

SKOLUNGDOMARS FRAMTID PÅ ARBETSMARKNADEN

RAPPORT FRÅN
ARBETSMARKNADSKUNSKAP

APRIL-SEPTEMBER 2023



Arbetsmarknads
kunskap

OM ARBETSMARKNADSKUNSKAP

Arbetsmarknadskunskap är ett nationellt koncept utvecklat av den ekonomiska föreningen Competence. Syftet med konceptet är att skapa en bättre matchning på den lokala, regionala och nationella arbetsmarknaden genom att ge skolungdomar, föräldrar och skolpersonal ökad kunskap om arbetsmarknaden för att på lång sikt öka den generella rekryteringsbasen till bristbranscher och bristyrken.

Arbetsmarknadskunskap (AMK) drivs av och för arbetsgivare, nationellt, regionalt och lokalt. AMK är arbetsgivarnas röst i klassrummen där elever inspireras och motiveras till att göra genomtänkta studie- och yrkesval.

Arbetsmarknadskunskap ägs av Competence och drivs av olika huvudmän i 8 regioner från 10 kontor spritt över landet. AMK har stadigvarande verksamhet i Västerbotten, Västernorrland, Jämtland/Härjedalen, Dalarna, Värmland/Åmål, Västmanland, Örebro län och Skåne. Tillsammans möter vi ca 70 000 elever årligen i över 80 kommuner. Konceptet genomför inspirationslektioner och föreläsningar för målgruppen skolungdomar i det reguljära utbildningssystemet från åk 4 till år 3 på gymnasiet.

AMK skapar förutsättningar för arbetsgivare och skola att samverka lokalt, regionalt och nationellt och därigenom ta ett samlat grepp om Sveriges långsiktiga kompetensförsörjning.

Arbetsmarknadskunskap bidrar till att minska glappet på arbetsmarknaden genom att öka kunskapen bland skolungdomar om vilka jobb som finns och att välja utbildningsvägar som leder dit.

Rapporten som följer bygger på mötet med skolungdomar i konceptet Arbetsmarknadskunskap.



OM RAPPORTEN

SYFTE

Rapporten syftar till att öka kunskapen om hur dagens ungdomar (framtidens arbetstagare) ser på sin framtid på den svenska arbetsmarknaden. Sverige brottas med en samhällsutmaning kallad kompetensbrist som hotar vår konkurrenskraft globalt. Vi behöver förstå hur unga tänker, tycker och agerar för att kunna attrahera dom till de jobb där de behövs. Genom att få syn på deras uppfattning om olika branscher och vad som driver och motiverar dom så får vi tips och indikationer på vad som krävs av vuxenvärlden, arbetsgivarorganisationer och samhället för att skapa förändring.

DATAINSAMLING

I denna rapport presenteras insikter och kunskap från mötet med tusentals skolorngdomar, från Skellefteå i norr till Malmö i söder. Rapporten bygger på data från tre delar; skolorngdomarnas rankade intresse för 16 utvalda branscher, skolorngdomarnas önskade innehåll i ett framtida jobb (drivkrafter) samt kvalitativa reflektioner kring målgruppens syn på jobb och framtid utifrån AMK-kommunikatörernas möte med tusentals skolorngdomar.

Rapporten visar på trender som återspeglar förändringar i samhället samt trender som väcker oro för Sveriges konkurrenskraft kopplat till kompetensbristen. Rapporten belyser även likheter och skillnader mellan hur tjejer och killar upplever respektive bransch. Rapportens slutsatser sammanfattas i slutet av rapporten. Där redovisas även fakta om undersökningens metod, urval och målgrupp samt potentiella risker värda att nämna.



DATA FRÅN ENKÄT

6 253 högstadie- och gymnasieungdomar runt om i Sverige har svarat på frågan *Kan du i framtiden tänka dig att jobba i följande branscher?* Målgruppen har fått ranka sitt intresse för 16 utvalda branscher.

DATA FRÅN DITTYRKE.SE

Dittyrke.se är ett webbaserat samtalsverktyg som matchar ungdomarnas önskan om innehåll i jobbet (drivkrafter) mot det faktiska innehållet i över 400 yrken. Det faktiska innehållet i dessa yrkesroller baseras på vad yrkesverksamma har svarat att deras jobb innehåller. Syftet är att användaren ska få en ökad kunskap om och en breddad bild av arbetsmarknaden och dess möjligheter.

All data analyseras för att förstå vad framtidens arbetskraft ser framför sig i sitt framtida jobb och hur deras önskan och attityd matchar med jobben.

Dittyrke.se är en förstärkning och en förlängning av konceptet Arbetsmarknadskunskap och används mötet med målgruppen. Användarna fyller i sitt födelseår, vilket innebär att data kan avgränsas till vald målgrupp. Datan från de yrkesverksamma samlas in via www.yrkesinfo.se

REFLEKTIONER FRÅN KOMMUNIKATÖRERNA

Tillsammans möter Arbetsmarknadskunskaps kommunikatörer omkring 70 000 skolorngdomar varje år. Mötena präglas av dialoger som ger kommunikatörerna en unik inblick i hur dagens ungdomar resonerar kring sin plats på framtidens arbetsmarknad. Genom att inhämta reflektioner från AMK:s 30-tal kommunikatörer utkristalliseras värdefulla insikter som kompletterar datan från enkäten och det digitala verktyget.

KORTFATTAT



SYFTE

Rapportens syfte är att öka insikt om skolorngdomarnas attityder till arbete och framtid samt belysa de hinder som unga människor kan möta när de försöker fatta välgrundade utbildnings- och karriärval. Rapporten har som mål att ge stöd till arbetsgivare, beslutsfattare och utbildningsanordnare att kunna prioritera och investera i insatser som bidrar till ökade rekryteringsbaser och minskad kompetensbrist.

METOD

Rapporten har använt sig av tre metoder.

1. Skolorngdomar har fått svara på frågor i anslutning till lektion i Arbetsmarknadskunskap. Frågorna har tagits fram i samråd med Arbetsmarknadskunskaps nationella utvecklingsgrupp.
2. Kommunikatörer har utifrån sin erfarenhet i klassrummen fått reflektera över skolorngdomarnas tankar om jobb och framtid.
3. Insamlad data från det digitala verktyget Dittyrke.se och Yrkesinfo.se, som i sin tur har analyserats.

MÅLGRUPP

Skolorngdomar i det reguljära utbildningssystemet i Sverige. Från årskurs 7 grundskola till år 3 gymnasieskola. Samt kommunikatörer i konceptet Arbetsmarknadskunskap.

FÄLTPERIOD

Frågorna har besvarats av både skolorngdomar och kommunikatörer under perioden april-juni 2023. Data från dittyrke.se avser perioden maj-september 2023.

SKOLUNGDOMARS INTRESSE AV BRANSCHER

Kan du i framtiden tänka dig att jobba i följande branscher?

Det är frågan som ställts till 6 253 skolungdomar i samband med en Arbetsmarknadskunskapslektion i olika delar av landet. Skolungdomarna har fått besvara frågan för 16 branscher med syftet att ta reda på hur intresset för och attityden till respektive bransch ser ut.

FLERTALET FAKTORER PÅVERKAR

När unga väljer sina karriärvägar påverkas de av flera faktorer. Synlighet i media, status och ekonomiska möjligheter inom en bransch, påverkan från föräldrar samt den sociala påverkan från jämnåriga och sociala nätverk, för att nämna några. Brist på förebilder och inte minst förebilder från det motsatta könet i en annars kvinno- eller mansdominerad bransch påverkar också valet. En ofta förbisedd faktor är brist på synlighet för vissa branscher. Om branscher och dess yrken inte exponeras tillräckligt kan unga missa att överväga dem som karriärmöjligheter, och negativ publicitet kan ytterligare minska deras intresse. Särskilt oroande är att många av de branscher och yrken som har låg synlighet och som ofta drabbas av negativ uppmärksamhet är samhällsbärande samtidigt som de redan lider av allvarlig kompetensbrist.

Det är som sagt många faktorer som påverkar skolungdomarnas svar i den här undersökningen men deras signal är tydlig och stark. På frågan "Kan du tänka dig att jobba i följande branscher" svarar den absoluta majoriteten "Nej, absolut inte!" för i princip alla 16 branscher.

GENERELLT LÅGT INTRESSE FÖR ALLA BRANSCHER

Utifrån de samtal som AMK haft med tusentals ungdomar bekräftar undersökningen kommunikatorernas uppfattning om att målgruppen är säkra på vad de **inte** är intresserade av samtidigt som majoriteten av dom har dålig koll på vad de vill sikta mot för yrke och bransch. Det låga generella intresset kan indikera att skolungdomars uppfattning om innehållet i respektive bransch är starkt färgat av fördomar, stereotypa föreställningar, föräldrars åsikter och medial diskurs. Detta påvisar också AMKs tes om att ungdomar har alldeles för låg insikt och kunskap om vad en bransch innehåller, innebär och syftar till. Detta beror delvis på att skolsystemet och näringslivet står för långt ifrån varandra, att unga alltför lite och sällan får se yrkeslivet från insidan.

ABSOLUT!

Undersökning visar att ca en sjättedel av de svarande har ett uttalat intresse för specifika branscher. Topp 4 branscher som flest skolungdomar rankat som intressanta är Ekonomi, Finans, Juridik & Personal, Friskvård, Fritid, Skönhetsvård & Idrott, Försäljning, Inköp & Marknadsföring samt Försvar, Säkerhet & Räddning. Att dessa branscher sticker ut går i linje med trender vi ser i vår omvärld samt erfarenhet och reflektion utifrån mötet med målgruppen. Ett ökat intresse för yrken inom försvar & säkerhet just nu kan vara en reaktion på globala händelser som väcker en önskan att bidra till samhället och göra något meningsfullt. Det stärker också tesen att medial synlighet skapar medvetenhet och ökad kunskap om en bransch och dess innehåll.

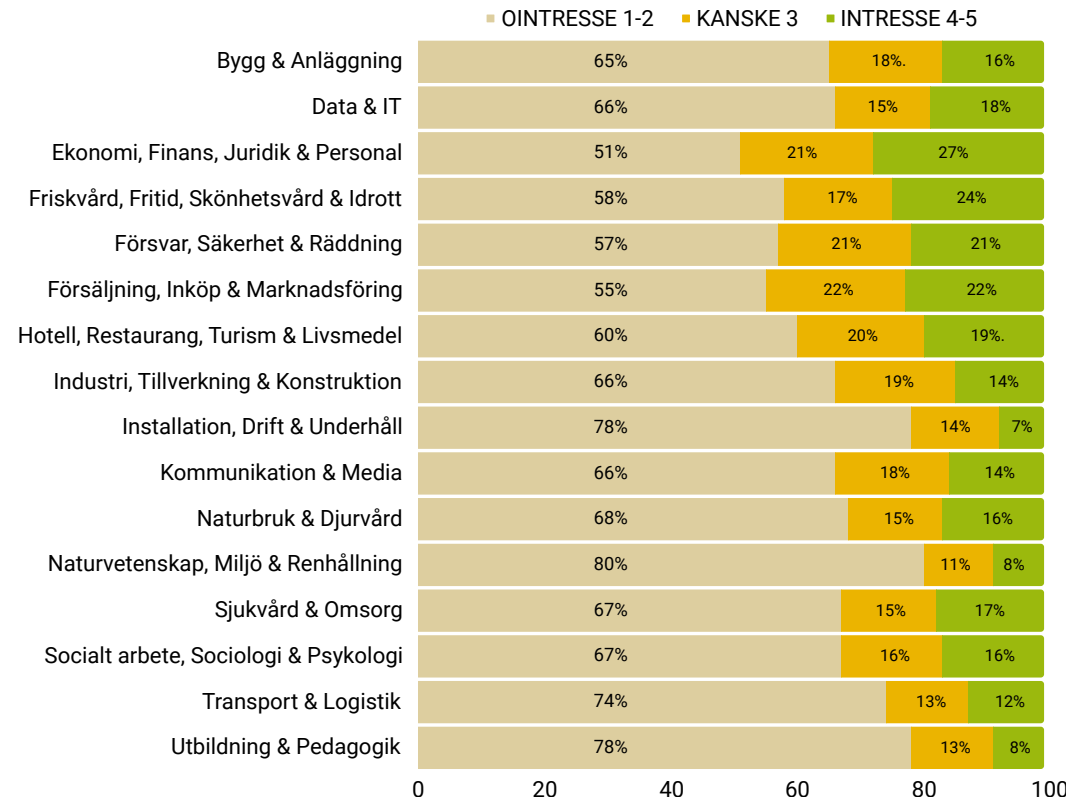
Den ökade medvetenheten kring hälsa och välmående som präglar samhället idag påverkar säkerligen många ungdomar till att vilja ha en hälsosam livsstil och få personlig utveckling och då är steget inte långt till att kunna tänka sig att arbeta inom området.

Skillnader i intresset för branscher skiljer sig säkerligen geografiskt vilket är något som ämnas undersökas i kommande rapporter.



RESULTAT

Målgruppen har rankat sitt intresse på en skala från 1 till 5, där 1 är "Nej, absolut inte!" och 5 är "Ja, absolut! Andelen som svarat 1 eller 2, indikerar obefintligt eller lågt intresse. Andelen som svarat 4 eller 5 indikerar att det finns ett intresse.



HÖGST PÅ ÖNSKELISTAN ÄR RIKEDOM

Branschen Ekonomi, Finans, Juridik & Personal samt Försäljning, Inköp & Marknadsföring kan vara attraktiv för skolungdomar på grund av de karriärmöjligheter och den affärsmässiga inriktning som de erbjuder. Detta kan spegla en ökande medvetenhet om vikten av ekonomiskt ansvar och entreprenörskap i en tid med finansiell osäkerhet.

Viljan att "tjäna pengar" upplever kommunikatorerna har blivit mer påtaglig bland skolungdomarna vilket också stärks av Ungdomsbarometerns rapport om Generation Z som visar att ungas intresse för pengar ökat.



ABSOLUT INTE!

Undersökningen visar att hela två tredjedelar av de svarande har ett obefintligt eller lågt intresse för samtliga branscher. Som grupp har skolungdomarna en klar uppfattning om vad de *inte* är intresserade av snarare än vad som lockar. De 5 branscher som flest skolungdomar rankat som ointressanta är Naturvetenskap, Miljö & Renhållning, Utbildning & Pedagogik, Installation, Drift & Underhåll, Transport & Logistik samt Sjukvård & Omsorg.

INGET INTRESSE, INGEN KOMPETENS

Vi ser allt skralare ansökningsvolymerna till flera branscher där kompetensbristen redan är stor. Mattelärare, drifttekniker, logistiker, undersköterskor och ingenjörer - yrken som samhället är i behov av men som i för låg utsträckning finns att tillgå. Undersökningen befäster tesen om att fler skolungdomar behöver få syn på branschens bredd, innehåll, karriärmöjligheter och syfte för att öka dess attraktionskraft. För är det något vi vet om ungdomar så är det att utan vetskap - inget intresse. Utan intresse - ingen motivation. Och utan motivation så tar man sig inte igenom en utbildning.

"Jag tyckte att lektion var väldigt lärorik, till exempel att man ska tänka på att det man redan gör nu kan ha stor påverkan på om man får ett jobb eller inte i framtiden."

OM AMK LEKTION



ÖSTERSUND
HÖGSTADIET
KILLE ÅK 9

"Jag lärde mig rätt så mycket om hur många yrken det faktiskt finns inom vården och hur många inriktningar det finns i alla olika yrken inom vården. Jag blev helt fascinerad när jag hörde det"

OM AMK VÅRD
FÖRELÄSNING



VÄSTERÅS
HÖGSTADIET
TJEJ ÅK 8

"Den var bra och informativ. Övertygade nästan mig att plugga vidare till att få ett jobb inom energi"

OM AMK ENERGI
FÖRELÄSNING



KÖPING
GYMNASIET
TJEJ ÅR 1

"Nej,
absolut inte!"

En övervägande majoritet av skolungdomarna svarar att de absolut inte kan tänka sig en framtid i en majoritet av branscherna.

BRANSCHER OCH KÖN

Undersökningen har tittat på skolungdomarnas svar utifrån kön och satt strålkastaren på skillnader och likheter mellan tjej och kille. Analysen visar att ungas intresse fortsatt är könsstereotypt generellt men att vissa förflyttningar gjorts, dock med negativa konsekvenser.

KÖNSNORMER LEVER KVAR

Skolungdomars svar visar på förstärkta traditionella könsnormer och förväntningar. De branscher som tenderar att vara mansdominerade, såsom Bygg & Anläggning, Data & IT, Industri, tillverkning & konstruktion, och Transport & Logistik är också de branscher där killarna i den här undersökningen har antytt ett högre intresse, medan tjejer i högre utsträckning uttrycker obefintligt eller lågt intresse.

I de mer kvinnodominerande branscherna som Sjukvård & Omsorg och Socialt arbete, Sociologi & Psykologi, visar tjejer klart högre intresse jämfört med killarna som verkar mindre entusiastiska.

Branscher där svaren mellan tjejer eller killar är slående lika är Ekonomi, Finans, Juridik & Personal och Kommunikation & Media.

KNAPPT 1 AV 10 KAN TÄNKA SIG ATT ARBETA INOM UTBILDNING- & PEDAGOGIKBRANSCHEN

ALARMERANDE LÅGT INTRESSE FÖR BRISTBRANSCHER

Det alarmerande låga intresset för en framtid inom Sveriges bristbranscher, till exempel utbildning och pedagogik, är en verklig tankeställare. Totalt sett svarar 78 % att de i framtiden inte kan tänka sig att jobba inom utbildning och pedagogik, endast 8 % indikerar ett intresse. Traditionellt så förväntas det att tjejer i större utsträckning värderar utbildning och pedagogik högre men resultatet för både tjejer och killar är i denna undersökning väldigt lika. 74 % av tjejerna och 83 % av killarna indikerar obefintligt eller lågt intresse för en framtid inom utbildning och pedagogik.

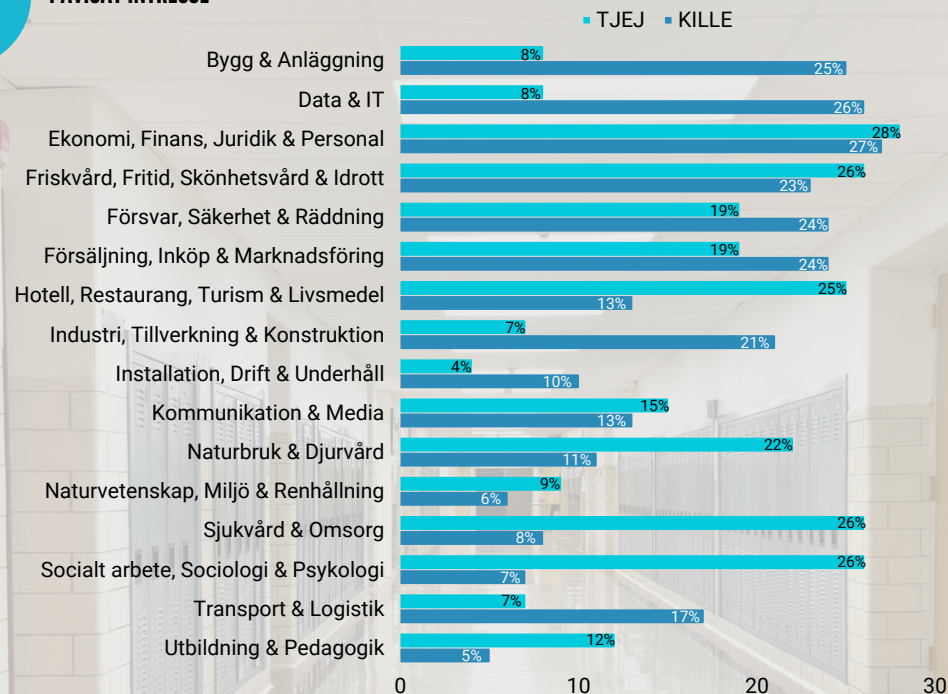
Sammanfattningsvis indikerar resultaten att traditionella könsnormer fortfarande har en betydande inverkan på ungas intresse för olika yrkesbranscher. Därtill visar undersökningen att de branscher som är mer mans- eller kvinnodominerade, i framtiden inte heller kan försörjas av kompetens från det traditionellt dominerade könet, vilket betyder att vissa branscher alltså kommer få färre yrkespersoner på totalen. Det innebär att satsningar måste göras på bred front parallellt med insatser för att skapa större attraktionskraft för branscher oavsett kön. Behovet av förebilder som visar på mångfald samt slå håll på könsstereotypa föreställningar är viktigare än någonsin.

Cirka 12 000 nyutexaminerade lärare och förskollärare väntas saknas år 2035. Samtidigt svarar 78 % av undersökningens skolungdomar att de i framtiden inte kan tänka sig att jobba inom utbildning och pedagogik. Intresset är alarmerande lågt bland både tjejer och killar.

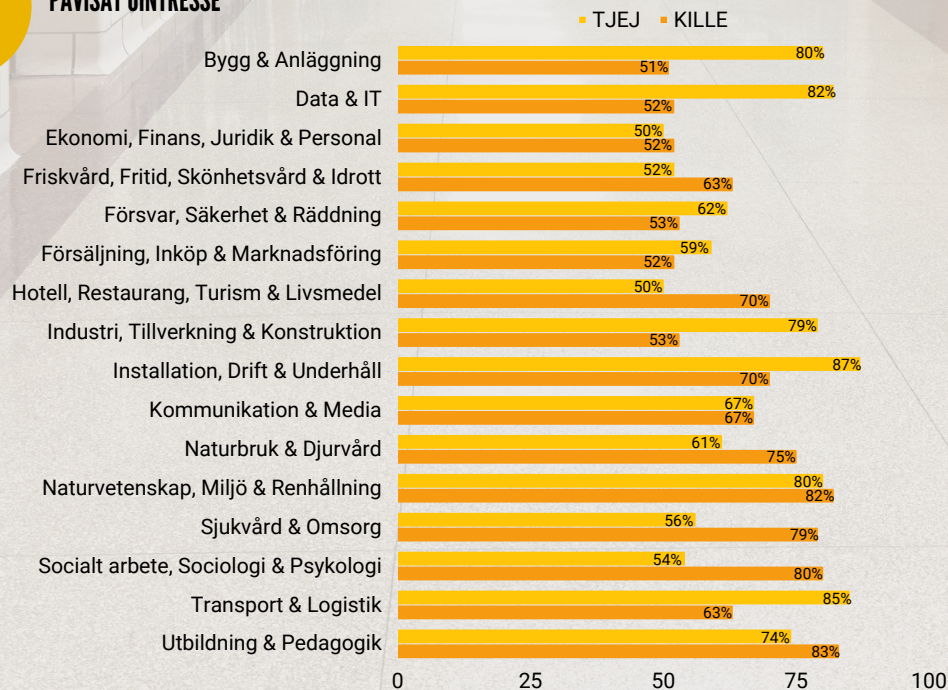
ANTAL SVÄRANDEN: 2800 TJEJER & 2928 KILLAR



PÅVISAT INTRESSE



PÅVISAT OINTRESSE



"Jag fick mer inblick i dels hur mycket industrin påverkar samhället och hur mycket jobb det egentligen finns där."

OM AMK INDUSTRI FÖRELÄSNING



MALUNG GYMNASIET TJEJ ÅR 2

SKOLUNGDOMARS VALKOMPETENS

PÅ VILKA GRUNDER GÖR UNGDOMAR SINA FRAMTIDSVAL?

Många unga upplever det som svårt att veta vad de vill göra i framtiden. I slutet av högstadiet är det mycket som ska hända. Parallellt med nationella prov och stegrande pubertet är det dags att välja till gymnasiet. Då är det inte konstigt att man lutar sig mot det man vet här och nu för att bestämma om hur ens framtid ska kunna se ut.

De tre vanligaste utgångspunkterna som unga reflekterar kring när de ska göra sitt gymnasieval är skolan, kompisars val och ens intressen. Man funderar ofta kring skolans popularitet, rykte och förmånerbudande snarare än vilka program skolan har i sitt utbud och hur de programmen kan leda en till ens mål med utbildningen. Därtill är det lätt att svepas med i kompisarnas resonemang, argument och valö eftersom kompisarna är ens trygghet och är centrala i en ungdoms liv. Vad gäller intressen så är det mer regel än trend att unga väljer karriärväg utifrån vad man gillar att göra på sin fritid eller vilka ämnen man tycker är lätta och roliga i skolan. "Jag älskar hästar så jag ska gå ridgymnasium" eller "Du har så lätt för matte, du borde jobba med ekonomi" är vanliga kommentarer från såväl skolungdomarna själva som föräldrar och skolpersonal. Det är viktigt att nämna att det är inte fel att välja karriärväg utifrån intresse och det är fullt förståeligt att skolan i sig spelar roll eller att få behålla trygghet omkring sig när allt annat ska förändras.

Vi på Arbetsmarknadskunskap saknar några viktiga utgångspunkter för att bredda ungas valkompetens och på så vis öka deras förmåga till medvetna val, nämligen; innehållet i jobben och vad du tror dig önska för innehåll i ditt framtida jobb. Genom att reflektera över dina egna drivkrafter, vad som motiverar dig, vad du tror att du skulle må bra av och vad du vill bidra till i framtiden kan du lättare se var du skulle kunna passa in. Men detta kräver ju också att du har kunskap om vilka yrken som finns och hur jobbet fungerar i praktiken.

BREDDAD VALKOMPETENS

För att unga ska kunna reflektera över sina drivkrafter och sin framtida roll på arbetsmarknaden och dessutom slippa spekulera om vad det innebär att jobba som ett specifikt yrke har Arbetsmarknadskunskap utvecklat ett digitalt verktyg som hjälper unga med just detta. I varje AMK-lektion får skolungdomar bredda sin valkompetens genom vårt webbaserade samtalsverktyg, Dittyrke.se, genom att individens perspektiv matchas mot yrkesverksammas verklighet.

Yrkesverksamma inom över 400 yrken och 1000 underyrken har fått berätta om innehållet i sitt jobb via insamlingsverktyget Yrkesinfo.se. Den samlade data från de yrkesverksamma översätts till kod, vilken eleverna sedan matchas mot när de fyllt i sina drivkrafter i Dittyrke.se. Samtalsverktyget breddar alltså yrkeskartan, ökar insikten om innehållet i olika typer av yrken samt synliggör att ens drivkrafter kan tillgodoses i en rad olika yrken & branscher med syftet att öka valkompetensen!

Vad kan vi lära oss om ungdomar genom att analysera deras drivkrafter då? Se nästa sida!

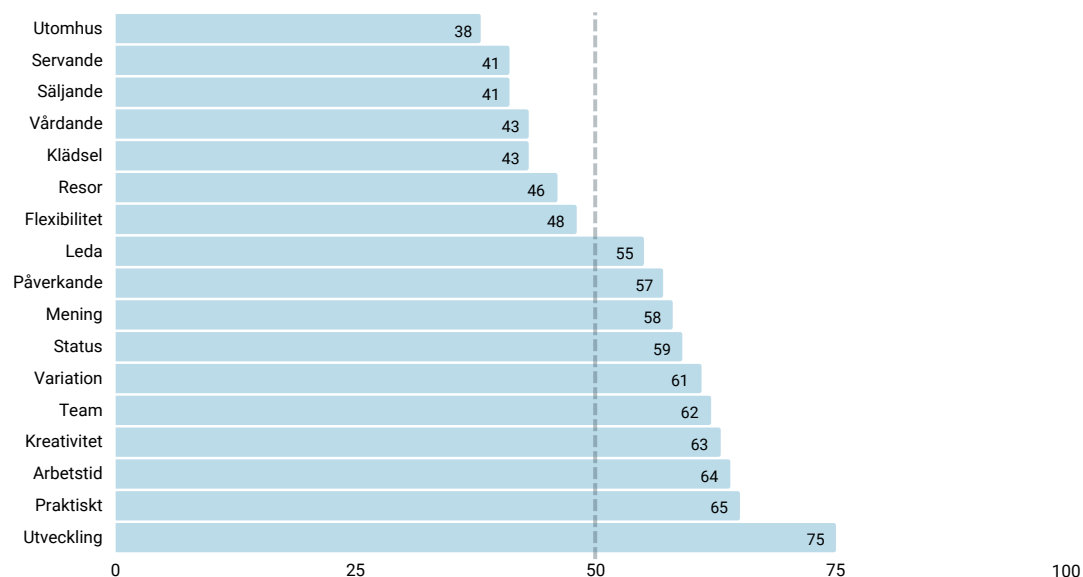
Under hösten 2023 matchades skolungdomars drivkrafter med bristyrket biomedicinsk analytiker i AMK-lektionerna. Majoriteten av eleverna kände inte till yrket och efter lektionen visade många intresse för yrket. Genom att synliggöra för unga att deras drivkrafter matchar yrken som de inte ens visste fanns så ökar attraktionskraften till dessa.

CHOICES



SKOLUNGDOMARS DRIVKRAFTER

Skolungdomarna har värderat sina drivkrafter (önskat innehåll i ett framtida yrkesliv) på en skala 1-100 i samtalsverktyget Dittyrke.se. Utöver att de fått fylla i sitt födelseår så är all annan data anonymiserad. I grafen nedan visas de svarandes medelvärde för respektive drivkraft.



VIKTIGAST I UNGAS FRAMTIDA YRKESLIV

Vad unga har för förväntningar på sitt framtida yrkesliv och sina framtida arbetsgivare förändras i takt med hur omvärlden förändras. Under pandemin var det ett ökat söktryck till vårdinriktade utbildningar till exempel.

Som tidigare diskuterats ser vi att dagens ungdomar har en ökad önskan om ett välbetalt jobb och många dialoger i klassrummen handlar ofta om vilken lön och hur hög status yrken har. Men vi ser tydligt att när unga får möjligheten att reflektera på djupet över vad de tänker är viktigt så kommer så många fler drivkrafter fram i ljuset. Analysen av den data som insamlats från Dittyrke.se visar att ungdomar idag sätter stort värde i att deras framtida jobb är utvecklande, variationsrikt, meningsfullt, praktiskt och för ungdomarna önskvärda arbetstider. Det går i linje med att denna generation är medvetna om både individ och kollektiv, att de är vana vid snabbt och tekniskt informationsflöde med tillgång till stor variation och att de är måna om att vara självförverkligande både privat och på jobbet.

1 UTVECKLING

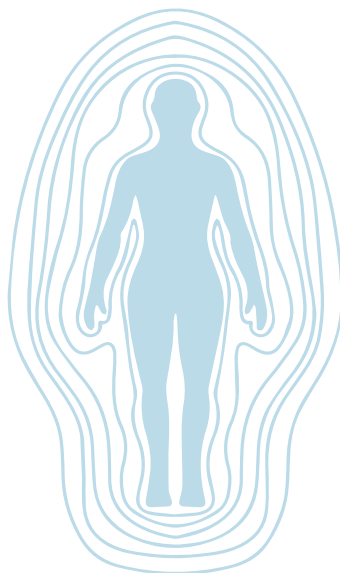
2 PRAKTISKT

3 ARBETSTID

1 UTMOMHUS

2 SERVANDE

3 SÄLJANDE



TOTALT ANTAL SVARANDEN: 3566

Vi har sedan många år tillbaka en stark akademisering av vårt samhälle där yrkesutbildningar blivit alltmer impopulära. Vår analys visar att drivkraften praktiskt värderas som viktig för skolungdomarna och att de önskar ett arbete där man har tydliga uppdrag och önskvärda arbetstider. En stor andel vill alltså ha ett relativt vanligt jobb! Detta är förenligt med Ungdomsbarometerns rapport om Generation Z där det framkommer att unga söker trygghet idag på grund av det osäkra omvärldsläget och den rådande ekonomiska situationen. Det kan också finnas korrelationer med att dagens unga har kortare uppmärksamhetsspann och att man lättare kan tänka sig att praktiska arbetsuppgifter har en tydlig början och ett tydligt slut.

Yrken där man ofta arbetar utomhus eller reser mycket är inte de mest attraktiva hos skolungdomar idag. Ett intressant resultat som skulle behöva ett ännu mer fördjupat samtal med målgruppen för att förstå anledningen.

“JAG VILL JOBBA MED MÄNNISKOR”

Att jobba med människor gör vi mer eller mindre i alla jobb. Men det som skiljer yrken åt är *hur* man jobbar med människor. Att reflektera över huret skapar insikt i likheter och olikheter mellan yrken.

Vår analys påvisar skolungdomars låga intresse för att jobba säljande till människor, servande för människor och vårdande av människor. Många säljjobb förknippas med provisionsbaserad lön,

att serva andra har fått en lågstatus-stämpel och vårdirken porträtteras oftast extremt negativt i media - möjliga orsaker till att dagens unga inte motiveras av dessa drivkrafter.

Ungdomarna värderar att jobba i team med människor som en av sina viktigare drivkrafter till sitt framtida yrkesliv.

UNGAS DRIVKRAFTER KOPPLAT TILL BRANSCHER

Utifrån hur skolungdomarna värderat sina drivkrafter så får de förslag på olika branscher och yrken där deras drivkrafter skulle tillgodoses. En bransch som i denna undersökning ofta korrelerar med ungdomarnas drivkrafter är byggsektorn. Detta stämmer överens med att vi ser ett ökat intresse för yrkesutbildningar hos unga generellt och byggbranschen specifikt, vilket är förenligt med att drivkraften praktiskt är högt värderad av majoriteten. En annan bransch där vi ser ett ökat intresse är Försvar, Säkerhet & Räddning, vilket troligen är en följd av omvärldsläget. Att få bidra i sitt arbete skapar en känsla av meningsfullhet.

Ekonomi, Finans, Juridik & Personal är en bransch som ofta ligger i topp och även i år har ekonomiprogrammet ökat antal sökande. En tes är att denna bransch historiskt är starkt kopplad till hög status med höga löner samt att utbildningen redan på gymnasiet upplevs ge en seriös och bra grund.



HUR SKA MAN VÄLJA ETT JOBB MAN INTE VET FINNS?

I Sverige idag finns det tusentals olika yrkestitlar. Utöver dessa titlar finns det underkategorier, inriktningar och lokala tolkningar. Hur ska man som elev i skolan idag kunna välja ett jobb när det finns tusentals alternativ och man själv bara känner till de mest uppenbara? För tank om drömjobbet är något du inte känner till eller att du har fördomar om ett visst yrke som hindrar dig från att utforska det?

Under lektioner i Arbetsmarknadskunskap får eleverna frågan vad de vill jobba med i framtiden. Efter att ha snackat jobb med hundratusentals ungdomar så har vi identifierat ett mönster som är problematiskt. Idag finns det mellan 8 - 9 000 olika yrkesroller i Sverige. Majoriteten av ungdomarna vi möter kan i snitt räkna upp 30 yrkesroller, och i princip samma yrkesroller. Matematiken talar sitt tydliga språk, ungdomars yrkesorientering behöver breddas.

För att bredda deras bild av vilka yrken som finns brukar vi bland annat prata om vilka jobb ett samhälle måste ha för att det ska fungera för att hjälpa ungdomarna att få syn på yrken de kanske aldrig tänkt på. De får också reflektera över vad yrkena innebär och innehåller för arbetsuppgifter för att de lättare ska kunna förstå och kanske till och med få syn på något som väcker lite extra intresse.



Ungdomarna får också problematisera kring samhällsbärande yrken och vad som skulle hända om ingen tar de jobben, samtidigt som de får kunskap om vilka branscher och yrken som saknar mest kompetens nu och i framtiden. Att få bättre koll på vilka jobb som det är mer eller mindre konkurrens om är viktigt och nödvändigt för att kunna göra ett väl medvetet val om sin framtid.



Genom att använda oss av Dittyrke.se som metod under lektionerna så ökar vi förutsättningarna för att yrkespaletten blir både större och mer färggrann hos ungdomarna.

Eftersom ungdomarna använder Dittyrke.se när AMK besöker de i klassrummen så samlas deras syn på sin framtid in via drivkraftsvärderingen. I denna undersökning framkommer att skolungdomar önskar jobba med något i framtiden som är utvecklande, kreativt, variationsrikt och meningsfullt. I toppen ligger även yrken som är av praktisk karaktär och arbetstider som passar deras liv utanför jobbet. Vilka yrken kan det vara då som passar in på deras önskemål och vision om yrkeslivet?

Genom att jämföra skolungdomarnas önskade yrkesinnehåll från Dittyrke.se och yrkespersoners beskrivning av deras yrkesinnehåll från Yrkesinfo.se så kan vi ge exempel på vad ungdomar skulle passa att arbeta med. Frågan är om de har tänkt på dessa yrken som alternativ eller ens vet om att de finns?



YRKESPERSONERS TOPP 3 DRIVKRAFTER

Det digitala insamlingsverktyget Yrkesinfo.se samlar in yrkespersoners beskrivning om vad deras yrke innehåller utifrån samma kategorisering av drivkrafter som skolungdomar svarar på i Dittyrke.se. Det är intressant att studera de mönster som synliggörs om olika branscher och yrken och sedan sätta de insikterna i relation till ungdomars syn på arbetsmarknaden. Som tidigare beskrivits så värderar skolungdomarna att deras framtida jobb är utvecklande, variationsrikt, meningsfullt, praktiskt och för ungdomarna önskvärda arbetstider. Nedan har vi gjort ett urval av yrken där drivkrafterna bekräftas av yrkespersoner från Yrkesinfo.se, där de själva skattat att drivkrafterna förekommer till stor del i yrkesrollen. De utvalda yrkena är en blandning av yrken som skolungdomar ofta känner till, som är dolda/okända samt kräver olika utbildningslängd.

ELKRAFTS- INGENJÖR	STUDIE- OCH YRKESVÄGLEDARE	RÖNTGEN- SJUKSKÖTERSKA	ERFAREN KOCK	DISTRIBUTIONS- ELEKTRIKER
1 UTVECKLING	1 ARBETSTID	1 MENING	1 PRAKTISKT	1 PRAKTISKT
2 MENING	2 VARIATION	2 TEAM	2 TEAM	2 TEAM
3 TEAM	3 TEAM	3 VÅRDANDE	3 SERVANDE	3 UTVECKLANDE

Dessa drivkrafter finns givetvis i många andra yrken och det är just det som är spännande och viktigt för ungdomar att få syn på. Att yrken som man aldrig hört om, yrken som man har förutfattade meningar om eller yrken som får negativ uppmärksamhet kan vara det yrke som är menat för just dem - de vet bara inte om det ännu!

“VI HAR EN MATCHNING”

Undersökningen visar att många yrken innehåller det som just nu ligger i topp hos dagens ungdomar. Vidare visar vår analys att många bristryrken (de yrken där kompetensbristen är hög) innehåller det som ungdomar önskar i sitt framtida yrkesliv. Trots detta så söker sig alldeles för få till dessa yrken.

Slutsatsen är att om framförallt bristryrken synliggörs i större utsträckning och beskrivs med mjuka värden så skapas bättre förutsättningar för skolungdomar att göra väl medvetna val om sin framtid på arbetsmarknaden samtidigt som kompetensutmaningen på svensk arbetsmarknad adresseras.



VAD VÄCKER MEST "AHA" HOS SKOLUNGDOMAR NÄR VI PRATAR ARBETSMARKNADSKUNSKAP?

Var fjärde timme, varje dag, året om startar en AMK-lesson i klassrum runt om i Sverige. Genom ett 30-tal AMK-kommunikatörer möter Arbetsmarknadskunskap 70 000 skolungdomar varje år. Varje lesson, varje samtal och varje diskussion bygger vår erfarenhetsbank med värdefull information om vad ungdomar tänker, tycker och funderar på. Kommunikatörerna sitter på unik kunskap om hur Sveriges framtida arbetskraft kan motiveras och attraheras till jobb, yrken och branscher där de behövs!

INSPIRERANDE SAMTAL VÄCKER TANKAR OM FRAMTID

Kommunikatörerna i Arbetsmarknadskunskap är utbildade i en unik pedagogik som är framtagen inom konceptet med syfte att nå ungdomar med budskap om arbetsmarknadens möjligheter och utmaningar. Med välutvecklade metoder sker en inspirerande dialog som väcker nya tankar, ger tydliga verktyg och stärker motivationen för ungdomarna att äga sin egen resa och sätta verkliga mål för framtiden som känns nåbara. I varje möte med skolungdomar slås vi av hur komplext det är att snacka framtid med en grupp där så många olika individer befinner sig. Vår långa erfarenhet genom tusentals möten visar tydligt att målgruppen, oavsett var i landet och oavsett individuella skillnader, har en sak gemensamt - man har svårt att se sin plats på framtidens arbetsmarknad.

Vi pratar om fyra viktiga konkurrensfördelar som ungdomar behöver ha koll på för att få ett jobb i framtiden och att man redan i ung ålder kan börja samla sina plus. Skolungdomarna blir ofta överraskade när de förstår att deras första anställningsintervju redan har börjat genom hur de är som människor mot sin omgivning. De lyfter på ögonbrynen åt arbetsgivare sätter stort värde på vad de pysslar med på sin fritid och häpnar över hur många myter om yrken som faktiskt florerar i vårt samhälle. Många ungdomar har inställningen att valet av utbildning börjar med ett starkt intresse men när vi inspirerar de till att vända på perspektivet och istället kika på yrkens innehåll, karriärmöjligheter och dess syfte så märker vi ett tydligt AHA! Plötsligt förstår de att intresse och motivation kommer först när man vet vad som finns att välja på och hur ens egna drivkrafter matchar olika yrken. Med nya sätt att tänka, söka information och agera så klarnar bilden av hur vägen till ett jobb kan se ut!

"Jag upplever aha-effekt när vi breddar deras syn på arbetsmarknaden och pratar om att det krävs fler yrkesroller än vad man tror för att t.ex bygga ett hus."

TIM SANDQVIST
JÄMTLAND
HÄRJEDALEN

"Att ens personliga varumärke i en stad där alla känner alla är viktigare än de tror. Och att de faktiskt går i grundskolan för att få möjligheten till att bli vad som helst."

RICHARD BRAY
VÄSTERBOTTEN

"Attityd. Hur viktigt det faktiskt är att vara en schysst person och hur mycket det kan påverka ens jobb möjligheter i framtiden."

MAYA LINDBLAD
VÄSTMANLAND

"Samhällssyn och status kopplad till yrkena påverkar populariteten hos unga. Detta kan skilja sig markant mellan olika socioekonomiska områden."

LINNEA SÖDERSTEDT
VÄSTERNORRLAND

"Eleverna vet inte att man inom papper- och massaindustrin är med och räddar klimatet. De har dålig koll på vad man kan jobba med och vad det är man faktiskt gör."

JONAS EVALDSSON
VÄRMLAND/ÄMÅL

"99% av ungdomarna har en sak gemensamt - de vill tjäna mycket pengar. När de får insikt om allt annat ett jobb kan ge och innebära såsom meningsfulla arbetsuppgifter, schyssta kollegor och förmåner."

LINDA FLORÉN
SKÅNE



SAMMANFATTNING & SLUTSATSER

Rapportens syfte är att öka insikten om skolungdomars attityder till arbete och framtid samt belysa de hinder som unga människor kan möta när de försöker fatta välgrundade utbildnings- och karriärval. Rapporten har som mål att ge stöd till arbetsgivare, beslutsfattare och utbildningsanordnare att kunna prioritera och investera i insatser som bidrar till ökade rekryteringsbaser och minskad kompetensbrist.

Rapporten bygger på data från tre delar; skolungdomarnas intresse för 16 utvalda branscher, skolungdomars drivkrafter samt AMK-kommunikatörernas reflektioner och erfarenheter efter tusentals möten med skolungdomar. Undersökningen har samlat data från 6 253 skolungdomar från årskurs 7 på grundskolan till år 3 gymnasieskolan i det reguljära utbildningssystemet i Sverige under perioden maj-september 2023.

SLUTSATSER - INTRESSET GENERELLT & UTFRÅN KÖN

Den mest slående slutsatsen är att, **oavsett bransch är andelen som svarat med att de har ett lågt eller obefintligt intresse väldigt hög**. Det låga generella intresset kan indikera att skolungdomar har låg branschkunskap. AMK:s absoluta uppfattning är att ungdomar har alldeles för låg insikt och kunskap om vad en bransch innehåller, innebär och syftar till. Undersökningen visar att även branscher som kan betraktas som tydliga och begripliga har rankats med lågt intresse. Det går därför inte att förklara det generella låga intresset enbart med att branschkunskapen kan vara låg.

Som grupp har alltså skolungdomarna en klar uppfattning om vilka branscher de **inte** är intresserade av snarare än vilka de lockas av.

DE 5 BRANSCHER SOM FLEST SKOLUNGDOMAR RANKAT SOM OINTRESSANTA ÄR:

- Naturvetenskap, Miljö & Renhållning
- Utbildning & Pedagogik
- Installation, Drift & Underhåll
- Transport & Logistik samt
- Sjukvård & Omsorg

Utöver låg branschkunskap så visar undersökningen, efter dialog med skolungdomarna, att deras uppfattning om innehållet i respektive bransch i många fall är starkt färgad av fördomar, stereotypa föreställningar, föräldrars åsikter och den mediala diskursen.

DE 4 BRANSCHER SOM FLEST SKOLUNGDOMAR RANKAT SOM INTRESSANTA ÄR:

- Ekonomi, Finans, Juridik & Personal
- Friskvård, Fritid, Skönhetsvård & Idrott
- Försäljning, Inköp & Marknadsföring
- Försvar, Säkerhet & Räddning

Unga påverkas av omvärldsläget, än mer idag jämfört med förr på grund av ständigt informationsflöde. De branscher och yrken som sår mycket medial synlighet skapar medvetenhet och individuell uppfattning om en bransch vilket ökar intresset. Branscher/yrken som synliggörs som trendiga och affärsmässiga samt verkar generera hög lön blir idag ungas top-of-mind-vision för deras framtid. En ökad medvetenhet om vikten av ekonomiskt ansvar och entreprenörskap i en tid med finansiell osäkerhet påverkar också ungdomars val och intresse. I dialog med skolungdomarna är det tydligt att viljan att tjäna pengar har blivit mer påtaglig. Detta stärks undersökningar om Generation Z, som visar att ungas intresse för pengar ökat. Anledningen är förmodligen att flera faktorer, utöver ovan beskrivna, påverkar den trenden.

Undersökningen visar att ungas intresse fortsatt är väldigt könsstereotypt generellt men att vissa förflyttningar gjorts, i vissa fall, tråkigt nog, med negativa konsekvenser. Till exempel är branschen Utbildning & Pedagogik en traditionellt kvinnodominerad bransch men nu hotas man att få färre yrkespersoner på totalen eftersom tjejers intresse markant dalar.

SLUTSATSER - UNGAS DRIVKRAFTER

Skolungdomarna har värderat sina drivkrafter (önskat innehåll i ett framtida yrkesliv) i samtalsverktyget Dittyrke.se för att se i vilka yrken/branscher deras drivkrafter kan tillgodoses.

DRIVKRAFTER MED LÄGST MEDELVÄRDE ENLIGT SKOLUNGDOMARNA:

Utomhus - mindre önskan att jobba utomhus
Servande - mindre önskan att jobba mot människor genom serviceyrken
Säljande - mindre önskan att sälja varor och tjänster till människor

DRIVKRAFTER MED HÖGST MEDELVÄRDE ENLIGT SKOLUNGDOMARNA:

Utveckling - vill utvecklas i och på mitt arbete
Praktiskt - vill arbeta fysiskt med händerna(kroppen)
Arbetstid - vill arbeta tider som passar mig/mitt liv

INSIKTER

- Vår analys visar att drivkraften praktiskt värderas som viktig för skolungdomarna och att de önskar ett arbete där man har tydliga uppdrag och önskvärda arbetstider.
- Många ungdomar sätter stort värde på att få bidra till samhället och därmed uppleva meningsfullhet i sitt arbete samt att deras framtida jobb är utvecklande, kreativt, och variationsrikt.
- Ungdomarna värderar att jobba i team med människor som en av sina viktigare drivkrafter till sitt framtida yrkesliv.
- Yrken där man ofta arbetar utomhus eller reser mycket är just nu *inte* attraktiva hos skolungdomar.
- På frågan om hur skolungdomarna vill arbeta med människor i sitt framtida yrkesliv så svarar majoriteten att de har ett lågt intresse för att jobba säljande, servande och vårdande med människor. Att vårda sig själv är något som unga är väldigt medvetna om genom den rådande hälsotrenden men att vårda andra har låg status just nu. Kanske genom all negativ medial uppmärksamhet kring t.ex. arbetsmiljö.

För att få intresse för branscher och yrken så behöver man kunskap. Kunskap om arbetsmarknaden och kunskap om hur man fungerar och vad man vill. Insikt om vad man är beredd att kämpa för!

Utän vetskap om vad ett jobb innebär och hur det matchar ens egna drivkrafter och önskningar om innehållet i jobbet så kan man inte skapa sig en målbild. Och utan målbild är det utmanande att hitta vägen till jobbet.

"Jag lärde mig hur viktiga dessa yrken är för samhället. Jag tycker att energin under lektionen gjorde det lätt att hänga med och fick mig mer intresserad."



ELEVOCITAT
OM AMK
LEKTION

"Det var väldigt informativ och oväntat rolig under vissa tillfällen"



ELEVOCITAT
OM AMK
LEKTION

"Dunder, bra förklarad och lätt att lyssna på. Fångade min uppmärksamhet mycket bra. Tycker jag fått med mig viktig information som jag har nytta av framåt i livet!"



ELEVOCITAT
OM AMK
LEKTION

SLUTSATSER - UNGAS AHA!

Var fjärde timme, varje dag, året om startar en AMK-lektion i klassrum runt om i Sverige. Arbetsmarknadskunskaps erfarenhet från tusentals möten med skolungdomar visar tydligt att målgruppen, oavsett var i landet och oavsett individuella skillnader, har en sak gemensamt - de har jättesvårt att se sin plats på framtidens arbetsmarknad. AMK:s unika förhållningssätt skapar utrymme för annorlunda dialoger om ett ämne som kan kännas avlägset för unga. Ambitionen är inte att komma till klassrummen och förmedla information från arbetsgivare utan att väcka nyfikenhet, nya tankar och en känsla av att vilja äga sin egen resa. Under varje lektion får flera ungdomar AHA-upplevelser och det tänker vi är början på en ökad medvetenhet om sig själv och sin egen roll på framtidens arbetsmarknad.

AHA-UPPLEVELSERNA UPPSTÅR:

- när de inser att arbetsgivare i en rad olika branscher behöver dom i framtiden!
- när de förstår att deras första anställningsintervju redan har börjat genom hur de är mot sin omgivning.
- när de inser att arbetsgivare sätter stort värde på vad de pysslar med på sin fritid.
- när de blir uppmärksammade på hur myter om yrken påverkar ens uppfattning.
- när de greppar att man inte måste välja utbildning utifrån fritidsintressen eller favoritämnen.
- när de inser att det finns brist- och överskottsyrken och att man faktiskt kan utbilda sig till arbetslöshet om man inte kollar upp hur arbetsmarknaden ser ut.

FAKTA OM UNDERSÖKNINGEN

SYFTE

Rapporten syftar till att öka kunskapen om hur dagens ungdomar (framtidens arbetstagare) ser på sin framtid på den svenska arbetsmarknaden. Sverige brottas med en samhällsutmaning kallad kompetensbrist som hotar vår konkurrenskraft globalt. Vi behöver förstå hur unga tänker, tycker och agerar för att kunna attrahera dom till de jobb där de behövs. Genom att få syn på deras uppfattning om olika branscher och vad som driver och motiverar dom så får vi tips och indikationer på vad som krävs av vuxenvärlden, arbetsgivarorganisationer och samhället för att skapa förändring.

RAPPORTENS INNEHÅLL OCH METOD

Undersökningen har använt sig av tre metoder för datainsamling.

1. Data från enkät

I samband med lektion i Arbetsmarknadskunskap har enkätfråga besvarats digitalt av eleverna i klassrummet. Den insamlade datan har sammanställts och analyserats efter avslutad insamlingsperiod. Frågorna har besvarats via enkätverktyget Menti. Datainsamlingen avser perioden april-juni 2023.

2. Data från Dittyrke.se

Rapporten innehåller data och analys från det digitala verktyget www.dittyrke.se och www.yrkesinfo.se. Dittyrke.se är en förstärkning och en förlängning av konceptet Arbetsmarknadskunskap och används i mötet med målgruppen. Användarna fyller i sitt födelseår, vilket innebär att data kan avgränsas till vald målgrupp. Datat från de yrkesverksamma samlas in via www.yrkesinfo.se Datainsamlingen avser perioden maj-september 2023.

3. Reflektion från kommunikatörer

Tillsammans möter Arbetsmarknadskunskaps kommunikatörer omkring 70 000 skolungdomar varje år. Mötena präglas av dialoger som ger kommunikatörerna en unik inblick i hur dagens ungdomar resonerar kring sin plats på framtidens arbetsmarknad. Genom att inhämta reflektioner från AMK:s 30-tal kommunikatörer utkristalliseras värdefulla insikter som kompletterar datan från enkäten och det digitala verktyget. Frågorna har besvarats via Microsoft Forms. Datainsamlingen avser perioden april-juni 2023.

MÅLGRUPP OCH URVAL

Enkät

I samband med lektion i Arbetsmarknadskunskap har frågor ställts till skolungdomar i årskurserna 7,8,9 samt 1,2,3 på gymnasiet på skolor i Västerbotten, Västernorrland,

Jämtland/Härjedalen, Dalarna, Värmland/Åmål, Västmanland, Örebro län och Skåne. Vilka som svarat på frågorna har varit beroende av vilka lektioner i Arbetsmarknadskunskap som genomförts under perioden samt vilka som närvarat på lektionerna (se mer under "Bortfall och risker"). Totalt har 6253 skolungdomar svarat på enkätfrågan under angiven insamlingsperiod. Varav flest antal svaranden från årskurs 7 och 8 (åk 7: 2402 svar, åk 8: 2734 svar, åk 9: 200 svar, åk 1,2,3 gymnasiet: 917 svar). Antal svaranden utifrån kön tjej och kille har varit jämn (2800 tjejer, 2928 killar). Hur frågan om kön har ställts se "Fråga om kön".

Dittyrke.se

Dittyrke.se är en öppen webbsida där användarna kan fylla i sina drivkrafter som matchas mot branscher och yrken utifrån vad yrkesverksamma via Yrkesinfo.se har besvarat. Dittyrke.se används i Arbetsmarknadskunskaps verksamhet i mötet med målgruppen, men även andra besökare utanför konceptets lektioner. Användarna fyller bland annat i sitt födelseår, vilket innebär att data kan avgränsas till målgruppen. Urval för analys är baserat på svaranden som angett att det är födda 2004 - 2012. Totalt har 3566 svarat under angiven insamlingsperiod.

FRÅGESTÄLLNING OCH URVALSMETOD

Enkätfråga

Den frågeställning som målgruppen har besvarat är "Kan du i framtiden tänka dig att jobba i följande branscher?" där de på en skala 1 till 5 fått besvara frågan för 16 branscher, där 1 är "Nej, absolut inte!", och 5 är "Ja, absolut!". Respektive bransch har besvarats separat och inte ställts i relation till andra branscher.

Egenskaper

Utöver enkätfrågan har egenskaperna kön, årskurs, region och kommun angetts. Egenskaperna årskurs, region och kommun har kunnat besvaras av kommunikatören medan kön har besvarats av målgruppen.

Fråga om kön

Målgruppen har fått svara på vilket kön de identifierar sig med. Med kön menas könsidentitet, alltså det kön som den svarande känner sig som. Svartalternativen har varit kille, tjej, ickebinär, vill ej svara/annat alternativ. Undersökningen har valt att följa RFSL:s rekommendation och därigenom inkluderas ickebinär för att inkludera de som identifierar sig som mellan, bortom eller med båda könskategorierna tjej och kille.

När frågan om kön besvarats av målgruppen har det noterats att vissa skolungdomar gjort sig lustiga över frågan vilket troligen resulterat i ett visst antal ickesvar. Trots ett visst indirekt bortfall vidhålls svartalternativen med det högre syfte att inkludera och icke diskriminera.

Att kunna välja bortom tjej och kille har ett inkluderande och icke diskriminerande syfte och har aldrig varit ändamål för vidare analys. Analys utifrån kön har endast gjorts utifrån kille och tjej där andelen svaranden varit jämn.

Urval/kategorisering av branscher

Bransch-kategoriseringen är hämtad från Dittyrke.se, där ett omfattande urvalsarbete redan har utförts. I dittyrke.se används 20 branscher. Vid bestämning av branscher användes flera öppna källor såsom arbetsförmedlingen och SACO. Efter granskning av vilka och hur många branscher de olika källorna hade togs ett beslut att jobba med de branscher som förekommer på flera källor.

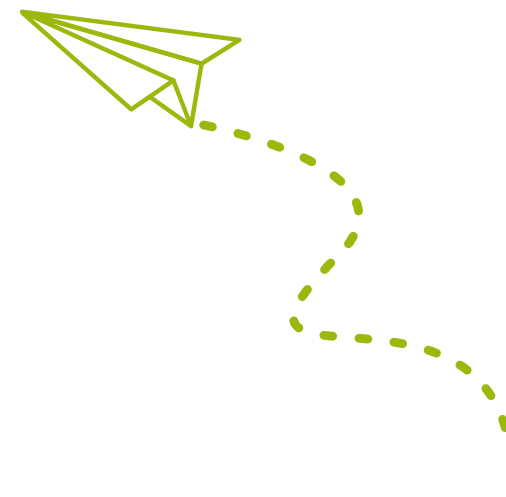
Av de ursprungliga 20 branschkategorierna i Dittyrke.se har 16 av dessa inkluderats i enkäten till målgruppen. Denna begränsning beror dels på behovet att hålla antalet svarsalternativ nere samt att Menti-verktyget begränsar till åtta frågealternativ per frågesida vilket gav förutsättningen att dela upp de 16 branscherna på två frågevyer. De branscher som exkluderats är "Ledning" samt "Administration, handläggning, utredning" då de anses vara yrkesspecifika och kan ingå i samtliga branscher. Dessutom har "Kultur, musik, språk & historia" samt "Design, hantverk & konst" exkluderats eftersom undersökningen valt att prioritera de branscher där det finns en större brist på kompetens. Det är viktigt att notera att branscherna inte har ställts mot varandra i enkätfrågan, istället har målgruppen besvarat respektive bransch individuellt på en skala 1 till 5. Därför bedöms inte urvalsbeslutet påverkat svaren för de övriga branscherna.

Bortfall och risker värda att nämna

Samtliga elever har i samband med lektion i Arbetsmarknadskunskap uppmanats att svara på frågorna. Ett visst bortfall har skett då vissa elever väljer att inte svara eller väljer att inte fullfölja sina svar. Följande risker är också värda att nämna:

1. Default 1 "Nej Absolut, inte!"

Målgruppen har besvarat frågan "Kan du i framtiden tänka dig att jobba i följande branscher?" där 1 är "Nej, absolut inte!", och 5 är "Ja, absolut!" på en skala 1 till 5. När frågan besvarats har default varit inställd på 1, det vill säga "Nej, absolut inte!". Det innebär att svaranden som klickat sig vidare i frågorna utan att aktivt rangordna sitt intresse för branschen ändå uppfattas ha lämnat ett svar, det vill säga 1 "Nej, absolut inte!". En närmre analys har gjorts där man tittat på hur många svaranden som lämnat 1 på samtliga branscher 83 svar visar på detta mönster vilket är 1,3 % av totalt antal svaranden, vilket bedöms *inte* påverka resultatet i någon större utsträckning.



Det som är nämnvärt är default på 1 kan ha påverkat medelvärdet till det lägre för respektive bransch då det finns en risk att men per default har låtit den stå kvar på 1 vid antingen ointresse eller okunskap om branschen.

2. Bortfall för branscherna på frågevy 2

De 16 branscherna är uppställda i bokstavsordning på två frågevyer, med åtta branscher på respektive frågevy. Ett visst bortfall har skett när målgruppen bläddrat till frågevy 2, det vill säga att man har avbrutit sitt svarande. Ca 200 färre svar finns för branscherna i frågevy 2 (3 % bortfall). I sammanställning och analys har man utgått från andel som svarat för respektive bransch och inte antal.

3. Bredden av branschen

I några av branscherna finns en större bredd i kategoriseringen som gör att det är svårt att tyda vad målgruppen har svarat på i den bransch-kategoriseringen. Exempelvis bransch-kategoriseringen Friskvård, Fritid, Skönhetsvård & Idrott har vi svårt att uttyda hur stor andel som svarat utifrån intresse för exempelvis idrott, jämfört med exempelvis Skönhetsvård. En risk värd att nämna.

Övriga källor och referenser

GENERATIONSRAPPORTEN 2023: GENERATION Z, Ungdomsbarometern Skolverket, 2021, Prognos över behovet av lärare och förskollärare

