvis söker nytt arbete.

EB-1 “Naturligtvis känns det bättre, fräschare att vara på en arbetsplats som tänker på såna saker. Att man tänker på miljön, hållbarhet osv... än en som bara tänker på vinst, pengar och ekonomi och inte bryr sig om det. De platserna har också en tendens att inte bry sig om personalen heller. Medans om man bryr sig om miljön osv så har man tendens att ta hand om sin personal. Så att det har jag märkt att det går hand i hand. Så naturligtvis tänker jag att det är väldigt viktigt.”

Arbetsplatsens miljöarbete är inte en del av företagskulturen. Dock är respondenterna eniga med EB-1 om att arbetsplatser som applicerar miljöarbete bryr sig mer om sina medarbetare. Detta kan i sin tur ha en positiv påverkan arbetsplatsens värderingar och mål, som leder till ökat intresse för medarbetarna att arbeta på just den arbetsplatsen.

4.2.3. Motivationskrafter

Att vilja nyttja arbetet för personlig utveckling förekommer ofta. Respondenterna ser arbetet som en möjlighet till utveckling i önskad riktning. Miljöarbete önskar ingen respondenterna att utvecklas inom. Att ha ett arbete där personliga egenskaper kan nyttjas menar EB-1 bidrar till framgång.

EB-1 “Min personlighet är att jag gillar att hjälpa och ställa upp, har alltid gillat att göra det. Så det kan vara en starkt bidragande orsak till att jag kommit till detta arbetet och har varit framgångsrik.”

I EB-1s arbete hjälper EB-1 arbetslösa ut i arbetslivet. Där ses varje person som hjälpts som framgång. EB-1 och de andra respondenterna är eniga om att de inte visste hur de ville utvecklas när de sökte arbetet, utan det har formats med tiden. Att nå de som söks i arbete, är som ett mål som uppnås. Några respondenter menar att personliga intressen och personlighet är bidragande till att de valde just den arbetsplatsen.

Ingen respondent söker specifikt miljöarbete i arbetet, men det är viktigt att det existerar. Respondenterna är delaktiga i arbetsplatsens miljöarbete, som ständigt utvecklas. Flertalet respondenter förklarar att miljöarbetet inte påverkar deras motivation eller är något de söker i arbetet. Dock menar M-1 att miljöarbetet ökar bekvämligheten i arbete, och att bekvämligheten ökar motivationen.

M-1 “Nej inte själva miljöarbetet, dock ökar bekvämligheten av att de använder digitala verktyg och bekvämligheten kan öka motivationen isåfall”

L-1 skulle inte kunna arbeta på en arbetsplats som inte bryr sig om miljön. L-1s arbetsplats är klimatneutrala och arbetar mycket för att förbättra miljön. De uppmanar ofta sina anställda att

engagera sig för att skapa en bättre miljö. Exempelvis genom uppmaningar om att ta med egen matlåda då de anställda köper take-away lunch. L-1 förklarar arbetsplatsen miljöarbete enligt följande text:

“De har köpt en solfarm, all energi vi använder genererar de på nytt med solfarmen. Vi får inte el från solfarmen utan de ger till andra. De källsorterar väldigt mycket, med metall, glas, och allt sånt. Vi återanvänder begagnade kontorsmöbler och säljer våra gamla möbler så de återanvänds osv.. “

Med gemensamma mål, och delmål, som firas tillsammans när de nås, menar EB-1 bidrar till högre motivation. EB-1 förklarar att tävlingar mot varandra inte existerar på arbetsplatsen, det kan bidra till avundsjuka, vilket har en negativ effekt på motivationen. Istället tävlar de tillsammans. Framgångsrikt samarbete förklaras som väldigt värdefullt.

EB-1 “Vi hade det på mitt tidigare jobb. Och jag vill inte ha det här, utan snarare att jag sätter upp ett mål, om vi når upp till tio stycken den här månaden, att vi får ut de i arbete, då bjuder jag på middag eller vad som helst. Att vi skapar en tävling på det sättet, jag gillar inte att skapa en tävling mellan kollegor. För det kan skapa en viss stämning, typ en avis, i längden kanske det kan bli en viss avundsjuka, att x ger ut så och så många ut i arbetet. Det kan påverka på ett negativt sätt. Det är min erfarenhet från tidigare arbeten.”

Respondenterna är eniga om att samarbete är viktigt på arbetsplatsen. Dock är det också viktigt att ha individuella mål. I intervjuerna framkommer mål som en viktig faktor bakom hög motivationen. Många respondenter menar att de saknar motivation helt, utan mål. Målen behöver inte vara nedskrivna, det räcker att de finns i tankarna.

M-1 “Ja jag har mål, har inte skrivit ner de. Men har mål i mitt huvud att hela tiden få in mer affärer och att alltid få in större affärer. Jag tycker det är viktigt att ha mål för annars tror jag inte man har motivation. Man måste alltid ha något att sträva efter. Målen påverkar motivationen, de gör så att man får högre motivation.”

Respondenterna har inga mål kopplade till miljöarbete och har själva inte arbetat för minskad miljöpåverkan. De har inget intresse av att minska miljöpåverkan i arbetet. EB-2 förklarar följande:

“Jag har inte arbetat för att minska miljöpåverkan. Det jag kan komma på är att jag källsorterar. Det krävs inte någon större ansträngning av mig och tycker det är viktigt att man ändå tar vara på de företaget gör för att minska miljöpåverkan. Om ingen bryr sig kanske företagen slutar bryr sig också, och miljön är ju vår framtid. Utan den kan vi inte fortsätta leva här typ.”

Att nå målen är viktigt, dock är vägen till målet en annan viktig faktor som tas upp i intervjuerna. Realistiska mål är en annan medverkande kraft som påverkar motivationen. För att nå ett mål krävs ny kunskap eller utveckling på annat sätt. Respondenterna har dock inte erhållit ny

kunskap om miljöarbete för att nå mål eller upplevt högre motivation att nå ett mål som bidrar till minskad miljöpåverkan. Många respondenter förklarar att de är nöjda oavsett om de når målet eller inte, då det är vägen till målet som har störst betydelse. Att de lär sig och utvecklas på vägen prioriteras och därför är de ofta nöjda och motiverade oavsett. De menar att nästa gång nås målet, eftersom de lär sig från misslyckanden. På frågan *“vad är viktigast: att nå målet eller det du lär dig på vägen till målet?”* svarar respondent F-1:

“Hade du ställt den här frågan till mig för några år sedan hade jag svarat på att nå målet. Nu när jag blivit äldre och stött på hinder på vägen för att sedan förbättra mig till att nå mina delmål skulle jag säga att det jag lär mig på vägen till målen är det viktigaste.”

5. Analys

Följande kapitel presenterar en analys av den teoretiska referensramen och empirin. Materialet ska tillsammans besvara forskningsfrågan i slutsatsen.

5.1. Arbetsplatsens CSR- och miljöarbete

5.1.1. CSR

Respondenternas svar visar att de förekommer olika definitioner av fenomenet CSR. Forskare har varit oeniga om den rätta definitionen, där CSR har fått olika uppfattningar och definitioner (Carroll, 2016). Vi kan konstatera några respondenter uppfattade CSR på ett grundläggande sätt, eftersom de inte hade mycket kunskap om fenomenet sen tidigare. C-1, som hade mycket kunskap om CSR, bidrog med bättre beskrivning. Respondenterna resonerade kring samma delar av CSR: sociala och miljöaspekter, vilket är en del av den generella definitionen av CSR.

Carroll (2016) fastställer att den ekonomiska aspekten är en grundpelare, som de andra tre delarna i CSR-pyramiden bygger på. Författaren hävdar också att förhoppningarna inte är att fullgöra handlingar i CSR-pyramiden underifrån och arbeta uppåt, utan att fokusera på delarna som en helhet. Baserat på respondenternas svar, förekommer CSR-arbete på arbetsplatsen och de var eniga om att det borde prioriteras. Arbetsplatsernas engagemang i miljöarbete varierade, beroende på bransch. Respondenter ansåg att miljöarbete är viktigt att utföra, eftersom arbetsplatsen är medveten om att de påverkar miljön. Respondenterna hade inte alltid en uppfattning av omfattningen av arbetsplatsens CSR- och miljöarbetet.

5.1.2. Miljöarbete

Carroll och Buchholtz (2006) påstår att företag inte är bemannade nog, eftersom de saknar nödvändig kunskap för att involveras i frågor om miljöarbete. Ledningen är inriktade mot ekonomiska mål och strategiskt beslutfattande, vilket medför brister i delarna som påverkar beslutfattande om perspektiv i samhället. Det som framställs av Carroll och Buchholtz, att företag inte innehar kunskap om miljöfrågor, överensstämmer inte respondenterna svar. Respondenterna hävdar att miljöarbete prioriteras. Arbetsplatserna lägger resurser i miljöfrågor för att fullgöra förväntningarna de har på sig i att ta ansvar gentemot miljön. Resurserna som går till miljöarbetet bestod av källsortering och minskad pappersanvändningen. Respondenterna var också tydliga om att miljöarbetet håller en bra standard. De konstaterade också att det alltid finns rum för att utveckla miljöarbetet. Respondenterna hävdar att det kring miljöfrågor sköts av andra avdelningar på företaget som HR. Carroll och Buchholtz (2006) påstående blir därför inte aktuellt i detta då det anser att ledningar endast fokuserar på att generera vinster och inte lägger fokus på miljöarbete.

Vidare förklarar Lamb et. al; Carroll & Shabana (2010) att företagen besitter hjälpmedel för att ha engagemang och ansvar gentemot miljön. Därför blir det som ett krav att ha engagemang och ta ansvar. Respondenterna blir uppmanade till att försöka ta ett första steg i miljöfrågor. Detta exemplifieras genom bland annat möjligheten för medarbetarna att välja en miljövänlig

tjänstebil, i form av hybrid. På arbetsplatsen blir de även rekommenderade att försöka tänka på sin pappersanvändning och källsortering.

Carroll och Shabana (2010) menar att företagen har som ett krav från samhället där det är ekonomisk, vinstgivande men samtidigt att ta ansvar över sina aktörer, anställda och befolkningen i samhället. Detta blir betydelsefullt även ifall de måste sätta sitt vinstgivande åt sidan för att fullgöra kraven. EB-1 lyfter att det var viktigt att bidra till en positiv samhällsutveckling, vilket även de andra respondenterna är eniga om. EB-1 nämner också att arbetsplatsen har en indirekt påverkan på miljön och samhället, därmed blir det ett krav att bidra till en positiv samhällsutveckling.

5.2. Motivation och miljöarbete

5.2.1. David McClellands motivationsteori

Uduji (2013) menar att medarbetare som har behov av *tillhörighet* föredrar bra relationer och samarbeten, de ogillar konkurrens. Respondenterna lyfter att det är viktigt att ha bra relationer på arbetsplatsen. De menar att det har en markant påverkan på motivationen samt att vissa påstår att arbetet inte fungerar utan samarbeten. Det förekommer ingen koppling mellan bra samarbete och miljöarbete.

Individer som drivs av *tillhörighet*, ogillar konkurrens, påstår Uduji (2013). Påstående motsäger respondenterna åsikter. De menar att konkurrens är hälsosamt och ökar deras motivation. De har aldrig upplevt konkurrens kopplat till miljöarbetet och upplever därför inte heller att miljöarbetet är en anledning till ökad motivationen. Det är andra faktorer bakom konkurrens, i de fall då det bidrar till ökad motivation. Dock är respondenterna oense, då några förklarar konkurrens som negativt. Det finns en gräns på vem de konkurrerar mot samt på hur hård konkurrens. De menar att de inte vill ha konkurrens på arbetsplatsen, men gärna mot andra företag.

Respondenterna förklarar att det är negativt med konkurrens på arbetsplatsen, eftersom relationer och samarbete ibland är grunden i arbetet. Det går inte att arbeta ensam, för då nås ingen framgång. Enligt Khurana och Joshi (2017) drivs dessa individer av *prestation*. De motiveras av belöningar och konsekvenser som framgång medför. Framgång är viktigt för respondenterna. De har tagit risker för att nå framgång. Dock är ingen respondent mer villig att ta risker om resultatet förbättrar miljön. Däremot förklarar de att ekonomiska belöningar motiverar dem och ökar deras benägenhet att ta risker.

Det är populärt bland respondenterna att ha viljan att prestera på arbetsplatsen för att nå framgång. Det var också populärt att drivas av *makt*. Medarbetare som drivs av makt är ofta bra vid förhandlingar, gillar att ha inflytande på andra och drivs av tävlingsmoment (Khurana och Joshi 2017). Respondenterna gillar att påverka andra, men föredrar att hjälpa och lära ut. Respondenterna blir inte motiverade av att påverka andra i syfte att bidra till en bättre miljö. Enbart respondent M-2 har påverkat andra för att förbättra miljöarbetet.

Förhandlingar anser respondenterna att de är bra på. De har aldrig förhandlat i syfte att förbättra miljön eller menar att de skulle öka motivationen för att vinna en förhandling. Åsikterna kring tävlingsmoment varierar. Respondenterna är skeptiska till tävlingsmoment, men kan tycka det är positivt om det görs på rätt sätt. De menar att man inte bör ha för seriösa tävlingar. Tävlingsmoment kopplat till miljöarbete förekommer inte, hade det förekommit hade motivationen att vinna inte ökat. Respondenterna prioriterar god sammanhållning på arbetsplatsen och anser att de ska tävla tillsammans, inte mot varann.

5.2.2. Företagskultur

Grey (2009) förklarar att en företagskultur existerar då medarbetarna delar värderingar och mål med arbetsplatsen. Många respondenter menar att arbetsplatsen har en företagskultur och att den ökar motivation. Företagskulturen bidrar till att medarbetarna kan vara sig själva på arbetsplatsen och att de har roligt tillsammans med sina kollegor. Då vill de prestera bättre, för att tillsammans nå ett bra resultat. Ingen respondent upplever arbetsplatsens miljöarbete som en del av deras företagskultur. Dock menar de att miljöarbete bidrar till att medarbetarna värdesätts, vilket eventuellt kan ha en påverkan på arbetsplatsens värderingar och mål.

Att arbeta på en arbetsplats som tydligt visar vilka de är, vilken riktning de vill gå i samt värderingar, menar respondenterna också bidrar till ökad motivation. Att dela värderingar med arbetsplatsen bidrar till högre lojalitet hos medarbetarna. Respondenterna menar också att sammanhållningen blir starkare. Att kunna identifiera sig med arbetsplatsen, exempelvis genom att dela värderingar, ökar motivationen och även huruvida arbetet ses en viktig del av livet. Att prioritera arbetet ökar framgången samt prestationen (Setiyani et al. 2019).

5.2.3. Motivationskrafter

Amabile (1993) skiljer på två motivationskrafter som arbetsplatser kan applicera på medarbetarna: Inre- och yttre motivationskrafter.

Inre motivationskrafter handlar om att söka något i arbetet (Amabile 1993). Respondenterna söker utveckling i sitt arbete. De gillar att gå framåt samt att utvecklas och menar att arbetet kan bidra med det. Några respondenter förklarar att deras intressen och personlighet har bidragit till att de valt arbetsplatsen. En respondent menar att hen inte kan arbeta på en arbetsplats som inte tar hänsyn till miljön. Miljöarbete är viktigt men inget respondenterna söker efter i arbetet, dock måste det existera. Medarbetarna på arbetsplatsen får vara med i arbetsplatsens miljöarbete, som ständigt utvecklas. Att ständigt söka något i arbetet och nå det, ser respondenterna som mål de uppnår.

Att ha mål i arbetet är populärt, dock förekommer inga mål kopplat till miljöarbete. Respondenterna har lågt intresse av att minska miljöpåverkan i arbetet och menar att minskad miljöpåverkan inte ökar motivationen att nå ett mål. Yttre motivationskrafter innebär att medarbetare är målinriktade och prioriterar att nå målet, framför utvecklingen som kan ske på väg till målet (Amabile 1993). Respondenter har mål, men menar att vägen till målet har större betydelse än att nå målet.

6. Slutsats

Kapitlet presenterar våra slutsatser baserat på studien och det resultat vi erhållit. Kapitlet avslutas med en diskussion och förslag på framtida forskning.

6.1. Påverkas medarbetarnas motivation av arbetsplatsens miljöarbete?

Resultatet klargör att medarbetarnas motivation *inte* påverkas av arbetsplatsens miljöarbete.

Studien visar att CSR- och miljöarbete förekommer på arbetsplatserna. Respondenterna är nöjda med existerande arbete, men menar att arbetsplatser alltid bör utveckla miljöarbetet. Miljöarbetet har ingen påverkan på motivationen, dock ser vi indirekta kopplingar mellan miljöarbete och motivation. Miljöarbete ökar bekvämligheten och hur medarbetare värdesätts. Respondenterna menar att bekvämlighet underlättar arbetet vilket ökar motivationen samt att arbetsplatser som värdesätter miljön, värdesätter sina anställda, vilket bidrar till högre motivation.

6.2. Framtida forskning

Om vi skulle göra om studien hade vi valt ett annat urval av respondenter. Vi anser att det hade bidragit till mer relevant fakta, att intervjua medarbetare med chefspositioner. Respondenterna i vår studie, med högre positioner, försåg studien med mer relevant data och hade ett starkare intresse i miljöfrågor, än de andra respondenterna. Vilket bidrog till mer givande intervjuer.

Utöver det, anser vi också att det hade gynnat studien att ha intervjuer med medarbetare från arbetsplatser där miljöarbetet är en del av företagskulturen. Vi tror att det hade bidragit till mer åsikter och kopplingar mellan miljöarbete och motivation, samt eventuellt ett annat svar på forskningsfrågan.

6.3. Avslutande diskussion

Vi anser att det är viktigt att applicera miljöarbete, även fast resultatet i studien visade att det inte påverkar motivationen. Individer vill arbeta på en arbetsplats som tar hänsyn till miljön och drar sig till dessa.

För att uppnå högre motivation bör arbetsplatsen inneha en stark företagskultur genom att anställa medarbetare som delar arbetsplatsens värderingar och mål. Det är viktigt att redogöra målen, tillsammans kämpa för att nå målen samt att fira när målen nås. Det skapar en stark sammanhållning mellan kollegorna, som också är en viktig faktor bakom hög motivation.

7. Referenslista

Amabile, TM. (1993). Motivational Synergy: Toward New Conceptualizations of Intrinsic and Extrinsic Motivation in the Workplace. *Human Resource Management Review* 3(3): 185.

Ansvarsfullt Företagande. (u.å.). CSR – Corporate Social Responsibility. *Ansvarsfullt företagande*. <http://www.fair-business.se/csr-for-foretag.html> [2020-12-13]

Bryman, A och Bell, E. (2015). *Business Research Methods*. 3. uppl. Oxford University Press.

Carroll, Archie B. (2016). *International Journal of Corporate Social Responsibility* <https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-016-0004-6> [2020-12-05]

Carroll, Archie B & Shabana, Kareem M. (2010). *The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice* <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x> [2020-12-10]

Carroll, Archie B & Buchholtz, Ann K. (2006). *Business and Society Ethics and Stakeholder Management* 6 uppl. Thomson/South-Western, 2006

Carroll, Archie B. (1999). *Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct Business & Society*, 38(3), 268-295. doi: 10.1177/000765039903800303

Graafland, J & Van de Ven, B. (2006). Strategic and Moral Motivation for Corporate Social Responsibility. *The Journal of Corporate Citizenship*, No. 22 (Summer 2006), pp. 111-123 <https://www.jstor.org/stable/pdf/jcorpciti.22.111.pdf> [2021-01-17]

Grey, C. (2009). *En mycket kortfattad, ganska intressant och någorlunda billig bok om att studera organisationer*. Lund: Studentlitteratur.

Kerr, S. (1975). On the folly of rewarding A, while hoping for B. *Academy of management Journal*, 18(4), 769-783

Khurana, H & Joshi, V. (2017). Motivation and its impact on individual performance: a comparative study based on McClelland's three need model. *CLEAR International Journal of Research in Commerce & Management*. Vol 8 Issue 7, p. 110-116

Kim, C H och Scullion, H. (2013). The effect of corporate social responsibility (CSR) on employee motivation: A cross-national study. *University of Nottingham, United Kingdom*.

Lind, R. (2019). *Vidga vetandet*. Lund: Studentlitteratur.

Lind, R. (2014). *Vidga vetandet*. Lund: Studentlitteratur.

May, S., Cheney, G. & Roper, J. (2007). The debate over corporate social responsibility. *New York: Oxford University*.

- McClelland, D. (1975). *Power: The inner experience*. Oxford, England: Irvington.
- Motivation.se. (2011). CSR bidrar till hållbar utveckling. *Motivation.se*, mars.
<https://www.motivation.se/innehall/csr-bidrar-till-hallbar-utveckling/> [2020-12-13]
- Nalband, A N & Al Kelabi, S. (2014). *Redesigning Carroll's CSR Pyramid Model Journal of Advanced Management Science*. Vol. 2, No. 3, September 2014.
<http://www.joams.com/uploadfile/2014/0217/20140217024434433.pdf> [2020-12-24]
- Olsson, B. H. (2006). *Ekonomi för hållbar utveckling*.
<http://miljoforskning.formas.se/sv/Nummer/April-2006/Innehall/Temaartiklar/Ekonomiforhallbar-veckling/> [2021-01-04]
- Patel, Runa & Davidson, Bo. (2019). *Forskningsmetodikens grunder - Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. 5 uppl. Lund: Studentlitteratur
- Schiffman, L., Lazar Kanuk, L., Hansen, H. (2012). Consumer Behaviour: A European outlook. Page 232-245
- Setiyani, A., Djumarno, D., Riyanto, S. and Nawangsari, L., (2019). THE EFFECT OF WORK ENVIRONMENT ON FLEXIBLE WORKING HOURS, EMPLOYEE ENGAGEMENT AND EMPLOYEE MOTIVATION. *International Review of Management and Marketing*, 9(3), pp.112-116.
- Sveningsson, S. & Alvesson, M. (2010). *Ledarskap*. Malmö: Liber
- Sweden Abroad. (u.å.). Hållbart företagande – CSR. *Sweden Abroad*.
<https://www.swedenabroad.se/sv/om-utlandet-for-svenska-medborgare/thailand/service-for-svenska-foretag/hallbart-foretagande---csr/#> [2020-12-14]
- Uduji, J. (2013). Needs for Achievement, Affiliation, and Power: the Possible Sales Manager's Actions for Exceptional Salesforce Performance. *Department of Marketing, Faculty of Business Administration, University of Nigerian*.
- Vetenskapsrådet. (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. . 1 uppl. Lund: Studentlitteratur
- WWF. (2014). *Living Planet Report 2014: (Elektronisk version)*. Gland: WWF
- Yin, Robert K. (2013). *Kvalitativ forskning från start till mål*. 1 uppl. Lund: Studentlitteratur

8. Bilagor

8.1. Intervjuguide

Möjliga inledande diskussions områden

- Alder
- Jobb
- Yrke
- Hobbys/fritid
- Semester
- Kompisar/familj (Vad de brukar göra/prata om)
- COVID-19 påverkan på arbetet

CSR

Hur skulle du beskriva CSR?

Beskriv kortfattat din uppfattning av arbetsplatsens CSR-arbete? Existerar det?

Pratar/diskuterar du med dina kollegor om arbetsplatsens CSR-arbete? Om ja, positiva / negativa diskussioner? Kommer ni med nya förslag?

Hur viktigt är din relation till dina kollegor?

Miljöpåverkan

Hur arbetar din arbetsplats för att minimera miljöpåverkan i samhället? Berätta något ni gör för att minska påverkan?

Beskriv din åsikt om arbetsplatsens arbete miljöarbete, bör de utvecklas, är det överdrivet...mm..?

Förekommer det att ni blir uppmanade av arbetsplatsen till ett första steg att engagera er i miljöarbete? Hur?

Har anställda möjlighet att påverka arbetsplatsens miljöpåverkan? Isåfall hur?

Lägger de ansvar på er? Exempelvis att ni kan välja mellan att ha online möte eller att åka till en annan ort för mötet?

Det är viktigt för arbetsplatsen att ha bra ekonomi samt lönsamhet, anser du att de påverkar miljöarbetet, prioriterar de lönsamhet framför miljöpåverkan?

Har arbetsplatsen lyckats kombinera miljöarbetet med lönsamhet och strategi, hur?

Är miljöfrågor något som tas upp i många sammanhang?

I vilka sammanhang? Exempelvis dess påverkar på ökad/minskad lönsamhet...mm

Stödjer eller sponsrar ni någon förening/organisation i samhället som arbetar för minskad miljöpåverkan?

Motivation

Beskriv din uppfattning av företagets framtida miljöarbete, ökar intresset?

Beskriv vad som motiverar dig till att göra ett bra jobb?

Vad är hög motivation för dig, vilka faktorer tror du motivation bidrar till? Exempelvis minskad frånvaro, högre prestation...?

Har du märkt om motivationen på arbetsplatsen kan smitta av sig mellan anställda?

Påverkas du om din arbetskollega har hög/låg motivation?

Stärker arbetsplatsens miljöarbete din motivation? Hur?

Teori

Kultur (Grey)

Upplever du att ni har någon form av företagskultur?

- Beskriv den
- Fördelar med den?
- Påverkar kulturen motivation? Hur?

Inre motivationskrafter

Har du upplevt att du söker något i ditt arbete, exempelvis att utveckla ett intresse eller att du vill utmana dig själv, personliga utmaningar?

- Vad söker du?
- Hur påverkar det din motivation? Stärker den?
- Har du lyckats nå det du sökt? Hur gjorde du? Förklara mer
- Har du någonsin arbetat för att minska miljön kopplat till ditt arbete? Ex tar buss istället för bil, online möten, sälja miljövänliga produkter... Hur påverkar det dig? blir du mer motiverad om du vet att det är gynnsamt för arbetsplatsen, dig och miljön?

Yttre motivationskrafter

Har du mål du strävar efter i arbetet? -

Ge exempel på mål

- Är det viktigt att ha mål? varför, varför inte?
- Hur påverkar målen din motivation?
- Vad är viktigast: att nå målet eller det du lär dig påväg till målet?
- Har du haft mål kopplat till miljön? Ge exempel, påverkar de din motivation?

David McClellands motivationsteori

- Är det viktigt för dig att ha konstruktiva relationer?
- Vad är din åsikt om samarbete?
- Vad tycker du om konkurrens i arbetet?

- Är framgång viktigt för dig?
- Kan du ta risker, om du tror det kommer bidra till framgång?
- Är du mer villig att ta risker om du vet att resultatet är lönsamt för miljön?

- Gillar du att påverka andra i arbetet?
- Vad tycker du om förhandlingar? Anser du att du är bra på det?
- Gillar du att det finns tävlingsmoment i arbetet, som bidrar till att du måste prestera?
- Har du påverkat andra i arbetsrelaterade situationer för att bidra till en bättre miljö?