

Paradoxala normer

En undersökning av Generation Y:s arbetstid

Abstract

In 1930 John Maynard Keynes predicted that westerners a hundred years later would not need to work more than 15 hours a week due to technological breakthroughs. However, the reality stands in stark contrast to his prediction. Working hours have increased in recent years, especially in professional industries. Generation Y, the latest generation to enter the workforce, work even longer hours than earlier generations, yet they claim to prioritize work-life balance highly, but struggle greatly to achieve it. Hence, this study aims to shed light on this generational paradox through a qualitative study of three industries; management consulting, finance and accounting. Unlike earlier studies in the field, that mainly have focused on single or few aspects, this study takes a holistic perspective in order to add to the discussion. The factors contributing to long work hours have been divided into four main categories: work, organizational, economic and individual factors. The study results in a number of themes that all are enhanced by the ideal worker norm, a norm that inhibit the generation's strive for work-life balance.

Keywords: Generation Y, Millennials, Ideal Worker, Work-Life Balance, Work Hours

Handledare: Pernilla Bolander

Antal ord: 11009

TACK!

Pernilla Bolander

Frédérique, Louise, Fredrik, Joel, Julia, Natasha, Sofia & Tea

Filippa & Mats

Mats Holmberg

Intervjurespondenter

&

Föräldrar

...för all hjälp och insiktsfull feedback.

Definitioner

Arbetslivsbalans (Work-life balance)	Den tid du spenderar på jobb i relation till den tid du spenderar med familj och på saker du tycker om (Cambridge Dictionary, 2018). Huruvida balansen är "bra" eller ej är dock en högst subjektiv uppfattning som skiljer mellan personer.
Arbetsnarkoman (Workaholic)	En individ vilken arbetar mycket samt finner det svårt att inte arbeta (Cambridge Dictionary, 2018).
Generation Y	Personer födda 1981–1999 (Bolton et al., 2013).
Face time	Den tid som en anställd befinner sig fysiskt på sin arbetsplats (McDonald, Pini & Bradley, 2007).
Heltid	Motsvarar en arbetsvecka på 40 timmar, det vill säga en sysselsättningsgrad på 100 procent (Arbetsförmedlingen, 2018).
Högre utbildning	Eftergymnasial utbildning på minst 3 år (Statistiska Centralbyrån, 2018).
Högutbildad	En person vilken innehar en eftergymnasial utbildning (ofta högskoleutbildning) på minst 3 år (Statistiska Centralbyrån, 2018)
Ideal worker	En person som jobbar i en professionell befattning (Drago, Wooden & Black, 2009), vilken förväntas arbeta många timmar (Fry & Cohen, 2009; Drago, Wooden & Black, 2009), alltid sätta arbetet först samt vara konstant tillgänglig (Correll et al., 2014).
Socialiseringsprocess	En process där nya medlemmar lär sig normer, värderingar och beteendemönster i en social kontext vilken vederbörande introduceras in i (Schein, 1988).

Innehållsförteckning

1 INLEDNING	5
1.1 BAKGRUND.....	5
1.2 TIDIGARE FORSKNING OCH KUNSKAPSGAP	5
1.3 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNING.....	6
1.4 AVGRÄNSNING	6
2 TEORETISKT RAMVERK	8
2.1 BENÄGENHET ATT ARBETA MYCKET.....	8
2.1.1 <i>Jobbfaktorer</i>	8
2.1.2 <i>Organisationsfaktorer</i>	10
2.1.3 <i>Ekonomiska faktorer</i>	12
2.1.4 <i>Individuella faktorer</i>	13
2.2 IDEAL WORKER.....	14
3. METOD	15
3.1 VAL AV METOD.....	15
3.1.1 <i>Abduktiv och iterativ process</i>	15
3.1.2 <i>Tolkande paradigm och kvalitativ studie</i>	15
3.2 URVAL.....	16
3.2.1 <i>Fallföretag</i>	16
3.2.2 <i>Intervjupersoner</i>	16
3.3 INSAMLING AV KVALITATIVA DATA.....	17
3.4 BEARBETNING OCH ANALYS AV DATA	18
3.5 ETISKA ASPEKTER.....	19
3.6 KRITISK DISKUSSION KRING METOD OCH GENOMFÖRANDE.....	19
4 EMPIRI.....	21
4.1 JOBBFAKTORER	21
4.1.1 <i>Arbetskaraktäristika</i>	21
4.1.2 <i>Face time</i>	21
4.1.3 <i>Teknologi</i>	21
4.1.4 <i>Arbetsmängd</i>	22
4.1.5 <i>Arbetsuppgifter</i>	23
4.2 ORGANISATIONSFAKTORER	23
4.2.1 <i>Ny på företaget</i>	23
4.2.2 <i>Samarbete och umgänge</i>	23
4.2.3 <i>Jämförelse med andra</i>	24
4.2.4 <i>Homogen grupp</i>	24
4.2.5 <i>Kommunikation från ledning</i>	25
4.3 EKONOMISKA FAKTORER	25
4.3.1 <i>Lön och bonus</i>	25
4.3.2 <i>Icke-monetära förmåner</i>	26
4.4 INDIVIDUELLA FAKTORER.....	26
4.4.1 <i>Familj och uppväxt</i>	26
4.4.2 <i>Universitetsnormer</i>	27
4.4.3 <i>Vänner och relationer</i>	27

4.4.5 Karriär och utveckling.....	28
5 ANALYS OCH DISKUSSION	30
5.1 JOBBFAKTORER	30
5.1.1 <i>Teknologi kan bidra till ökad (och minskad) arbetstid</i>	30
5.1.2 <i>Val av arbetsuppgifter kan påverka arbetsmängd</i>	31
5.2 ORGANISATIONSFAKTORER	32
5.2.1 <i>Organisationskultur och –struktur kan påverka arbetstiden</i>	32
5.2.2 <i>Ledare och rekryteringssätt kan forma kulturen</i>	33
5.3 EKONOMISKA FAKTORER.....	33
5.3.1 <i>Ersättning och förmåner kan underlätta lång arbetstid</i>	33
5.4 INDIVIDUELLA FAKTORER.....	34
5.4.1 <i>Omgivningen kan möjliggöra och skapa acceptans för lång arbetstid</i>	34
5.4.2 <i>Individuell ambition kan bidra till ökad arbetstid</i>	36
5.5 IDEAL WORKER-NORMEN SES TRUMFA GENERATIONENS STRÄVAN EFTER ARBETSLIVSBALANS	36
6 SLUTSATS	38
6.1 SLUTSATS OCH ÅTERKOPPLING TILL FRÅGESTÄLLNING	38
6.2 STUDIENS BIDRAG	39
6.3 PRAKTISKA IMPLIKATIONER	39
6.4 VIDARE FORSKNING.....	40
7 KÄLLFÖRTECKNING	41
7.1 TRYCKTA KÄLLOR.....	41
7.2 DIGITALA KÄLLOR.....	46
8 BILAGOR.....	47
8.1 INFORMATION I ANSLUTNING TILL INTERVJU	47
8.2 MAILUTSKICK.....	47

1 Inledning

1.1 Bakgrund

För nittio år sedan förutspådde John Maynard Keynes (1930) att européer och amerikaner år 2030 inte skulle behöva arbeta mer än 15 timmar per vecka. Detta motiverades med att stora teknologiska framsteg skulle öka produktiviteten markant och därmed minska antalet krävda arbetstimmar. Verkligheten står dock i stark kontrast till vad Keynes prognostiserade.

Under senare år har arbetstiden ökat, framförallt i professionella yrken (Sturges, 2013) vilka kräver högre utbildning (Cambridge Dictionary, 2018). Istället för att ha en balans mellan privatliv och arbetsliv förväntas arbetarna vara fullt hängivna sina jobb och prioritera det före familj (Blair-Loy, 2003), personliga behov (Kreiner, Hollensbe & Sheep, 2006) och hälsa (Michel, 2011).

Effekterna av långa arbetsdagar är tvädelad. Å ena sidan kan det leda till att den anställdes prestation och output tillfälligt ökar. Å andra sidan är det svårt att vidhålla denna höga produktivitet i det långa loppet, och på sikt bidrar därmed långa arbetsdagar till en försämring av individers och i sin tur företags produktivitet (Porter, 1996; Pencavel, 2014).

Samtidigt som arbetstiden ökar, antrar en ny generation arbetsmarknaden. År 2020 kommer mer än en tredjedel av världens arbetskraft bestå av Generation Y (Manpower, 2016), varigenom arbetsgivarna måste börja anpassa sina organisationer efter generationens egenskaper (Parment, 2008). Generation Y skiljer sig tydligt från tidigare generationer då de värderar arbetslivsbalans högt (Cennamo & Gardner, 2008), och ser det till och med som den enskilt viktigaste faktorn vid jobbssökande (Deloitte, 2016). Detta skulle kunna tolkas som att arbetstiden framöver kommer att minska. Men, paradoxalt uppger Generation Y att det är svårt att få till en balans mellan arbete och fritid (EY, 2015), något som skulle kunna förklaras av att de faktiskt arbetar mer än tidigare generationer (Manpower, 2016).

1.2 Tidigare forskning och kunskapsgap

Det har genomförts ett flertal studier på vad som påverkar personers arbetstid. Exempelvis diskuterar Perlow (1999; 1998) hur arbetets karaktär, face time, teknologi och arbetsbörda,

påverkar en individs arbetstimmar. Vidare ser Fry & Cohen (2009) till organisationskulturens strukturer och dess inverkan, och Porter (1996) utforskar hur ekonomisk ersättning påverkar individen. Det ovanstående exemplifierar särdragen i fältet och visar på hur tidigare forskning främst har fokuserat på enskilda faktorerers inverkan på individen. I studerandet av faktorernas inverkan på arbetstid kategoriserade Feldman (2002) upp de funna faktorerna i fyra områden; jobb-, organisations-, ekonomiska och individuella faktorer.

Tidigare forskning kring Generation Y har haft ett relativt brett fokus kring generationens karaktärsdrag, egenskaper och allmänna arbetspreferenser (Parment, 2008). Dock har, författarna veterligen, inga studier tidigare utförts kring Generation Y i relation till arbetstid i professionella branscher.

1.3 Syfte och frågeställning

Eftersom tidigare forskning mestadels fokuserat på enskilda faktorerers inverkan på arbetstid, ämnar denna studie bidra genom att anta ett holistiskt perspektiv. Detta genom att dels övergripande undersöka vilka faktorer som påverkar, men även se till hur de påverkar- eller samverkar med varandra. Därigenom ämnar studien att fylla det teoretiska gap som kan ses i paradoxen kring Generation Y:s långa arbetstid, trots hög prioritering av arbetslivsbalans.

Utifrån det ovan nämnda hoppas författarna bidra till en förståelse för organisationerna kring varför deras anställda arbetar mer än heltid, och därmed ha en möjlighet att påverka deras arbetstid i syfte att uppnå en högre produktivitet och arbetsprestation (Pencavel, 2014).

Därav lyder studiens forskningsfråga:

Vad driver Generation Y till att arbeta mer än heltid?

1.4 Avgränsning

Uppsatsen avgränsas både demografiskt liksom geografiskt. För det förstnämnda kan det sägas att enbart personer som tillhör Generation Y har intervjuats, eftersom det bland dessa har observerats motsägelsefulla teorier kring inställning till arbetstid och faktisk arbetstid (se 1.1). Denna avgränsning medför att intervjurespondenterna är i ett visst åldersspann (19–37 år), vilket kan ha

en viss inverkan på träffsäkerheten i studiens resultat. Detta ger upphov till en problematik i att urskilja huruvida observationerna är specifika för generationen eller beror på åldern samt var i karriären de befinner sig. Vidare avgränsas studien till personer inom branscherna management consulting, finans och revision, eftersom det är branscher som kan anses kännetecknas av en hög arbetstid (Perlow, 1999).

För det andra har studien avgränsats geografiskt till Stockholms innerstad. Detta kan också ha påverkat observationerna i det att vissa aspekter kan vara hänförliga till den geografiska kulturen, snarare än specifika för generationen. Därtill kan det sägas att studien har strukturerats utifrån ett teoretiskt ramverk på fyra övergripande kategorier, vilket kan ha föranlett ett avgränsat synsätt hos författarna och att vissa aspekter därmed ej tagits i beaktning. Dock har författarna endast sett detta som just ett ramverk, i vilken senare inhämtad teori kategoriserats in i, snarare än att teori har sökts utifrån ramverkets kategorier.

2 Teoretiskt ramverk

Nedan följer en sammanställning av olika faktorer som forskningsfältet menar kunna påverka en individs arbetstid. För att ge en överskådlig bild har dessa kategoriserats utifrån ett övergripande ramverk som utgörs av fyra huvudteman; jobb-, organisations-, ekonomiska och individuella faktorer (se Figur 1); inspirerat av Feldmans (2002) kategorisering. Varje huvudtema består i sig av underteman och avslutas med Generation Y:s förhållningssätt till det berättade. Slutligen avslutas hela teoriavsnittet med en beskrivning av ideal worker, som av författarna bedöms vara en fristående faktor som spänner över alla de fyra områdena.



Figur 1. *Benägenhet att arbeta mycket.*

2.1 Benägenhet att arbeta mycket

2.1.1 Jobbfaktorer

2.1.1.1 Face time

I de fall där det är svårt att observera vad en arbetare faktiskt gör på sin arbetstid samt vad utfallet av dennes arbetsinsats är, menar Perlow (1999) samt Kuhn och Lozano (2008) att antalet arbetade timmar istället är ett betydande mått på vilket prestation mäts. Dessutom om en arbetares jobb är i fara så tenderar individen att spendera många timmar på jobbet för att upprätthålla sin

professionella trovärdighet och fortsätta sin karriär (Ng & Feldman, 2008). Därtill visar studier på att "face time" i hög grad belönas på arbetsplatser (Kelly et al., 2010), till följd av att de anställda då anses bidra med mer, även om så inte är fallet (Perlow, 1999). Vidare uppger Simpson (1998) att det på arbetsplatser även kan uppstå ett sorts tävlande om att stanna längst på kontoret.

2.1.1.2 Teknologi

I Ng och Feldman (2008) skrivs det om att skillnaden mellan arbete och fritid har blivit allt suddigare till följd av den teknologiska utvecklingen, då denna har möjliggjort för anställda att välja bort de traditionella arbetstiderna och att flytta arbetet utanför den ordinarie arbetsplatsen. Därtill menar vissa att teknologins intåg på arbetsplatser i kombination med att världen blir alltmer globaliserad, leder till att människor tvingas arbeta längre och hårdare, och att detta stöds i allt större utsträckning av organisationerna (Fry & Cohen, 2009). Å andra sidan påstår Kuhn och Lozano (2008) att teknikutvecklingen inte kan användas som en förklaring för ökad arbetstid, då de menar att den största ökningen av arbetstid skedde på 1980-talet innan teknikutvecklingen tog fart på riktigt.

2.1.1.3 Arbetsspecifikt

Vissa hävdar att arbetsbördan generellt har ökat till följd av att allt fler bolag skalat ned sina organisationer, där antalet anställda har minskats medan arbetsbelastning bestått, så att varje enskild anställd fått mer att göra (McGovern, Hope-Hailey & Stiles, 1998; Sullivan, 1999).

Sett till projektbaserade jobb karaktäriseras de av ett intensivt fokus på arbetsuppgiften (Asquin, Garel & Picq, 2010). Projekten har ofta många kritiska delmoment som måste färdigställas i tid. Innan deadlines är arbetsbördan särskilt stor och därav förväntas de anställda arbeta mycket (Perlow, 1998).

Ett stort engagemang för sitt arbete ses också som en stark faktor till varför personer arbetar mycket (Schaufeli & Bakker, 2010). Ju större internt engagemang de har och ju mer utmanande uppgifterna är, desto fler timmar arbetar de (Feldman, 2002). Mainemelis (2001) menar på att ett engagemang kan uppstå när de anställda finner att arbetsuppgifterna är roliga och absorberande. Därigenom förlorar de anställda medvetenheten om tiden, vilket kan leda till lång arbetstid. Därtill

påvisas att ökat självbestämmande över jobbet och schemat leder till längre arbetsdagar, vilket särskilt är fallet för professionella organisationer (Drago, Wooden & Black, 2005).

2.1.1.4 Generation Y

Inom jobbfaktorer skiljer sig Generation Y till viss del från tidigare generationer. Face time är inget de värderar högt. Istället ser de den nya teknologin som ett verktyg för att skapa en bättre arbetslivsbalans, eftersom de kan arbeta på den plats och tid som passar dem bäst (Ng, Schweitzer & Lyons., 2010). Därtill skriver Nam (2014) att yngre generationer är mer troliga att använda ny teknik och att olika tekniska hjälpmedel därmed kan påverka generationer olika.

För Generation Y är det viktigt att ha roligt på jobbet och att de arbetsuppgifter som de utför är tillfredsställande, stimulerande, givande och meningsfulla (Parment, 2008:70ff), varpå de i val av arbetsgivare söker sig till jobb som ger meningsfullhet (Parment, 2008:47; Ng, Schweitzer & Lyons., 2010). De strävar efter och drivs av att göra skillnad, bidra till att samhället förbättras och därigenom uppnår de en inre tillfredsställelse (Parment, 2008:19).

2.1.2 Organisationsfaktorer

2.1.2.1 Kultur

Enligt Schein (1990:109ff) består en företagskultur av tre olika nivåer; artefakter, uttalade värderingar och normer, samt grundläggande antaganden. Den organisatoriska kulturen påverkar hur saker och ting utförs i en organisation och hur de implementeras genom en socialiseringsprocess (Schein, 1988:53ff). Detta betyder att en individ skolas in i de normer, värderingar och beteendemönster vilka krävs för att passa in i den sociala kontexten. Något som är extra viktigt för nya gruppmedlemmar.

Sett till gruppen och dess påverkan på individen utgör det en central aspekt inom organisationskulturen. Enligt Van Beek et al. (2012:33f) är interaktionen mellan individen och dess omgivning avgörande för hans beteende, motivation och individuella utveckling. Även om det ofta förekommer en individuell motivation att jobba mer, har de externa faktorerna en stor inverkan på individen. Detta bidrar till ökat arbete i syfte att vara till lags och undvika kritik från omgivning eller ledning. Deci och Ryan (2000) förklarar vidare att positiva relationer med sina

kollegor är viktigt för att känna sig motiverad och involverad. Ett sätt att upprätthålla gemenskapen kan vara genom att hjälpa arbetskamrater att slutföra sina uppgifter (Feldman, 2002)

2.1.2.2 Social identitet

Teorin om social identitet handlar om intergrupprelationer samt en individs gruppidentitet. Sociala grupper förser sina medlemmar med en delad identitet som beskriver och värderar vem de är, vad de borde tycka och tänka, samt hur de ska bete sig (Hogg, 2016). Individer utvecklar identiteter baserade på deras sociala roller eller utifrån deras grupptillhörighet (Meyer, Becker, & Van Dick, 2006). Tydligt framträdande identiteter kommer fram när grupptillhörigheten byggs på delade värden, ömsesidig respekt och en tro på det interna, en identitet som är starkt relaterat till ens nivå av engagemang i arbetet (Ng & Feldman, 2008). När du kategoriserar dig själv ser du dig själv i termer av de definierade attributen i in-gruppen. Eftersom prototyper också beskriver och föreskriver lämpliga sätt att tänka, känna, bete sig; tänker, känner och beter du dig som den prototypiska gruppen (Hogg, 2016).

2.1.2.3 Ledare

Ledare spelar en stor roll i skapandet av en organisationskultur. Fry och Cohen (2009) berättar att det är från dem som de originella värderingarna och tron utgår, och deras grundläggande värderingar blir sedan det allmänna antagandet. Organisationer kan ha värderingar som stöder arbetsnarkomani (Fry & Cohen, 2009). I ju högre grad ledarna stöder normen att arbeta mycket, desto mer tenderar de att jobba (Feldman, 2002), vilket sedan sprids vidare i den övriga organisationen (Fry & Cohen, 2009).

Dessa värden är något som sprids via rekryterings och urvalsprocesser. Enligt Fry och Cohen (2009) kan organisationens ledare bidra till en kultur som kretsar kring förlängda arbetstimmar genom att applicera självselektion genom rekryterings- och urvalsprocessen, socialisering samt diverse belöningsystem. Detta styrks av Feldman (2002) som menar att ju snävare krets som individer anställs och befordras ifrån, desto mer tenderar de att arbeta.

2.1.2.4 Generation Y

När Generation Y börjar på ett nytt företag förväntar de sig att arbetsgivaren ska tilldela dem en mentor samt ett en utvecklingsplan (Parment, 2008:70). En annan viktig aspekt är det sociala mötet på arbetsplatsen. Generationen förespråkar en rolig miljö och vänliga kollegor. De arbetar gärna nära sina kollegor och managers, i hopp om att nå en djupare vänskapsnivå vilket i sin tur leder till högre engagemang i arbetet (Ng, Schweitzer & Lyons., 2010).

Vidare värderar Generation Y teamwork och rättvisa högt, samt har en stark moral och lojalitet mot företaget (Eisner, 2005). Å andra sidan påstår dock Parment (2007:80) det motsatta, att generationen inte är lojala i stor utsträckning.

2.1.3 Ekonomiska faktorer

2.1.3.1 Ersättning och förmåner

Enligt Porter (1996) så arbetar arbetsnarkomaner för att få lönehöjning, bli befordrad, eller andra sorters bekräftelse. Även Kuhn och Lozano (2008) håller med om att löneincitament ökar arbetstiden, och menar att de som jobbar 55 timmar i veckan tjänar 25 % mer än de som höll sig till att arbeta heltid. Detta stöds dock inte av Van Beek et al. (2012), som menar att dessa externaliteter inte är bidragande motivatorer. Chidiebere, Daniels och Nielsen (2017) menar istället på att det som bidrar till att personer arbetar allt mer intensivt är en prestationskopplad bonus.

Vissa förmåner görs tillgängliga för dem som arbetar mer eller senare (Douglas & Morris, 2006). Dessa kan göra att det blir allt mer lockande att spendera tid på arbetsplatsen istället för hemma (Hochschild, 2003). Dock uppger Douglas och Morris (2006) att prioriteringarna varierar och att alla personer inte nödvändigtvis värderar dessa förmåner särskilt högt.

2.1.3.2 Generation Y

Att tjäna mycket pengar är något som är av lågt intresse för Generation Y (Eisner, 2005), och något som värderas lägre än av tidigare generationer (Parment, 2008:45). Att bli befordrad och få höjd lön är dock ändå något som Generation Y förväntar sig, men det är inte pengarna i sig som intresserar utan det är snarare viljan att få feedback som driver dem. Pengarna ses snarare som ett mått på hur bra de har presterat (Ng, Schweitzer & Lyons., 2010).

2.1.4 Individuella faktorer

2.1.4.1 Relationsstatus

Personer med partner och/eller barn har ofta större förpliktelser utanför jobbet, exempelvis med att ta hand om hemmet och värna familjerelationer. Därför ser de det som svårare och mindre attraktivt att arbeta långa arbetsdagar (Bailyn, 1993). Därtill är singlar mer villiga att spendera tid på arbetsplatsen eftersom att deras sociala behov fylls av kollegor (Goode, 1994).

2.1.4.2 Plikttrohet och strävan efter excellens

Barrick och Mount (1991) menar på att en individs vilja att göra klart uppgifter, eftersom att denne är noggrann, ansvarstagande och organiserad, kan leda till ökad arbetstid. Därtill menar McClelland (1961) att vissa är drivna av att klara av svåra uppgifter, prestera på hög nivå och uppnå excellens, vilket kräver att mer tid läggs ned.

2.1.4.3 Generation Y

Av stort intresse är Generation Y:s egen utveckling och förbättring (Ng, Schweitzer & Lyons., 2010). Parment (2008:81ff) säger att en del av generationen är karriärorienterade, och förväntar sig att arbetsgivaren ska hjälpa till med individens karriärutveckling. En del i detta är bekräftelsen genom feedback de förväntar sig få, eftersom de genom arbetet vill förverkliga sig själva. Med andra ord har de en resultatorienterad attityd samt stora förväntningar på att deras hårda arbete lönar sig (Eisner, 2005).

Trots begränsad kunskap djupdyker de gärna i intressanta och viktiga ämnen (Lewis, 2003), för att få intellektuella utmaningar. Enligt Parment (2008:21ff) är Generation Y inte rädda för att misslyckas. Istället är de hungriga på att få ta till sig ny information, de är ambitiösa och har en tydlig riktning framåt. Trots denna hunger finns en rädsla bland generationen att inte räcka till och att inte leva upp till förväntningarna. Därigenom söker sig Generation Y till dem som kan utveckla deras yrkeskunskaper i strävan att lyckas samt genomföra ett meningsfullt arbete (Eisner, 2005; Kim, Knight, & Crutsinger, 2009).

Slutligen värderar Generation Y, till skillnad från tidigare generationer, en hög arbetslivsbalans genom hela karriären, med större prioritering på sitt privatliv (Ng, Schweitzer & Lyons., 2010). Istället för att enbart fokusera på försörjning värdesätter de arbetet i sig och ser det bara som *en* del i sitt liv (Zhang, Straub, & Kusyk, 2007).

2.2 Ideal worker

De som omfattas av ideal worker-normen definieras som personer som har en högre utbildning och som jobbar i en professionell arbetsmiljö (Drago, Wooden, & Black, 2009). En ideal worker förväntas att arbeta många timmar (Fry & Cohen, 2009; Drago, Wooden & Black), alltid sätta arbetet först samt vara konstant tillgänglig (Correll et al., 2014). Att de arbetar många timmar ses som mått på att de är produktiva och dedikerade sitt arbete. Det bevisar att de är villiga att vara tillgängliga samt bemöta andra personers behov istället för att prioritera sitt liv utanför arbetet (Kelly et al., 2010). Vidare resulterar detta i en högre status, där många arbetstimmar utgör en symbol för att en äger övernaturlig kapacitet och överlägsen prestation (Fry, & Cohen, 2009).

3. Metod

3.1 Val av metod

3.1.1 Abduktiv och iterativ process

Studien har genomgått en abduktiv ansats, där teori och empiri har samlats in om vartannat (Bryman & Bell, 2015:27). Detta eftersom det funnits ett empiriskt problem som existerande teori inte hade en helhetslösning på, och därför krävdes empiriskt material för att komplettera teorin och därigenom kunna förklara den sociala världen.

Författarna inledde studien med en litteraturstudie vilken resulterade i ett ramverk med fyra övergripande kategorier. Allteftersom empiri insamlades söktes ny litteratur, vilken kategoriserades utefter det valda ramverket. Utifrån den utökade teorin samt uppkomna teman under intervjuerna utvidgades även omfattningen av intervjuguiden, med intentionen att på så vis bättre undersöka den sociala verkligheten. Processen av insamling av empiri och teori har därigenom präglats av en iterativ process (Bryman & Bell, 2015:25).

3.1.2 Tolkande paradigm och kvalitativ studie

Studien har utgått från en tolkande ansats till följd av dess syfte att förstå den sociala verkligheten från individens tolkning av sina erfarenheter, vilken sedan tolkas av författarna (Bryman & Bell, 2015:28f). Vidare har författarna förhållit sig konstruktionistiskt till det insamlade materialet (Bryman & Bell, 2015:32ff). Detta medför ett antagande om att den sociala verkligheten konstrueras av organisationens aktörer, en verklighet vilken är i ständig omkonstruktion.

Med anledning av uppsatsens syfte ansågs en kvalitativ undersökning vara mest lämplig. Enligt Bryman & Bell (2015:480f) kan en kvalitativ metod ge en mer insiktsfull bild av verkligheten utifrån intervjurespondentens perspektiv, än en kvantitativ metod. Det kan delvis förklaras av att den förstnämnda tillåter en stor flexibilitet i datainsamlingen, eftersom kvalitativa intervjuer öppnar upp möjligheten för respondenterna att tydliggöra och betona vad denne finner viktigt, och områden kan utforskas närmare genom att följdfrågor kan ställas.

3.2 Urval

3.2.1 Fallföretag

För att besvara forskningsfrågan valdes branscher och företag som skulle kontaktas utifrån Stockholm School of Economics Employer Image Barometer (Wahlund, 2017), vilken kartlägger och rangordnar arbetsgivares popularitet bland studenter på Handelshögskolan i Stockholm. Anledningen till det är att den antas utgöras av professionella företag, vilka karaktäriseras av hög arbetstid (Sturges, 2013), då den är baserad på åsikter från studenter på en institution med liknande karaktäristika. I listan representeras ett fåtal branscher, där tre av de tydligast framträdande valdes; management consulting, finans och revision. Utifrån de tre branscherna kontaktades nio företag från listan, varav sex återkopplade att de var intresserade att delta i studien. Företagen valdes för att de har kontor i Stockholmsområdet, vilket underlättade genomförandet av intervjuerna, och för att författarna hade en kontaktperson på varje företag vilken kunde underlätta distributionen av mailinbjudningar.

3.2.2 Intervjupersoner

Gällande inkludering av intervjurespondenter var urvalskriterierna att de skulle tillhöra Generation Y, ha en högre utbildning samt en genomsnittlig arbetstid på minst 45 timmar i veckan. Urval av intervjupersoner genomfördes på så vis att en kontaktperson på företaget mailades och tydligt informerades om studien samt tillfrågades om denne var villig att ställa upp på en intervju, och/eller om denne kunde hänvisa oss vidare till kollegor, gärna med jämn könsfördelning. Med andra ord användes ett snöbollsurval (Bryman & Bell, 2015:434f). Av dem som var villiga att ställa upp så arbetade tio inom management consulting, fem inom finans samt två inom revision. Nedan följer en tabell med fingerade namn över deltagande företag samt intervjupersoner i studien.

Kodnamn	Kodföretag	Kön	Tjänst	Genomsnittlig arbetstid per vecka
Alexander	Företag A	Man	Management Consulting	60-65
Anton	Företag A	Man	Management Consulting	62
Beatrice	Företag B	Kvinna	Management Consulting	50-55
Belinda	Företag B	Kvinna	Management Consulting	60-70

Caroline	Företag C	Kvinna	Management Consulting	50
Casper	Företag C	Man	Revision	50-60
Cecilia	Företag C	Kvinna	Management Consulting	50
Christina	Företag C	Kvinna	Management Consulting	50
Clara	Företag C	Kvinna	Management Consulting	50
David	Företag D	Man	Finans	45
Edvard	Företag E	Man	Finans	50-55
Emil	Företag E	Man	Finans	50
Fanny	Företag F	Kvinna	Revision	60
Filippa	Företag F	Kvinna	Management Consulting	50-60
Francina	Företag F	Kvinna	Management Consulting	45
Franz	Företag F	Man	Finans	45-50
Fredrik	Företag F	Man	Finans	50

Tabell 1: Intervjupersoner

3.3 Insamling av kvalitativa data

Till följd av studiens tolkande karaktär valde författarna att utgå från kvalitativa semistrukturerade intervjuer. I enlighet med Bryman och Bells (2015:481) rekommendationer utformades därigenom fasta frågor vilka övergripande behandlade de fyra teoriområdena (se 2.1). Författarna förhöll sig inte strikt till ordningsföljden, utan fokuserade under intervjuerna att täcka in samtliga områden och tilläts genom intervjuernas struktur att följa upp de resonemang som respondenten fört. Därigenom återfanns stor flexibilitet i intervjuerna, samtidigt som jämförbarheten inte ses förlorats (för diskussion, se Bryman & Bell 2015:480ff).

Initialt hölls en pilotintervju för att prova frågornas relevans och ordningsföljd samt träna på intervjusituationen. Denna intervju ingår dock inte i urvalet till följd att vederbörande arbetar i en närstående, men inte specifikt i en av de definierade branscherna. Efter pilotintervjun reviderades intervjumallen och mindre justeringar gjordes; några frågor togs bort, lades till och bytte ordning. Detta för att förbättra empiriinsamlingen, bringa större klarhet i den sociala verkligheten och på så vis möjliggöra för att bättre besvara forskningsfrågan. Vidare behöll författarna sin intervjutaktik

till att en person ansvarade för intervjun medan den andra observerade och förde övergripande anteckningar.

Inbjudningar till studien skickades sedan ut till företagen (Se 8.2). Därefter utfördes 16 intervjuer fysiskt på intervjupersonernas kontor i syfte att underlätta medverkan och potentiellt öka respondentens trygghet. Samtliga intervjuer hölls i avskärade konferensrum, för att säkerställa en lugn och tyst närmiljö, och därmed möjliggöra för utförliga svar och ett rikt empiriskt material. En intervju utfördes via telefon, vilket kan ha påverkat intervjuens kvalitet, av anledning att intervjurespondenten med kort varsel reste bort.

Under intervjuerna eftersträvade författarna att ställa öppna och värdeneutrala frågor. Detta i syfte att inte påverka personerna, utan få deras egen tolkning av den sociala verkligheten. Exempelvis ställdes frågor som *"Hur utvärderas ni i ert arbete?"*, *"Hur skulle du beskriva företagskulturen?"*, *"Har ni några förmåner i arbetet?"*, *"Hur ser din bakgrund ut?"*. Längden på intervjuerna varierade mellan 30 till 60 minuter, med en genomsnittstid på ungefär 45 minuter. Vidare genomfördes alla intervjuer på svenska utom en, vilken genomfördes på engelska. Samtliga intervjuer spelades in för transkribering i sin helhet, efter intervjurespondentens godkännande (se 3.6).

3.4 Bearbetning och analys av data

Det relativt stora antalet intervjuer, innehållande rika data, gav upphov till ett mycket omfattande empiriskt material (208 sidor), varför en tydlig strategi för behandling av materialet erfordrades. Följaktligen användes det ramverk National Centre for Social Research (refererade i Bryman & Bell, 2015:599) utvecklat, för att utföra en tematisk analys. I analysverktyget utgjorde de fyra övergripande teman från teorin grunden för första sortering som empiricitaten fördelades över. Utifrån återkommande empiriska mönster skapades sedan underteman och nyckelcitater plockades ut för illustration av empirin. Detta bidrog till en utveckling av den tidigare insamlade teorin, samt upptäckter av nya relationer mellan de övergripande teman. Under processens gång pågick även en konstant jämförelse mellan data och konceptualisering, i syfte att inte förlora korrespondensen dem emellan (Bryman & Bell, 2015:585).

3.5 Etiska aspekter

Med tanke på de etiska aspekterna, utgick skribenterna från Bryman och Bells rekommendationer (för diskussion, se Bryman & Bell, 2015:134). Samtliga intervjupersoner samt företag har anonymiserats med fingerade namn för att minska risken för identifiering och potentiell skada från det publicerade materialet. En person valde att bli intervjuad på engelska, varigenom vederbörandes citat har översatts i stor utsträckning ordagrant till svenska. Författarna är medvetna om att detta bidrar till en minskning av trovärdighet kring återberättandet av den sociala verkligheten. Å andra sidan anses detta nödvändigt, i syfte att minska identifierbarheten och därigenom inte skada intervjudeltagaren (Bryman & Bell, 2015:135f).

I kommunikationen med intervjupersonerna eftersträvades transparens, varvid de både via mail samt på plats blev informerade om studiens syfte och område (Bryman & Bell, 2015:144). Informerat samtycke inhämtades från intervjurespondenterna (se 8.1) i syfte att ge dem en full bild kring deras medverkans betydelse för studien samt denna datas användning (Bryman & Bell, 2015:139f). Eftersom författarna på förhand inte visste vilka ämnen som kunde vara känsliga för intervjurespondenterna, upplystes dem i början samt under intervjuens gång om möjligheten att dra tillbaka sitt deltagande alternativt undvika att svara på frågor (Bryman & Bell, 2015:143).

3.6 Kritisk diskussion kring metod och genomförande

Till följd av en stor empiriinsamling med rika data anses det ha möjliggjorts för studien att uppnå en stark tillförlitlighet. Det finns en stor samstämmighet mellan de empiriska observationerna samt de utvecklade teorierna till följd av att det empiriska materialet som presenteras endast är de tydligast framträdande trenderna som många, och ofta majoriteten, har uttryckt. I enstaka fall förekommer dock säregna observationer, från bland annat de få revisorer som studerats, eftersom dessa ansetts vara av stor vikt för besvarandet av forskningsfrågan. Därtill har författarna under intervjuernas gång vid osäkerhet bett intervjurespondenten tydliggöra sitt uttalande, i syfte att förstå om de uppfattat verkligheten på rätt sätt.

Till följd av studiens konstruktionistiska förhållningssätt till den sociala verkligheten uppstår en svårighet att replikera studien i framtiden, eftersom författarna antar en kontinuerlig förändring av organisationerna (Bryman & Bell, 2015:32f). Eftersom det enligt LeCompte och Goetz (refererad

till i Bryman & Bell, 2015:400) inte går att frysa den sociala kontexten resulterar detta i en låg extern reliabilitet. Därigenom anses att om samma studie genomförs om några år är sannolikheten stor att samma teman ej återfinns.

I relation till studiens överförbarhet bör det noteras att denna studie är högst kontextbunden, då den studerade gruppens upplevda sociala verklighet troligtvis skiljer sig från den i andra branscher. Därmed tillåts empirin ta stor plats i denna studie, för att tillämpa *thick descriptions* och kunna återge en rik bild kring kulturen (Bryman & Bell, 2015:402).

Intresset från författarna var att undersöka ett helhetsperspektiv till varför Generation Y inom de studerade branscherna arbetar mer än heltid. Därför ansågs det viktigt att intervjua personer från olika företag vilka arbetade över 45 timmar per vecka. Dock resulterade detta i en ojämn fördelning mellan respondenter över de tre branscherna. Därmed försvåras möjligheterna att återfinna skilda karaktäristika för de tre branscherna, och samtliga behandlas till följd av detta som en enhet.

Under insamlingsprocessen av empiriskt material har författarna varit medvetna kring att deras egna värderingar, attityder och förkunskaper kan influera hur de tolkar och uppfattar vad de ser (Bryman & Bell, 2015:40f). Därmed har författarna i enlighet med konfirmering genom hela studien arbetat hårt med att säkerställa att personliga värderingar och tidigare intryck inte påverkat slutsatsen (Bryman & Bell, 2015:403). Exempelvis var utformningen av den semistrukturerade intervjumallen noggrant genomarbetad med värdeneutrala frågor. Dock öppnade även den semistrukturerade intervjuprocessen upp för följdfrågor, vilka inte alltid var lika genomtänkta och av neutral karaktär. Författarna inser risken kring att dessa frågor kan ha varit mer ledande, och därmed kan ha påverkat resultatet, varpå författarna granskat dessa delar av intervjuerna extra kritiskt.

4 Empiri

I empirin presenteras hur intervjupersonerna tolkar den sociala verkligheten, hur de ser på sin arbetsmiljö samt aspekter runtomkring. Berättandet inleds med punkter härrörande arbetets karaktär, vilket vidare följs upp med organisationskulturen samt ekonomiska aspekter. Avsnittet avslutas med en inblick i de individuella aspekterna – hur både yttre och inre faktorer påverkar en individs arbetsinställning.

4.1 Jobbfaktorer

4.1.1 Arbetskaraktäristika

Intervjurespondenterna uppger att det typiska för deras branscher är att arbeta i projekt, antingen inom företaget eller som konsult åt företagets kunder. I projekten arbetar de ofta i grupp, men tilldelas även individuella uppgifter. Dock understryker personerna vikten av grupparbetet, där varje person måste bidra för att få ihop projektet till en helhet.

4.1.2 Face time

Att visa sig fysiskt på arbetsplatsen uppger majoriteten inte vara ett krav i deras organisationer. Beatrice uppger att *"[...] man måste ju inte vara kvar på jobbet, det är ju ingen som sitter och håller koll på dig, om du är där eller inte."* Dock, skiljer sig synsättet en del mellan generationer. Fanny berättar att de äldre generationerna försöker upprätthålla en face time hos klienten, något som de yngre ifrågasätter allt mer. På företagen finns däremot ett nytt sätt att visa sig tillgänglig på. Majoriteten uppger att de använder sig av interna tekniska verktyg för att kommunicera med varandra, något som hos vissa skapar en press att arbeta mer. Cecilia belyser att *"Jag såg på [internt kommunikationsverktyg], eller vår "Skype", att de var online. Jag såg vilka det var som var online. Och det påverkas man av."*

4.1.3 Teknologi

De flesta uppger att de inte jobbar mer bara för att de tekniska möjligheterna att arbeta utanför kontoret finns. Vidare är det inte heller något uttalat krav från kollegor eller kunder att de ska vara tillgängliga och svara på mail efter ordinarie arbetstid. Däremot understryker Alexander att människor ändå väljer att kolla sina mail regelbundet. En anledning till detta är enligt Emil att det

kan vara svårt att undvika att arbeta när jobbet är så nära till hands *"[...] när jag är hemma och inte behöver jobba, så känner jag aldrig att jag har en plikt att titta på telefonen hela tiden och alltid vara a-jour. Sedan kanske det blir så ändå, och hör man att det piper till så tittar man."* Detta styrks även av Clara, som uppger att hon ofta småjobbar på tunnelbanan eller i hemmet, vilket inte rapporteras in.

Emellertid, uppger några även att tekniken ger dem en större flexibilitet. Därigenom upplever de en ökad effektivitet som minskar deras arbetstid. Clara exemplifierar det genom att *"[...] man orkar inte sitta på samma ställe hela dagen och sitta kvar här sent på kvällen."* Istället föredrar hon att åka hem och ta en paus för att sedan arbeta två till tre timmar på kvällen.

4.1.4 Arbetsmängd

En stor arbetsmängd upplever majoriteten försvårar att enbart arbeta 40 timmar. Beatrice berättar att hon medvetet är förlagd 50 timmar i veckan hos kund, vilket gör att hon har *"[...] timantal som inte funkar med normala arbetstider."* Därmed styrs hennes arbetstid till viss del av kundens eller projektets önskemål och behov. Därtill uppger ett flertal att arbetsmängden varierar över tid till följd av diverse snabba förändringar som sker i branschen, vilket enligt Anton gör det *"[...] ganska svårt att planera för en jämn arbetsbelastning."* Vidare karaktäriseras vissa perioder av hög arbetsbelastning eftersom *"[...] ibland kan det bli så att om man har flera projekt så kan de ha toppar samtidigt ibland."* (Cecilia). Arbetsmängden ses också variera beroende på hur länge du har arbetat på företaget. Fredrik uppger att synen inom företagen är att *"[...] vi [juniora] ska försöka göra så mycket som möjligt för att vi är billiga i timmen."*

Beroende på projektens karaktär påverkas individens arbetstid, där Franz berättar att *"det är vissa personer som sitter på mer intensiva projekt och måste jobba mera."* Majoriteten uppger att detta är något som de i viss mån själva kan styra över, genom att välja eller önska vilka projekt de vill engagera sig i. Exempelvis Clara uppger att hon under en period inte blev tillräckligt utmanad i sina arbetsuppgifter, och anslöt sig till flera externa projekt för att utöka sin kompetens. Till vilken grad de kan styra över arbetstid och projekt skiljer sig dock mellan de olika företagen och hur senior arbetaren är.

4.1.5 Arbetsuppgifter

En starkt bidragande faktor till att många ägnar mycket tid åt sitt arbete är arbetsuppgifternas innebörd för individen. Cecilia uppger att *"Det tycker jag är så himla roligt, så jag glömmer av att det är jobb. Så jag tror att det bara är saker jag får göra för att jag vill."* Vad det specifikt är i arbetsuppgifterna som de finner njutningsfullt skiljer sig en del mellan personerna. Flera tycker om att gå in på djupet inom ett visst område, grota in sig och att ta sig an en utmaning. Andra talar om yttre drivkrafter, vilket Alexander belyser: *"Jag skulle säga att de flesta människorna som jobbar på [företaget] drivs av effekten vårt jobb har och är väldigt motiverade av projekten vi jobbar med."*

4.2 Organisationsfaktorer

4.2.1 Ny på företaget

Om kulturen uppges att företagen *"[...] lägger stort värde i att man inte ska behöva gå runt och fundera på saker, utan du ska bara snabbt in och så ska du vara i hög hastighet så snabbt som möjligt"* (Clara). Därmed får nyanställda en fadder/mentor som hjälper till med att komma igång, dels med rena praktikaliteter men också kring vissa normer i branschen, företaget och avdelningen.

4.2.2 Samarbete och umgänge

Överlag uppger de intervjuade att de arbetar i professionella och ambitiösa miljöer med starkt fokus på arbetsuppgifterna. Under projektets gång ansvarar ofta arbetarna för en viss del av projektet, men hjälper i varierande grad även varandra att färdigställa arbetet. Dock, när det närmar sig deadlines belyser Anton att för att nå de gemensamma målen *"[hjälper alla] varandra att lyckas, och det leder såklart till en intern teamkänsla, till att det inte känns bra att gå hem om resten av teamet ska sitta kvar och jobba hårt."*

Vissa medger dock att det finns situationer där fokus inte är så starkt på arbetsuppgifterna, och låter sitt umgänge ta större plats. *"[...] vi har ofta ganska trevligt tillsammans liksom. [...] så man sitter ju kanske inte superintensivt hela dagarna. Utan i och med att man vet att man ändå ofta behöver sitta lite sent så kanske man snackar lite."* (Edvard).

4.2.3 Jämförelse med andra

Samtliga intervjuades företag uppges karaktäriseras av en starkt hierarkisk struktur med en distinkt karriärtrappa. Enligt en majoritet finns det tydliga förväntningar för när en person bör avancera till nästa steg, något som enligt Beatrice, Emil, Franz och Casper, skapar press, ambition att vilja prestera och stark tävlingsmentalitet. *"[...] jag kan tänka mig att om man är en grupp på några stycken och så blir några av dem befördrade och inte den andra, så skulle det säkert märkas, det tror jag. Det finns ändå en rätt tydlig gång när det förväntas hända."* (Franz).

Det är många som jämför sig med varandra, och Clara upplever att *"Det är ju jobbigt att vara i ett projekt där du märker att du jobbar minst. Och speciellt när du märker att det alla andra gör blir väldigt uppskattat, och du själv sitter och presenterar fula grafer."* I vissa fall uppstår även tvivel om otillräcklighet, eller som Fanny uttrycker det: *"[...] en rädsla av att, inte få skit, men att i utvärderingar, 'ah men hon levererade inte, hon ställde inte upp', att det kan göra att då tar man hellre den enkla vägen. Att jobba de där timmarna på kvällen."*

Att se att ens kollegor i omgivningen jobbar mycket är något som bland andra Clara, Cecilia och Christina har påverkats av. Cecilia berättar att *"Sen kom jag in i ett projekt som jag var tvungen att jobba lite senare, och då började jag inse att det var inte så många online om kvällarna förutom min avdelning. Och det stressade mig. För då insåg jag, 'okej, är det jag som inte har liksom chippat in till laget?' Och påverkades väldigt mycket av det."*

4.2.4 Homogen grupp

Samtliga intervjuade anger att det är en väldigt homogen skara människor på företaget, något som Anton exemplifierar: *"[...] givetvis så tror jag att det finns en viss homogenisering. [...] [vi rekryterar] ekonomistudenter från de bästa skolorna i Sverige, och framförallt från [universitetet]. [...] sen förstärks den av att man hamnar i samma socio-ekonomiska grupp ungefär. [...] Då slutar det med att du bor på samma ställen, du går på samma nattklubbar, äter lunch på samma ställen. Och det stämmer nog för de 95 % av Stockholms finans-, consulting- och revisionspersoner som jobbar inom 5 kvarter härifrån."*

Ett flertal personer tror att en viktig faktor varför en homogen kultur har skapats är till följd av att viss karaktäristika under rekryteringsprocessen premieras. Casper utvecklar i sitt resonemang att *"Jag tror att [företaget] är ganska duktiga på att rekrytera många som är ambitiösa, och då blir det ganska snabbt en kultur av att... Jag ska inte säga vassa armbågar, absolut inte, snarare tvärt om. Men att man är van vid att visa framfötterna, man är van vid att visa sig tillgänglig och är inte rädd för att lägga ner tiden som behövs. Så att naturligt sätt så tror jag att det är accepterat att jobba mycket, det är inget konstigt."* Att kollegorna innehar liknande kvaliteter, kommer från liknande bakgrund och har samma livsstil uppger Casper vidare är *"[...] en av anledningarna varför man kanske har hittat sig själv i den kulturen som finns. Att det är väldigt lätt att på något sätt att bygga vidare på samma. Eftersom det är väldigt många som delar den åsikten som man har själv."*

4.2.5 Kommunikation från ledning

Flera personer uppger att kommunikationen från ledningen kring arbetstid kan vara tvetydig. Exempelvis uppger de intervjuade på företag C att det finns ett system för att de anställda inte ska jobba för mycket, samtidigt som Christina upplever att många uppmuntrar henne att ta på sig arbetsuppgifter. Liknande upplevelser finns även på företag B, där exempelvis Belinda uttrycker att *"Vanligtvis får jag de här typen av kommentarer; att jag är stöttande och hängiven, och villig att arbeta länge."* Något hon upplever förvirrande eftersom projektledare å andra sidan uppmuntrar henne att minska sin arbetstid.

4.3 Ekonomiska faktorer

4.3.1 Lön och bonus

Majoriteten påstår att de inte motiveras av att få en högre lön. En anledning till detta uppger Anton är hur ersättningsmodellen ser ut idag. Eftersom han upplever att han får betalt för 60 timmar, ser han inte möjligheten till löneökning som en stark drivkraft. Däremot uppger han att *"[...] hade jag fått betydligt mycket mindre i lön så hade jag såklart inte jobbat lika mycket."*

Vidare uppger majoriteten att antal debiteringstimmar är kopplad till individens bonus, vilket enligt Francina är en drivkraft till att ta sig an fler projekt. Dock uppges det ekonomiska värdet

som individen erhåller i sig vara av mindre intresse, men att summan ändå är av betydelse då det indikerar individens prestation.

Ur intervjuerna framgår att det enbart är revisorerna som får övertidsersättning. Fanny uppger att pengar var ett starkt incitament för henne under hennes första år, eftersom hon kunde plocka ut många timmar vilket genererade en höjd månadslön. Vidare förklarar Casper att *"För vissa är det såklart tacksamt om man tycker att man nu har den typen av livsstil, att man gärna jobbar på flera timmar för det blir också genererat i flera övertidstimmar vilket är pengar."*

4.3.2 Icke-monetära förmåner

Inom de olika branscherna uppger samtliga att incitament så som middag och taxi hem erbjuds om man jobbar efter en viss tid. Många påstår att detta inte motiverar dem att arbeta länge, utan kan istället ses som något som underlättar om andra omständigheter håller en kvar på kontoret. Dock håller inte Franz med, som tror att det *"[...] absolut påverkar. Särskilt folk som sitter och funderar när klockan börjar bli halv åtta och efter åtta får man åka taxi hem. Då om man typ bor i Hammarby Sjöstad så kanske man hellre sitter kvar en halvtimme och tar taxi."* Dock väljer många, som Filippa nämner, att bli klar med arbetet snabbare för att kunna åka hem och laga mat själva. Här spelar åldern en roll, där Franz uppger att de som är äldre och har familj åker hem *"[...] medan de nyanställda ändå tycker att det är coolt med middag på jobbet."*

4.4 Individuella faktorer

4.4.1 Familj och uppväxt

Vissa av respondenterna upplever inte att det finns någon tydlig uppmuntran från familjen att de ska jobba mycket, snarare en önskan om att de ska jobba mindre. Clara uppger att framför allt hennes mamma inte har någon förståelse till varför hon arbetar den mängd hon gör, och att det hemifrån finns åsikter om att man inte borde jobba över alls. Däremot kommer vissa från bakgrunder där föräldrarna arbetar mycket och att lång arbetstid därmed kan ha normaliserats. Emil uppger att *"Jag har en pappa som har jobbat ganska mycket historiskt, inte nu, men förut, så att det kan säkert ha någon påverkan till att jag tycker att det känns okej."*

4.4.2 Universitetsnormer

Samtliga intervjuade uppges ha studerat på något av de högre rankade universiteten i Sverige, och en majoritet pekar på att en stark norm kring lång arbetstid rådde under studietiden. Exempelvis vittnar Franz om att *"Jargongen när jag pluggade i [universitetsstaden] har ändå varit att, särskilt bland sistaårsstudenterna att man typ fnyser åt att köra åttatimmarsdagar, som att det är medelmåttigt, lamt. När jag gick sista året så var det någon som hade en kompis som jobbade på investmentbank och jobbade 80 till 100 timmar i veckan och det var liksom rockstar".* Även Beatrice, Caroline, Christina, Filippa, Anton, David, Edvard och Fredrik, har liknande upplevelser. Vidare ledde det enligt Edvard till att *"[...] där på [universitetet] skapas det nog en acceptans [...], det är väl inte så konstigt att jobba åttio timmar i veckan? Det verkar ju alla göra."*

4.4.3 Vänner och relationer

Inställningen till att jobba mycket upplever många även finns i deras privata sfär. Filippa belyser att *"Om man ser på alla mina vänner nu, de jobbar ju väldigt, väldigt mycket. Så jag tror också att jag ser det som normalt att jobba mer än de 40 timmarna som det är tänkt. Eftersom min partner gör det, mina vänner gör det och så."* Flera uppger dock även att de omger sig av personer med lägre arbetstid än de själva, där normen lyser med sin frånvaro. *"Jag märker ju min fru och hennes bekantskap, de tycker ju att det är jättekonstigt att man inte bara går efter åtta timmar. Så för dem är det jättefrämmande, de som inte har gått på [universitetet] då, att det är coolt att jobba arton timmar om dygnet."* (Edvard).

Hälften av intervjurespondenterna uppger att de befinner sig i ett partnerskap. Därigenom tror de att detta minskar deras arbetstid jämfört med om livssituationen vore annorlunda. Edvard uttrycker att *"Hade jag bara haft mig själv att tänka på så hade jag kanske jobbat ännu mer, för då hade jag suttit lite extra och kanske försökt lära mig nått annat som kan hjälpa mig eller sådär."* Dock påverkas inte alla i lika stor utsträckning, då vissa uppger att deras partner arbetar minst lika mycket och inte kräver någon tid. Franz är en av dem som inte har partner, och han uttrycker att *"Jag har inga större åtaganden utanför jobbet, så det är inte så att jag slits mellan någonting och det är ju ganska så kul."* Därigenom har han inget emot att stanna kvar några timmar extra på arbetet.

4.4.4 Ambition

I relation till bakgrunden uppger vissa att deras drivkraft till sitt hårda arbete är sprunget ur deras personlighet. *"Jag tror det ligger mycket hos mig själv. Prestation. Att man vill prestera bra. Att man vill vara bra, duktig, ambitiös."* (Fanny). Detta upplever Christina är något som har pushat henne själv att arbete hårdare, en trend som hon även återfinner hos sina medarbetare *"Jag tror att det är en viss typ av människor som börjar på ett sånt här företag, eller som vill bli konsult. Man är ofta väldigt ambitiös, man vill göra bra ifrån sig, man vill lära sig mycket, man tycker att det är kul att jobba."*

Ambitionen att prestera bra leder enligt David, Belinda, Alexander, Cecilia och Fanny till att det läggs ned mycket tid på arbetsuppgifterna för att nå en perfektion. David uttrycker det som att *"[...] jag har någon slags grundinställning om att jag tycker att det är kul att göra så gott ifrån mig som jag kan [...]. Och blir det några extra timmar så lägger jag gärna ner det för att försöka nå det."*

4.4.5 Karriär och utveckling

Något som majoriteten uppger är en bidragande orsak till att de jobbar mycket är möjligheten till utveckling. Anton beskriver det som att *"[...] man vill göra nya grejer hela tiden. Ta sig uppåt och lära sig saker. Och då kan det bli att du får jobba med saker som du inte alltid är van vid. Och det kan vara tidskrävande [...]."* Intervjupersonerna vill gärna utvecklas i en snabb takt, och för att uppnå det väljer bland andra Casper att söka sig till sina chefer, för kontinuerlig feedback och återkoppling.

Drivkraften till utveckling är för vissa i hög grad sprungen ur en vilja att avancera i sin karriär. En del ser möjligheterna till att få en snabb karriärutveckling genom att de lägger ner fler timmar. Edvard är en av dessa, vilken uppger att *"Sen kan man väl lite styra [karriärutvecklingen] själv också. Så vissa kanske vill jobba väldigt mycket för att ta sig uppåt lite snabbare och vissa kanske av olika skäl kanske vill jobba lite mindre. [...] Jag skulle säga att jag jobbar kanske lite mer än snittet på avdelningen av sådana skäl."* För andra ligger hungern att utvecklas i en ökad kunskapsbank. Detta är något som driver Fredrik till hög grad, som uttrycker att *"[...] ju mer man jobbar ju brantare kommer [inlärningskurvan] att bli. Det är bara att vara i projekt och jobba,*

det är så man lär sig. Och jag tycker det är superkul och vill utvecklas ännu mer så då tar jag chansen att jobba mer för att få en brantare inlärningskurva."

5 Analys och diskussion

5.1 Jobbfaktorer

5.1.1 Teknologi kan bidra till ökad (och minskad) arbetstid

I enlighet med hur Generation Y har beskrivits av Parment (2008), belyses även i denna studie att generationen tycks värdera flexibilitet och motsätta sig face time (se 4.1.1-2). De uttalade värderingarna i organisationerna uppges vara att face time är något som tillhör det förgångna, och därmed inte längre tillämpas. Emellertid observeras att ord och handling går skilda vägar. Å ena sidan uppges att de anställda inte nödvändigtvis behöver visa sig närvarande på arbetsplatsen, men å andra sidan att de tekniska kommunikationsverktyg som används möjliggör för att online visa sin närvaro. Därmed tolkar författarna det som att en ny typ av face time råder, vilken kan ses skapa en press att jobba länge eftersom att de anställda inte vill visa sig sämre än sina kollegor (se 4.1.2; 4.2.3), vara en del av den prototypiska gruppen (Hogg, 2016) samt för att upprätthålla sin professionella trovärdighet (Ng & Feldman, 2008). Därtill kan det även vara så att denna teknologiska face time påverkar Generation Y i högre grad än tidigare generationer, eftersom yngre generationer är benägna att använda ny teknik i större utsträckning än äldre (Nam, 2014). Därmed argumenterar författarna för att detta kan vara en delförklaring till Generations Y:s arbetstid.

De tekniska hjälpmedlen ses även bidra till att suddas ut de traditionella arbetstiderna, eftersom de gör det möjligt att arbeta när som helst, var som helst. Därtill ses Generation Y värdesätta flexibilitet högt (se 4.1.2; Parment, 2008) vilket gör att gränserna för vad som är jobb och vad som är fritid blir än mindre tydliga, då intervjurespondenterna ses utnyttja de möjligheter till ökad flexibilitet som tekniken ger dem. Å ena sidan kan detta ses öka produktiviteten och möjligen förbättra resultatet genom att individen tar en paus från arbetet och sedan återvänder med mer energi i en lugnare miljö (se 4.1.2). Å andra sidan kan det också skapa en miljö av att arbetsdagen aldrig tar slut. Detta kan leda till att de anställda tar på sig fler arbetsuppgifter, samt att de lägger ner mer tid för att bearbeta en arbetsuppgift till perfektion, eftersom att de ser att det finns fler timmar till förfogande. På vilket sätt eller i hur stor grad tekniken påverkar de anställda, finner studien dock vara högst idiosynkratiskt.

Delslutsats 1:

Som nämnts tidigare går teorier kring teknologins påverkan på arbetstiden isär. Vad som observerats i denna studie är även det tveeggat - tekniken kan bidra till ökad arbetstid i två avseenden; en "ny" typ av implicit face time-krav, samt möjligheten till att arbeta var och när som helst, men även minskad arbetstid i och med ökad effektivitet.

5.1.2 Val av arbetsuppgifter kan påverka arbetsmängd

Intervjurespondenterna har genomgående angett att de primära arbetsuppgifterna är mycket svåra att hantera inom ordinarie arbetstid (se 4.1.3). Emellertid kan arbetsuppgifterna till viss del styras i och med att de anställda, beroende på arbetsgivare, kan välja eller önska vilka och hur många kundprojekt eller företagsinterna uppgifter de vill ta sig an. Därmed kan de även styra sin arbetsmängd, och till viss del arbetstid, då olika projekt och uppgifter är olika krävande.

Kopplat till möjligheten att styra arbetsuppgifterna så har det i studien observerats att många väljer att engagera sig i projekt (ofta flera) på basis av intresse, och därmed inte nödvändigtvis tar den påföljande arbetstiden i beaktning. Detta skulle till viss del kunna förklaras av det Parment (2008) skriver om att det är viktigt för Generation Y att ha roligt på jobbet och att arbetsuppgifterna är tillfredsställande och/eller meningsfulla, vilket bland andra Cecilia och Alexander har understrukt (se 4.1.3). I sin tur skulle den långa arbetstiden som uppstår som konsekvens å ena sidan kunna förklaras av det Mainemelis (2001) skriver om att ett större engagemang uppstår om arbetsuppgifterna uppfattas som roliga, vilket i sin tur driver arbetstimmar (Schaufeli & Bakker, 2010; Feldman, 2002). Å andra sidan skulle det kunna förklaras av det som observerats empiriskt (se 4.1.3), där det har lyfts fram att flera projekt som en anställd är engagerad i parallellt kan gå in i intensiva faser samtidigt. Därtill uppges att branscherna volatila där arbetsmängden varierar över tid, vilket bidrar till en svårighet kring att planera för en jämn arbetstid.

Därtill bör det nämnas att Generation Y befinner sig i början av sin karriär och att de intervjuade arbetar i projektbaserade yrken. Det förstnämnda har setts leda till lång arbetstid då de juniora förväntas arbeta mer (se 4.1.3). Detta är dock inte nödvändigtvis något som är specifikt för generationen utan kan snarare ses som hänförligt till den ålder vilken generationen för tillfället är i. Det senare kan påverka i det att personer i yrken där man arbetar på projektbasis möter deadlines

och då förväntas arbeta mer för att kunna leverera i tid (Perlow, 1998). Även detta är något som inte tvunget är sprunget ur generationen, utan snarare är en konsekvens av yrkenas arbetssätt.

Delslutsats 2:

Arbetsuppgifterna ses påverka arbetsmängden och i sin tur arbetstiden på två sätt. För det första uppges den grundläggande arbetsmängden i de studerade branscherna vara relativt hög, vilket erfordrar en hög arbetstid. För det andra belyser de intervjuade att de finner arbetsuppgifterna som njutningsfulla, vilket skapar ett stort engagemang för arbetet och därav driver fler arbetstimmar.

5.2 Organisationsfaktorer

5.2.1 Organisationskultur och –struktur kan påverka arbetstiden

Den ambitiösa och professionella aspekten i kulturen skulle kunna härstamma från den hierarkiska organisationsstrukturen. Den tydliga karriärstegen har setts skapa en press då det uppgetts att det finns tydliga uttalade förväntningar från organisationen för hur de anställda bör prestera och när de bör klättra till nästa steg (se 4.2.3). Denna press kan antas förstärkas av den sociala identitet de anställda har. Till följd av projektstrukturen med att alla arbetar i team (se 4.2.2–3), antas individen formas efter den homogena gruppens värderingar och normer. Eftersom gruppens inställning har stor inverkan på en individ beteendemönster (Van Beek et al., 2012:33f), antas gruppens positiva värderingar kring hög arbetstid och ambitionsnivå leda till att individen själv lägger ned mer tid på arbetet. Detta skulle vidare kunna motiveras ur viljan att vara en del av in-gruppen (Hogg, 2016) och ha bra relationer till sina kollegor (Deci & Ryan, 2000). Därtill kan det även ses som särskilt relevant för Generation Y, vilka förväntar sig och i hög grad drivs av feedback (Parment, 2008). Feedbacken kan vara i form av vad kollegorna tycker om en, alternativt en befordran, vilket på så vis skulle kunna motivera varför intervjurespondenterna arbetar mycket.

Kulturen på företagen återges även som rolig och med högt i tak. Denna roliga och öppna miljö har studien, i linje med Ng, Schweitzer & Lyons. (2010), funnit vara något som Generation Y värdesätter högt. Därav skulle det kunna antas att Generation Y söker sig till företag som de anser ha en kultur som de gillar, vilket på så sätt skulle kunna förklara generationens långa arbetstid på två sätt. Å ena sidan kan det leda till att anställda hellre socialiserar med varandra och fokuserar mindre på arbetsuppgifterna. I enlighet med Edwards utsago (se 4.2.2) riskerar därmed

effektiviteten att minskas på kort sikt, vilket kan leda till långa arbetsdagar. Å andra sidan kan det göra att jobbet uppfattas som roligare och att de anställda därmed kan ses vara mer villiga att spendera mycket tid på arbetsplatsen, vilket kan leda till lång arbetstid.

Delslutsats 3:

Den ambitiösa och professionella delen av kulturen, som delvis ses härstamma från organisationsstrukturen, påverkar generationen till att arbeta mycket då de vill passa in och ha bra relationer till sina kollegor. Kulturen återges även som rolig och med högt i tak, vilket för det första kan driva upp arbetstiden för att arbetsplatsen kan uppfattas som attraktiv plats att spendera tid på, och för det andra för att ett mindre seriöst klimat kan minska fokus på arbetsuppgiften, minska effektiviteten och i sin tur öka arbetstiden.

5.2.2 Ledare och rekryteringssätt kan forma kulturen

På basis av vad Fry och Cohen (2009) skriver kan den övergripande organisationskulturen antas utgå från ledningen, och spridas genom hur de rekryterar. På samtliga företag har det uppgetts vara en homogen skara anställda där det ofta rekryteras från högt rankade skolor (se 4.2.4). Denna snäva rekrytering och homogena grupp kan även stärka en persons engagemang för arbetet (Ng & Feldman, 2008) och är något som Feldman (2002) menar kan bidra till ökad arbetstid. Vidare återfinns tendenser kring att ledarna bidrar till att upprätthålla en norm, där individer belönas för att lägga ner mycket tid på arbetet (se 4.2.5). Trots uttalade värderingar från organisationens sida om att de förespråkar minskad arbetstid, signalerar ledarna till sina medarbetare att de uppmuntrar att de tar på sig extra projekt samt arbetar länge.

Delslutsats 4:

Ledaren ses som en upprätthållande faktor i organisationen, som genom kommunikation och rekrytering bidrar till en acceptans kring att arbeta många timmar.

5.3 Ekonomiska faktorer

5.3.1 Ersättning och förmåner kan underlätta lång arbetstid

En förhållandevis tydlig koppling mellan lön och arbetstid kan ses inom revision, där övertidsersättning tillämpas. Detsamma gäller dock inte övriga studerade branscher. På vissa av

bolagen finns möjlighet till bonus, vilken till viss del baseras på arbetstimmar. Dock finns inte en direkt koppling mellan antal timmar och bonusens storlek, vilket kan förklara varför detta inte setts vara en tydligt bidragande faktor till ökad arbetstid. Emellertid har det observerats att de anställda, i enlighet med Parments (2008) studie, eftersträvar feedback på sin prestation (se 4.4.1). Bonusen kan därför ses som en indikator på hur uppskattat arbetet är, vilket därav skulle kunna vara en delvis förklaring till Generation Y:s arbetstid.

Även om det i de flesta fallen inte har observerats någon direkt koppling mellan vare sig arbetstid och lön, eller arbetstid och bonus, kan den relativt generösa ersättningen i branscherna ändå antas bidra till att det känns mer berättigat att arbeta mycket. Detta då flera har uppgivit att de anser att de är betalda för mer än 40 timmar (se 4.3.1). Detsamma gäller för de förmåner som görs tillgängliga efter en viss tid, till exempel middag och taxi. Ingen har explicit uppgivit att det motiverar dem till att arbeta mer, men, att det gör det enklare och mer okej att stanna kvar några timmar extra (se 4.3.2). Detta ses dock inte som något specifikt för Generation Y, men kan ändå bidra till att förklara arbetstiden till viss del.

Delslutsats 5:

Till följd av olika ersättningsmodeller branscherna emellan ses kopplingen mellan ersättning och arbetstid med varierande tydlighet. Därtill observeras att förmåner inte explicit anses leda till ökad arbetstid men att de i samverkan med andra faktorer kan leda till liknande utfall.

5.4 Individuella faktorer

5.4.1 Omgivningen kan möjliggöra och skapa acceptans för lång arbetstid

Utöver den likartade kulturen de intervjuade möter på arbetsplatsen, så ses även ett tydligt genomgående tema kring de intervjuades privata omgivning och bakgrund.

Liksom tidigare nämnt är interaktionen mellan individen och dess omgivning avgörande för vederbörandes beteende, motivation och individuella utveckling (Van Beek et al., 2012:33f). Flera av de intervjuade uppger ha föräldrar som arbetat mycket under deras uppväxt, vilket påstås att det kan ha skapat en acceptans kring långa arbetsdagar (se 4.4.1). Vidare uppger alla att de under universitetstiden har mött en norm, vilken förespråkat lång arbetstid, något de kan antas ha blivit

starkt påverkade av. Det kan förklaras av att det ses ha skapats en stark gruppidentitet kring normen. En identitet som med Hoggs (2016) resonemang tydligt ställer krav på vem du är, hur du bör tycka, tänka och bete dig, och som människor anpassar sig efter för att passa in i den prototypiska gruppen. Detta kan även ses ha särskilt stor påverkan på Generation Y, vilka enligt Kim et al. (2009) är rädda för att inte leva upp till omgivningens förväntningar. Därav kan detta ses som en förhållandevis stark förklaring till generationens långa arbetstid.

Det ovanstående är även en norm som tycks upprätthållas på individernas fritid. I enlighet med Filippas utsaga (se 4.4.3) omger sig många av de intervjuade av människor som liksom de själva har långa arbetsveckor. Utifrån detta skapas en normalitet bland individerna, där de tänker, känner och beter sig som att det gängse vore att arbeta mer än 40 timmar. Däremot omges vissa av personer som har en syn om att man inte ska jobba mer än heltid. Enligt Schein (1988:53ff) borde dessa värderingar påverka individens inställning och därmed anpassa sin arbetstid närmre 40 timmar. Dock ter det sig att dessa personers åsikter inte har influerat personerna i den mån att de minskat sin arbetstid till att inte arbeta mer än heltid. Däremot kan det ha influerat personernas val till en viss grad. I empirin finns ett mönster kring att vissa har personer och saker i sin närhet vilka de behöver ta hänsyn till och därför väljer att jobba mindre (se 4.4.3).

Utifrån hur intervjurespondenterna talar om sin fritid tyder författarna att majoriteten inte har mycket som drar dem från arbetet, vilket i enlighet med Goode (1994) och Bailyn (1993) skulle kunna antas leda till att de inte har något emot att lägga ner några timmar extra på jobbet. Dock ställer sig författarna kritiska kring huruvida detta är specifikt för generationen, och kanske snarare härrör från intervjurespondenternas relativt unga ålder. Det skulle kunna antas vara så att yngre personer är mindre benägna att ha familj och andra åtaganden att ta i beaktning, samt att de ser det som passande att arbeta mycket i ung ålder innan familjebildning etcetera.

Delslutsats 6:

De intervjuade ses kunna ha blivit starkt påverkade av sin bakgrund, där en norm kring hög arbetstid format dem. Sedan uppges de omgärdas av personer med liknande synsätt på arbetsplatsen och fritiden, vilket kan ses upprätthålla och förstärka normen. Därtill ses de inte ha några större förpliktelser utanför jobbet, varpå lång arbetstid underlättas.

5.4.2 Individuell ambition kan bidra till ökad arbetstid

I linje med Parments (2008) studier om Generation Y återfinns flera liknande karaktäristikor i empirin hos individerna - de är ambitiösa, karriärinriktade, hungrar efter ny kunskap och vill genom sitt jobb göra skillnad. En genomgående trend hur individerna uppfattar sig själva och sin omgivning beskrivs med just ordet ambitiös (se 4.4.2). De tycks ha en inre drivkraft att genomföra svåra uppgifter på en bra nivå, vilket kan leda till lång arbetstid (McClelland, 1961; Barrick & Mount, 1991).

Utveckling och förbättring är något som står högt upp på Generation Y:s prioriteringslista (Ng, Schweitzer & Lyons., 2010), vilket också återfunnits i empirin. Intervjupersonerna talar om sin utvecklingskurva som en del i karriärsklättringen (se 4.4.5). De vill lära sig så mycket de kan på kort tid och uppger sig villiga att jobba mer för att nå sina kunskapsmål snabbare.

Delslutsats 7:

De intervjuade ses vara ambitiösa och ha en vilja att genomföra svåra uppgifter med bra resultat, samt utvecklas professionellt för att klättra i karriären, vilket ses kunna leda till lång arbetstid.

5.5 Ideal worker-normen ses trumfa generationens strävan efter arbetslivsbalans

Även om teorin säger att Generation Y prioriterar arbetslivsbalans högt (Ng, Schweitzer & Lyons., 2010; Parment, 2008; Cennamo & Gardner, 2008; Zhang, Straub, & Kusyk, 2007) ses en trend i det empiriska materialet som visar på motsatsen. De intervjuade ses ha krav på sig att prioritera arbetet högt, vara tillgänglig och att arbeta mycket. Således skulle de kunna antas vara präglade av ideal worker-normen.

Ideal worker-normen är en norm vars karaktäristika några till viss del tycks stöta på redan under uppväxten, men som alla uppges möta under studietiden (se 4.4.2). Där finns det tydliga förväntningar på arbetslivet och det anses prestigefullt att arbeta mycket samt prioritera jobbet högt, något de kan antas vara påverkade av i sin vilja att passa in i den prototypiska gruppen. Väl ute i organisationerna ses de mötas av samma ideal från sina kollegor, till följd av att de utgör en homogeniserad grupp som rekryterats från ungefär samma bakgrund (se 4.2.4). Därtill kan även

organisationsstrukturen bidra i det att den skapar en press att prestera för att nå till nästa nivå, där individerna skulle kunna ses spendera mer tid på jobbet för att upprätthålla sin professionella trovärdighet (Ng & Feldman, 2008).

Det observeras även att tekniken, som enligt teorin ska hjälpa till arbetslivsbalans (Ng, Schweitzer & Lyons., 2010), snarare ger motsatt effekt. Den ger för det första möjlighet till att arbeta mer, vilket i sin tur underlättas av arbetets natur där de anställda själva kan styra sin arbetsmängd. För det andra gör den det möjligt för de anställda att jämföra sin arbetstid med andra, vilket skapar en ytterligare press. Därtill ses ersättningsmodellerna och förmånerna hjälpa de anställda att arbeta länge, varpå normens upprätthållande förenklas.

Delslutsats 8:

Individen påverkas i högre grad av ideal worker-normen än arbetslivsbalans, vilket därmed antas bidra starkt till vederbörandes långa arbetstid.

6 Slutsats

6.1 Slutsats och återkoppling till frågeställning

Varför Generation Y ses arbeta mer än heltid skulle kunna förklaras av att:

Användandet av teknologin möjliggör för att jobba när som helst, var som helst. Detta ses kunna leda till att anställda arbetar mycket, men även ge upphov till en potentiellt ökad produktivitet och därmed minskad arbetstid. Vidare bidrar teknologin till att face time kan visas online, vilket en press att arbeta mer för att vara en del av den prototypiska gruppen och upprätthålla en professionell status.

Möjligheten att välja arbetsuppgifter kan göra att individerna väljer projekt som är av stort intresse för dem, vilket skapar ett stort engagemang för arbetsuppgifterna och därmed leder till att de arbetar mer. Vidare kan intresset leda till att individen tar på sig fler arbetsuppgifter, vilket ökar arbetsmängden och därmed driver mer arbetstid.

Kulturen i organisationerna, som å ena sidan beskrivs som professionell och ambitiös, och å andra sidan som rolig, ses kunna driva de anställda till att arbeta mycket. Det förstnämnda för att lång arbetstid uppges krävas för att genomföra ett bra arbete, och det andra för att det leder till att arbetsplatsen är mer attraktiv att spendera tid på samt på grund av minskad effektivitet.

Ledare och rekrytering ses vara en stark bidragande faktor till upprätthållandet av kulturen. Genom rekryteringsprocesser samt direktkommunikation till medarbetarna upprätthålls en kulturell acceptans kring att arbeta mycket.

Ersättning och förmåner ses inte i sig självt bidra till lång arbetstid, dock kan de berättiga och underlätta, och därmed i samverkan med andra faktorer resultera i många arbetstimmar.

Kulturen i personernas omgivning ses ha stor inverkar på individernas inställning till arbetstid. Under uppväxten och studietiden har lång arbetstid normaliserats, vilket vidare upprätthålls av deras privata och professionella umgänge.

Individens personlighetsdrag, så som karriärdriv och utvecklingshunger ses bidra till att de anställda väljer att arbeta mycket för att förverkliga sig själv.

Till grund för samtliga teman ses **ideal worker-normen** ligga. Individerna ses omges och anamma en stark norm av att arbeta mycket, prioritera jobbet högt, och att vara tillgänglig. Sammanfattningsvis kan det sägas att ideal worker-normen ses vara starkare än generationens uttalade strävan efter arbetslivsbalans.

6.2 Studiens bidrag

I studien har författarna kommit fram till vilka faktorer som samverkar till att Generation Y i professionella branscher arbetar mer än heltid. Författarna veterligen har inga studier beträffande Generation Y:s arbetstid i dessa branscher tidigare utförts (se 1.2). Därmed kan denna studie och dess holistiska förhållningssätt bidra till en ökad förståelse för det outforskade forskningsområdet.

I dagens samhälle diskuteras implikationerna av många arbetstimmar per vecka. Kortsiktigt förbättras en anställds output och prestation. På lång sikt återfinns dock svårigheter med att upprätthålla denna höga produktivitet för både individer och därmed företag. Denna studie är högst aktuell till följd av att den idag kan hjälpa en organisation förstå varför Generation Y i professionella branscher arbetar långa arbetsdagar, och därmed skapa en möjlighet till att skapa en hållbar produktivitetsnivå.

6.3 Praktiska implikationer

Till följd av att studien fokuserats på branscher med relativt egendomlig karaktäristika, så bör resultatet endast ses relevant i liknande sociala konstruktioner. I dessa konstruktioner förklarar resultatet anledningarna till Generation Y:s långa arbetstid, vilket kan ligga till grund i arbetet kring förändring av arbetstid för att uppnå en långsiktigt hållbar arbetssituation för de anställda och potentiellt en högre genomsnittlig effektivitet och prestation.

Därtill visar resultatet på hur ideal worker-normen är starkare i de studerade branscherna än generationsbetingade personlighetsdrag, och kan därmed bidra till att skapa en diskussion kring hur branschspecifika normer upprätthålls trots förändringar och skillnader mellan generationer.

6.4 Vidare forskning

På grund av problematiken kring att urskilja huruvida identifierade teman är hänförliga till generationsspecifik karaktäristika eller ålder, så föreslås att en liknande studie, alternativt med deduktiv ansats, utförs om ett par år när generationen blivit äldre.

Då de branscher och företag som studerats alla har en professionell karaktär med tydlig hierarkisk struktur och arbetar på projektbasis, vilket setts ha stor inverkan på individerna, skulle det kunna vara av intresse att undersöka utfallet i branscher och företag av annan karaktäristika.

Då de individer som deltagit i studien alla har haft en liknande bakgrund, med utbildning från liknande universitet, vilket har setts kunna ha stor inverkan på individernas inställning till arbetstid, skulle det kunna vara av intresse att genomföra en liknande studie med personer av annan bakgrund som inklusionskriterium.

7 Källförteckning

7.1 Tryckta källor

Asquin, A., Garel, G. & Picq, T., 2010. When project-based management causes distress at work. *International Journal of Project Management*, **28**(2), pp. 166-172.

Bailyn, L., 1993. Breaking the mold: women, men, and time in the new corporate world. New York: Free Press.

Blair-Loy, M., 2003. Competing devotions: Career and family among women executives. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Bolton, R.N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Loureiro, Y.K. & Solnet, D., 2013. Understanding Generation Y and their use of social media: A review and research agenda. *Journal of Service Management*, **24**(3), pp. 245-267.

Barrick, M. R., & Mount, M. K. 1991. The Big Five personality dimensions and job performance: a metaanalysis. *Personnel Psychology*, **44**, pp. 1–26.

Bryman, A. & Bell, E., 2015. *Business Research Methods*. 4th ed. Oxford: Oxford University Press, pp.3-623

Cennamo, L. & Gardner, D., 2008. Generational differences in work values, outcomes and person-organisation values fit. *Journal of Managerial Psychology*, **23**(8), pp. 891-906.

Chidiebere, O., Daniels, K. & Nielsen, K., 2017. Does contingent pay encourage positive employee attitudes and intensify work?. *Human Resource Management Journal*, **27**(1), pp. 94-112.

Correll, S.J., Kelly, E.L., O'Connor, L.T. & Williams, J.C., 2014. Redesigning, Redefining Work. *Work and Occupations*, **41**(1), pp. 3-17.

Deci, E.L., & Ryan, R.M., 2000. The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, **11**, pp. 227–268

Douglas, E.J. & Morris, R.J., 2006. Workaholic, or just hard worker?. *Career Development International*, **11**(5), pp. 394-417.

Drago, R., Wooden, M. & Black, D., 2009. Long work hours: Volunteers and conscripts. *British Journal of Industrial Relations*, **47**(3), pp.571-600

Eisner, S.P. 2005., Managing Generation Y. *S.A.M.Advanced Management Journal*, **70**(4), pp. 4-15.

Feldman, D.C. 2002., Managers' propensity to work longer hours: A multilevel analysis. *Human Resource Management Review*, **12**(3), pp. 339-357.

Fry, L.W. & Cohen, M.P., 2009. Spiritual leadership as a paradigm for organizational transformation and recovery from extended work hours cultures. *Journal of Business Ethics*, **84**(2), pp. 265-278.

Goode, W., 1994. Why men resist. I A. Skolnick, & J. Skolnick (Eds.), *Family in transition* (16th ed.). London: Allyn & Bacon.

Hochschild, A. R., 2003. The time bind: When work becomes home and home becomes work. *The Cultural Study of Work*, pp. 261-72.

Hogg, M.A., 2016. Social identity theory. I S. McKeown, R. Haji, & N. Ferguson (Eds.), *Understanding peace and conflict through social identity theory: Theoretical, contemporary and worldwide perspectives*. New York: Springer.

Kelly, E. L., Ammons, S. K., Chermack, K., & Moen, P., 2010. Gendered challenge, gendered response: Confronting the ideal worker norm within a white-collar organization. *Gender & Society*, **24**(3), pp. 281–303.

Keynes, J. M., 1930. Economic possibilities for our grandchildren. New York, NY: W. W. Norton. (Omtryckt i *Essays in persuasion*, pp. 358-373, 1963, New York, NY: W. W. Norton).

Kim, H., Knight, D.K. & Crutsinger, C., 2009. Generation Y employees' retail work experience: The mediating effect of job characteristics. *Journal of Business Research*, **62**(5), pp. 548-556.

Kreiner, G. E., Hollensbe, E. C., & Sheep, M. L., 2006. On the edge of identity: Boundary dynamics at the interface of individual and organizational identities. *Human Relations*, **59**, pp. 1315-1341.

Kuhn, P. & Lozano, F., 2008. The expanding workweek? Understanding trends in long work hours among U.S. men, 1979-2006. *Journal of Labor Economics*, **26**(2), pp. 311-343.

Lewis, K. R., 2003. Managing multiple generations in the workplace can be a challenge. Newhouse News Service.

McClelland, D. C., 1961. The achieving society. Princeton: Van Nostrand

McDonald, P., Pini, B. & Bradley, L., 2007. Freedom or fallout in local government? How work–life culture impacts employees using flexible work practices. *Human Resource Management*, **18**(4), pp. 602–622.

McGovern, P, Hope-Hailey, V. & Stiles, P., 1998. The managerial career after downsizing: case studies from the "Leading Edge". *Work, Employment & Society*, **12**(3), pp. 457-477.

Mainemelis, C., 2001. When the muse takes it all: a model for the experience of timelessness in organizations. *Academy of Management Review*, **26**(4), pp. 548–65.

Meyer, J. P., Becker, T. E., & Van Dick, R., 2006. Social identities and commitments at work: Toward an integrative model. *Journal of Organizational Behavior*, **27**(5), pp.665-683.

Michel, A., 2011. Transcending Socialization: A Nine-Year Ethnography of the Body's Role in Organizational Control and Knowledge Workers' Transformation. *Administrative Science Quarterly*, **56**(3), pp. 325-368.

Nam, T., 2014. Technology use and work-life balance. *Applied Research in Quality of Life*, **9**(4), pp. 1017-1040.

Ng, E.S.W., Schweitzer, L. & Lyons, S.T., 2010. New generation, great expectations: A field study of the millennial generation. *Journal of Business and Psychology*, **25**(2), pp. 281-292.

Ng, T.W.H. & Feldman, D.C., 2008. Long work hours: A social identity perspective on meta-analysis data. *Journal of Organizational Behavior*, **29**(7), pp. 853-880.

Parment, A., 2008. *Generation Y*. 1st ed. Malmö: Liber, pp.15-88.

Pencavel, J., 2015. The Productivity of Working Hours. *Economic Journal*, **125**(589), pp. 2052-2076.

Perlow, L.A., 1998. Boundary control: the social ordering of work and family time in a high tech corporation. *Administrative Science Quarterly*, **43**, pp. 328–57.

Perlow, L.A., 1999. The time famine: Toward a sociology of work time. *Administrative Science Quarterly*, **44**(1), pp. 57-8.

Porter, G., 1996. Organizational impact of workaholism: Suggestions for researching the negative outcomes of excessive work. *Journal of occupational health psychology*, **1**(1), pp.70-84

Schaufeli, W.B., & Bakker, A.B., 2010. The conceptualization and measurement of work engagement. I A.B. Bakker & M.P. Leiter (Eds.), *Work engagement: A handbook of essential theory and research*. New York: Routledge

Schein E. H., 1988. Organizational Socialization and the Profession of Management. *Sloan Management Review*, **30**, pp. 53–55.

Schein, E.H., 1990. Organizational Culture. *American Psychologist*, **45**(2), pp. 109-119.

Simpson, R., 1998. Presenteeism, power and organizational change: Long hours as a career barrier and the impact on the working lives of women managers. *British Journal of Management*, **9**(SPEC. ISS.), pp. 37-50.

Sturges, J. 2013. A matter of time: Young professionals' experiences of long work hours. *Work, Employment and Society*, **27**(2), pp. 343-359.

Sullivan, S. E., 1999. The changing nature of careers: A review and research agenda. *Journal of Management*, **25**, pp. 457-484.

Van Beek, I., Hu, Q., Schaufeli, W.B., Taris, T.W. & Schreurs, B.H., 2012. For Fun, Love, or Money: What Drives Workaholic, Engaged, and Burned-Out Employees at Work?. *Applied Psychology*, **61**(1), pp. 30-55.

Wahlund, R., 2017. *The Stockholm School of Economics Employer Image Barometer*. Stockholm: Handelshögskolan i Stockholm.

Zhang, Y., Straub, C., & Kusyk, S., 2007. Making a life or making a living? Cross-cultural comparisons of business students' work and life values in Canada and France. *Cross Cultural Management: An International Journal*, **14**, pp. 174–195.

7.2 Digitala källor

Arbetsförmedlingen. 2018. Anställningsformer, <https://www.arbetsformedlingen.se/For-arbetssookande/Tips-och-rad/Anstallningsformer.html> (Hämtad 2018-04-25)

Cambridge Dictionary. 2018. *Professional Meaning in the Cambridge English Dictionary*, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/professional> (Hämtad 2018-05-12)

Cambridge Dictionary. 2018. *Workaholic Meaning in the Cambridge English Dictionary*, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/workaholic> (Hämtad 2018-05-13)

Cambridge Dictionary. 2018. *Work-life balance Meaning in the Cambridge English* <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/work-life-balance> (Hämtad 2018-05-13)

Deloitte. 2016. *The 2016 Deloitte Millennial Survey - Winning over the next generation of leaders*, <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-millennial-survey-2016-exec-summary.pdf> (Hämtad 2018-03-02)

EY. 2015. *Global generations - A global study on work-life challenges across generations*, [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-global-generations-a-global-study-on-work-life-challenges-across-generations/\\$FILE/EY-global-generations-a-global-study-on-work-life-challenges-across-generations.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-global-generations-a-global-study-on-work-life-challenges-across-generations/$FILE/EY-global-generations-a-global-study-on-work-life-challenges-across-generations.pdf) (Hämtad 2018-03-02)

Manpower Group. 2016. *Millennial Careers: 2020 Vision. Facts, Figures and Practical Advice from Workforce Experts*, https://www.manpowergroup.com/wps/wcm/connect/660ebf65-144c-489e-975c-9f838294c237/MillennialsPaper1_2020Vision_lo.pdf?MOD=AJPERES (Hämtad 2018-03-02)

Statistiska Centralbyrån. 2018. *Utbildningsnivå – var fjärde i Sverige är högutbildad*, <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/utbildning-jobb-och-pengar/befolkningens-utbildning/> (Hämtad 2018-05-12)

8 Bilagor

8.1 Information i anslutning till intervju

Kort presentation av studien

- Studien syftar till att undersöka vilka faktorer som driver anställda i management consulting, finans och revision från Generation Y till att arbeta den mängd de arbetar.

Etiska aspekter

- Deltagandet i studien är helt frivilligt (om du ej vill svara på fråga, säg till).
- Allt kommer att anonymiseras, både du som deltagare samt organisationen i sig.
- Inget av det du säger kommer att berättas för dina kollegor eller chefer.
- Du kan när som helst avbryta intervjun, utan att behöva ge oss någon anledning.
- Är det okej att vi spelar in intervjun för att sedan transkribera den?

8.2 Mailutskick

Hej [person],

Vi är två studenter från Handelshögskolan i Stockholm som under våren skriver vårt examensarbete inom management, med fokus på motivation och arbetstid. Vi har en uppfattning om att du/dina medarbetare är väldigt engagerade i ert arbete, och skulle gärna vilja komma i kontakt och intervjua dig/några av er i syfte att undersöka de underliggande faktorerna.

För att få en uppfattning om detta hoppas vi att någon gång under de kommande veckorna (helst vecka 8, 9, 10) få träffa er. Vi har full förståelse för ert fullspäckade tidsschema, och kan därför vara väldigt flexibla med tid och plats för intervjuerna. Om inte tid finns att träffas under kontorstid kan vi förslagsvis ses över en kaffe nära er arbetsplats.

Vår förhoppning är att studien kan bidra med insikter och ge er möjlighet för reflektion.

Självfallet är studien anonymiserad, både för respektive intervjurespondent och företaget som sådant. Det är av högsta intresse för oss att få träffa er! Meddela oss gärna om ni är intresserade eller inte, genom att svara på detta e-mail eller kontakta oss via telefon.

Ha en trevlig dag!

Med vänliga hälsningar, Nellie Bössa & William Hermansson

[telefonnummer / telefonnummer]