



UNIVERSITY OF GOTHENBURG  
SCHOOL OF BUSINESS, ECONOMICS AND LAW

# **Ansvarstagande ledarskap: Utforskning av CSR bland framtida beslutsfattare**

Företagsekonomiska institutionen  
Management & Organisation  
VT24  
Kandidatuppsats  
Författare: Arian Saravi, 990522  
Handledare: Ramsin Yakob

## Sammandrag

Corporate Social Responsibility (CSR) är ett mångfacetterat koncept med en mängd olika definitioner som belyser dess breda tillämpningsområde och betydelse. Denna studie fokuserar på att utforska hur framtida företagsledare uppfattar och interagerar med CSR, samt vilka erfarenheter och inställningar de har gentemot detta viktiga område. Studiens syfte är att djupgående förstå dessa framtida beslutsfattares syn på CSR och dess relevans i den moderna affärsvärlden. För att besvara forskningsfrågorna användes en kvalitativ metodansats, där semistrukturerade intervjuer genomfördes med femton managementstudenter på högskolenivå. Denna metod valdes för att möjliggöra en djupare insikt i studenternas personliga uppfattningar och erfarenheter.

Analysen av data genomfördes med utgångspunkt i ett teoretiskt ramverk som integrerar Human Resource Management (HRM) perspektivet och Maslows behovshierarki, vilket bidrog till att strukturera och tolka resultaten på ett meningsfullt sätt. Studiens resultat indikerar att studenterna inte bara är väl medvetna om CSR och dess olika dimensioner, utan också betraktar CSR-engagemang som en central och integrerad del av företagets strategi och verksamhet.

I sammandrag belyser denna studie den kritiska roll som framtida företagsledare spelar i att främja och integrera CSR inom företagskulturer och affärsstrategier. Genom att förstå hur dessa ledare uppfattar och värderar CSR kan företag bättre navigera i den komplexa samverkan mellan affärsmässiga och sociala ansvarsområden.

Nyckelord: *CSR, ansvarstagande ledarskap, framtida beslutsfattare, företag, arbetsgivare, handelshögskola, social hållbarhet*

## Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is a multifaceted concept with a variety of definitions that highlight its broad applicability and significance. This study focuses on exploring how future business leaders perceive and engage with CSR, as well as their experiences and attitudes towards this important area. The aim of the study is to gain an in-depth understanding of these future decision-makers' views on CSR and its relevance in the modern business world. To address the research questions, a qualitative approach was employed, conducting semi-structured interviews with fifteen management students at the university level. This method was chosen to enable a deeper insight into the students' personal perceptions and experiences.

The data analysis was carried out using a theoretical framework that integrates the Human Resource Management (HRM) perspective and Maslow's hierarchy of needs, which helped to

structure and interpret the findings in a meaningful way. The study's results indicate that the students are not only well aware of CSR and its various dimensions but also view CSR engagement as a central and integral part of corporate strategy and operations.

In summary, this study highlights the critical role that future business leaders play in promoting and integrating CSR within corporate cultures and business strategies. By understanding how these leaders perceive and value CSR, companies can better navigate the complex interplay between business and social responsibilities.

*Keywords: CSR, responsible leadership, future decision-makers, companies, employers, business school, social sustainability.*

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning</b>	<b>5</b>
1.1 Problemformulering	6
1.2 Syfte och frågeställningar	7
1.2 Studiens disposition	8
<b>2. Tidigare forskning</b>	<b>9</b>
2.1 Företags samhällsansvar (CSR)	9
2.2 Uppfattningar om CSR	9
2.2.1 Generation Z i Indien	9
2.2.1 Handelsstudenter i Indien	10
<b>3. Teori</b>	<b>11</b>
3.1 HR-perspektivet	11
3.2 Maslows behovshierarki	14
3.3 Kopplingen mellan HR-perspektivet och Maslows behovshierarki	15
3.4 Kopplingen mellan CSR och Maslows behovshierarki	16
<b>4. Metod</b>	<b>17</b>
4.1 Forskningsmetod	17
4.2 Forskningssynsätt	17
4.3 Forskningsdesign	18
4.4 Datainsamling	18
4.5 Urval av intervjudeltagare	19
4.3 Bearbetning av data	21
4.5 Analys av data	21
4.4 Kvalitativ tillförlitlighet	22
4.4 Forskningsetiska principer	23
4.5 Metoddiskussion	23
<b>5. Resultat</b>	<b>24</b>
5.1 Definitioner av CSR	24
5.1.1 Studenternas uppfattning av CSR	24
5.1.2 Företagens arbete med CSR	25
5.2 Olika aspekter av CSR	26
5.2.1 Miljödimensionen	26
5.2.2 Samhälleliga dimensionen	27
5.2.3 Ekonomiska dimensionen	27
5.2.4 Intressentdimensionen	27
5.2.5 Volontärdimensionen	28
5.3 Arbetsgivarnas arbete med CSR	28
<b>6. Analys</b>	<b>30</b>
6.1 HR-perspektivet	30
6.1.1 Maslows behovshierarki	30

<b>7. Diskussion</b>	<b>31</b>
7.1 Definitioner av CSR	31
7.2 Aspekter av CSR som upplevs vara mest betydelsefulla	32
7.3 Arbetsgivarnas arbete med CSR	33
<b>8. Avslutning</b>	<b>33</b>
8.1 Vidare forskning	34
<b>Referenser</b>	<b>35</b>
<b>Bilagor</b>	<b>40</b>
Bilaga 1: Informationsbrev	40
Bilaga 2: Intervjuguide	41

## 1. Inledning

CSR:s potential att positivt påverka individer inom organisationer sträcker sig bortom traditionella affärsresultat och bidrar till en fördjupad förståelse för de mekanismer och villkor som underlättar önskade utfall. Dessa utfall är avgörande för att förbättra organisationers prestationer och anpassning till samhällets förväntningar (Aguinis & Glavas, 2012).

En betydande faktor som har intensifierat kraven på företagen att ta ett större socialt ansvar är FN:s Agenda 2030 och de globala målen för hållbar utveckling. Dessa mål har satt en tydlig riktning för hållbarhetsarbetet globalt och betonar vikten av att företag bidrar till social, ekonomisk och miljömässig hållbarhet. Företag förväntas inte bara att driva sin verksamhet på ett sätt som minimerar negativ påverkan utan också att aktivt bidra till positiva samhällsförändringar (United Nations, 2015).

När företag engagerar sig i CSR och strävar efter att uppfylla målen i Agenda 2030, kan det skapa en positiv arbetsmiljö, öka anställdas engagemang och förbättra företagets anseende. Medarbetarnas motivation och engagemang ökar när företag visar att de bryr sig om samhällsfrågor och miljön, vilket kan öka deras stolthet och lojalitet mot företaget (Glavas, 2016). Dessutom kan företagets anseende förbättras hos kunder, investerare och andra intressenter, vilket leder till ökad kundlojalitet, bättre investerarrelationer och starkare partnerskap (Porter & Kramer, 2006).

CSR-initiativ kan också främja en positiv organisationskultur och ett mer inkluderande ledarskap. Detta innebär att företaget inte bara fokuserar på vinst utan också på hur de kan bidra till samhället, vilket kan leda till mer innovativa och hållbara affärsmetoder (Epstein, 2008). Genom att integrera socialt och miljömässigt ansvar i företagets strategi och verksamhet, kan företag skapa långsiktigt hållbara och framgångsrika organisationer.

Denna fördjupning av CSR:s mekanismer, i kombination med de riktlinjer och mål som ställs upp av Agenda 2030, hjälper företag att utveckla mer effektiva CSR-strategier som möter samhällsförväntningar, stärker deras verksamhet och bidrar till en mer hållbar framtid. CSR handlar således inte bara om att göra gott för samhället utan också om att skapa förutsättningar för långsiktig framgång och hållbarhet inom företaget. Med en stark koppling till FN:s globala mål kan företag inte bara förbättra sina egna prestationer utan också positivt påverka sina medarbetare och externa aktörer, vilket i sin tur skapar en mer rättvis och hållbar värld (United Nations, 2015; Aguinis & Glavas, 2012; Glavas, 2016; Porter & Kramer, 2006).

De senaste åren har det också observerats ett ökat intresse bland universitetsprofessorer som strävar efter att integrera CSR i högre utbildning, vilket utökar fokus bortom de grundläggande akademiska färdigheterna såsom kognitiva färdigheter, kritiskt tänkande, självförmåga och psykosociala kompetenser (Luesia et al., 2023). Enligt Cornelius, Wallace och Tassabehji (2007) anammar dessa akademiker en mer holistisk utbildningsansats, där de

inte bara uppmuntrar studenter att identifiera och reagera på samhällsbehov, utan också integrerar element av socialt entreprenörskap, budgethantering, hållbarhetslära och effektiv kommunikation i läroplanerna. Denna trend understryker vikten av CSR som ett verktyg som kan förbereda studenterna för att aktivt bidra till och forma samhället.

CSR-undervisning uppmuntrar studenter att tänka utanför ramarna för deras omedelbara akademiska utbildningsområden och discipliner samt att överväga de bredare konsekvenserna av sina personliga handlingar i samhället. Denna integrerade metod kan skapa mer holistiska tänkare som är medvetna om de sociala, ekonomiska och miljömässiga effekterna av deras beslut (Bansal & Song, 2017). Det främjar också en kultur av etiskt ledarskap och socialt ansvarstagande, vilket är avgörande i en tid då företag och individer ställs inför allt större krav på hållbarhet och etiskt beteende (Porter & Kramer, 2006).

Enligt en studie publicerad i *Journal of Management & Organisation* (Bennett & Wright, 2015) har en betydande andel Master of Business Administration (MBA)-program börjat inkludera Corporate Social Responsibility (CSR) och hållbarhetsfrågor i sina läroplaner. Studien visade att många ledande MBA-program världen över integrerar CSR, oftast genom att erbjuda en kärnkurs i affärsetik som delvis täcker CSR-frågor. Trots detta finns det kritik om att dessa program missar möjligheten att fullt ut stödja utbildningen av CSR-medvetna framtida affärsproffs. En annan artikel av Stonkuté et al. (2018) som ingår i den vetenskapliga tidsskriften *Sustainability* fann att ungefär 75% av de granskade Master of Business Administration MBA-programmen nu inkluderar CSR och hållbarhet i någon form i sina kurser, vilket visar en tydlig trend mot att integrera dessa ämnen i högre utbildningar, särskilt inom affärs- och managementfältet.

## 1.1 Problemformulering

I en värld präglad av ökad globalisering och etiskt medvetande har CSR stigit i betydelse som en väsentlig faktor som påverkar företagets agerande och relationer med sina intressenter. Men trots denna ökade medvetenhet kvarstår en utmaning: gapet mellan teori och praktik när det gäller implementeringen och värderingen av CSR inom företag. Företag kan integrera CSR i sina strategier, men det är sällan klart vilka aspekter som prioriteras och hur dessa val påverkar både verksamheten och samhället i stort.

Det finns en risk att utbildningsprogram och kursplaner på handelshögskolor inte fullt ut reflekterar de komplexa realiteter och utmaningar som CSR innebär i praktiken. Detta kan leda till att studenter, trots teoretisk kunskap, inte är tillräckligt förberedda för att hantera CSR-frågor i arbetslivet. Denna bristande förberedelse kan ha flera negativa konsekvenser. För det första kan det resultera i en mismatch mellan arbetsgivares förväntningar och nyexaminerades kompetens, vilket kan förlänga inlärningskurvan och minska arbetsprestationen (Smith & Smith, 2020). För det andra kan det begränsa studenternas förmåga att kritiskt utvärdera och utveckla CSR-strategier, vilket minskar företagets möjligheter att integrera hållbarhetsprinciper effektivt (Johnson, 2021).

Sedermera är det otydligheten i definitionerna av företagens sociala ansvar (CSR) som kan leda till flera negativa konsekvenser för studenter och yrkesverksamma. En brist på enhetlig förståelse av CSR i utbildningsprogrammen skapar förvirring bland studenter, vilket resulterar i inkonsistent kunskap och svårigheter att tillämpa dessa principer i arbetslivet (Moon och Shen, 2010). Denna inkonsistens kan hindra effektiviteten i CSR-initiativ och göra det svårt för företag att utveckla och genomföra strategier som möter samhällets förväntningar. Dessutom kan en ofullständig förståelse av CSR bidra till risker för greenwashing, där företag framställer sig som mer ansvarsfulla än vad de faktiskt är, vilket kan skada både företagets anseende och konsumenternas förtroende (Laufer, 2003). Det är därför av stor vikt att utbildningsinstitutioner strävar efter att standardisera och klargöra definitionen av CSR för att förbättra studenternas beredskap för yrkeslivet.

Slutligen är det framtida beslutsfattarens personliga värderingar som spelar en avgörande roll för hur de tolkar och implementerar företagens sociala ansvar (CSR). Deras syn på CSR kan direkt påverka de strategier och åtgärder ett företag väljer att prioritera för att möta samhällets förväntningar och mål. Eftersom CSR innefattar en rad värderingsbaserade initiativ — från miljöskydd till social rättvisa och ekonomisk hållbarhet — är samspelet mellan individuella värderingar och dessa bredare samhällliga mål av stor betydelse. Det finns också en tydlig koppling mellan individuella värderingar hos framtida ledare och de värderingar som CSR-förhållningssätt bygger på. Personliga värderingar som integritet, rättvisa och hållbarhet kan öka engagemanget för CSR-åtgärder som direkt bidrar till att uppnå samhällliga mål såsom de som utformats i Agenda 2030. Dessa mål kräver ett aktivt engagemang från företagets sida för att främja hållbar utveckling på global nivå (United Nations, 2015).

En effektiv integration av personliga värderingar och CSR kan därmed leda till mer genomtänkta och målinriktade strategier som inte bara reflekterar beslutsfattarens personliga övertygelser utan också bidrar till bredare samhällliga förbättringar. Denna dynamik understryker vikten av att utbilda och utveckla framtida ledare som är väl medvetna om både sina egna värderingar och hur dessa kan samverka med företagets CSR-strategier för att främja hållbar samhällsutveckling. På längre sikt kan ökad integration av CSR inom universitets- och högskoleutbildningar bidra till att skapa ett mer sammanhållet samhälle och stödja övergången till ett hållbart ekonomiskt system. Genom att förnya och intensifiera ansträngningarna för att främja CSR kan framtida ledare skapa gynnsamma förutsättningar för hållbar tillväxt, ansvarsfullt företagande och långsiktigt skapande av arbetstillfällen vilket belyser viktiga områden inom CSR (Ogrizek, 2002).

## **1.2 Syfte och frågeställningar**

Syftet med denna studie är att bidra till den växande diskursen om CSR och dess betydelse för företag, samhälle och miljö. Genom att analysera framtida beslutsfattarens uppfattningar och erfarenheter av CSR, kan studien bidra till den akademiska litteraturen inom området ledarskap, strategisk förändring och hållbarhet. Dessutom kan studien ge insikter i hur CSR integreras i företagsstrategier och därigenom bidra till forskningsfältet för företagsstrategi och

affärsutveckling. Genom att identifiera kunskapsluckor och utbildningsbehov kan studien också vägleda utbildningsinstitutioner och företag i deras strävan efter att främja hållbart och ansvarsfullt företagande, vilket är centralt inom området för hållbar affärspraxis och utbildning.

### **Forskningsfrågor:**

1. Hur definierar framtida beslutsfattare begreppet CSR och hur påverkar deras definitioner deras syn på och hantering av CSR-frågor i sina framtida yrkesroller?
2. Vilka specifika aspekter av CSR anser framtida beslutsfattare vara mest betydelsefulla för att främja medarbetarnas förutsättningar inom en organisation?
3. Hur viktigt är det för framtida beslutsfattare att arbetsgivare aktivt engagerar sig i CSR och hur kan det bidra till att uppfylla medarbetarnas behov inom en organisation?

### **1.2 Studiens disposition**

Inledningsvis introduceras fem kärndimensioner för att definiera CSR. Detta följs av en genomgång av tidigare forskning som riktat in sig på generation Z och handelsstudenter, vilket är relevant då dessa grupper representerar den demografiska basen för denna studie. Efter det presenteras studiens teoretiska perspektiv, där både HR-perspektivet och Maslows behovshierarki utforskas som analytiska verktyg.

Metodavsnittet detaljerar den kvalitativa forskningsansatsen som använts, bestående av 15 semi-strukturerade intervjuer. Dessa intervjuer har analyserats med en tematisk analysmetod för att extrahera centrala teman. Resultatdelen presenterar de huvudsakliga fynden, organiserade enligt de tidigare definierade frågeställningarna och de teman som identifierats under analysprocessen.

I analysavsnittet kopplas resultaten tillbaka till det teoretiska ramverket för att skapa en djupare förståelse av insamlade data. Därefter omfattar diskussionsdelen en syntes av de viktigaste insikterna, svar på studiens frågeställningar och rekommendationer för framtida forskning inom området CSR.

## **2. Tidigare forskning**

### **2.1 Företags samhällsansvar (CSR)**

Företagens samhällsansvar (CSR) sträcker sig över ett omfattande spektrum av dimensioner och aspekter som påverkar både samhället och miljön. Dahlsruds (2008) studie är av särskild relevans då den utforskar och identifierar fem kärndimensioner inom CSR, vilket belyser ämnets mångfacetterade natur på ett fördjupat sätt.

Dahlsrud genomförde en omfattande granskning av 37 olika CSR-definitioner, vilket resulterade i en strukturerad identifiering av fem huvuddimensioner. Den första dimensionen, miljödimensionen, fokuserar på företagets åtgärder för att minimera sin negativa miljöpåverkan och att främja hållbarhet. Härigenom adresseras frågor rörande resursanvändning, utsläpp och ekologisk fotavtryck. Den andra dimensionen betonar det samhällseliga ansvarstagandet, där företag arbetar för att göra positiva bidrag till samhället och är medvetna om sina effekter på det sociala välbefinnandet. Denna dimension inkluderar initiativ för samhällsutveckling, social inkludering och människors välbefinnande. Den tredje dimensionen berör de ekonomiska aspekterna av CSR, vilket innefattar etiska affärsprinciper, ekonomiskt värdeskapande för alla intressenter och bidrag till ekonomisk stabilitet och utveckling. Den fjärde dimensionen rör interaktionen med olika intressenter, såsom anställda, leverantörer och kunder, och strävar efter att bygga och upprätthålla ömsesidigt givande relationer. Slutligen involverar den femte dimensionen volontärarbete och frivilliga aktiviteter, där företag engagerar sig i samhällstjänst och välgörenhet utanför sina lagstadgade åtaganden.

Genom att integrera resultaten från Dahlsruds studie i diskussionen om CSR öppnar det upp för en mer djupgående analys av ämnet. Det ger en bredare ram för att kritiskt reflektera över hur företag kan strategiskt och meningsfullt integrera CSR i sin verksamhet. Att använda Dahlsruds studie som referens stärker trovärdigheten och relevansen i diskussionen om CSR:s olika dimensioner och betydelsen av företagets samhällsansvar, vilket bidrar till en mer omfattande förståelse av CSR som ett strategiskt verktyg för hållbarhet och samhällspåverkan.

### **2.2 Uppfattningar om CSR**

#### **2.2.1 Generation Z i Indien**

Studien om Generation Z i Indien, av Narayanan (2022), undersökte deras syn på Corporate Social Responsibility (CSR), med fokus på de sociala och miljömässiga aspekterna. Resultaten visade att CSR hade en betydande inverkan på denna generation. Vid inköpsbeslut beaktade Generation Z företagets CSR-engagemang, vilket indikerar att de värdesätter socialt och miljömässigt ansvarstagande från företagets sida.

Vidare visade studien att Generation Z associerade sitt självkoncept med företag som aktivt arbetade med CSR, vilket bidrog till en positiv självbild hos konsumenterna. Detta tyder på att CSR kan fungera som en identitetsmarkör och forma konsumenternas uppfattning om sig själva.

Trots den ökade medvetenheten om miljöfrågor och klimatkussioner, visade resultaten att Generation Z också var oroade för de sociala aspekterna av CSR. Detta indikerar att de inte bara är upptagna av miljöfrågor utan även värderar socialt ansvarstagande gentemot samhället och människorna omkring dem.

Det som framhåller studien är att den ekonomiska dimensionen av CSR inte hade samma påverkan på Generation Z som de sociala och miljömässiga aspekterna. Detta antyder att för denna generation är social och miljömässig hållbarhet viktigare än rent ekonomiska faktorer vid bedömning av företagsansvar och varumärkesidentitet.

### **2.2.1 Handelsstudenter i Indien**

En longitudinell undersökning av handelsstudenter i Indien över en 15-årsperiod har analyserat förändringar i deras uppfattning om Corporate Social Responsibility (CSR). Resultaten indikerar en skiftande syn på CSR mellan studentkohorterna från 2008 till 2019. År 2008 ansåg studenterna att ekonomiska och sociala mål bör samexistera, medan studenterna 2019 prioriterade de ekonomiska målen framför CSR, vilket ansågs vara sekundärt (Anand & Singh, 2021). Vidare framgår det att studenter med tidigare branscherfarenhet tenderar att vara mer benägna att värdera CSR.

Den befintliga litteraturen indikerar att faktorer som ålder, kön och nationalitet kan påverka handelsstudenters syn på CSR. Därutöver visar forskningen att handelsstudenter tar hänsyn till CSR-aspekter vid exempelvis jobbval. Intressant nog observerades ingen signifikant skillnad i CSR-uppfattningar mellan handelsstudenter som har studerat företagsetik jämfört med de som inte har det (Anand & Singh, 2021). Detta understryker behovet av att revidera kurser inom företagsetik vid handelshögskolor för att främja en mer holistisk syn på hållbar utveckling inom affärsvärlden.

Studien som analyserar förändringar i handelsstudenters syn på Corporate Social Responsibility (CSR) över en 15-årsperiod i Indien ger värdefull inblick i hur begreppet uppfattas och prioriteras bland framtida beslutsfattare. Genom att jämföra synen på CSR mellan studentkohorterna från 2008 till 2019 framträder tydliga förskjutningar. År 2008 ansåg studenterna att både ekonomiska och sociala mål bör samexistera, medan studenterna 2019 tenderade att prioritera ekonomiska mål framför CSR, vilket sågs som sekundärt (Anand & Singh, 2021).

Detta resultat kopplas till den första forskningsfrågan som undersöker hur definitionen av CSR påverkar beslutsfattares syn och hantering av CSR-frågor i deras yrkesroll. Genom att visa att definitionen och prioriteringen av CSR kan variera över tid och påverkas av olika faktorer ger studien en väsentlig insikt för att förstå framtida beslutsfattares attityder gentemot CSR.

Vidare indikerar studien att handelsstudenter med tidigare branschfarenhet tenderar att värdera CSR högre. Detta belyser betydelsen av att ta hänsyn till individuella erfarenheter och bakgrund när man bedömer vilka aspekter av CSR som anses vara mest betydelsefulla för framtida beslutsfattare. Detta kopplas till den andra forskningsfrågan som undersöker vilka specifika aspekter av CSR som anses vara mest relevanta och hur dessa prioriteringar motiveras. Genom att visa att handelsstudenter tar hänsyn till CSR-aspekter vid jobbval, understryker studien vikten av att företag aktivt engagerar sig i CSR för att attrahera och behålla kvalificerade talanger. Denna aspekt relaterar till den tredje forskningsfrågan som utforskar betydelsen av arbetsgivares CSR-engagemang för framtida beslutsfattares yrkesval och organisationstillhörighet.

### **3. Teori**

#### **3.1 HR-perspektivet**

HR-perspektivet, även känt som Human Relations-perspektivet, betonar vikten av att skapa en arbetsmiljö där organisationens struktur och människors behov är i harmoni (Blomberg, 2019). Enligt detta perspektiv anses en arbetsplats präglad av hierarki, kontroll och omfattande arbetsdelning vara oförenlig med människors behov och kan resultera i att de anställda underpresterar. Denna situation påverkar både organisationen och dess anställda negativt. Genom att skapa arbetsplatser som tar hänsyn till de mänskliga behoven, såsom autonomi, tillhörighet och möjligheten till personlig och professionell utveckling, främjas en arbetsmiljö där de anställda känner sig ansvariga och motiverade att optimera sin prestation. I detta scenario gynnas både organisationen och dess medarbetare (Blomberg, 2019). Genom att främja en sådan arbetsmiljö kan organisationer skapa en positiv arbetskultur och öka produktiviteten och trivseln bland sina anställda.

HR-perspektivet betonar individens behov och hur dessa påverkar beteendet hos både individer och grupper inom en organisation. Det innebär att organisationer behöver använda en specifik strategi för att hantera människor effektivt. En organisation enligt HR-perspektivet består av både formella och informella element. De formella delarna innefattar organisationens struktur, medan de informella aspekterna inkluderar interaktionerna mellan individer. På så sätt kan organisationen betraktas som ett socialt system, vilket måste hanteras för att främja individens arbetsnöjdhet och motivation.

Särskild uppmärksamhet ägnas åt hur individer interagerar i grupper och hur detta påverkar gruppens beteende och prestation. Enligt HR-perspektivet kan anställdas produktivitet och

motivation ökas genom att skapa positiva sociala band på arbetsplatsen, där varje medarbetare erkänns som en unik individ. Detta betonar vikten av förbättrade arbetsförhållanden, såsom delaktighet och positiva relationer, vilket i sin tur kan leda till ökad produktivitet (Mabey & Ramirez, 2007).

En central princip inom HR-teorin är att medarbetarnas motivation i hög grad är individuell och influeras av en rad olika faktorer som deras personlighet, erfarenheter, förmågor, omständigheter, tankar och beteenden (Deci & Ryan, 2008). Organisationer som tillämpar HR-teorin tar hänsyn till dessa individuella faktorer för att öka motivationen hos sina anställda. Detta kan innebära att man vidtar åtgärder för att förbättra medarbetarnas personliga förhållanden både inom och utanför arbetsplatsen samt tar hänsyn till deras personliga önskemål, uppfattningar och attityder. Vidare är det betydelsefullt att beakta grupp faktorer för att främja en positiv arbetsmiljö och medarbetarnas motivation. Då individer har sociala behov och interagerar regelbundet på arbetsplatsen är det viktigt att organisationen främjar positiva grupp värderingar och relationer. Genom att skapa en miljö där socialt tryck uppmuntrar till samarbete och positiva attityder kan lagarbete och önskvärda beteenden främjas bland medarbetarna (Hewett, Shantz & Mundy, 2019).

För att säkerställa en effektiv ledning och övervakning är det också viktigt att betona individuell och grupp baserad motivation. Chefer och arbetsledare har en betydande roll i att påverka medarbetarnas motivation genom att tillhandahålla tydlig kommunikation, stödja och coacha sina team samt skapa en kultur som främjar engagemang och prestation (Wickström & Bendix, 2000). Genom att kombinera individuell, grupp baserad och ledningsnivå inflytande kan organisationer maximera medarbetarnas motivation och därigenom förbättra både prestanda och trivsel på arbetsplatsen.

Det framgår särskilt tydligt att auktoritär ledarstil är betydligt mindre effektiv jämfört med en mer demokratisk och deltagande strategi (Deci & Ryan, 2017). Detta betonar vikten av att organisatoriska ledare och chefer är lyhörda för de individuella och kollektiva behoven hos sina anställda. Det innebär att de bör kommunicera effektivt, vara stödjande och motiverande (till exempel genom att ge positiv feedback till anställda) samt skapa möjligheter för medarbetarna att utvecklas och ta ansvar. Dessutom är det av betydelse att tillhandahålla en viss grad av autonomi och kontroll för att främja engagemang och motivation hos medarbetarna.

HR-perspektivet betonar vikten av att organisationer skapar arbetsförhållanden som främjar både individuell och grupp mässig motivation och prestation (Mabey & Salaman, 1995). Det innebär att organisationer måste säkerställa att fysiska arbetsförhållanden är säkra och gynnar de anställdas prestationer, att sociala och andra relaterade arbetsförhållanden främjar medarbetarnas produktivitet och välbefinnande, samt att anställdas ersättningar och förmåner är rättvisa och effektiva för att motivera och belöna prestationer. Vidare är det av stor betydelse att chefer och arbetsledare besitter och använder lämpliga ledarskapsförmågor för

att stödja och motivera sina team. Input och synpunkter från chefer, arbetsledare och anställda bör integreras i organisationens policyer och rutiner för att öka delaktighet och engagemang, samtidigt som alla intressen är samordnade och balanserade för att främja en harmonisk arbetsmiljö och måluppfyllelse. Historiska experiment, såsom Hawthorne-experimenten, visar att om en organisation lyckas tillämpa dessa nyckelprinciper kan den uppnå sina ursprungliga mål att öka företagslojalitet, minska personalomsättning och facklig organisation samt skapa en positiv image för allmänheten (Wickström & Bendix, 2000). Genom att fokusera på dessa grundläggande aspekter kan organisationer skapa en mer gynnsam arbetsmiljö och främja långsiktig framgång och hållbarhet.

Organisationer, trots teknologiska framsteg och globala förändringar, är fortfarande i hög grad beroende av sina medarbetares motivation och prestation. För att förstå och främja detta är det viktigt att titta på individuella faktorer som påverkar motivationen. Utöver att tillämpa principer från motivationspsykologin är det avgörande att organisationer erbjuder interna och externa förmåner som stöder sina anställdas välbefinnande och utveckling. Detta kan innefatta förmåner som föräldraledighet, hälso- och sjukvård på plats, fitnesscenter samt personlig och professionell utveckling. En annan viktig aspekt är att främja positiva gruppdynamiker. Även om teknologiska framsteg möjliggör förändringar i arbetsprocesser, är grupparbete fortfarande normen inom affärsvärlden. Organisationer bör därför skapa en miljö som främjar samarbete och positiva relationer mellan medarbetare för att uppmuntra lagarbete och en gynnsam arbetsmiljö. (Luthans, Luthans & Luthans, 2015)

Effektivt ledarskap är också av avgörande betydelse för organisationens framgång. Chefer och arbetsledare måste vara utrustade med rätt färdigheter och verktyg för att stödja och motivera sina team. Genom att erbjuda ledarskapsutbildning och kontinuerligt stöd kan organisationer säkerställa att deras ledare är kapabla att leda och inspirera sina medarbetare mot gemensamma mål. Det är därför avgörande att skapa arbetsförhållanden som främjar både individuella och gruppmissiga attityder till arbete. Genom att erbjuda en positiv och stödjande arbetsmiljö kan organisationer bidra till ökad medarbetarnas tillfredsställelse och engagemang, vilket i sin tur leder till bättre prestation och företagslojalitet (Khatri, Gupta & Varma, 2016). Genom att integrera dessa insatser kan organisationer stärka sin arbetsstyrka och öka sin konkurrenskraft på marknaden.

Arbetsmiljöer skiljer sig åt, men det är tydligt att framgångsrika organisationer tenderar att behandla sina anställda som individer med unika behov och preferenser. Det innebär att organisationer aktivt visar sina anställda värdet av deras arbete genom att erbjuda meningsfulla sammanhang för deras uppgifter, ta emot och agera på feedback, förstå och beakta individuella preferenser, ge beröm och erkännande för prestationer samt främja starka sociala band mellan anställda. Många principer från mänskliga relationer är fortfarande relevanta på moderna arbetsplatser och kan bidra till att förbättra prestationer och välbefinnande hos anställda.

En positiv åtgärd som organisationer kan vidta är att uppmuntra sina anställda att se arbetet som en naturlig del av sina liv. Genom att främja en inställning där arbetet integreras smidigt i deras liv kan organisationer skapa en miljö där anställda känner sig mer engagerade och motiverade att leverera sitt bästa arbete. Genom att också tillämpa principer från mänskliga relationer och skapa en arbetsmiljö som värdesätter individens välbefinnande och prestation kan organisationer förbättra arbetsplatskulturen och främja långsiktig framgång. Detta kan inkludera att erbjuda flexibla arbetsarrangemang, skapa möjligheter för personlig och professionell utveckling samt främja en kultur av öppenhet och respekt (Shuck, Peyton Roberts & Zigarmi, 2018).

I framtiden kan företag dela sin stora vision med sina anställda genom att tydligt kommunicera det övergripande temat och den övergripande bilden av arbetet. Det är avgörande att alla anställda känner sig värderade och förstår hur deras arbetsinsatser bidrar till organisationens framgångar. När anställda kan se den större bilden och hur deras arbete passar in i helheten, tenderar deras motivation att öka. För att ytterligare stärka anställdas motivation och engagemang kan organisationer ge dem mer befogenheter och autonomi. Anställda värdesätter sin självständighet och trivs bättre när de känner att de har utrymme att fatta egna beslut utan att ständigt övervakas. Genom att uppmuntra anställda att ta initiativ och fatta oberoende beslut när det är lämpligt kan organisationer främja en kultur av ansvarstagande och innovation.

Att investera i medarbetarnas utbildning och kompetensutveckling är också avgörande. Anställda som känner att de får möjlighet att växa och utvecklas inom organisationen är mer benägna att prestera på sin högsta nivå. Genom att erbjuda utbildningsmöjligheter och utvecklingsprogram visar organisationen sitt engagemang för att stödja och investera i sina anställdas framsteg. Att erkänna och belöna prestation är en annan viktig strategi för att främja motivation och engagemang bland anställda. Genom att ge anställda bekräftelse och uppmuntran när de presterar bra visar organisationen sin uppskattning för deras hårda arbete. Detta kan inkludera allt från personliga ord av uppskattning till ekonomiska belöningar och andra incitament.

Sammanlagt är det därför avgörande för organisationer att skapa en arbetsmiljö där anställda känner sig värderade, respekterade och motiverade att göra sitt bästa. Genom att dela visionen, ge autonomi, erbjuda utvecklingsmöjligheter och erkänna prestationer kan organisationer bygga en stark och engagerad arbetsstyrka som arbetar mot gemensamma mål och bidrar till långsiktig framgång (Primecz, 2020).

### **3.2 Maslows behovshierarki**

Maslows behovshierarki är en väletablerad modell som beskriver människans behov på fem hierarkiska nivåer (Blomberg, 2019). Enligt denna teori strävar människor först att tillfredsställa sina grundläggande behov innan de rör sig uppåt i hierarkin till mer avancerade

behov. Detsamma gäller på arbetsplatsen, där det är viktigt att beakta och tillgodose medarbetarnas behov på alla nivåer för att främja deras välbefinnande och motivation.

Den första nivån i hierarkin innefattar de fysiologiska behoven, såsom mat, vatten och skydd mot väder och vind. På den andra nivån återfinns behovet av trygghet och säkerhet, vilket inkluderar känslan av stabilitet och skydd, både fysiskt och ekonomiskt. Nivå tre omfattar behovet av social tillhörighet och kärlek, vilket innebär att människor söker gemenskap, vänskap och kärleksfulla relationer. På fjärde nivån återfinns behovet av uppskattning och erkännande, både från sig själv och från andra. Detta inkluderar självkänsla, respekt från andra och känslan av att vara värdefull och betydelsefull. Slutligen behandlar den femte och högsta nivån av hierarkin behovet av självförverkligande, vilket innebär att människor strävar efter personlig tillväxt, självförverkligande och att uppnå sin fulla potential.

Maslows teori om behovshierarkin betraktas som universell och gäller för människor i olika kulturella och samhälleliga kontexter (Blomberg, 2019). Genom att förstå och tillgodose medarbetarnas behov enligt denna hierarki kan organisationer skapa en arbetsmiljö som främjar välbefinnande, motivation och prestation.

### **3.3 Kopplingen mellan HR-perspektivet och Maslows behovshierarki**

Maslows behovshierarki erbjuder en nyanserad syn på mänskliga behov och hur de påverkar individens motivation och beteende, vilket kan kopplas till HR-perspektivet i organisationsmiljön. Modellen beskriver fem hierarkiska nivåer av behov, där varje nivå representerar olika aspekter av människans existentiella välbefinnande. Inom HR-perspektivet, som fokuserar på att skapa en harmonisk arbetsmiljö där organisationens struktur och individens behov samspelar, kan Maslows hierarki fungera som en vägledning för att förstå och tillgodose medarbetarnas behov på arbetsplatsen. En relevant referens som diskuterar Maslows behovshierarki inom ramen för HR och dess tillämpning i organisationer är Miner (2007). Denna bok erbjuder en omfattande översikt av olika teorier inom organisationsbeteende, inklusive Maslows behovshierarki, och hur dessa teorier kan tillämpas praktiskt inom HR för att skapa en mer effektiv och tillfredsställande arbetsmiljö. Den tar upp samspelen mellan organisationsstrukturen och individuella behov, vilket gör den till en användbar referens för att stödja påståenden om Maslows modells relevans i HR-perspektivet.

På den lägsta nivån av hierarkin återfinns de fysiologiska behoven, vilket inkluderar grundläggande överlevnadsbehov som mat, vatten och skydd. Inom HR-perspektivet innebär detta att organisationer måste säkerställa att medarbetarna har tillgång till dessa grundläggande resurser för att känna sig trygga och säkra i sin anställning.

På den andra nivån återfinns behovet av trygghet och säkerhet, vilket innefattar behovet av stabilitet och skydd, både fysiskt och ekonomiskt. HR-perspektivet betonar vikten av att skapa en arbetsmiljö där medarbetarna känner sig säkra och skyddade, vilket kan uppnås genom att erbjuda stabila anställningsförhållanden och ekonomisk trygghet.

Nivå tre i hierarkin fokuserar på behovet av social tillhörighet och kärlek, vilket innebär att människor strävar efter gemenskap, vänskap och kärleksfulla relationer. Inom HR-perspektivet kan detta tolkas som vikten av att främja en inkluderande arbetsmiljö där medarbetarna känner sig välkomna och uppskattade av sina kollegor.

På fjärde nivån återfinns behovet av uppskattning och erkännande, både från sig själv och från andra. HR-perspektivet betonar vikten av att erkänna och uppskatta medarbetarnas prestationer för att öka deras motivation och engagemang på arbetsplatsen, vilket kan uppfylla deras behov av uppskattning och erkännande enligt Maslows hierarki.

Slutligen behandlar den femte och högsta nivån av hierarkin behovet av självförverkligande, där människor strävar efter personlig tillväxt och att uppnå sin fulla potential. Inom HR-perspektivet kan detta tolkas som vikten av att erbjuda utbildningsmöjligheter och utvecklingsprogram för att stödja medarbetarnas personliga och professionella tillväxt, vilket kan bidra till deras känsla av att uppnå självförverkligande enligt Maslows modell.

Genom att integrera Maslows behovshierarki i HR-perspektivet kan organisationer skapa en arbetsmiljö som tar hänsyn till och tillgodoser medarbetarnas behov på olika nivåer av hierarkin. Detta kan leda till ökad trivsel, motivation och prestation på arbetsplatsen, vilket i sin tur kan bidra till organisationens framgång och hållbarhet på lång sikt.

### **3.4 Kopplingen mellan CSR och Maslows behovshierarki**

Maslows behovshierarki erbjuder ett intressant perspektiv för att analysera hur framtida beslutsfattare kan förhålla sig till CSR samt synen på arbetsgivarens engagemang inom detta område.

När vi tittar på hur framtida beslutsfattare definierar CSR och hur det påverkar deras syn på och hantering av CSR-frågor i sina framtida yrkesroller, kan Maslows behovshierarki ge en inblick i denna fråga (Maslow, 1943). Enligt hierarkin strävar människor först efter att tillfredsställa sina grundläggande behov, såsom mat, trygghet och social tillhörighet, innan de rör sig mot mer avancerade behov som självförverkligande (Blomberg, 2019). Denna teori antyder att individers definitioner och prioriteringar av CSR kan vara formade av vilka behov de för närvarande anser vara mest akuta.

När det gäller vilka specifika aspekter av CSR som anses mest betydelsefulla av framtida beslutsfattare och hur de motiverar sina prioriteringar, kan Maslows teori bidra till att förstå deras val (Miner, 2007). De kan vara mer benägna att värdera CSR-initiativ som adresserar behov som de anser vara mest angelägna för dem själva och samhället. Till exempel kan individer som prioriterar social tillhörighet och kärlek vara mer benägna att värdera CSR-initiativ som främjar gemenskap och samhällsansvar.

Vidare, när vi ser på hur viktigt det är för framtida beslutsfattare att arbetsgivare engagerar sig i CSR och hur deras uppfattningar om detta engagemang påverkar deras yrkesval och

organisationstillhörighet, kan Maslows behovshierarki erbjuda en förklaring. Individer kan vara mer benägna att välja arbetsgivare som aktivt engagerar sig i CSR om de ser det som ett sätt att tillfredsställa sina egna och samhällets behov på flera nivåer av hierarkin. Deras uppfattningar om arbetsgivares CSR-engagemang kan påverka deras yrkesval genom att de väljer att arbeta för företag som speglar sina egna värderingar och prioriteringar när det gäller samhällsansvar.

## **4. Metod**

### **4.1 Forskningsmetod**

För att uppnå studiens syfte valdes en kvalitativ ansats med intervjuer som metod för datainsamling. En kvalitativ metod är lämplig när studien syftar till att beskriva, tolka och förstå människor och sociala system (Patel & Davidson, 2019). Denna metod möjliggör djupgående information och mindre strukturerade samtal med öppna frågor, med fokus på förståelse, helhet och sammanhang. Den semistrukturerade ansatsen är särskilt fördelaktig då den inte behöver ha en fast intervjumall eller en särskild ordning på vilka frågor som ställs, vilket möjliggör en mer nyanserad förståelse av komplexa ämnen och tillåter uppföljning på intressanta och oväntade svar. Intervjupersonerna får möjligheten att uttrycka sig fritt samtidigt som relevanta teman och frågor täcks inom ramen för ämnet (Bryman & Bell, 2017; Patel & Davidson, 2019).

För att få en djupare förståelse av CSR och hur företag och institut implementerar och hanterar detta, valdes en kvalitativ forskningsstrategi. Den kvalitativa forskningsstrategin är särskilt lämplig för att få en djupare förståelse av ämnet eftersom denna ansats fokuserar på hur individerna som intervjuas uppfattar och tolkar sin sociala verklighet (Bryman & Bell, 2017).

### **4.2 Forskningssynsätt**

Abduktion har använts som forskningssynsätt för denna studie, vilket kombinerar induktiva och deduktiva metoder. Denna metod utgår ofta från en teoretisk ram, men behöver inte alltid vara uttryckt i en specifik modell. Ett enskilt fall formulerar en hypotes som kan förklara fallet, till exempel ett förslag till vidare teoretisk forskning. Intresset för en abduktiv strategi ligger därför i samspelet mellan de teorier som valts som utgångspunkt och studiens empiriska underlag (Patel & Davidson, 2019; Lind, 2019).

Det initiala arbetet med att granska befintlig litteratur byggde på artiklar som föreslog vidare forskning om företags CSR-strategier och hur dessa implementeras i praktiken. Dessa artiklar, tillsammans med annan relevant forskning, fungerade som stöd för att formulera den initiala teoretiska inriktningen för studien.

Under utvecklingen av den teoretiska referensramen genomfördes intervjuer löpande med flertalet respondenter. Denna parallella process av teoriutveckling och datainsamling möjliggjorde en kontinuerlig reflektion över nya insikter från intervjuerna i relation till den teoretiska referensramen. Detta tillvägagångssätt, som är centralt för abduktion, gjorde det möjligt att anpassa och utveckla studien med fler teorier i takt med att ny information tillkom. Genom att kombinera teoretiska perspektiv med empiriska data från intervjuerna kunde studien generera en djupare förståelse för hur viktigt CSR är och vilka faktorer som påverkar implementeringen och effektiviteten av dessa initiativ.

### **4.3 Forskningsdesign**

För denna studie har en flerfallsstudie använts för att undersöka hur studenter på handelshögskolor, med olika arbetserfarenheter, förhåller sig till och uppfattar CSR. Varje fall, representerat av en enskild student, har behandlats unikt och studerats för att dra slutsatser om likheter och skillnader i deras syn på CSR och hur deras bakgrund påverkar deras perspektiv. Valet att intervjua studenter motiverades av en nyfikenhet kring hur framtida beslutsfattare, med varierande erfarenheter och bakgrunder, ser på CSR och hur de kan komma att implementera sådana strategier i sina framtida yrkesroller. Detta är särskilt relevant eftersom studenterna utgör en mångfaldig grupp som kan ge insikter i olika aspekter av CSR och hur dessa kan påverka företagens hållbarhetsarbete i framtiden.

Forskningsdesignen med flera fall möjliggör en djupgående analys av varje enskild students uppfattning samtidigt som det går att identifiera mönster och skillnader i deras syn på CSR. Denna metod anses förbättra teoribildning genom att möjliggöra jämförelser mellan flera individer och fastställa vilka omständigheter en teori håller och när den inte gör det (Bryman & Bell, 2017). Följaktligen var intervjuerna semistrukturerade, vilket innebar att intressanta svar kunde följas upp, och gav en flexibel möjlighet att utforska specifika aspekter av CSR mer detaljerat. Fokus låg på att få en bred förståelse av hur studenterna definierar CSR, vilka aspekter de anser vara mest betydelsefulla, samt hur deras syn på CSR påverkas av deras tidigare arbetserfarenheter och studier.

### **4.4 Datainsamling**

Studien utfördes genom kvalitativa intervjuer med 15 svenska universitetsstudenter, huvudsakligen från handelshögskolor i Skandinavien. Studenterna kontaktades initialt för att bjuda in dem till intervjuer, och tid och plats bestämdes därefter. Intervjuerna genomfördes både personligen på Handelshögskolan vid Göteborgs universitet och digitalt via Zoom för att undvika störningar. En intervjuguide utarbetades för att säkerställa att alla relevanta teman berördes (Patel & Davidson, 2019). Frågorna ställdes i en förutbestämd ordning, men följdfrågor kunde anpassas beroende på informantens svar. Under intervjuerna utforskades studenternas uppfattningar om CSR, deras inställning till CSR på nuvarande och framtida arbetsplatser samt deras syn på framtiden för CSR-arbete. Intervjuerna varierade i längd från

20 minuter till 1 timme och 15 minuter och spelades in för analysändamål. En bilaga med intervjuguide bifogades i uppsatsen för transparens och ökad förståelse.

#### **4.5 Urval av intervjudeltagare**

Studien fokuserade på handelsstudenter vid skandinaviska universitet, med urvalet av informanter baserat på ett bekvämlighetsurval. Denna metod innebar att urvalet av informanter begränsades till dem som var tillgängliga i både tid och rum. För att bli inkluderade i studien måste informanterna studera vid en handelshögskola och ha någon form av tidigare arbetslivserfarenhet. Informanterna utgjordes främst av män och hade en åldersvariation mellan 22 och 28 år. Alla studerade vid en handelshögskola i Skandinavien, och deras arbetslivserfarenheter var varierade. Några av dem hade tidigare arbetat inom detaljhandeln, medan andra hade erfarenhet av försäljning och marknadsföring. Deras tidigare arbetsroller spände från praktikplatser till deltidsjobb inom olika sektorer.

Tidigare arbetslivserfarenhet är viktig i denna kontext eftersom den kan påverka studenternas perspektiv och förståelse av ämnet CSR. Genom att inkludera informanter med tidigare arbetslivserfarenhet kan studien få en mer mångfacetterad och nyanserad bild av hur CSR uppfattas och hanteras i praktiken. Dessa informanter kan bidra med insikter och erfarenheter från sina egna arbetsplatser, vilket kan berika diskussionen och bidra till en djupare förståelse av ämnet. Dessutom kan tidigare arbetslivserfarenhet bidra till att informanterna har praktiska exempel att relatera till när de diskuterar frågor relaterade till CSR. Detta gör det möjligt att få en mer konkret och realistisk bild av hur CSR integreras i olika organisationer och hur det påverkar arbetsmiljön och relationerna med olika intressenter.

Genom att inkludera informanter med tidigare arbetslivserfarenhet kan studien också öka dess trovärdighet och relevans. Genom att lyssna på personer som redan har erfarenhet av att arbeta inom affärssektorn kan studien erbjuda mer meningsfulla insikter och rekommendationer för framtida utbildningsprogram och CSR-initiativ.

Det har däremot varit svårt att hitta källor som behandlar CSR med fokus på studenter på handelshögskolor och deras uppfattningar. Därför breddades litteraturgenomgången till de generella ämnen som är relevanta för studiens forskningsområde. Tillvägagångssättet är rimligt enligt Bryman & Bell (2017), som betonar vikten av flexibilitet i forskningsprocessen och att vara redo att justera fokus baserat på tillgängliga resurser och relevant data. Vidare är det viktigt att källorna inte bara är relevanta utan också bidrar till forskningsfrågans teoretiska och praktiska förankring. Efter litteraturgenomgången skapades en modell baserad på teorin för analysen av det empiriska underlaget. Modellen utformades för att integrera de olika aspekterna av CSR som är relevanta för att förstå hur studenter uppfattar och hanterar CSR-frågor. Modellen speglar den samlade kunskapen om ämnet och anpassas efter datainsamlingen (Bryman & Bell, 2017).

Nedan har samtliga intervjudeltagare/respondenter sammanställts i en tabell för att ge en överskådlig bild över varje persons bakgrund och andra aspekter som kan anses vara viktiga för studien.

<b>Respondent</b>	<b>Utbildning</b>	<b>Kön</b>	<b>Arbetslivserfarenhet</b>	<b>Bransch</b>	<b>Skola</b>
Person 1	MSc International Business & Trade	Man	8 år	Management-konsult	Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet
Person 2	MSc Management	Man	5 år	Management-konsult	Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet
Person 3	MSc Management	Kvinna	7 år	Bank	Handelshögskolan vid Umeå Universitet
Person 4	Master of Business Administration (MBA)	Man	7 år	Bank	Handelshögskolan vid Örebro Universitet
Person 5	BSc Business	Man	7 år	Försäkring & Pension	Ekonomihögskolan vid Lunds Universitet
Person 6	MSc International Business	Man	7 år	Rekrytering	Copenhagen Business School
Person 7	MSc Marketing & Consumption	Kvinna	5 år	Fastighets-förvaltning	Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet
Person 8	MSc Business & Management	Man	6 år	Investmentbolag	Handelshögskolan i Stockholm
Person 9	MSc International Strategic Management	Kvinna	6 år	Bank	Ekonomihögskolan vid Lunds Universitet
Person 10	MSc Business & Management	Kvinna	4 år	Detaljhandel	Handelshögskolan i Stockholm
Person 11	Magister Ekonomi	Man	5 år	Gym	Handelshögskolan vid Karlstads Universitet
Person 12	MSc Finance	Kvinna	5 år	Investmentbolag	Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet
Person 13	Bachelor Business Administration (BBA)	Man	5 år	Investmentbolag	Handelshøyskolen BI Oslo
Person 14	BSc Business	Kvinna	4 år	Detaljhandel	Handelshögskolan vid Karlstads Universitet
Person 15	BSc Marketing Management	Kvinna	3 år	Evenemang	Handelshögskolan vid Jönköpings Universitet

Tabell 1: En översikt av intervjudeltagarna/respondenterna i denna studie (skapad av författaren)

### **4.3 Bearbetning av data**

Arbete med data kan struktureras i tre huvudsteg: 1) Insamling, 2) Analys och 3) Tolkning (Trost, 2005). För att upprätthålla ett realistiskt förhållande till datamaterialet är det fördelaktigt att påbörja analysarbetet så snart som möjligt efter intervjuerna för att dra nytta av färsk information och behålla detaljer i minnet (Patel & Davidson, 2019). Dessutom bör analysen vara löpande för att fånga upp ny och oväntad information som kan dyka upp under forskningen. Det insamlade datamaterialet genomgick en bearbetning för att framställa empiri som var relevant och användbar för studiens syften samt för att följa etiska principer. Inspelning av intervjuerna gjordes vid intervjutillfällena för att säkerställa autenticitet i det empiriska materialet. Dessutom gjorde författarna anteckningar under intervjuerna för att komplettera inspelningarna. Efter avslutade intervjuer granskas inspelningarna och anteckningarna för att sammanställa materialet. Databearbetningen genomfördes med en tematisk analys där målet var att finna svar på studiens forskningsfrågor genom att identifiera teman och mönster i datamaterialet.

I studien genomfördes datainsamling genom kvalitativa intervjuer med informanterna, där både inspelningar och anteckningar användes för att fånga detaljer och säkerställa autenticitet. Efter intervjuerna genomgick inspelningarna och anteckningarna för att sammanställa datamaterialet. Sedan genomfördes en tematisk analys där datamaterialet systematiskt granskades för att identifiera och kategorisera teman och mönster som var relevanta för att besvara studiens forskningsfrågor. Genom hela processen betonades vikten av att bibehålla ett realistiskt förhållande till datamaterialet, vilket innebar att analysarbetet påbörjades snabbt efter intervjuerna och att löpande analys användes för att fånga upp ny information.

### **4.5 Analys av data**

Analys och tolkning av den insamlade primärdatan hade sin utgångspunkt i den konceptuella modell som utvecklats i studien. Modellen, baserad på befintlig teori och den forskningsfråga som studien syftade till att besvara, användes som ett ramverk för att systematiskt kategorisera och tolka data från de genomförda intervjuerna. En teoretisk grundad uppdelning användes som utgångspunkt för analys av intervjuerna (Bryman & Bell, 2017). Detta tillämpades för att identifiera och analysera hur handelsstudenter uppfattar och hanterar CSR-frågor i sina studier och tidigare arbetslivserfarenheter.

Metoden som användes vid analysen av den insamlade datan var kvalitativ innehållsanalys. Denna metod är lämplig för att koda och analysera stora mängder data på ett effektivt sätt (Bryman & Bell, 2017), vilket gjorde metoden lämplig för denna studie eftersom den sammanställda transkriberingen var väldigt omfattande. Kodningen av det insamlade materialet gjordes efter den konceptuella modell som utvecklades i studien. Först delades materialet upp i huvudteman relaterade till CSR, som studien undersöker, det vill säga uppfattning, implementering och påverkan.

Respondenternas svar kodades efter vad de diskuterade; exempelvis svar som rörde deras uppfattning om CSR samlades under huvudtemat *uppfattning*. Efter att materialet sammanställt enligt de tre huvudteman, blev det kategoriserat i subteman. Subteman utgjordes av specifika aspekter av CSR, som etiska riktlinjer, miljöhänsyn och socialt ansvarstagande. Exempelvis, när en respondent diskuterade miljöinitiativ sorterade vi stycket under huvudtemat implementering med subtemat miljöhänsyn. Samtliga subteman valdes ut efter återkommande svar som gavs under de olika intervjuerna. Subteman hjälpte till att strukturera materialet ytterligare, vilket gjorde det lättare att få en överblick över respondenternas svar. Eftersom all transkribering förvarades på en dator var det lätt att söka efter nyckelord i texten, vilket underlättade analysen och kodningen.

En vanlig kritik som riktas mot kvalitativ forskning är att det kan vara svårt att replikera en kvalitativ studie och få liknande resultat (Bryman & Bell, 2017). Den tydliga kodifieringen av materialet i den här studien har försökt att motverka den problematiken. En tydlig kodning gör det möjligt för granskare och forskare att reproducera studiens resultat i större grad. Genom att koda materialet först efter studiens huvudteman och sedan fördela in materialet ytterligare i subteman gör det möjligt att följa analysprocessen i flera steg. Studiens sätt att koda materialet minskar även subjektiviteten i analysprocessen och minskar risken att författarnas åsikter påverkar objektiviteten i analysen.

#### **4.4 Kvalitativ tillförlitlighet**

För att säkerställa trovärdigheten i studien användes alternativa kriterier för bedömning av kvalitativa undersökningar enligt Bryman & Bell (2017). Dessa kriterier behandlar fyra huvudaspekter: trovärdighet, överförbarhet, pålitlighet och möjlighet att styrka och konfirmera.

Sedermera för att säkerställa tillförlitligheten i studien har en noggrann genomgång av tidigare forskning inom CSR-området genomförts. Denna genomgång har använts för att stödja utformningen och genomförandet av intervjuerna. För att ytterligare stärka den interna validiteten i studien har fokus legat på att säkerställa överensstämmelse mellan observationerna och den teoretiska ramen (Bryman & Bell, 2017). Insikterna från varje intervju har bidragit till den övergripande utvecklingen av studien. Efter 15 intervjuer uppnåddes en mättnadspunkt där liknande svar från respondenterna observerades, vilket innebar att behovet av ytterligare deltagare inte ansågs nödvändigt för att stärka tillförlitligheten i studien. Intervjuguider har använts med frågor strukturerade enligt de tidigare definierade teman, och dessa guider har reviderats vid behov för att säkerställa att datainsamlingen var anpassad efter studiens syfte.

I en studie om CSR är överförbarheten av resultaten avgörande för att bedöma dess externa validitet och möjligheten att tillämpa forskningsresultaten i olika sammanhang. Enligt Bryman & Bell (2017) stärks överförbarheten genom att forskare noggrant beskriver sin undersökning så att andra kan bedöma om resultaten kan vara relevanta utanför den specifika

kontexten. I denna studie har överförbarheten stärkts genom en detaljerad beskrivning av forskningskontexten, urvalsprocessen och tillämpade metoder. Bryman och Bell (2017) betonar också vikten av att forskaren noggrant beskriver analysprocessen för att säkerställa pålitligheten i studien. Genom en omfattande metodbeskrivning inklusive forskningsstrategi, urval, datainsamling och analysprocessen, samt diskussion om etiska aspekter, strävar denna studie efter att öka tilltron till forskningsresultaten och bidra till en djupare förståelse av CSR inom affärsvärlden.

I en CSR-orienterad forskningskontext är bekräftbarhet sedermera en grundläggande aspekt för att upprätthålla trovärdigheten i studien. Enligt Bryman & Bell (2017) innebär detta begrepp att forskaren måste agera objektivt och undvika att låta personliga åsikter eller teoretiska preferenser påverka forskningsprocessen. Genom noggrann dokumentation av alla steg i forskningsprocessen, inklusive urval av deltagare, teman som diskuterades under intervjuerna, samt metoder för datainsamling och analys, strävar studien efter att bibehålla en hög grad av objektivitet. Den semistrukturerade intervjuansatsen möjliggör flexibilitet i både frågor och svar, vilket bidrar till att minska risken för personlig påverkan på datainsamlingen och därigenom ökar validiteten i studien.

#### **4.4 Forskningsetiska principer**

Studien har följt Vetenskapsrådets rekommendationer för forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning, vilka inkluderar informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet (Vetenskapsrådet, 2002).

Enligt informations- och samtyckeskravet informerades de deltagande noggrant om studiens syfte och gavs möjlighet att frivilligt delta, med möjligheten att avbryta medverkan när som helst utan att behöva uppge anledning (Vetenskapsrådet, 2002). Vidare säkerställdes att all information behandlades konfidentiellt och förvarades säkert från obehöriga enligt konfidentialitetskravet. Enligt nyttjandekravet användes uppgifterna endast för studiens syfte och raderades när arbetet var färdigställt (Vetenskapsrådet, 2002). Deltagarna informerades tydligt om studiens syfte och de etiska ställningstagandena genom ett skriftligt informationsbrev. Det framhölls att deltagandet var frivilligt och konfidentiellt, med möjlighet att avbryta medverkan när som helst. Vid intervjun förklarades även hanteringen av materialet, inklusive säker förvaring av personuppgifter, och samtycke till deltagande i enlighet med de etiska principerna inhämtades innan intervjun påbörjades.

#### **4.5 Metoddiskussion**

Metoddiskussionen utforskar autenticitet, pålitlighet och träffsäkerhet i studien, som genomfördes med en kvalitativ ansats och kvalitativt underlag (Lind, 2019). Autenticitet refererar till korrekt och äkta representation av materialet, medan pålitlighet innebär att arbetet utförs konsekvent och transparent, vilket möjliggör granskning av arbetsprocessen (Lind, 2019). Träffsäkerhet avser om datamaterialet effektivt adresserar studiens frågor (Lind,

2019). En kvalitativ intervju innebär etablerandet av ett samtal mellan intervjuare och deltagare, där flera faktorer som kön, ålder och social bakgrund kan påverka samtals dynamik. För att minimera påverkan av intervjuarens förståelse är medvetenhet om detta avgörande (Patel & Davidson, 2019). Inom en kvalitativ ansats är trovärdighet central, vilket innebär att både datainsamling och databearbetning måste redovisas tydligt och noggrant för att säkerställa relevans för studiens syfte (Trost, 2005). Studien strävade efter transparens och tydlighet i redovisningen av både datainsamling, bearbetning och resultat.

En utmaning med den insamlade datan i studien var avsaknaden av anteckningar under intervjuerna. Att dokumentera insiktsfulla svar och lärdomar direkt under intervjun kan vara avgörande för att fånga viktiga detaljer och förbättra kvaliteten på följdfrågorna till respondenterna. Kompletterande anteckningar vid transkriberingen skulle ha varit till nytta vid analysen och troligtvis minskat den tid som spenderades på materialets analys.

En annan potentiell brist med studiens tillvägagångssätt var att majoriteten av intervjuerna genomfördes via digitala videoplattformar. Även om detta möjliggjorde tillgång till deltagare på avlägsna platser, kan det påverka kvaliteten på intervjuerna. Enligt Kvale och Brinkmann (2014) kan den personliga relationen mellan intervjuare och deltagare bli mindre stark när intervjun genomförs digitalt. Att intervjuas fysiskt på samma plats och i samma rum som deltagaren kan öka förtroendet och kvaliteten på intervjun. Detta var något som uppmärksammades under studien. Intervjuer som genomfördes personligen var de som visade sig vara bäst både utifrån ett innehållsmässigt perspektiv samt ett relationellt perspektiv. Deltagarnas kroppsspråk gav ytterligare insikter och stärkte deras svar. Om det hade varit möjligt att genomföra fler intervjuer personligen hade kvaliteten med största sannolikhet på den insamlade datan varit av högre rang.

## **5. Resultat**

### **5.1 Definitioner av CSR**

I detta avsnitt undersöks studenternas perspektiv på företagets sociala ansvar (CSR), vilket är avgörande för att forma en omfattande och praktisk definition av begreppet. Studenterna uppfattar CSR som ett komplext och flerdimensionellt ansvar som sträcker sig över miljömässiga, sociala och ekonomiska områden.

#### **5.1.1 Studenternas uppfattning av CSR**

I diskussionen om CSR:s innebörd framkommer det att studenterna betraktar begreppet som komplext och inkluderande flera olika aspekter. En student framhåller att CSR är ett brett och omfattande begrepp som sträcker sig över olika områden, medan en betydande del av dem framhäver dess miljömässiga dimension och vikten av ekologiskt ansvar. Två studenter undersöker CSR:s tillämpning genom hela produktionskedjan och betonar vikten av att

övervaka företagets ekonomiska struktur för att minimera negativa påverkningar. En student uttrycker det som att man bör "granska värdekedjan från grunden uppåt för att se vilka fotavtryck man lämnar". Studenten betonar vikten av att noga granska varje steg i företagets verksamhet för att förstå dess påverkan på samhället och miljön. Att "se vilka fotavtryck man lämnar" innebär att vara medveten om och bedöma företagets totala effekt på omgivningen. Det är ett uppmaning till företag att vara ansvarstagande och sträva efter att minimera negativa och maximera positiva konsekvenser.

Detta innebär att studenterna ser CSR som mer än bara ett enskilda ansvarsområde inom företaget. Istället uppfattar de det som en helhetsstrategi som involverar flera dimensioner, inklusive miljömässiga, sociala och ekonomiska aspekter. De belyser vikten av att överväga hela företagets verksamhet, från produktion till slutkund, för att förstå och minimera dess påverkan på samhället och miljön. Genom att granska hela värdekedjan kan företag identifiera och hantera eventuella negativa konsekvenser av sin verksamhet och sträva efter att bli mer hållbara och ansvarsfulla i sitt agerande.

Detta rimmar starkt med CSR:s bredare mål och innebörd, som strävar efter att främja företagets ansvar gentemot samhället, miljön och intressenterna på ett övergripande och integrerat sätt. Andra studenter framhåller att CSR innebär att integrera mänskliga rättigheter och att företag har ett socialt ansvar. För dem är CSR en kombination av ekonomisk hållbarhet och socialt välbefinnande för medarbetare. De anser att företagen har ett ansvar att övervaka arbetsvillkoren hos sina leverantörer och främja samhällsansvar utanför deras affärsverksamhet.

Två studenter kopplar CSR till politiska riktlinjer och ser det som en mall för hållbart arbete både i samhället och i företag. De ser CSR som en vägledning för att upprätthålla hållbarhet i både verksamheten och samhället i stort. När det gäller studenternas tidigare erfarenheter visar det sig att ungefär hälften av dem formas av tidigare arbetslivserfarenheter medan den andra hälften hämtar sina uppfattningar från tidigare studier. Majoriteten har begränsad erfarenhet inom CSR-området, men en mindre grupp har antingen betydande arbets- eller studieerfarenhet kopplad till CSR.

### **5.1.2 Företagens arbete med CSR**

När studenterna tillfrågas om deras åsikter angående företag som antingen arbetar med CSR eller inte, framkommer det att majoriteten ser CSR som en nödvändig del av ett företags verksamhet. Flera studenter anser till och med att det bör vara ett obligatoriskt krav för företag att engagera sig i CSR. En student resonerade kring att nyetablerade företag initialt behöver fokusera på att generera vinst och prioritera detta framför miljömässiga aspekter. Däremot argumenterar studenten att större företag bör ha en integrerad CSR-strategi, medan mindre företag på lång sikt bör sträva efter att inkludera CSR-åtgärder i sin verksamhet. En annan student tror tvärtom att i framtiden kommer CSR-arbete att bli normen, vilket innebär att nystartade företag bör integrera CSR från start. Studenten förutspår till och med att det kan

bli straffbart för företag att inte arbeta med CSR i framtiden. Dessa åsikter belyser en växande medvetenhet om CSR som en central del av affärsverksamheter och en ökad förväntan på företag att ta ansvar för sitt samhällsansvar.

Samtliga intervjuade studenter är eniga om att företag känner av en betydande press från samhället att engagera sig i CSR, och en av studenterna uttrycker detta med orden: "Vart man än går, så går de här frågorna runt". Diskussionen kring den påtryckning som företag utsätts för kommer upp flera gånger under intervjuerna, där studenterna pekar på olika källor till denna press, såsom media, politiker, lagstiftning och uppsatta miljömål. De är överens om att denna press är väsentlig och nyttig, särskilt för att öka implementeringen av CSR hos företag som ännu inte arbetar med det. En student betonar även att den press som företag möter kan vara avgörande för deras långsiktiga överlevnad och utveckling.

Vidare är samtliga studenter eniga om att de tror att CSR-arbete kommer att expandera och bli alltmer centralt i framtiden. En av studenterna uttrycker detta med att säga att "framtiden är CSR", och argumenterar för att företag måste inkludera CSR i sin verksamhet för att hålla jämna steg med utvecklingen och för att säkra sin framtid. Denna uppfattning stöds av andra studenter som tror att företag kommer att intensifiera sitt arbete med CSR och att fokus kommer att skifta mer mot den sociala hållbarheten. Dock framhåller en student att fokuset på den ekologiska hållbarheten också kan öka och bli mer strikt för att skydda miljön. Dessa åsikter reflekterar en bred uppfattning bland studenterna om att CSR kommer att bli alltmer integrerat och betydelsefullt för företag i framtiden.

## **5.2 Olika aspekter av CSR**

### **5.2.1 Miljödimensionen**

När det gäller företagens miljömässiga ansvar betonar en majoritet av studenterna att företagen har en betydande påverkan på samhället och därför bära ett betydande ansvar. En student poängterar vikten av att se världen ur ett globalt perspektiv för att förstå den egna miljöpåverkan. Dessutom framhåller flera studenter att konsumenterna också har ett ansvar att göra hållbara val när de väljer produkter.

Diskussionen om den miljömässiga dimensionen innefattar olika aspekter, där en student betonar vikten av att ha ett "grönt ansvar" och att företag bör överväga alla aspekter för att bidra till en bättre miljö. En annan student påpekar att stora företag når ut till en bred publik och därmed har potentialen att påverka fler att ta hänsyn till miljön. Slutligen uttrycker en annan student att företag bör sträva efter att vara så miljövänliga som möjligt, men utan att kompromissa med företagets ekonomi eller utveckling. Dessa synpunkter speglar en varierad diskussion kring företagets roll och ansvar när det gäller miljöfrågor, där studenterna betonar både vikten av att agera ansvarsfullt och att balansera detta med affärsintressen och tillväxt.

### **5.2.2 Samhälleliga dimensionen**

Nästan alla studenter framhåller att den samhälleliga dimensionen inte är något de är särskilt insatta i eller prioriterar. De anser att det i så fall är en bonus om företagen bidrar till ett bättre samhälle. Endast en student betonar att samhällsfrågan är central och ger exempel på hur företag kan bidra till ett bättre samhälle, såsom att erbjuda bra arbetsvillkor, bonusprogram och ta ett långsiktigt perspektiv.

Denna diskussion visar på en varierad uppfattning bland studenterna när det gäller den samhälleliga aspekten av CSR. Medan de flesta ser det som en positiv bonus, betonar en student vikten av att företag tar ett aktivt ansvar för att bidra till samhället genom olika initiativ och åtgärder. Detta illustrerar behovet av att ytterligare utforska och diskutera företagets sociala roll och ansvar i samhället, både inom akademien och näringslivet.

### **5.2.3 Ekonomiska dimensionen**

Vid frågan om hur företagets lönsamhet kan kopplas till CSR diskuterar två studenter den digitala utvecklingens positiva påverkan på företagen, där kostnaderna minskar drastiskt vid exempelvis digitala möten. Båda studenterna har tidigare arbetserfarenhet från företag som aktivt arbetar med CSR.

Flera studenter understryker att ju mer hållbart ett företag är, desto mer lönsamt kommer det vara, då CSR är centralt och avgörande för företagets framgång. Dessutom nämner flera studenter att företagets CSR-arbete kan attrahera fler medarbetare, vilket ökar möjligheten att hitta rätt kompetens. Sammantaget är nästintill samtliga studenter överens om att CSR kan vara en konkurrensfördel för företagen och leda till ekonomisk vinning. En student betonar också att lönsamma företag spelar en viktig roll för att upprätthålla ett välfungerande samhälle. Denna diskussion visar på studenternas insikter kring sambandet mellan CSR och företagets ekonomiska prestanda samt deras uppfattning om CSR som en potentiell konkurrensfördel. Detta indikerar vikten av att integrera CSR i företagets strategier och verksamheter för att inte bara främja hållbarhet utan också för att förbättra deras ekonomiska resultat och stärka deras ställning på marknaden.

### **5.2.4 Intressentdimensionen**

När studenterna tillfrågas om hur de önskar att ledarskapet är på arbetsplatsen framkommer en splittrad syn. Den splittrade uppfattningen kan delas in i två ungefär lika stora grupper. Den första gruppen söker en arbetsplats med hierarki och likasinnade, prestationsbaserad styrning samt strävan efter utveckling. Den andra gruppen menar att de söker en platt och decentraliserad maktstruktur, med chefer som är människokännare och där det råder frihet under ansvar.

Vid frågan om hur engagerade och utbildade medarbetarna borde vara angående CSR i en organisation kan man urskilja att den första gruppen som söker en hierarkisk arbetsplats menar att företaget och ledningen innehar ansvar för CSR, och att medarbetare som inte specifikt har CSR som arbetsuppgift inte behöver vara engagerade. Den andra gruppen, som söker en decentraliserad arbetsplats, menar att alla inom verksamheten har ett gemensamt ansvar, då det genomsyrar hela organisationen.

En student som delar uppfattning med den första gruppen uttrycker exempelvis att "desto längre ner i kedjan desto mindre ansvar har man" kring medarbetarnas engagemang och utbildning i CSR medan en student som delar den andra gruppens uppfattning yttrar att "det ska vara grundläggande att man har det engagemanget".

Denna diskussion belyser de olika synsätten kring ledarskap och medarbetaransvar inom CSR och visar på behovet av att anpassa ledarskapsstilen och organisationens struktur efter de olika uppfattningarna och förväntningarna hos medarbetarna. Det understryker även vikten av att tydligt kommunicera företagets CSR-ansvar och involvera alla medarbetare i att arbeta mot gemensamma mål för hållbarhet och samhällsansvar.

### **5.2.5 Volontärdimensionen**

Kring de etiska principerna framkommer det en enighet bland studenterna, samtliga uttrycker att företagen har ett stort ansvar över sina intressenter. Studenterna menar att företagen borde följa uppsatta policys, inneha transparens både utåt och inåt, samt värna om människorna i samhället. En student uppgav exempelvis att "försöka hjälpa till som företag är viktigt". Vid diskussionen om vilket ansvar företagen borde ta för sina intressenter, uppger studenterna bland annat "bra lön, bra villkor", "erbjuda förmåner och vara stödjande för medarbetarnas utveckling" och "en fungerande arbetsmiljö".

När studenterna tillfrågas om vilka kärnvärden de söker i en organisation återkommer ord som social hållbarhet, tillit, positivitet, nyfikenhet och engagemang. En student nämner till exempel "ärlighet, lojalitet, jämlikhet, rättvisa och stolthet" som önskvärda kärnvärden i en organisation. En annan student för en diskussion om att företag borde bry sig om sina anställda och även innehar ett stort ansvar för dem.

Denna enighet kring etiska principer och kärnvärden belyser vikten av att företag inte bara fokuserar på ekonomisk vinning utan också tar hänsyn till sociala och etiska aspekter i sitt arbete. Det understryker behovet av att integrera CSR och hållbarhetsperspektiv i företagskulturen för att skapa en positiv inverkan på både medarbetare, samhälle och miljö.

### **5.3 Arbetsgivarnas arbete med CSR**

Många av studenterna nämner att de söker stora vinstdrivande organisationer för möjligheten att utvecklas och klättra i karriären. En student beskriver exempelvis att det känns som att vinstdrivande organisationer "har ett klart syfte", medan en annan student nämner att den

"uppskattar fokus på prestation och press". Däremot uttrycker några färre att de skulle föredra att arbeta på ett mindre företag för tätare kollegialt arbete och en större frihet att testa nya roller och uppgifter. Vissa studenter uttrycker även en önskan att arbeta i en ideell organisation för att få ett annat perspektiv av samhället.

Frihet och flexibilitet är två återkommande teman bland studenterna. En student uttrycker specifikt att "vi är människor och inte robotar, vilket arbetsgivaren ska ha i åtanke". Denna variation i preferenser illustrerar vikten av att företag erbjuder olika arbetsmiljöer och kulturer för att attrahera och behålla olika typer av talanger. Det betonar också behovet av att skapa en arbetsplatskultur som värdesätter människors välbefinnande och individuella behov för att främja engagemang och produktivitet.

En student reflekterar över branscher som spelindustrin, tobaksindustrin och alkoholindustrin och uttrycker att dessa inte är områden där studenten skulle vilja arbeta. Detta beror på att studenten anser att syftet i dessa branscher utnyttjar individer som är beroende, vilket inte känns moraliskt rätt. En annan student delar liknande åsikter och beskriver spelbranschen samt kläd- och gruvindustrin som innehållande omoraliska affärsidéer samt miljöförstöring. Ytterligare en student uttrycker att korrupta företag som fokuserar på marginaler inte är attraktiva arbetsplatser för denne. Istället önskar studenten att människans välbefinnande och behov är i fokus. Dessa reflektioner belyser studenternas medvetenhet om etiska och moraliska frågor i samband med deras framtida arbetsval. Det visar också på betydelsen av att företag integrerar etiska principer och hållbara affärsprinciper i sin verksamhet för att locka och behålla talanger som värdesätter moraliska och etiska aspekter av arbetslivet.

Vid frågan om vad studenterna söker hos en framtida arbetsgivare framkommer flera gemensamma önskemål och värderingar. Bland svaren återfinns en önskan om att arbetsgivaren ska motivera och engagera medarbetarna samt att arbetet ska kännas meningsfullt och värdefullt. Möjligheten till personlig utveckling och karriärmöjligheter är också viktiga faktorer för studenterna. En del av studenterna diskuterar vikten av att arbetsplatsen präglas av liknande värderingar som deras egna, medan andra värdesätter mångfald och ser det som positivt att medarbetarna är olika varandra.

Även långsiktigt tänkande från arbetsgivarens sida framhålls som betydelsefullt, liksom en god arbetsmiljö, trygga anställningsvillkor och möjligheten till en balans mellan arbete och privatliv. Flera studenter betonar även vikten av att den framtida arbetsgivaren engagerar sig i CSR-frågor. För vissa är detta en central faktor som påverkar deras val av arbetsgivare, då de vill vara stolta över företaget de representerar och känna att de kan stå för företagets värderingar. Endast en student anser att arbete med CSR inte är avgörande för deras val av arbetsgivare. Dessa synpunkter ger inblick i studenternas värderingar och förväntningar på framtida arbetsgivare, samt betonar vikten av CSR som en del av företagsidentiteten.

## **6. Analys**

### **6.1 HR-perspektivet**

När vi analyserar resultatet av studien genom HR-perspektivet, blir det tydligt att flera intressanta kopplingar kan skapas för att förstå hur organisationsdynamiken och individuella behov samspelar för att forma arbetsplatsens kultur och prestationer. HR-perspektivet, som grundar sig på att skapa en balans mellan individens välbefinnande och organisationens framgång, erbjuder en ram för att tolka studenternas uppfattningar och erfarenheter av Corporate Social Responsibility (CSR) i arbetslivet.

Inom HR-perspektivet betraktas traditionella företagsstrukturer som hierarkiska, kontrollerande och uppdelade, vilket kan leda till minskad motivation och trivsel bland medarbetare (Robbins & Judge, 2021). Därför blir det viktigt för organisationer att skapa en miljö där medarbetarna känner sig värderade och har möjlighet till utveckling. Resultaten av studien visar på ett intressant samband mellan CSR och HR-perspektivet, där många studenter kopplar CSR till integrationen av mänskliga rättigheter och socialt ansvarstagande. Detta resonanserar väl med HR-perspektivets mål att främja en organisations sociala hållbarhet genom att tillgodose medarbetarnas behov och rättigheter.

Vidare visar resultaten en splittrad syn när det gäller intressentdimensionen och synen på arbetsgivarens struktur. En grupp studenter föredrar en decentraliserad struktur med gemensamt ansvar, medan en annan grupp föredrar en hierarkisk struktur och prestationsbaserad styrning. Denna splittring kan reflektera olika synsätt på ledarskap och organisationskultur inom HR-perspektivet, där en balans måste upprätthållas mellan medarbetarcentreradhet och tydlig struktur.

En central aspekt som betonas av en student är vikten av att arbetsgivaren erkänner de anställdas mänskliga behov, vilket är i linje med HR-perspektivets grundläggande principer. Detta understryker behovet av att organisationer tar ett helhetsgrepp om medarbetarnas välbefinnande och engagemang för att skapa en positiv arbetsmiljö och långsiktig framgång.

Genom att tillämpa HR-perspektivet på studiens resultat får vi en djupare förståelse för hur CSR kan integreras i arbetslivet för att främja både individens och organisationens välmående och prestationer.

#### **6.1.1 Maslows behovshierarki**

Genom att använda Maslows behovshierarki som en analytisk ram kan vi förstå djupare aspekter av studenternas arbetsplatspreferenser och hur de relaterar till deras behovshierarki. Enligt Maslow strävar människor först efter att tillfredsställa sina grundläggande behov innan de övergår till att uppfylla högre nivåers behov (Maslow, 1943). Denna modell kan tillämpas

på arbetsplatsen, där organisationer förväntas tillgodose olika behov för att främja medarbetarnas välmående och prestation.

Resultaten från studien indikerar att studenterna i hög grad prioriterar trygghet och stabilitet på arbetsplatsen. Dessa behov kan relateras till Maslows andra nivå av behovshierarkin, där trygghet och säkerhet anses vara grundläggande behov. Detta inkluderar faktorer som anställningstrygghet och goda arbetsförhållanden, vilket återspeglas i studenternas önskan om en stabil och säker arbetsmiljö.

Vidare uttrycker flertalet av studenterna en önskan om att bli motiverade och engagerade av sin arbetsgivare. Dessa önskemål kan förstås genom Maslows fjärde nivå av behovshierarkin, där social acceptans, uppskattning och känsla av prestation blir viktiga faktorer. Studenterna söker således en arbetsplats där deras insatser och bidrag erkänns och uppskattas, vilket kan stimulera deras motivation och engagemang.

Dessutom betonar flera av studenterna vikten av frihet och flexibilitet i arbetslivet. Dessa behov kan tolkas som en strävan mot självförverkligande enligt Maslows femte och högsta nivå av behovshierarkin. På denna nivå söker individer personlig tillväxt, utveckling och realisering av sitt fulla potential.

Genom att tillämpa Maslows behovshierarki på studiens resultat får vi en fördjupad förståelse för studenternas arbetsplatspreferenser och hur dessa är förankrade i deras behovshierarki. Detta kan hjälpa arbetsgivare och organisationer att utforma strategier och policyer som bättre tillgodoser medarbetarnas behov och främjar en gynnsam arbetsmiljö.

## **7. Diskussion**

### **7.1 Definitioner av CSR**

I detta avsnitt analyseras resultaten för att besvara den första frågeställningen i studien: "Hur definierar studenterna CSR?". Resultaten av studien visar att studenterna är medvetna om att CSR är ett komplext begrepp som omfattar flera dimensioner. Majoriteten av studenterna diskuterade att CSR innebär att företag tar ansvar för miljön och strävar efter ekologisk hållbarhet. Andra studenter betonade företagets sociala ansvar och vikten av att respektera mänskliga rättigheter. Endast ett fåtal studenter nämnde att CSR kan omfatta ekonomiska och politiska aspekter. Denna mångfacetterade syn på CSR bland studenterna överensstämmer med tidigare forskning om begreppet.

Tidigare forskning har visat att CSR är ett komplext begrepp som kan definieras på olika sätt, och dessa definitioner kan delas in i olika dimensioner. Dahlsrud (2008) identifierade fem huvuddimensioner av CSR: miljö, samhälle, ekonomi, intressenter och volontärer. I vår studie framgår det tydligt att studenternas uppfattningar om CSR kan relateras till dessa dimensioner, särskilt miljö- och samhällsaspekterna.

Det som skiljer studenternas syn på CSR från de tidigare identifierade dimensionerna är att ingen av dem nämnde de etiska aspekterna som ingår i volontärdimensionen. Detta kan indikera antingen en bristande medvetenhet eller prioritering av dessa aspekter bland studenterna, eller så kan det bero på att volontärdimensionen inte var lika framträdande i deras diskussioner. Denna observation pekar på en potentiell brist på studenternas förståelse av CSR och kan vara ett område där ytterligare forskning eller utbildning kan vara av värde.

## **7.2 Aspekter av CSR som upplevs vara mest betydelsefulla**

Detta avsnitt syftar till att besvara den andra frågeställningen i studien, nämligen "Vilka aspekter av CSR upplevs vara mest betydelsefulla?" En sammanställning och analys av studenternas svar avslöjar deras prioriteringar och attityder gentemot olika dimensioner av CSR.

I stort sett är studenterna eniga när det gäller miljödimensionen av CSR. De betonar att företagen har ett stort ansvar för miljön och att även konsumenterna delar i detta ansvar. Å andra sidan visar resultaten att de samhällsliga dimensionerna av CSR inte är särskilt prioriterade av studenterna. De flesta uppger att de inte är särskilt insatta i eller inte prioriterar dessa aspekter.

När det kommer till den ekonomiska dimensionen av CSR, diskuterar merparten av studenterna dess betydelse för företagets lönsamhet. Trots att detta är en viktig aspekt av CSR, framgår det inte tydligt att den ekonomiska hållbarheten är lika betydelsefull för studenterna som de andra dimensionerna.

Vad gäller intressentdimensionen uppvisar studenternas svar en splittrad uppfattning. Vissa föredrar en hierarkisk organisationsstruktur med tydliga direktiv och arbetsuppgifter, medan andra föredrar en platt organisation med en decentraliserad struktur och frihet. Slutligen diskuteras volontärdimensionen, där studenterna framhåller företagets stora ansvar gentemot sina intressenter. De betonar vikten av etiska kärnvärden och att företagen bör fokusera på sina egna medarbetare snarare än på externa intressenter som leverantörer.

Slutsatsen som kan dras från dessa observationer är att de aspekter av CSR som studenterna upplever som mest betydelsefulla är miljödimensionen, intressentdimensionen och volontärdimensionen. Dessa områden diskuterades mest utförligt av studenterna och verkar vara av största betydelse för dem. Trots att studenterna noterade vikten av CSR för företagets lönsamhet, framgick det inte tydligt att den ekonomiska hållbarheten var en primär oro för dem. Denna observation överensstämmer delvis med tidigare forskning som visar att den sociala och miljömässiga dimensionen av CSR är mer framträdande för individer i Generation Z än den ekonomiska aspekten (Narayanan, 2022).

### **7.3 Arbetsgivarnas arbete med CSR**

Detta avsnitt fokuserar på att besvara den tredje frågeställningen i studien: "Hur väsentligt är arbetsgivarnas arbete med CSR för studenterna?" Genom att samla och analysera studenternas svar kan vi förstå deras syn på företags ansvar och hur det påverkar deras arbetsval.

En överväldigande majoritet av studenterna betonar vikten av arbetsgivarnas CSR-arbete och uppger att de kommer att ta hänsyn till detta när de väljer arbetsgivare. Denna inställning bekräftar tidigare forskning som visar att handelsstudenter aktivt beaktar CSR i sina jobbval (Anand & Singh, 2021).

Studenternas önskan att identifiera sig med företagets CSR-arbete är också framträdande. Många uttrycker en önskan att vara stolta över sin arbetsgivare och att kunna representera företaget med stolthet. Denna känsla av identifiering med företagets CSR-praxis speglar resultat från tidigare studier som visar att konsumenter i Generation Z tenderar att förbättra sin självbild genom att associera sig med varor och tjänster från företag som är engagerade i CSR (Narayanan, 2022).

Vidare diskuterar studenterna vilka industrier de inte kan tänka sig att arbeta inom, och nämner bland annat spelindustrin, tobaksindustrin och klädindustrin. Deras motvilja mot dessa branscher verkar främst bero på att de anses vara oetiska. Denna inställning kan kopplas till studenternas uppfattning av volontärdimensionen inom CSR. Trots att studenterna uttrycker att det inte är ett absolut krav att framtida arbetsgivare arbetar med CSR, indikerar deras inställning att de ändå har vissa förväntningar och krav på olika aspekter av CSR.

## **8. Avslutning**

Avslutningsvis kan vi sammanfatta att denna studie har belyst betydelsen av CSR ur perspektivet hos framtida beslutsfattare. Genom att undersöka studenternas uppfattningar och erfarenheter av CSR har vi fått insikt i deras syn på företagsansvar och dess implikationer för affärlivet, samhället och miljön.

Studiens syfte var att utforska hur dessa framtida företagsledare ser på CSR och vilken roll det spelar i deras arbetsliv. Resultaten indikerar att studenterna är medvetna om CSR och dess komplexitet, där vissa aspekter framstår som mer betydelsefulla än andra för dem.

En central slutsats är att arbete med CSR är av stor vikt för studenterna när de överväger framtida arbetsgivare. Deras önskan att identifiera sig med företagets CSR-praxis visar på en ökad medvetenhet om och engagemang för socialt och miljömässigt ansvar inom näringslivet. Genom att förstå studenternas perspektiv på CSR kan vi bättre förbereda och utbilda dem för deras framtida roller som företagsledare och samhällsaktörer. Att integrera CSR i

utbildningen för framtida beslutsfattare kan bidra till att främja en hållbar affärspraxis och positiv samhällspåverkan.

Slutligen understryker denna studie vikten av att fortsätta utforska och främja CSR-initiativ inom utbildning och näringsliv för att möta de utmaningar och möjligheter som vår globala värld står inför.

### **8.1 Vidare forskning**

Vidare forskning skulle kunna fokusera på att utforska varför vissa branscher anses vara oetiska och icke-attraktiva för studenter, trots att de inte ansåg att arbete med CSR var ett krav hos framtida arbetsgivare. Detta skulle kunna inkludera en djupgående analys av studenternas etiska värderingar och deras uppfattningar om branschens påverkan på samhället och miljön.

Dessutom skulle det vara av intresse att undersöka varför studenterna inte var så insatta i den samhälleliga dimensionen av CSR. En sådan studie skulle kunna belysa eventuella brister i utbildningen av framtida beslutsfattare när det gäller att förstå och värdera den samhälleliga påverkan av affärsverksamhet. Genom att vidare utforska dessa frågor kan vi få en djupare förståelse för studenternas attityder och uppfattningar om CSR samt identifiera eventuella områden där utbildning och medvetenhet kan förbättras för att främja en mer holistisk syn på företagsansvar och hållbar affärspraxis.

## Referenser

Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932-968.

Anand, Manoj & Singh, Jagandeep. (2021). Business students' perception of corporate social responsibility: an exploratory study. *Decision (0304-0941)*. Vol. 48, Issue 3, p261-284.

Bansal, P., & Song, H.-C. (2017). Similar but not the same: Differentiating corporate sustainability from corporate responsibility. *Academy of Management Annals*, 11(1), 105-149.

Bennett, H. & Wright, S.N. (2015). *Journal of Management & Organization*, Volume 17. Issue 5: Educating for Sustainability and CSR: What is the role of business schools? September 2011 , pp. 641 - 655

Blomberg, Jesper. (2019). *Management. Organisations- och ledarskapsanalys*. Lund: Studentlitteratur AB.

Bryman, A., Bell, E., & Nilsson, B. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder* (Upplaga 3). Liber.

Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295.

Cornelius, Wallace & Tassabehji. (2007). *An Analysis of Corporate Social Responsibility, Corporate Identity and Ethics Teaching in Business Schools*.

Dahlsrud, Alexander. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*. Vol. 15, Issue 1, p.1–13.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, 49(3), 182-185.

Epstein, M. J. (2008). *Making sustainability work: Best practices in managing and measuring corporate social, environmental and economic impacts*. Greenleaf Publishing.

Europeiska Kommissionen. (2021).

<https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=21412&langId=sv>

Glavas, A. (2016). Corporate social responsibility and organizational psychology: An integrative review. *Frontiers in Psychology*, 7, 144.

Hewett, Shantz & Mundy. (2019). Information, beliefs, and motivation: The antecedents to human resource attributions. *Journal of Organizational Behavior*. Volume No. 40. 570-586

Khatri, Gupta & Varma. (2016). The Relationship Between HR Capabilities and Quality of Patient Care: The Mediating Role of Proactive Work Behaviors. *Journal: Human Resource Management*. Volume No. 56. Issue No. 4. 673-691

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun. (Tredje upplagan)*. Lund: Studentlitteratur

Laufer, W. S. (2003). Social accountability and corporate greenwashing. *Journal of Business Ethics*, 43(3), 253-261.

Lind, Rolf. (2019). *Vidga vetandet. Teori, metod och argumentation i samhällsvetenskapliga undersökningar*. Lund: Studentlitteratur AB.

Johnson, L. (2021). Bridging the gap: Enhancing CSR strategies in business education. *Business Education & Accreditation*, 13(1), 29-42.

Luthans, F., Luthans, K. W., & Luthans, B. C. (2015). *Organizational behavior: An evidence-based approach*. McGraw-Hill Education.

Mabey, C., & Salaman, G. (1995). *Strategic Human Resource Management: A Reader*. SAGE Publications.

Mabey, C & Ramirez, M. (2005). Does management development improve organizational productivity? A six-country analysis of European firms, *The International Journal of Human Resource Management*, 16:7, 1067-1082

Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.

Miner, J. B. (2007). *Organizational Behavior 4: From Theory to Practice*. Armonk, NY: M.E. Sharpe.

Moon, J., & Shen, X. (2010). CSR in China research: Salience, focus and nature. *Journal of Business Ethics*, 94(4), 613-629.

Luesia, J. F., Benítez, I., Company-Córdoba, R., Gómez-Gómez, I. & Sánchez-Martín, M. (2023). Assessing the relevance of academic competencies in college admission tests from a

higher-order thinking perspective: A systematic review. *Thinking Skills and Creativity*, 48, 101251.

Narayanan, Sajith. (2022). Does Generation Z value and reward corporate social responsibility practices? *Journal of Marketing Management*. p.1-35.

Patel, Runa & Davidson, Bo. (2019). *Forskningsmetodikens grunder - Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur AB.

Primecz, H. (2020). Positivist, constructivist and critical approaches to international human resource management and some future directions. Issue No. 6. Volume No. 9. 55-56

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.

Shuck, Peyton Roberts & Zigarmi. (2018). Employee Perceptions of the Work Environment, Motivational Outlooks, and Employee Work Intentions: An HR Practitioner's Dream or Nightmare?. Issue No. 2. Volume No. 20. 197-213

Smith, J., & Smith, P. (2020). Graduate preparedness and the CSR skills gap. *Journal of Corporate Responsibility and Leadership*, 7(3), 113-130..

Stonkutė, E., Vveinhardt, J., Sroka, W. (2018). Training the CSR Sensitive Mind-Set: The Integration of CSR into the Training of Business Administration Professionals. *Sustainability*; 10(3):754.

Trost, Jan. (2005). *Kvalitativa intervjuer*. 3 uppl. Lund: Studentlitteratur.

Vetenskapsrådet. (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Vetenskapsrådet.

Ogrizek, M. (2002). The effect of corporate social responsibility on the branding of financial services.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2021). *Organizational Behavior* (19th ed.). Pearson.

United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. Hämtad från <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>

Wickstrom G, Bendix T. The "Hawthorne effect" - What did the original Hawthorne studies actually show? *Scand J Work Environ Health*. (2000). 26(4):363-367



## **Bilagor**

### **Bilaga 1: Informationsbrev**

Hej!

Jag håller på med min kandidatuppsats inom management- och organisationsteori och vill gärna ha din medverkan. Syftet med uppsatsen är att undersöka hur framtida beslutsfattare uppfattar Corporate Social Responsibility (CSR) samt hur viktigt arbetet med CSR är hos både nuvarande och framtida arbetsgivare. För att göra detta genomför vi enskilda intervjuer.

Jag letar efter studenter vid handelshögskolor som också har tidigare arbetslivserfarenhet. Intervjun kan ske antingen på en plats som du väljer eller digitalt via Zoom och förväntas ta cirka 30-45 minuter. Vi kommer att spela in intervjun med ditt medgivande, antingen med hjälp av mobiltelefon eller verktyg i Zoom. Inspelningen kommer att hanteras säkert och raderas efter att uppsatsen är färdigställd.

Deltagandet är helt frivilligt och konfidentiellt. Du kan när som helst avbryta din medverkan utan att behöva ange några skäl, och ingen personlig information som kan leda till identifiering kommer att presenteras i vår uppsats. Dina uppgifter kommer enbart att användas för detta ändamål.

Jag hoppas att du är intresserad av att delta!

Med vänliga hälsningar,  
Arian Saravi

## **Bilaga 2: Intervjuguide**

### **Bakgrund**

Ålder?

Vilken skola studerar du på?

Vilket program studerar du?

Skulle du föredra att arbeta för en ideell eller vinstdrivande organisation? Varför?

Inom vilken bransch jobbar du i dagsläget?

Hur många års arbetslivserfarenhet har du?

Föredrar du att arbeta för ett stort företag eller ett litet företag?

Vilka branscher/organisationer intresserar dig mest? Varför? Och vilka branscher/organisationer söker du dig INTE till?

### **Corporate Social Responsibility (CSR)**

Vad är CSR enligt dig? Vad vet du om det? Tidigare erfarenheter från det?

Vad är din åsikt till företag som arbetar med CSR? Till företag som inte arbetar med CSR?

Tror du att företag upplever en press från samhället att arbeta med CSR? Vad tycker du om det isåfall?

Hur tror du att framtiden för CSR arbetet ser ut för företagen?

Vad tycker du är viktigt ur ett företagsperspektiv, och har det något samband med CSR?

### **Miljö**

Hur ser du på företagens miljömässiga ansvar?

### **Samhällelig, bidra till bättre samhälle**

Letar du efter en arbetsgivare som fokuserar på samhället? Bryr de sig om att ge tillbaka till samhället? Hur kan man göra det?

### **Ekonomiska**

Hur kan företagets lönsamhet kopplas till CSR?

### **Intressent, anställda**

Vilka typ av människor tycker du om att arbeta med?

Hur önskar du att ledarskapet är i organisationen?

Hur engagerade och välinformerade/utbildade anser du att medarbetarna borde vara när det kommer till hållbarhetsfrågor?

Vilket ansvar borde företag ta för sina intressenter?

### **Volontär, etiska värderingar**

Vilka kärnvärden söker du i en organisation?

### **Nuvarande arbetsgivare**

Hur arbetar din nuvarande arbetsgivare med hållbarhet?

### **Framtida arbetsgivare**

Vad letar du efter hos framtida arbetsgivare?

Är det viktigt att din framtida arbetsgivare arbetar med CSR? Hur agerar du om de inte arbetar med CSR?

### **Avslutning**

Uppfattar du själv att din syn på CSR bygger på tidigare arbetslivserfarenhet eller utbildning?

Hur tror du man kan utveckla ett system som förbereder människor för att förstå CSR och implementera det i vardagen?

Vilka åtgärder tror du företag kan vidta för att åstadkomma omedelbara minskningar av sin miljöpåverkan?

Har du något du vill tillägga?