



**LUNDS**  
UNIVERSITET

**INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI**

Dagens studenter –  
vad värdesätter de hos en framtida arbetsgivare?

Frida Månsson  
Daniela Nilsson

Kandidatuppsats ht 2013

Handledare: Jean-Christophe Rohner

## Abstract

The purpose of this study was to examine which factors students born in 1982-1992 value when choosing an employer and, if there are any differences regarding what they attach importance to, depending on educational program and sex. The survey was performed with an inquiry form where the participants ranked different factors on a seven-grade scale. 298 participants, divided into eight education categories, carried it out. The result showed that factors related to development and advancement, together with secure terms of employment and satisfaction among colleagues, were ranked among the highest. The sex differences detected were that women listed relation oriented- and altruistic factors, together with secure terms of employment higher than men, while men prioritized the possibility of career advancement higher than women did. Significant differences between the education categories were found. Among the groups showing considerable differences from the other groups were Real Estate agents and nursing professions. The differences are probably due to different social norms in the subcultures, and every line of work having their own conditions. It may also be that individuals are drawn to occupations where the conditions suit their own values.

*Key words: attitudes, Value Expectancy Theory, preferred employers, Generation Y*

## Sammanfattning

Syftet med denna studie var att undersöka vilka faktorer studenter födda 1982-1992 värdesätter vid val av arbetsgivare samt om det föreligger skillnader inom gruppen beroende på utbildningstillhörighet och kön. Undersökningen genomfördes med hjälp av en enkät där deltagarna fick skatta olika faktorer på en sjugradig skala. Studien genomfördes av 298 deltagare som delades in i åtta utbildningskategorier. Resultatet visade att faktorer relaterade till utveckling och avancemang rankades högst, tillsammans med anställningstrygghet och trivsel med kollegor. Könsskillnaderna var att kvinnor värderade relationsorienterade och altruistiska faktorer, samt anställningstrygghet, högre än män. Män prioriterade möjlighet till karriäravancemang högre än kvinnor. Flera signifikanta skillnader fanns mellan utbildningskategorierna. Bland de utbildningar som skilde sig mest från övriga grupper fanns fastighetsmäklare och omvårdnadsyrken. Skillnaderna beror troligen på att de har olika sociala normer i sina respektive subkulturer, och på att varje bransch har olika förutsättningar. Det kan också vara så att individer dras till ett arbete där förutsättningarna passar deras värderingar.

*Nyckelord: attityder, Value Expectancy Theory, attraktiva arbetsgivare, Generation Y*

## Innehållsförteckning

Inledning.....	5
Bakgrund.....	5
Tidigare forskning.....	7
Konstruktion av attityder.....	7
Attityders påverkan på beteende och val.....	8
Kännetecken för Generation Y.....	10
Syfte.....	13
Forskningsfrågor.....	13
Metod.....	13
Deltagare.....	13
Material.....	14
Procedur.....	15
Resultat.....	15
Forskningsfråga 1.....	15
Forskningsfråga 2.....	16
Forskningsfråga 3.....	17
Diskussion.....	20
Forskningsfråga 1.....	20
Forskningsfråga 2.....	22
Forskningsfråga 3.....	23
Reflektioner kring studien och vidare forskning.....	24
Referenser.....	26
Appendix.....	30

## Inledning

I denna studie utreds vilka faktorer dagens studenter värdesätter hos en framtida arbetsgivare, samt vilka skillnader som föreligger inom gruppen avseende kön och utbildningstillhörighet. I inledningen ges en bakgrund som förklarar varför såväl privat som offentlig sektor kan dra fördel av denna kunskap. Därefter beskrivs de socialpsykologiska teorierna kring hur attityder skapas och hur de påverkar vårt beteende. Slutligen redogörs för vad som kännetecknar 80- och 90-talister gällande beteende och värderingar.

### *Bakgrund*

År 1977 fanns det ca 175 000 registrerade studenter vid Sveriges olika universitet. Läsåret 2012/2013 har antalet ökat till strax över 400 000 studenter (Statistiska Centralbyrån [SCB], 2013). Studenterna blir allt fler, har studerat i många år innan de kommer ut på arbetsmarknaden och har höga krav både på sig själv och de potentiella arbetsgivarna (Dyhre & Parment, 2013). Just nu ser vi 80- och 90-talisternas intåg i arbetslivet. Nedan förklaras varför det är viktigt för arbetsgivare att ha kunskap om denna generation.

I Arbetsförmedlingens rapport från 2010 (Gustavsson, Israelsson, Lyrén, Nilsson, Nofors, Pekkari & Strannefors) visas att Sveriges organisationer har stora pensionsavgångar framför sig inom de närmsta åren då 40-talisterna påbörjar sitt utträde från arbetsmarknaden. De mest framträdande åren för generationsväxlingen kommer under 2010-2015, då beräknas 3 % av befolkningen gå i pension. Ca 1 600 000 personer beräknas lämna arbetslivet av åldersskäl fram till 2025. Motsvarande antal för de gångna 15 åren är 1 350 000 personer. I synnerhet drabbas offentlig sektor och organisationer på glesbygden. Antalet personer som träder i arbete kommer vara färre än de som lämnar det, vilket kan skapa kompetensbrister för de företag som inte lyckas locka till sig nya medarbetare, enligt Rekar Munro, (2009). Även Parment, Wetterberg och Lindström (2009) lyfter fram Sveriges demografiska utveckling som ett problem för rekrytering i företag. År 2030 kommer 5-10% färre människor vara aktiva i arbetslivet och antalet pensionärer kommer vara betydligt fler. Redan idag har många företag svårt att nyanställa, i Svenskt Näringslivs rekryteringsenkät 2012 uppgav hälften av de tillfrågade att de hade ganska eller mycket svårt att rekrytera. Parment och Dyhre (2013) hävdar att de som har svårt att rekrytera får det ännu svårare under högkonjunkturer. De företag som valt att dra ner på kontakten med sin målgrupp, vilket främst är studenter, får en tung väg att ta sig tillbaka när konjunkturen vänder.

Sverige har under det senaste decenniet gått från att vara ett industrisamhälle till ett kunskapssamhälle. Allt fler företag arbetar med kunskapsintensiva tjänster vilket innebär att konkurrensfördelarna inte längre är baserade i kapital och fysiska tillgångar utan i medarbetarna och deras prestationer (Parment & Dyhre, 2013). Hela 80 % av tjänsteföretagens värde beräknas ligga i humankapitalet, det vill säga de anställda. Även inom industriföretagen blir tjänsteinnehållet i produktsortimentet större. Dessutom måste dessa kunskapsintensiva företag ha förmågan att förändras snabbt för att kunna överleva och vara lönsamma i dagens globaliserade marknad, vilket ställer krav på de anställdas flexibilitet och anpassningsförmåga. Därför ser många företag de anställda som sin viktigaste tillgång och det avgörande för företagets framgång.

Globaliseringen har även bidragit till att öka konkurrensen om kompetent arbetskraft (Marklund, 2007). När EU öppnade upp gränserna mellan sina medlemsländer möjliggjordes en högre grad av rörlighet på arbetsmarknaden. Det innebär att individer lättare kan flytta mellan länder och därför kan ha betydligt fler attraktiva arbetserbjudanden att välja på. Dyhre och Parment (2013) lyfter fram att utländska företag har lättare än någonsin att rekrytera nyutbildade från Sverige eftersom de flesta talar god engelska, är beresta och vana vid att interagera med människor från olika kulturer. För att illustrera detta tar de upp Chalmers arbetsmarknadsdag 2012, då flera företag deltog som utställare trots att de överhuvudtaget inte hade någon verksamhet i Sverige. Bland annat söktes ingenjörer till Tyskland och Norge där bristen på dessa är mycket stor.

För att kunna locka till sig kompetenta medarbetare ur den nya generationen måste både privat och offentlig sektor strategiskt arbeta för att bli en mer attraktiv arbetsgivare. En strategi som organisationer kan använda sig av är ”Employer Branding”. Det innebär att organisationerna arbetar med att stärka sitt varumärke som arbetsgivare (även kallat arbetsgivarmärke), och det riktar sig mot såväl anställda som potentiella anställda. (Dyhre & Parment, 2013). Dagens studenter födda på 80- och 90-talet är varumärkesmedvetna och lägger större vikt vid emotionella värden bakom ett varumärke än tidigare generationer, enligt Parment (2008). Det innebär att denna generation är idealisk som målgrupp för ”Employer Branding”, men som Dyhre och Parment (2013) påpekar, är det avgörande vid arbetet med denna metod att arbetsgivaren har kunskap om sin målgrupp. Om en organisation har kunskap om vilka faktorer som värderas högt av potentiella medarbetare kan de på ett effektivt sätt anpassa sin organisation och varumärkesstrategi för att nå framgång. Ett arbetsgivarmärke som är mindre framgångsrikt erbjuder endast det som är standard för företaget, och inte villkor, förmåner, arbetsmiljö etc. som är anpassade efter målgruppen. Då målgruppen för

organisationer idag och ett antal år framåt till stor del består av 80- och 90-talister behövs kunskap om vad denna generation uppskattar och prioriterar hos en potentiell arbetsgivare.

Man kan då fråga sig; finns denna nödvändiga kunskap hos arbetsgivare? Enligt forskning finns det såväl okunskap som missförstånd från arbetsgivarnas sida (Holmström, 2008). Missuppfattning uppstår t.ex. när man talar om lörens betydelse. Denna aspekt är någonting mycket viktigt för den framtida anställda då fritidsintresse och andra materiella ting kostar allt mer. Detta förstår arbetsgivaren, men problemet uppstår då arbetsgivaren tror att ”så länge hög lön ges ska allting ordna sig”. Utöver detta överskattar arbetsgivaren betydelsen av att ge flexibla arbetstider samtidigt som de underskattar anställningstrygghet, att ha en tillsvidareanställning. Unga tycker att sund arbetsmiljö och trevliga kollegor är mycket viktigt medan arbetsgivarna skattar det som en fråga av medelmåttig betydelse. Denna okunskap anser Dyhre och Parment (2013) bero på att ämnet inte prioriteras. Såväl styrelse som företagsledning missar ofta att sätta sig in i vad de kan göra för att uppfattas som en attraktiv arbetsgivare. Vanligt är att rent ekonomiska frågor får större utrymme än vad kompetensutveckling får. Problemet lyfts fram av Eva Halvarsson i en intervju i Veckans Affärer (2012-03-08):

”Den viktigaste resursen i många bolag är personalen och det är häpnadsväckande hur lite hr-kompetens det finns i många styrelser. Jag har suttit i ganska många och det är sällan det pratas om kompetensförsörjning, däremot kan man prata kvartalsrapporten och finansiella risker i timmar.”

Sammanfattningsvis är den demografiska utvecklingen, ökad konkurrens p.g.a. globalisering, att personalen blir en allt viktigare tillgång och ökat fokus på ”Employer Branding” alla viktiga skäl till att organisationer behöver veta vad deras framtida medarbetare värdesätter.

### *Tidigare forskning*

*Konstruktion av attityder.* I forskningen kring vad individer värdesätter är ”attityder” ett centralt begrepp. Attityd är en relativt stabil känsla eller uppfattning som riktas mot en specifik person, grupp, idé, arbete eller liknande (Tesser & Shaffer, 1990). Gällande stabiliteten hos olika attityder gör Fürth (2002) en gränsdragning mellan grundläggande och ytliga attityder. Grundläggande attityder formas under vår uppväxt och förändras sällan utan följer oss genom livet. Ytliga attityder formas av olika åsikter och trender, och kan förändras relativt lätt. Eftersom våra grundläggande attityder formas under vår uppväxt ser dessa olika

ut hos olika generationer. Det beror på att samhället varit präglad av olika värderingar, att generationerna har uppfostrats olika och haft olika upplevelser i termer av utveckling, händelser och välfärd under sin uppväxt. Attityder formas inte bara utifrån människors omgivning utan även utifrån vilken roll och identitetsuppfattning de har. Individens tolkning av sin omgivning görs utifrån deras egen förförståelse som baseras på tidigare upplevelser. Detta leder till att det kan finnas skillnader mellan generationer, andra grupper eller mellan könen. Män och kvinnor växer upp med olika könsroller vilket påverkar deras identitetsutveckling och därmed deras värderingar. Detta leder till att män och kvinnor kan utveckla olika attityder. Exempelvis visar forskning att det finns olika attityder till deltidsarbete bland revisorer (Drejhammar, 2001). Kvinnor ser generellt inte deltidsarbete som ett problem utan tycker att det kan vara ett bra alternativ för att kunna balansera arbete och familjeliv. Män tenderar att se deltidsarbete som en sämre anställning och vill hellre arbeta heltid. Denna utveckling kan också visa sig inom andra grupperingar i ett samhälle (Fürth, 2002). Som nämnts ovan kan det finnas skillnader mellan generationer, men också mellan olika subkulturer inom dessa. Inom varje kultur finns en mängd sociala normer, vilket definieras som gemensamma förväntningar på hur folk ska tänka, känna och handla (Schaller & Crandall, 2004). Dessa kan vara formella lagar eller implicita regler och styr våra val i vardagen utan att vi nödvändigtvis är medvetna om det. Eftersom samhället förändras växer de olika generationerna upp med olika rådande normer och dessa är nära kopplade med våra attityder och värderingar. Det finns också olika normer för olika sociala roller, exempelvis olika yrkeskategorier, vilket kan skapa skillnader i attityder, tankar och beteende hos människor som redan har eller vill skaffa sig ett visst arbete (Eagly, 1987).

*Attityders påverkan på beteende och val.* Men avgör våra attityder verkligen vilken arbetsgivare vi väljer? Enligt flera forskare kan kopplingen mellan attityder och beteende bekräftas. Campbell (1950) gick så långt som att säga att attityder är sannolikheten att en individ ska uppvisa ett visst beteende i en viss situation. Schwartz (1992) ansåg att beroende på vilka värderingar individer har, kommer de att bete sig på ett sätt som ger fördelar för att uppfylla de värderingarna. Individen kommer styra sitt beteende beroende på vad denne vill ha i livet för att uppnå det den önskar. Hur starkt attityden styr beteendet varierar mellan individer beroende på hur hög grad av "self-monitoring" (Snyder, 1974) och "self-awareness" (Carver, 1975) de har. Personer som har en låg grad av self-monitoring brukar ha en högre överensstämmelse mellan attityd och beteende, detsamma gäller för människor med en hög grad av self-awareness. För att kunna påverka människors val mellan olika alternativ är det



alltså avgörande att förstå deras attityder till olika saker, exempelvis vid val av arbetsgivare. Attityder har både känslomässiga och kognitiva komponenter, och tankar kring något är inte alltid helt förenliga med den övergripande attityden. Exempelvis kan en individ tycka att ett företag är en attraktiv arbetsgivare på det stora hela, trots att det finns brister i vissa delar (Rosenberg, 1968). Det är alltså inte nödvändigt att erbjuda potentiella anställda allt de vill ha, men det är nödvändigt att erbjuda dem det som är viktigast för dem.

Människor bär med sig attityder till en mängd olika saker, och dessa aktiveras beroende på situation. Vi har en attityd på arbetet, en attityd hemma etc. (Converse, 1964). I denna studie ligger fokus på attityder till arbete, d.v.s. vilken inställning individer har till detta och hur de ser på sitt jobb. Attityder är kopplat till vad vi värdesätter. Individens attityd är deras helhetsinställning till arbete, exempelvis att de ser arbetet som en väg till självförverkligande. Vilka faktorer de värdesätter följer av detta, exempelvis möjligheten att lära sig nya saker på jobbet.

Forskning har visat att attityders påverkan på beteende är kopplat till hur starkt vi tror att något positivt ska hända. Victor Vrooms "Expectancy Theory" använder individers attityder och förväntningar för att förklara deras beteende (Feather & O'Brien, 1987). Tre olika variabler används i modellen; Förväntningar (hur starkt du tror att ditt beteende kommer leda till att du uppnår ditt mål), instrumentalitet (hur starkt du tror att målet kommer ge den belöning du vill ha) och valens (hur starkt du värdesätter belöningen). Samverkan av de här tre variablerna avgör alltså hur hårt en individ kommer anstränga sig för att nå något. Exempelvis: Även om en student tror att bra betyg och hårt arbete kommer leda till att hon blir attraktiv på arbetsmarknaden och att detta kommer belönas med att hon får ett jobb i en viss sektor, kommer studenten inte anstränga sig om hon inte värdesätter det jobb som erbjuds. Om ett företag vill att talangerna ur den yngre generationen ska söka sig till dem, och stanna kvar hos dem, måste de alltså erbjuda något som denna generation värdesätter. De måste dessutom göra det tydligt vad som krävs av individen och hur detta kommer belönas.

Sammanfattningsvis är det en mängd faktorer som ligger till grund för vad vi värdesätter, såsom vår uppväxtmiljö, vår roll i denna och vilka grupper vi tillhör med deras respektive sociala normer. Hur konsekvent vårt beteende speglar våra attityder beror på personlighetsdrag (bland annat self-monitoring och self-awareness) och på faktorerna som tas upp i Expectancy Theory (förväntningar, instrumentalitet och valens).

*Kännetecknen för Generation Y.* Generation Y har definierats på flera olika sätt, men en bred gränsdragning är individer födda 1980 och framåt, enligt Gibson, Greenwood och

Murphy (2009). Eftersom detta innefattar den åldersgrupp vår studie fokuserar på, kommer mycket av den teoretiska bakgrund vi använt oss av från forskning kring Generation Y. För att få förståelse för denna generation och deras syn på arbete har mycket av forskningen inriktats på hur deras uppväxtmiljö sett ut (Parment, 2008). Namnet Generation Y kommer enligt Phil (2011) från Generation WhY, vilket baseras på att generationen kännetecknas av sitt ifrågasättande. Jonkman (2011) visar att ifrågasättandet härstammar från att de inte har samma syn på auktoriteter som tidigare generationer. Det är en generation som visar respekt när de anser det vara förtjänat, och inte bara för att någon har en chefsposition. Parment (2008) visar i sin forskning att de också har växt upp med ett kritiskt tänkande, en egenskap som är viktig i vårt konsumtionssamhälle där individer ständigt ställs inför nya val, vad gäller allt från investeringsalternativ till el-abonnemang. Detta kritiska tänkande tar de självklart med sig in på arbetsplatsen. Parment (2008) har även funnit att den konsumentmarknadsföring som Generation Y växt upp med har lett till att de är mycket varumärkesmedvetna och ställer höga krav. De är kräsna och utvärderar sina valmöjligheter innan de tar beslut. En vanlig attityd är: ”eftersom arbetsgivaren ställer krav på mig som anställd, är det rimligt att jag ställer krav tillbaka”.

Forskning av Jonkman (2011) lyfter fram att föräldrarna till Generation Y vanligen har uppfostrat dem på ett coachande sätt, där man i familjen diskuterar tillsammans och låter barnen vara med och bestämma saker. Det har lett till att generationen förväntar sig att få delta i beslutsfattandet. Vidare visar Jonkman att denna typ av uppfostran har gett Generation Y gott självförtroende eftersom de är vana vid att bli lyssnade på och uppleva att deras åsikter är viktiga. Det visar sig också i att de gärna kommer med egna idéer. Samhället som Generation Y har växt upp i kännetecknas av en ökande grad av internationalisering, kombinerat med fler valmöjligheter och snabb förändringstakt (Parment, 2008). Parment et al. (2009) har funnit att konsekvenserna av detta syns i att medarbetare som tillhör Generation Y byter arbetsplats betydligt oftare än sina äldre kollegor. Ökade valmöjligheter leder till mer individualistiska attityder och Generation Y ser arbetet som en plats där de kan förverkliga sig själva och sina individuellt uppsatta mål. De vill att arbetet ska vara utvecklande och självuppfyllande, och det kollektivistiska tänkandet är lägre än hos tidigare generationer. Individer som växt upp under dessa förhållanden beskrivs i forskning av Fürth, Holmberg, Larsson och Raaterova (2002) som personer med stark tro på sig själv och den egna framtiden, starka individualister som vill uppnå maximal trygghet och oberoende. Dock ser de inte lika ljus på samhällets framtid och alla de problem som ständigt tas upp av media.

Forskning visar att lojaliteten till arbetsgivaren är låg, vilket gör denna åldersgrupp svår för arbetsgivaren att behålla under lång tid (Parment, 2008). Det är viktigt för dagens unga att de upplever sitt arbete som meningsfullt. Fallon (2009) visade att de därför behöver kunna se sitt bidrag till organisationen som helhet för att känna sig motiverade. Det är en generation som växt upp under en relativt stabil ekonomisk period, vilket innebär att de sluppit uppleva större ekonomiska kriser och haft en hög materiell standard. Theandersson (2000) lyfter fram att det kan vara en bidragande faktor till att de inte bara ser arbetet som en försörjningsmöjlighet utan lägger stor vikt vid personliga utvecklingsmöjligheter. Just därför skulle de kunna anse att lönenivån inte är en stor motivationsfaktor. Men här finns det även forskning som visar på motsatsen. Enligt en studie som Anna-Lena Holmström gjort för Svenskt Näringsliv år 2008 kräver dagens ungdom ofta hög lön då de är vana vid en hög materiell standard och har dyra hobbyer. Hon fann även att anställningstrygghet, d.v.s. att ha en fast anställning är viktigt för dagens unga. Att Generation Y har växt upp i ett föränderligt samhälle med rask IT-utveckling och ständig, snabb kommunikation visar sig också i deras otålighet, enligt Parment (2008). Som exempel på denna snabba utveckling skriver Fürth et al. (2002) att en individ född 1982 bara under sina första år bl.a. fått uppleva Nintendos lansering av Gameboy, GSM-mobilens intåg och start av reklamfinansierade Tv-kanaler som TV3 och TV4. De vill inte vänta flera år på att nå sina mål utan hellre gå ”den snabba vägen” och kräver ständig feedback. Det är en generation som vill bli sedd, d.v.s. få uppskattning och uppmärksamhet från sin arbetsgivare. De vill också ha möjlighet att på sin arbetsplats kunna klättra i karriären (Terjesen, Vinnicombe & Freeman, 2007).

För Generation Y är det viktigt att företagskulturen stämmer överens med deras personliga värderingar, desto högre grad av samstämmighet desto större chans att de stannar kvar på arbetsplatsen, enligt Backhaus och Tikoo, (2004). Globala miljöproblem är något som denna åldersgrupp har hört talas om sedan de var små (Holmström, 2008). Detta har skapat en hög grad av medvetenhet kring resursslöseri. Dagens unga har ett miljötänk med sig och förväntar sig att arbetsgivaren också ska ha det. Vidare tycker de att sund arbetsmiljö är viktigt, de är medvetna om hälsoriskerna med stress och vill jobba lagom mycket. Däremot anser de inte att mycket semester är en viktig faktor, och de lägger ingen särskild vikt vid hur arbetstiderna ser ut, det spelar ingen roll om de är flexibla eller tydligt strukturerade. Parment (2008) lyfter fram att Generation Y sedan barnsben vant sig vid ständig kommunikation, och denna kommunikation är internationell och multikulturell. De är medvetna om vikten av att ha ett stort socialt nätverk och är ofta duktiga på att knyta viktiga kontakter som kan hjälpa dem i sin karriär. De ser inget ovanligt i att ha relationer över religions- och kulturgränser. Det

innebär att det blir mer ovanligt att individer bara umgås med likasinnade, som har samma världssyn som dem. De stora nätverken som Facebook, LinkedIn m.fl. används flitigt av unga, där de kan komma i kontakt med många olika typer av människor.

Forskningen kan alltså förklara mycket av denna generations attityder och beteende. Men vår kunskap om denna generation är till stor del generaliserad. För att få en djupare förståelse är även skillnader inom gruppen viktiga. Tidigare forskning har visat på vissa skillnader mellan unga kvinnor och mäns värderingar vad gäller arbete. Enligt en studie av Holmström (2008) anser män att anställningsvillkor såsom lön, att ha en tillsvidareanställning och möjlighet till mycket semester är viktigt. Kvinnor prioriterar däremot att det ska vara ett intressant arbete med möjlighet till medbestämmande. Terjesen et al. (2007) bekräftar även att det finns skillnader. Lön, självständighet i arbetet och möjlighet till avancemang är högt värderat av män och kvinnor verkar lägga större vikt vid arbetsuppgifterna, exempelvis att de ska vara intressanta och de vill gärna arbeta med människor. Kvinnor tycker också det är viktigare än män att ha god gemenskap med sina kollegor. Vidare har Berglund (2001) visat att kvinnor är mer altruistiska än män.

Medan många tidigare studier behandlar skillnader mellan män och kvinnor vad gäller värdesättning inom arbetet, är det få som behandlar eventuella skillnader mellan individer på olika utbildningar. Jämförelser mellan olika studenter beroende på vilket program de går, verkar helt enkelt inte finnas. En indirekt jämförelse kan dock ses i en undersökning för Ungdomsstyrelsen (Zander, 2004) där studenter mellan 16-29 år, som arbetar inom sektorerna: privat företag, eget företag, staten, landsting, kommun och förening, fått skatta vilka dimensioner de anser viktigast inom arbetet. Viktigast för alla deltagarna är kamratskapet och kontakten till sina kollegor. Av de som arbetar inom eget företag ligger möjligheten till karriär något högre än de andra arbetsplatserna och av dessa värderar de som jobbar inom landsting möjlighet till karriär lägst. Däremot anser man inom eget företag att organisationen inte spelar så stor roll, medan anställda inom landsting anser detta vara mycket viktigt. Dock ger dessa siffror igen markant skillnad mellan de olika arbetssektionerna. En parallell från denna studie kan dras till studenternas val av utbildning eftersom denna till viss del styr vilken sektor man kommer arbeta inom. Att titta på aspekten ”skillnader i utbildningar” kan vara en viktig del i hur studenter själv vill bemötas på en arbetsplats, då arbetsgivaren med denna kunskap kan anpassa sig till framtida anställda inom just sin bransch. Därför anser vi att mer forskning behövs kring dessa skillnader.

## Syfte

Syftet med denna studie är att undersöka vilka faktorer dagens studenter födda 1982-1992 värdesätter vid val av arbetsgivare samt ta reda på om det föreligger skillnader i vad som värdesätts inom gruppen beroende på utbildningstillhörighet och kön.

## Forskningsfrågor

- Vilka faktorer värdesätter dagens studenter hos en framtida arbetsgivare?
- Skiljer sig män och kvinnor åt gällande vad de värdesätter?
- Skiljer sig studenter på olika utbildningar åt gällande vad de värdesätter?

## Metod

### Deltagare

Deltagarna i denna studie bestod av 298 personer, 127 män och 171 kvinnor födda mellan åren 1982-1992, från flera olika universitet och högskolor i hela Sverige samt ett fåtal från CBS (Copenhagen Business School) i Köpenhamn ( $M=24.5$  år,  $SD= 1.97$ ).

Försöksdeltagarna rekryterades genom ett bekvämlighetsurval, där en internetenkät och en postenkät användes. Internetenkäten spreds via Facebook samt via mail till försöksdeltagarna. Postenkäten delades ut på Lunds Universitet i föreläsningssalar och bibliotek. Studenterna läste olika utbildningar, antingen hela program eller enstaka kurser. De delades in i de olika utbildningskategorierna: Ekonomer, jurister, fastighetsmäklare, samhälls- och beteendevetare, omvårdnadsyrken, ingenjörer, lärare och övriga.

Tabell 1

### Utbildningskategorier

Kategori	Omfattning	Antal
Ekonomer	Studerar någon typ av ekonomi	35
Jurister	Studerar någon typ av juridik	31
Fastighetsmäklare	Studerar till fastighetsmäklare	30
Ingenjörer	Studerar till ingenjör	53
Omvårdnadsyrken	Studerar till läkare, sjuksköterska, logoped etc.	32
Samhälls- & Beteendevetare	Studerar psykologi, statsvetenskap, sociologi, beteendevetenskap etc.	41
Lärare	Studerar till lärare	45
Övriga	Övriga utbildningar; turism, arkitektur, media, musik etc.	31

## Material

För att genomföra denna studie användes en enkät, egenhändigt konstruerad via psychsurveys.org, se appendix. Metoden valdes då syftet med studien var att beskriva vilka faktorer dagens studenter värdesätter, och se om det finns skillnader inom gruppen. Denna form av enkät var lämplig eftersom det var ett enkelt och ekonomiskt alternativ för att samla in kvantitativ data och som gjorde det möjligt att kontakta ett större antal deltagare under en kort tidsperiod (Dahmström, 2011). Faktorerna som konstruerades och sedan mättes med enkäten baserades på tidigare forskning kring Generation Y.

Frågorna i enkäten baserades på studiens frågeställningar samt tidigare forskning kring ämnet. Enkäten blev innan utskick testad genom en pilotstudie för att säkerställa att frågorna inte var otydliga eller kunde misstolkas. Pilotstudien genomfördes på 4 individer som studerar vid högskola/universitet och är födda 1982-1992. Efter pilotstudien ändrades inga av frågorna, då deltagarna uppfattade enkäten som förståelig. En viktig anledning till att pilotstudien genomfördes var att undvika bortfall, vilket kan uppstå för vissa frågor om dessa är otydliga (Dahmström, 2011).

Enkäten bestod av 24 frågor som alla skulle besvaras genom en likertskala från 1-7 där 1 = *inte alls viktigt* och 7 = *absolut viktigt*. Detta ger neutralvärde 4. Likertskalan användes då det är en 7-gradig skala som är lämplig för frågeformulär där respondenterna ska visa sin inställning till någonting. De olika frågorna delades in i de fyra blocken "kollegor & chef", "utveckling & avancemang", "anställningsvillkor" och "företagskultur", alla bestående av 6 frågor var. Första sidan var en informationssida där syftet med studien, deltagarnas rätt att avsluta när som helst samt anonymiteten meddelades. Sida två bestod av bakgrundsinformation om deltagarna; kön, ålder, skola de studerar vid samt vilket program/kurs de studerar. Dessa frågor var deltagarna tvungna att besvara för att kunna gå vidare. För att undvika oönskade variabler kunde man endast välja ålder mellan årtalen 1982-1992, den efterfrågade åldersgruppen. De följande 4 sidorna bestod av de fyra blocken: "företagskultur", "anställningsvillkor", "utveckling & avancemang" samt "kollegor & chef". Ordningen blocken kom i randomiserades för att korrigera för övningseffekter. Övningseffekter kan uppstå exempelvis för att deltagarna tröttnar på att svara och därmed blir mindre noggranna, det kan även hända att de t.ex. svarar generellt högt i början men lågt i slutet, eller någon annan övningseffekt. Därför kommer frågorna i olika ordning. Vissa frågor gjordes mer extrema för att undvika höga svar enbart på grund av social önskvärdhet. Exempelvis omformulerades frågan "*Hur viktigt är det för dig att din framtida arbetsplats tänker på miljön?*" till "*Hur viktigt är det för dig att din framtida arbetsplats tänker på*

*miljön i varje del av arbetet?*”. Social önskvärdhet innebär att människor svarar enligt vad de tror är det socialt accepterade svaret istället för att svara vad de själva egentligen tycker. Sista sidan bestod av en informationstext där deltagarna tackades för deras tid samt informerade om deras rätt att få reda på mer om resultatet av studien. Kontaktuppgifter inkluderas för att deltagarna skulle kunna ta del av resultatet om de så önskade.

### *Procedur*

Enkäten blev utskickad till studenterna via deras studentmail, via Facebook samt delades ut i pappersform på Lunds Universitet. När enkäten varit tillgänglig online i fyra dagar delade vi ut den i pappersform på fakulteter tillhörande jurister, ekonomer och ingenjörer eftersom det fanns färre respondenter från dessa områden. De respondenter som enbart hade fyllt i bakgrundsinformation eller besvarat mindre än 50 % av frågorna i enkäten uteslöts ur resultatet. Enkäten tog ca 3-5 minuter att besvara. De deltagare som gjorde enkäten online kunde följa processen via en processmätare i deras högra hörn. Detta för att de skulle vara medvetna om hur långt kvar av enkäten de hade (Dahmström, 2011). Enkäten fanns tillgänglig online i 17 dagar innan den stängdes.

### Resultat

Resultatet av enkäten gav följande resultat för studiens tre forskningsfrågor:

#### *Forskningsfråga 1: Vilka faktorer värdesätter dagens studenter hos en framtida arbetsgivare?*

Sammanställningen av enkäten gav följande resultat för hur dagens studenter rangordnar olika faktorer hos en framtida arbetsgivare, visat nedan i tabell 2. Faktorer som kunde knytas till utveckling och avancemang skattades generellt högt, även anställningstrygghet och att ha kollegor man trivs med skattades högt. De som skattades som minst viktiga var bl.a. “kunna umgås med kollegor privat”, “ha jämnåriga kollegor” och “ha kollegor med olika etnicitet”. För att styrka dessa resultat gjordes signifikanstestning med Single Sample *t*-test som undersökte vilka faktorer som signifikant skilde sig från neutralvärdet 4. 15 faktorer visade sig vara signifikant högre än neutralvärdet ( $p < 0.05$ ), 12 av dessa hade effektstorlekar som kan anses som stora ( $d > 0.8$ ). Fyra faktorer hamnade signifikant lägre än neutralvärdet. I tabell 2 nedan visas rangordningen för samtliga kategorier i enkäten.

Tabell 2  
Rangordning av faktorer,  
neutralvärde 4

Faktor	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>n</i>	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
Trivsel med kollegor	6.53	.65	296	66.79	.000	3.87
Kompetensutveckling	6.35	.86	298	47.33	.000	2.75
Anställningstrygghet	5.82	1.40	298	22.33	.000	1.30
Karriäravancemang	5.76	1.24	298	24.37	.000	1.42
Utmaningar i arbetet	5.71	1.14	298	25.96	.000	1.51
Feedback från chefen	5.65	1.08	296	26.28	.000	1.53
Delaktighet i beslutsfattande	5.57	1.10	296	24.66	.000	1.43
Överensstämmelse värderingar	5.55	1.15	298	23.36	.000	1.35
God fysisk arbetsmiljö	5.51	1.23	298	21.07	.000	1.22
Få ta ansvar	5.47	1.13	298	22.53	.000	1.30
Ha en mentor	5.29	1.35	298	16.58	.000	.96
Pensionsförmåner	5.30	1.29	298	17.34	.000	1.01
Miljömedvetenhet	4.60	1.59	298	6.55	.000	.38
Högre lön än genomsnittet	4.57	1.56	298	6.27	.000	.37
Vara vän med chefen	4.19	1.52	296	2.18	.030	.13
Vanliga kontorstider	4.14	1.91	298	1.25	.214	.07
Möjlighet till utlandsjobb	4.04	1.91	298	.40	.693	.02
Förmåner (ex. mobil, dator, bil)	3.99	1.56	298	-.07	.941	-.01
Bidrag till förbättrad välfärd	3.95	1.62	298	-.57	.568	-.03
Jämn könsfördelning	3.86	1.23	298	-.46	.150	-.11
Möjlighet att arbeta hemifrån	3.80	1.74	298	-2.04	.043	-.12
Kollegor med olika etnicitet	3.78	1.77	298	-2.16	.031	-.13
Jämnåriga kollegor	3.76	1.55	296	-2.57	.008	-.15
Umgänge med kollegor privat	3,76	1.44	296	-2.84	.005	-.17

*Forskningsfråga 2: Skiljer sig män och kvinnor åt gällande vad de värdesätter?*

För att få fram resultatet för forskningsfråga två, gjordes ett Independent Samples *t*-test för att testa om det fanns signifikanta skillnader mellan män och kvinnor. Elva faktorer värdesattes signifikant olika av de två grupperna ( $p < 0.05$ ). Bland dessa fanns flera faktorer som gällde altruism (t.ex. miljömedvetenhet och donationer till välgörenhet från arbetsgivaren) och relationsrelaterade faktorer. Även “anställningstrygghet” och att ha “vanliga kontorstider” gav signifikant resultat. Samtliga skattades högre av kvinnor än män. Det enda som skattades högre av män var “möjlighet till karriäravancemang”. För att testa hur stor effekt dessa faktorer hade användes Cohen’s *D*, som gav låga effektstorlekar för samtliga faktorer ( $d < 0.5$ ). Det innebär att kön endast till liten del bidrar till att förklara varför



värdesättningen ser olika ut. I tabell 3 nedan visas faktorerna med signifikanta skillnader mellan män och kvinnor, sorterade efter effektstorlek.

Tabell 3  
*Skillnader mellan kvinnor och män*

Faktor	Kvinnor		Män		<i>t</i>	<i>p</i>	<i>d</i>
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
Anställningstrygghet	6.06	1.20	5.48	1.58	- 3.48	0.001	0.42
Vara vän med chefen	4.43	1.40	3.87	1.63	- 3.14	0.002	0.37
Ha en mentor	5.50	1.30	5.02	1.36	- 3.10	0.002	0.36
Vanliga kontorstider	4.42	1,91	3.76	1.85	- 3.02	0.003	0.35
Miljömedvetenhet	4.92	1.29	4.18	1.85	- 3.85	0.000	0.34
Överensstämmelse värderingar	5.85	0.95	5.15	1.27	- 5.26	0.000	0.34
Bidrag till förbättrad välfärd	4.30	1.53	3.47	1.63	- 4.49	0.000	0.34
Kollegor med olika etnicitet	4.03	1.69	3.44	1.82	- 2.85	0.005	0.34
Trivsel med kollegor	6.63	0.62	6.41	0.67	- 2.87	0.004	0.34
Feedback från chefen	5.80	1.01	5.46	1.15	- 2.64	0.009	0.32
God fysisk arbetsmiljö	5.62	1.24	5.35	1.22	-1.84	.066	0.22
Pensionsförmåner	5.40	1.27	5.16	1.31	- 1.63	.104	0.19
Delaktighet i beslutsfattande	5.65	0.98	5.46	1.24	- 1.49	.137	0.17
Få ta ansvar	5.55	1.05	5.37	1.23	- 1.36	.175	0,16
Jämn könsfördelning	3.97	1.60	3.70	1.87	- 1.31	.192	0.16
Umgänge med kollegor privat	3.84	1.50	3.66	1.33	- 1.10	.271	0.13
Jämnåriga kollegor	3.82	1.50	3.67	1.63	- .83	.405	0.10
Utmaningar i arbetet	5.75	1.07	5.65	1.23	- .80	.425	0.09
Förmåner (ex. mobil, bil)	4.01	1.50	3.98	1.65	- .16	.872	0.02
Kompetensutveckling	6.35	0.85	6.35	0.87	.01	.989	0.00
Karriäravancemang	5.62	1.31	5.94	1.13	2.24	.026	- 0.26
Möjlighet till utlandsjobb	4.03	1.97	4.06	1.83	.15	.880	- 0.02
Möjlighet att arbeta hemifrån	3.77	1.68	3.83	1.82	.34	.737	- 0.03
Högre lön än genomsnittet	4.44	1.58	4.74	1.53	1.65	.100	- 0.19

*Forskningsfråga 3: Skiljer sig studenter på olika utbildningar åt gällande vad de värdesätter?*

För att testa för signifikans i forskningsfråga tre användes metoden One-way ANOVA med Bonferroni-korrektion. Resultatet visade signifikans ( $p < 0.05$ ) för tolv faktorer. Fastighetsmäklare var den kategori som skilde sig mest åt i förhållande till de andra utbildningskategorierna, de skattade framförallt annorlunda än andra grupper gällande ”högre lön än genomsnittet”, ”förmåner” och ”vanliga kontorstider”. För lärare var ”karriäravancemang” och ”feedback från chefen” de faktorer som skilde sig mest. Dessa var mindre viktiga för lärare, däremot värderade de anställningstrygghet högt. Ingenjörerna

skattade lägst gällande att företag och anställd bör ha samma värderingar, de var signifikant skilda från samtliga grupper. Deltagarna som studerade till ett omvårdnadsyrke ansåg att ”möjlighet att arbeta hemifrån” och ”förmåner” var mindre viktigt än vad övriga grupper gjorde. För samhälls- och beteendevetare var det minst viktigt att utmanas i arbetet.

Ekonomer och jurister hade inga signifikanta skillnader mellan sig. Jurister skilde sig från fastighetsmäklare gällande kategorin ”kollegor med olika etnicitet”, vilket jurister skattade betydligt högre på. Endast två av dessa tolv faktorer visade stor effektstorlek ( $\eta^2 > 0.14$ ), sex faktorer hade en medelstor effekt ( $\eta^2 > 0.06$ ) och fyra faktorer hade liten effekt ( $\eta^2 > 0.01$ ).

Trots skillnader i rankning fanns det ett flertal utbildningskategorier som det inte fanns signifikanta skillnader mellan, dessa var ekonomer/jurister, ingenjörer/jurister, omvårdnadsyrken/lärare samt samhälls- och beteendevetare/lärare. Nedan visas tabell 4 med en översikt över de olika utbildningskategorierna och hur de skiljer sig åt.

Tabell 4

*Skillnader mellan utbildningar angivet i medelvärde**Medelvärde signifikant skilda från varandra delar bokstav*

Faktor	EKO	JUR	FAS	ING	OMV	SB	LÄR	<i>F</i>	<i>p</i>	$\eta^2$
Förmåner (ex. mobil, bil)	4.17 <sup>ab</sup>	4.10 <sup>cd</sup>	5.57 <sup>acefgh</sup>	4.11 <sup>ei</sup>	2.93 <sup>bdfi</sup>	3.73 <sup>g</sup>	3.91 <sup>h</sup>	9.08	.000	.18
Möjlighet att arbeta hemifrån	3.83 <sup>a</sup>	4.35 <sup>b</sup>	4.90 <sup>cd</sup>	3.85 <sup>e</sup>	2.44 <sup>abcef</sup>	4.17 <sup>f</sup>	3.59 <sup>d</sup>	7.43	.000	.15
Karriäravancemang	6.17 <sup>ab</sup>	6.19 <sup>cd</sup>	6.10 <sup>e</sup>	6.06 <sup>fg</sup>	5.27 <sup>acf</sup>	5.44	5.06 <sup>bdeg</sup>	5.16	.000	.11
Feedback från chefen	5.97 <sup>a</sup>	6.03 <sup>b</sup>	6.03 <sup>c</sup>	5.49	5.47	5.73	4.97 <sup>abc</sup>	3.97	.000	.09
Högre lön än genomsnittet	4.91	4.45 <sup>a</sup>	5.73 <sup>abcde</sup>	4.40 <sup>b</sup>	4.27 <sup>c</sup>	4.15 <sup>d</sup>	4.41 <sup>e</sup>	3.68	.001	.08
Utmaningar i arbetet	6.14 <sup>a</sup>	6.06 <sup>b</sup>	5.77	5.74 <sup>c</sup>	5.89	5.07 <sup>abc</sup>	5.53	3.62	.001	.08
Ha en mentor	5.29	5.45	6.00 <sup>ab</sup>	5.00 <sup>a</sup>	5.78 <sup>c</sup>	4.85 <sup>bc</sup>	4.97	3.58	.001	.08
Överensstämmelse värderingar	5.86 <sup>a</sup>	5.61	5.83 <sup>b</sup>	4.92 <sup>abcd</sup>	5.73 <sup>c</sup>	5.71 <sup>d</sup>	5.50	3.33	.002	.08
Vanliga kontorstider	3.83	4.55 <sup>a</sup>	2.97 <sup>abc</sup>	4.26	4.00	4.39 <sup>b</sup>	4.59 <sup>c</sup>	2.55	.015	.06
Anställningstrygghet	5.77	5.84	6.30	5.43 <sup>a</sup>	5.80	5.61	6.50 <sup>a</sup>	2.47	.018	.05
Kollegor med olika etnicitet	3.57	4.74 <sup>a</sup>	3.27 <sup>a</sup>	3.64	4.02	3.76	3.69	2.05	.049	.05
Möjlighet till utlandsjobb	4.43	4.68	3.47	4.51	3.62	3.78	3.63	2.26	.030	.05
Trivsel med kollegor	6.69	6.31	6.70	6.36	6.56	6.68	6.56	2.02	.053	.05
Kompetensutveckling	6.43	6.68	6.27	6.30	6.53	6.05	6.19	1.99	.057	.05
Bidrag till förbättrad välfärd	3.71	4.52	3.77	3.60	4.02	4.34	3.50	1.92	.066	.04
Umgänge med kollegor privat	3.74	4.10	4.13	3.66	3.58	3.90	3.16	1.69	.112	.04
Jämn könsfördelning	3.60	4.71	3.90	3.77	4.00	3.71	3.50	1.54	.154	.04
Få ta ansvar	5.74	5.71	5.63	5.42	5.33	5.10	5.63	1.44	.188	.03
Delaktighet i beslutsfattande	5.91	5.41	5.57	5.43	5.78	5.59	5.28	1.25	.274	.03
Pensionsförmåner	5.37	5.39	5.43	5.23	5.38	4.83	5.66	1.27	.268	.03
Jämnåriga kollegor	3.94	4.07	3.63	3.83	4.11	3.59	3.31	1.24	.280	.03
Vara vän med chefen	4.20	4.21	4.20	4.02	4.24	4.05	3.91	1.21	.300	.03
Miljömedvetenhet	4.06	4.87	4.63	4.55	4.73	4.51	4.53	1.12	.350	.03
God fysisk arbetsmiljö	5.71	5.68	5.47	5.36	5.58	5.44	5.31	.50	.833	.01

## Diskussion

Syftet med denna studie var att undersöka vilka faktorer dagens studenter värdesätter vid val av arbetsgivare samt ta reda på om det föreligger skillnader i vad som värdesätts inom gruppen beroende på utbildningstillhörighet och kön.

### *Forskningsfråga 1: Vilka faktorer värdesätter dagens studenter hos en framtida arbetsgivare?*

Resultatet av studien är på flera punkter väl överensstämmande med tidigare forskning kring vad 80- och 90-talister vill ha ut av sin arbetsgivare. De faktorer som deltagarna värderat bland de högsta är “möjlighet till kompetensutveckling”, “karriäravancemang” och “utmaningar i arbetet”. För att känna sig motiverade vill dagens studenter att arbetet ska vara utmanande. Detta resultat är inte oväntat, då även tidigare forskning från bland annat Parment (2008) lyfter fram en attityd till arbete inom denna generation där arbetet ses som en möjlighet att förverkliga sig själv och uppnå sina individuella mål. Enligt denna studie är möjligheten att utvecklas på arbetet och kunna klättra i karriären betydligt viktigare än lönen, vilket visas av att “högre lön än genomsnittet” rankades som nummer 14 av deltagarnas sammanställda resultat. Hur man värdesätter lönen är dock ett omstritt ämne, då olika studier gett olika resultat. Dagens unga har växt upp med hög materiell standard och det finns olika teorier kring hur det har påverkat dem. Det kan ha skapat en förväntan om att även i fortsättningen leva på detta sätt vilket leder till att hög lön är viktigt. Det kan också vara så att det förändrar attityden gentemot arbete, från att ha varit en ren försörjningsmöjlighet blir det viktigare att arbeta för att det känns meningsfullt och givande. Som tidigare diskuterat bekräftar denna studie att dagens unga i stor utsträckning väljer bort en högre lön till förmån för ett meningsfullt arbete. Att känna någon form av värde i det man gör, samt att arbetet är givande kan även kopplas till faktorn “att få ständig feedback från chefen”. Att studenterna i studien rankat denna faktor högt kan bero på att de vill få uppmärksamhet och uppskattning från sin arbetsgivare, något de är vana att få av sina föräldrar enligt Jonkman (2011). Behovet av feedback kan också vara relaterat till att de gärna vill klättra i karriären, vilket underlättas av att få ständig feedback som kan leda till förbättring och utveckling i arbetet, samt även få bekräftat att deras arbete är meningsfullt.

Generationen har uppfostrats i en demokratisk anda, har fått vara med och bestämma och upplevt att föräldrarna lyssnat på dem. Detta har gett dem attityden att deras åsikter är viktiga, de vill därför gärna vara delaktiga i beslutsfattandet på arbetsplatsen. Detta bekräftas även i vår studie där “att få delta i beslutsfattandet på arbetsplatsen” rankas som nummer sju.

Tidigare undersökningar visar att anställningstrygghet, d.v.s. att ha en fast anställning istället för andra anställningsformer, är viktigt för dagens unga, Holmström (2008). Detta är något

som arbetsgivare ofta har missuppfattningar kring. I denna studie är anställningstrygghet rankat som den tredje viktigaste faktorn. Det kan tänkas att det delvis beror på att dagens unga är vana vid en materiell standard som förutsätter finansiell trygghet. Exempelvis behövs fast anställning för att kunna låna pengar till ett bostadsköp. Det kan delvis bero på att denna generation är uppväxt i ett föränderligt samhälle under ständig rörelse, vilket kan skapa en uppskattning av att ha en fast punkt och trygghet i det. Missuppfattningen från arbetsgivarna grundas eventuellt i att unga ofta byter arbete, vilket kan misstolkas som att de inte behöver en fast anställning. Men att byta arbete har ingenting med behov av trygghet att göra, utan handlar om vilja att utvecklas. När dagens studenter väl har en anställning ser de gärna att det är en tillsvidareanställning.

Den faktor rankad högst av de tillfrågade är vikten av att trivas med kollegorna, något som sällan lyfts fram i forskning kring denna generation. Denna studie visar att det är väldigt viktigt för deltagarna att trivas med sina kollegor, men endast på arbetet. Att ha jämnåriga kollegor och kollegor att umgås privat med, är inget som spelar stor roll. De tillfrågade i studien lägger inte någon vikt vid om det är jämn könsfördelning eller finns många olika etniciteter på arbetsplatsen. Detta tolkas som att det centrala för denna generation är att ha kollegor som de har ett gott samarbete med på jobbet, i övrigt har de inga starka önskemål kring kollegorna. För tidigare generationer har arbetsplatsen varit en viktig del i det sociala umgängeslivet, men dagens unga har inte samma begränsningar bland annat tack vare utvecklingen av sociala medier. De har fler forum där de kan utveckla vänskapsrelationer än på arbetsplatsen.

Att det finns en överensstämmelse mellan den anställdes och företagets värderingar rankades som nummer åtta i denna studie. Även tidigare forskning av Parment (2009) har visat att det är en viktig faktor. Miljömedvetenhet är, enligt såväl detta resultat som andra undersökningars, viktigare än att företaget donerar till olika välgörenhetsorganisationer. Det kan bero på att denna generation växt upp med stort fokus i media på människors negativa inverkan på miljön, t.ex. har debatten kring växthuseffekten varit intensiv. Som diskuterats av Fürth (2002) kan mycket av det som sker runt omkring oss idag ha lett till att tron på ett hållbart samhälle verkar långt borta för dagens unga, medan tron på den egna framtiden är större.

Gällande arbetstider bekräftar denna studie vad tidigare forskning av Holmström (2008) kommit fram till; varken normala arbetstider eller möjlighet att arbeta hemifrån är viktigt för dagens studenter. Vad studenter idag anser vara betydligt viktigare är att arbetsmiljön är god både socialt och fysiskt. Det kan bero på en ökad medvetenhet om hälsoriskerna med både stress och stillasittande arbete. Exempelvis har ämnet fått mycket utrymme i media.

Att studenterna i undersökningen skattar dessa faktorer på ett av sätt som kan spåras till upplevelser de har från sin barndom är relaterat till att våra attityder skapas under uppväxten. De normer och värderingar som deltagarna växt upp med styr deras val i vardagen, där deras val

av arbetsgivare ingår. Som tidigare diskuterats påverkas detta av våra värderingar kring ett flertal faktorer, varav vissa har stor påverkan på det slutliga beslutet och andra är irrelevanta. En arbetsgivare som vill anställa ur denna generation kan alltså dra fördel av att ha en ökad förståelse för hur dagens unga resonerar.

### *Forskningsfråga 2: Skiljer sig män och kvinnor åt gällande vad de värdesätter?*

Studiens resultat visar att det finns en del signifikanta skillnader mellan män och kvinnor i vad de önskar av framtida arbetsgivare, dock handlar det generellt om små effektstorlekar vilket innebär att kön som variabel inte kan förklara mer än en liten del av variationen mellan individer. Viktigt att notera är att även om vissa faktorer värderas högre av den ena gruppen, innebär det inte att faktorn är oviktig för den andra. Båda grupperna prioriterar möjlighet till karriäravancemang högt, men män värderar det högre än kvinnor, vilket är i överensstämmelse med tidigare forskning av Terjesen et al. (2007). Kvinnor prioriterar att ha en god gemenskap på arbetsplatsen, de tycker det är viktigare än män att trivas med kollegorna, vara vän med chefen, att få feedback och ha en mentor. Kvinnorna i denna studie skattade även högre än män på faktorn "att ha kollegor med olika etnisk bakgrund". Sammanfattningsvis verkar kvinnor vara mer relationsorienterade än män, vilket styrks av tidigare forskning. En teori som framförts är att detta beror på att kvinnor förväntas vara mer omvårdande än män.

Kvinnorna i denna studie rankade i det sammanställda resultatet faktorn "vanliga arbetstider" högre än männen gjorde. Detta kan bero på att kvinnors attityd till familjen är annorlunda än männens. Den traditionella sociala normen säger att kvinnor ska ta mer ansvar för barn och hem, vilket är svårt om man ständigt jobbar övertid.

I denna studie rankades anställningstrygghet högre av kvinnor, vilket motsäger tidigare forskning där män skattat denna faktor högre.

Tidigare forskning av Berglund (2001) har funnit att kvinnor är mer altruistiska än män och i denna studie visar det sig i att det finns skillnader vad gäller miljömedvetenhet, bidrag till förbättrad välfärd och hur viktigt det är att anställdas och företagets värderingar överensstämmer. Samtliga av dessa faktorer värderas högre av kvinnor i denna undersökning.

Skillnaderna som fanns i denna undersökning visar att vad vi värdesätter påverkas av normerna för vår könsroll. Våra attityder skapas inte enbart utifrån vår miljö, de påverkas även av hur vi uppfattar vår egen roll i denna. De traditionella könsrollerna för kvinnor kan leda till att de tar annorlunda beslut när det gäller vilken arbetsgivare de väljer och detta illustrerar hur attityd leder till handling. Som nämnts ovan kan dock kön inte ensamt förklara

varför det uppstår skillnader inom gruppen, då effektstorleken för de olika faktorerna inte är tillräckligt stora.

*Forskningsfråga 3: Skiljer sig studenter på olika utbildningar åt gällande vad de värdesätter?*

Resultatet för forskningsfråga tre visar att en del utbildningskategorier signifikant skiljer sig från andra. Detta kan bero på att det finns olika normer för olika sociala roller. Som tidigare nämnts kan det leda till att de som planerar att skaffa arbete inom en viss bransch internaliserar de värderingar och attityder som är rådande för denna yrkeskategori. Det kan också bero på att det finns en generell attityd på ett utbildningsprogram som sprider sig mellan studenterna. När en individ tagit till sig en attityd påverkar denna sedan även beteendet, och leder till att vissa faktorer värderas högre än andra. Exempelvis förväntas du ofta som mäklare arbeta både kvällar och helger (obekväma arbetstider) och det är en förutsättning att du motiveras av hög lön eftersom du har provisionslön. Denna sociala norm visar sig i att fastighetsmäklare har skattat högt på "högre lön än genomsnittet" och lågt på "vanliga arbetstider". Fastighetsmäklare har värderat faktorn "att ha en mentor" högst av utbildningsgrupperna. Eftersom det är ett yrke där man arbetar självständigt och tar mycket personligt ansvar skulle en mentor kunna upplevas som ett bra stöd och skapa trygghet.

Deltagarna som studerar olika omvårdnadsyrken rankade "möjligheten att arbeta hemifrån", "karriäravancemang" och "förmåner" lågt. Det finns vissa möjligheter för dem inom omvårdnadsyrken att arbeta hemifrån, exempelvis kan man bedriva egen verksamhet eller göra administrativt arbete i anslutning till hemmet, men resultatet av denna studie visar att detta inte är intressant för gruppen. Eftersom de även skattat "förmåner" och "möjlighet till karriäravancemang" lågt kan slutsatsen dras att denna grupp motiveras av andra faktorer. Vidare forskning behövs för detta område.

De som studerar till lärare skattade signifikant lägre på "karriäravancemang" och "feedback från chefen", gentemot flera andra grupper. För lärare är det alltså inte lika viktigt att kunna klättra i karriären och kompletterande incitament krävs från arbetsgivarens sida för att motivera dem. Dock skattade de högre än neutralvärdet 4 på denna faktor vilket innebär att karriäravancemang inte är oviktigt för dem. De kategorier som de skattade högst på var "anställningstrygghet", där de skilde sig från ingenjörerna. Det skulle kunna vara en effekt av att visstidsanställningar och vikariat inte är ovanliga för lärare. De skattade även högst på vanliga kontorstider där de signifikant skilde sig från mäklare. Detta är förståeligt då lärare arbetar enligt ett skolschema medan mäklare, som tidigare nämnts, arbetar obekväma arbetstider.

Enligt studien skilde sig samhälls- och beteendevetare åt från mäklare och de som studerar omvårdnadsyrken vad gäller "att ha en mentor". Detta skattade samhälls-och

beteendevetarna betydligt lägre än de föregående utbildningskategorierna. Det kan tänkas att dessa individer inte skulle sakna en mentor eftersom det ger dem chansen att ge sin egen synvinkel på problematiken de arbetar med och inte arbeta utifrån en förutbestämd mall. "Utmaningar i arbetet" har dock skattats lägst av denna grupp och vidare forskning kring detta skulle kunna ge större förståelse kring detta.

Ingenjörerna särskiljer sig från övriga grupper främst på faktorn "överrensstämmelse värderingar" som handlar om ifall företag och anställda har samma värderingar, de skattade denna faktor lägst av grupperna. En bidragande orsak till att studien fick detta resultat kan vara att ingenjörerna i denna studie främst var män, och som redovisats under forskningsfråga två skattar män denna faktor signifikant lägre än kvinnor. Att ingenjörer skattade faktorn "anställningstrygghet" lägre än lärare kan tänkas bero på att de förberett sig på att arbeta i projektform, vilket är en vanlig arbetsform för ingenjörer.

Juriststudenter anser det vara viktigt att ha kollegor med olika etnicitet, vilket de skattar högre på än alla andra utbildningskategorier och skiljer sig signifikant från mäklare. Att arbeta vanliga kontorstider är också viktigt för juriststudenter, nästan lika viktigt som för lärare, och de skiljer sig signifikant från fastighetsmäklare även här.

De som studerar ekonomi skiljer sig signifikant från lärarstudenter och de som studerar till omvårdnadsyrken gällande "karriäravancemang". Det är även denna utbildningskategori som värderar "utmaningar i arbetet" högst.

Sammanfattningsvis beror troligen skillnaderna mellan grupper på att de har olika sociala normer i sina respektive subkulturer, och på att varje arbete har olika förutsättningar. Det kan också vara så att individer dras till ett arbete där förutsättningarna passar deras värderingar.

### *Reflektioner kring studien och vidare forskning*

Att använda sig av enkät som forskningsmetod ger möjlighet att få många deltagare inom kort tid, men ger inte samma möjlighet att gå på djupet till orsaker bakom svaren. Urvalet hade kunnat förbättras genom att använda ett slumpmässigt urval istället för ett bekvämlighetsurval, det hade ökat den externa validiteten och generaliserbarheten. Dock har studien ändå uppnått ett brett urval med studenter från många olika utbildningar och lärosäten. Att säkerställa korrekt ålder, samt att deltagarna studerar hade enklare kunnat göras om enkäten delats ut personligen, dock hade detta troligen varit på bekostnad av antalet deltagare, då möjlighet att få spridning över landet minskats.

Vid den statistiska analysen av forskningsfråga tre användes Bonferroni-korrektion vilket är en sträng statistisk korrigeringsmetod som minskar risken för att finna signifikans enbart av en slump (Typ 1-fel). Eftersom de skillnader som fanns var så pass stora påverkades inte resultatet av



att denna korrektion användes. Problematiken med att finna signifikans enbart av en slump är även värt att notera för forskningsfråga 1 och 2. Vid användning av t-test med ett stort antal jämförelser ökar risken att felaktigt anta forskningshypotesen. Därför är det viktigt, som tidigare poängerat, att även betrakta resultaten utifrån deras effektstorlekar.

Då studiens tredje forskningsfråga inte baserats på några större mängder tidigare forskning är det svårt att tolka vad resultaten kan bero på. Vidare forskning behövs inom detta område för att få djupare förståelse för varför studenterna i de olika utbildningskategorierna värdesätter olika faktorer på det sätt som beskrivits. Enkäter med möjlighet att motivera sina svar, eller intervjuer, skulle ge mer utförliga förklaringar till detta.

Då denna studie visat små effektstorlekar på flera områden finns det uppenbarligen även andra variabler som skulle kunna förklara skillnaderna bland dagens studenter, därför rekommenderas vidare forskning kring detta.

I takt med att nya generationer kommer ut på arbetsmarknaden kommer ny forskning behövas för att kunna följa nya anställdas attityder och värderingar. Eftersom varje generation växer upp under olika förhållanden kommer de skilja sig från föregående åldersgrupper. Precis som dagens arbetsgivare behöver veta vad dagens studenter värdesätter kommer motsvarande information behövas i framtiden.

## Referenser

- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Career Development International*, 9, 501 – 517.
- Berglund, T. (2001). *Attityder till arbete i Västeuropa och USA*. Göteborg: DocuSys AB.
- Campbell, D. T. (1950). The indirect assessment of social attitudes. *Psychological Bulletin*, (47), 15–38.
- Carver, C. S. (1975). Physical aggression as a function of objective self-awareness and attitudes towards punishment. *Journal of Experimental Social Psychology*, (11), 510–519.
- Converse, P. E. (1964). The nature of belief systems in the mass public. In D. E. Apter, (Ed), *Ideology and discontent* (pp. 206–261). New York: Free Press.
- Dahmström, K. (2011). *Från datainsamling till rapport: att göra en statistisk undersökning*. Lund: Studentlitteratur
- Dybre, A. & Parment, A. (2013). *Employer Branding – allt du behöver veta för att bli en attraktiv arbetsgivare*. Malmö: Liber.
- Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Fallon, T. (2009). Retain and motivate the next generation: 7 ways to get the most out of your millennial workers. *National Research Bureau*, 70, 5-7.
- Feather, N. T., & O'Brien Gordon E. (1987) Looking for employment: An expectancy-valence analysis of job-seeking behaviour among young people. *British Journal of Psychology*, 78, 251-272.
- Fürth, T. Holmberg, I. Larsson, O. Raaterova, M. (2002). *80-talisterna kommer – om kollektiva egoister, självupppoffrande livsnjutare och andra ungdomar*. Uppsala: Uppsala Publishing House AB

- Gibson, J. W., Greenwood, R. A., & Murphy, E. F. (2009). Generational difference in the workplace: personal values, behaviours, and popular beliefs. *Journal of Diversity Management*, 4, 1-8
- Gustavsson, B. Israelsson, T. Lyrén, B. Nilsson, M. Nofors, P. Pekkari, A. & Strannefors, T. (2010). *Generationsväxlingen på arbetsmarknaden – i riket och i ett regionalt perspektiv*. Arbetsförmedlingen. Hämtad 11 november 2013 från [http://www.arbetsformedlingen.se/download/18.6880a4dd130790d556980003977/generationsvaxlingen\\_rapport.pdf](http://www.arbetsformedlingen.se/download/18.6880a4dd130790d556980003977/generationsvaxlingen_rapport.pdf)
- Holmström, A-L. (2008). *Är du en attraktiv arbetsgivare?* Uppsala: Svenskt Näringsliv. Hämtad 11 november 2013 från [http://www.svensktnaringsliv.se/regioner/uppsala/ar-du-en-attraktiv-arbetsgivare\\_46611.html](http://www.svensktnaringsliv.se/regioner/uppsala/ar-du-en-attraktiv-arbetsgivare_46611.html)
- Jonkman, L. (2011). *Generationsanpassat ledarskap; Från Pearl Harbor till Pearl Jam*. Gdansk: TUK förlag.
- J:son Halth, G. (2012, mars 8). Du gör inga mål med sex målvakter. *Veckans Affärer*. Hämtad från <http://www.va.se/ledarskap/va-kvinna/du-gor-inga-mal-med-sex-malvakter-319449>
- Marklund, G. (2007) *Globaliseringen och konkurrensen om kunskapsintensiva jobb*. Stockholm: Globaliseringsrådet. Hämtat 2013-11-13 från <http://www.regeringen.se/content/1/c6/09/44/29/4a27719f.pdf>
- Parment, A. (2008). *Generation Y: framtidens konsumenter och medarbetare gör entré!*. Malmö: Liber.
- Parment, A. Wetterberg, G. & Lindström, L. (2009). *Med blicken framåt. Några framtida utmaningar och möjligheter för en attraktiv arbetsgivare*. Ödeshög: SKL Kommentus.
- Pihl, E. (2011). *Att leda nästa generation*. Karlstad: TUK Förlag.

- Rekar Munro, C. (2009). Mentoring needs and expectations of Generation-Y. Human resources practitioners: Preparing the Next Wave of Strategic Business Partners. *Journal of Management Research*, 1:2, 1-25.
- Rosenberg, M. J. (1968). Hedonism, inauthenticity, and other goads toward expansion of a consistency theory. In R. P. Abelson, E. Aronson, W. J. McGuire, T. M. Newcomb, M. J. Rosenberg, & P. H. Tannenbaum, (Eds.), *Theories of cognitive consistency: A sourcebook* (pp. 73–111). Chicago: Rand-McNally
- Schaller, M., & Crandall, C. S. (Eds.) (2004). *The psychological foundation of culture*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M. P. Zanna, (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, (vol. 24) (pp. 1–65). San Diego, CA: Academic Press
- Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, (30), 526–537.
- Statistiska Centralbyrån. (2013). *Studenter och examina i högskoleutbildning på grundnivå och avancerad nivå*. Hämtat 11 november 2013 från Statistiska Centralbyrån: [http://www.scb.se/Pages/TableAndChart\\_\\_\\_76753.aspx](http://www.scb.se/Pages/TableAndChart___76753.aspx)
- Svenskt Näringsliv (2012). *Rekryteringsenkäten 2012 – missade möjligheter*. Stockholm: Svenskt Näringsliv. Hämtad 10 november 2013 från [http://www.svensktnaringsliv.se/multimedia/archive/00031/Missade\\_m\\_jligheter\\_31270a.pdf](http://www.svensktnaringsliv.se/multimedia/archive/00031/Missade_m_jligheter_31270a.pdf)
- Terjesen, S., Vinnicombe, S., & Freeman, C. (2007). Attracting Generation Y graduates: Organisational attributes, likelihood to apply and sex differences. *Career Development International*, 12, 504-522.

Tesser, A., & Shaffer, D. (1990). Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*, 41, 479-523.

Theandersson, C. (2000). *Jobbet – för lön, lust eller andra värden*. Doktorsavhandling, Göteborgs Universitet, Sociologiska institutionen.

Zander, S. (2004). *Ungas syn på arbete*. Stockholm: Ungdomsstyrelsen. Hämtad 11 november 2013 från

[http://www2.ungdomsstyrelsen.se/butiksadmin/showDoc/4028e58a001ca0d101001cb789e60028/ungas\\_syn\\_pa\\_arbete.pdf](http://www2.ungdomsstyrelsen.se/butiksadmin/showDoc/4028e58a001ca0d101001cb789e60028/ungas_syn_pa_arbete.pdf)

## Appendix

### Vad önskar du av din framtida arbetsgivare?

#### Information

Vi är två studenter vid Lunds Universitet som denna termin (HT13) skriver vår kandidatuppsats i psykologi. Vår undersökning handlar om studenters (födda 82-92) syn på arbetslivet. Enkäten består av 24 ST frågor där du ska skatta på en skala från 1-7 vad du anser vara det viktigaste hos en arbetsgivare och en arbetsplats. Deltagandet är helt anonymt och du har möjlighet att avbryta undersökningen när du vill. Enkäten tar ca 3-5 minuter att genomföra.

Tack för din medverkan!

Mvh Frida & Daniela

KÖN:    Man      Kvinna  

Vilket årtal är du född?

Svar: \_\_\_\_\_

Vilken kurs/vilket program studerar du?

Svar: \_\_\_\_\_

Vilken skola studerar du vid?

Svar: \_\_\_\_\_

## Chef & Kollegor

Vid följande frågor ska du uppskatta hur viktigt ditt förhållande till dina kollegor och din chef är, där 1= inte alls viktigt och 7= absolut viktigt.

- Hur viktigt är det för dig att ha jämnåriga kollegor?

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det att du trivs med dina kollegor?

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det att du kan umgås med dina kollegor privat?

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig att se chefen som en vän och inte bara en auktoritetsfigur?

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig att du får kontinuerlig feedback av din chef?

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig att chefen låter dig vara en del av beslutsfattandet på arbetsplatsen?

1      2      3      4      5      6      7

## Utveckling & Avancemang

Vid följande frågor ska du uppskatta hur viktig din utveckling och ditt avancemang är, där 1= inte alls viktigt och 7= absolut viktigt.

- Hur viktigt är det för dig att du har möjlighet att ständigt utveckla din kompetens på ditt arbete?

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig att ha möjlighet att klättra i karriären inom arbetsplatsen?

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig att ha möjligheten till ett utlandsjobb?

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig att få ta mycket ansvar på din arbetsplats?

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig att ständigt utmanas i ditt arbete?

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig att ha en person på arbetsplatsen som du kan se som en mentor?

1      2      3      4      5      6      7



## Anställningsvillkor

Vid följande frågor ska du uppskatta hur viktiga dina anställningsvillkor är, där 1= inte alls viktigt och 7= absolut viktigt.

- Hur viktigt för dig är det att ha högre lön än genomsnittet? (inom din bransch)

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig att få bra pensionsförmåner?

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig med övriga arbetsförmåner? (ex. bil, dator, mobiltelefon)

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig att ha anställningstrygghet? (Fast jobb istället för annan anställningsform t.ex. projektanställning)

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig att jobba vanliga kontorstider? (8 timmars arbetsdag med ledig helg)

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig att ha möjlighet att arbeta hemifrån?

1      2      3      4      5      6      7

## Företagskultur

Vid följande frågor ska du uppskatta hur viktiga frågor kring företagets kultur och värderingar är, där 1= inte alls viktigt och 7= absolut viktigt.

- Hur viktigt är det för dig att din framtida arbetsplats tänker på miljön i varje del av arbetet?

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig att företagets värderingar stämmer överens med dina egna?

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det att det finns ungefär lika många män och kvinnor på din arbetsplats?

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig att din framtida arbetsplats har en god fysisk arbetsmiljö? (ex. ergonomiskt utformade verktyg)

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig att din framtida arbetsplats lägger mycket resurser på att bidra till förbättrad välfärd i samhället? (ex. donationer till olika organisationer)

1      2      3      4      5      6      7

- Hur viktigt är det för dig att du har kollegor med olika etnisk bakgrund?

1      2      3      4      5      6      7

Tack för din medverkan!

Om du är intresserad av resultatet för denna studie är du välkommen att kontakta någon av oss på följande mailadresser: [daniela.nilsson.644@student.lu.se](mailto:daniela.nilsson.644@student.lu.se) och [frida.mansson.364@student.lu.se](mailto:frida.mansson.364@student.lu.se)