



**LUNDS**  
UNIVERSITET

Institutionen för psykologi

**Attraktiv arbetsgivare för  
sjuksköterskestudenter – önskade och  
på Region Skåne upplevda  
arbetsförhållanden.**

**Nina Hedgren & Björn Molin**

Kandidatuppsats i psykologi, 2015

Handledare: Åse Innes-Ker  
Examinator: Öyvind Jörgensen

## **Sammanfattning**

Syftet med studien var att få en större inblick i vad sjuksköterskestudenter anser vara attraktiva egenskaper på en arbetsplats och vad de har för upplevelse av Region Skåne. Motivationen kom från den rådande sjuksköterskebristen. En enkätstudie, baserad på Åteget als. modell om attraktivt arbete (2004) utfördes. Respondenterna har besvarat dels hur viktiga dessa items är för en arbetsplats attraktivitet men även hur de upplever att Region Skåne lever upp till dem. Enkäten delades ut i pappersformat och som internetenkät. Respondenterna utgjordes i huvudsak av sjuksköterskestudenter på Lunds Universitet och Kristianstad Högskola. Utöver detta gjordes en intervju med en HR-specialist som arbetar med varumärket på Region Skåne. Resultatet visade att arbetsmiljö och sociala relationer var det viktigaste för en arbetsplats attraktivitet. I upplevelsen av Region Skåne var det största missnöjet relaterat till lönen. Från Regionens håll jobbade de med att göra sin annonsering mer personlig och lättillgänglig, bland annat inom sociala medier. De har även genomfört olika åtgärder som höjd ingångslön och utbildningstjänster. Då största differensen mellan attraktivitet och upplevelse hos Regionen fanns inom grupperna arbetsmiljö och lön är det rimligtvis där störst utrymme för förbättring finns.

Nyckelord: sjuksköterskor, sjuksköterskestudenter, attraktivt arbete, Region Skåne, attraktiva arbetsförhållanden

## **Abstract**

The aim of this study is to get a bigger insight into what nursing students find to be attractive attributes in a workplace and what their experiences with Region Skåne has been like. The motivation was the current problem with a lack of nurses. A survey study based on Åteg et als. model of attractive work (2004) was conducted. The respondents answered how important the items are for a workplace to be attractive and also how they think Region Skåne lives up to them. The survey was distributed on paper and as an internet survey. The respondents were mainly nursing students at Lund University and Kristianstad University. In addition, an interview with HR specialist, responsible for branding, at Region Skåne was conducted. The result showed that work environment and social relations were the most important features of an attractive workplace. The category that the respondents deemed most dissatisfying in their experience with Region Skåne was the payment. Region Skåne worked with making their advertising more personal and more accessible, for example by using social media. They have also taken measures like raising the initial salary and providing education services. As the biggest difference between attractiveness and experience at Region Skåne was found in the groups of work environment and payment, it's reasonable to see those areas as most urgent for future improvement.

**Keywords:** nurses, nursing students, attractive work, Region Skåne, attractive working conditions.

## Introduktion

### Inledning

Det rapporteras med jämna mellanrum i medier om sjuksköterskors dåliga arbetsvillkor, den stressiga arbetsmiljön och låga löner. Många sjuksköterskor söker sig istället till Norge för bättre löner och arbetsvillkor, vilket drabbar den svenska sjukvården med en stor brist på sjuksköterskor. De stora regionerna så som Stockholm och Skåne är de som drabbas värst och kämpar med att rekrytera och behålla tillräckligt med sjuksköterskor stora delar av året (Salonen & Willman, 2015).

Varje år examineras tusentals sjuksköterskestudenter i Sverige och de utgör en omfattande grupp som rekryteras in på arbetsmarknaden inom sjukvården. Därmed ansåg vi det intressant att undersöka sjuksköterskestudenters uppfattning om vad som utgör en attraktiv arbetsplats och deras perception av Region Skåne som arbetsplats. Utöver det vill vi även undersöka hur Region Skåne arbetar med employer branding och att attrahera sjuksköterskestudenter samt vilka områden de fokuserar på när de marknadsför sig själva. Slutligen knyts det ihop med möjliga variabler som Region Skåne skulle kunna fokusera på i sin employer branding-process för att attrahera fler sjuksköterskestudenter.

### Bakgrund

**Arbetsförhållanden i sjukvården.** I artikeln “överbeläggningar är vårdens moment 22” debatterar Tapio Salonen och Ania Willman hur vården, särskilt i Skåne och Stockholm, har kunnat bli så hårt drabbad av överbeläggningar och platsbrist. Under 2014 stängdes ett hundratal vårdplatser på Skånes universitetssjukhus (SUS). Den primära orsaken till det var bristen på sjuksköterskor. Överbeläggningar och personal som slutar är inget nytt menar Tapio Salonen, det har under många år sett likadant ut under “sommarkrisen”. Det som är oroande är att platsbristen varar långt in på hösten samt att det är många som slutar och få som vill börja. Dålig arbetsmiljö, låg lön, dåliga arbetstider, stress och osäkerhet anges som orsak av de sjuksköterskor som slutar (Salonen & Willman, 2015)..

Bristen på sjuksköterskor är ett problem över hela landet, men de stora regionerna som Skåne och Stockholm drabbas värst. I Sverige examineras det cirka 4000 grundutbildade sjuksköterskor varje år och i december 2014 rapporterade dagens samhälle att nära 2 000 sjuksköterskor saknades vid landets 68 akutsjukhus (Salonen & Willman, 2015)..

Underbemanningen kan ge stora konsekvenser på många håll, såväl för patienter som personal. Patienters operationer ställs in, de får felaktiga behandlingar och omvårdnaden är

inte tillräckligt god och säker. Personalen i sin tur drabbas av att kolleger med lång erfarenhet slutar och nya kollegor med kortare och näst intill ingen erfarenhet får ta över ansvar de inte är mogna för, eller beredda att ta (Salonen & Willman, 2015).

Även sjuksköterskestudenter drabbas negativt av underbemanning och vårdplatsbrist så till vida att deras möjligheter att få en verksamhetsförlagd utbildning av god kvalitet minskar eftersom det finns för få platser till för många studenter. Tillgången på kompetenta handledare som har tillräckligt med tid för studenterna minskar (Salonen & Willman, 2015).

Enligt en av socialstyrelsen genomförd sammanställning av tillgång och efterfrågan på vårdpersonal ligger Sverige bra till i jämförelse med andra EU länder, sjukskötersketätheten är den femte högsta. Mellan 2007 och 2012 ökade antalet sjuksköterskor med fyra procent, men trots ökningen bedömer socialstyrelsen att efterfrågan på grundutbildade sjuksköterskor kommer att öka (Socialstyrelsen, 2015).

Enligt en kartläggning utförd av TT som Svenska Dagbladet presenterar väntas bristen på sjuksköterskor bli mycket omfattande sommaren 2015 och man bör räkna med pressad vårdpersonal, stängda avdelningar och inställda operationer. (TT, 2015).

Sineva Ribeiro, ordförande i Vårdförbundet, talar om krisläge och en brist på vårdpersonal som de aldrig tidigare upplevt. De är mycket oroade i vårdförbundet, för patientsäkerheten såväl som för sina medlemmar som inte kommer få den vila de behöver (TT, 2015).

Enligt facket återfinns förklaringen till krisläget i de bristande arbetsvillkoren för sjuksköterskor. "Arbetstider förändras till det sämre, lönen upplevs inte som tillräcklig sett till vad man presterar och arbetsmiljön är många gånger outhärdlig. Våra medlemmar har aldrig arbetat så mycket övertid som nu. Det gör att folk inte orkar." säger Sineva Ribeiro. I Sverige legitimeras varje år ca 4 000 sjuksköterskor och Sineva menar att vi hade kunnat behålla många av våra 1 600 sjuksköterskor som årligen söker norsk legitimering genom att förbättra arbetsmiljön och öka lönerna. Då hade vi inte haft någon brist (TT, 2015).

## **Teorier och modeller.**

**Employer branding.** Begreppet definierades 1996 av Ambler and Barrow (1996). De beskrev det som ett paket av ekonomiska förmåner i form av belöningar och ersättningar, funktionella förmåner som träning, färdigheter och andra aktiviteter för utveckling samt psykologiska förmåner i form av identitet, igenkänning och tillhörande. Förmånerna ses som en del av anställningen och som det anställande företags identitet (Biswas & Suar, 2013). Ambler och Barrow menar även att ett "employer brand" precis som ett traditionellt varumärke för en produkt har både personlighet och positionering. Enligt Biswas och Suar (2013) är employer branding en målinriktad och långsiktig strategi att hantera föreställningar och associationer hos framtida arbetstagare och intressenter att företaget är det bästa och mest attraktiva stället att arbeta på inom branschen.

Employer attractiveness presenteras som den del av employer branding, och beskrivs av Berthon, Ewing och Hah (2005), som de fördelar en potentiell framtida arbetstagare föreställer sig med att jobba i ett specifikt företag. Ju mer attraktivt företaget verkar i den potentiella arbetstagarens ögon desto starkare är dess employer brand.

**Modellen attraktivt arbete.** Modellen "attraktivt arbete" har uppkommit genom resultatet av en empirisk studie av Åteg, Hedlund och Ponten (2004). Modellen "attraktivt arbete" framhåller tre huvudområden: attraktivt arbetsinnehåll, arbetstillfredsställelse och attraktiva arbetsförhållanden (Åteg et al, 2004).

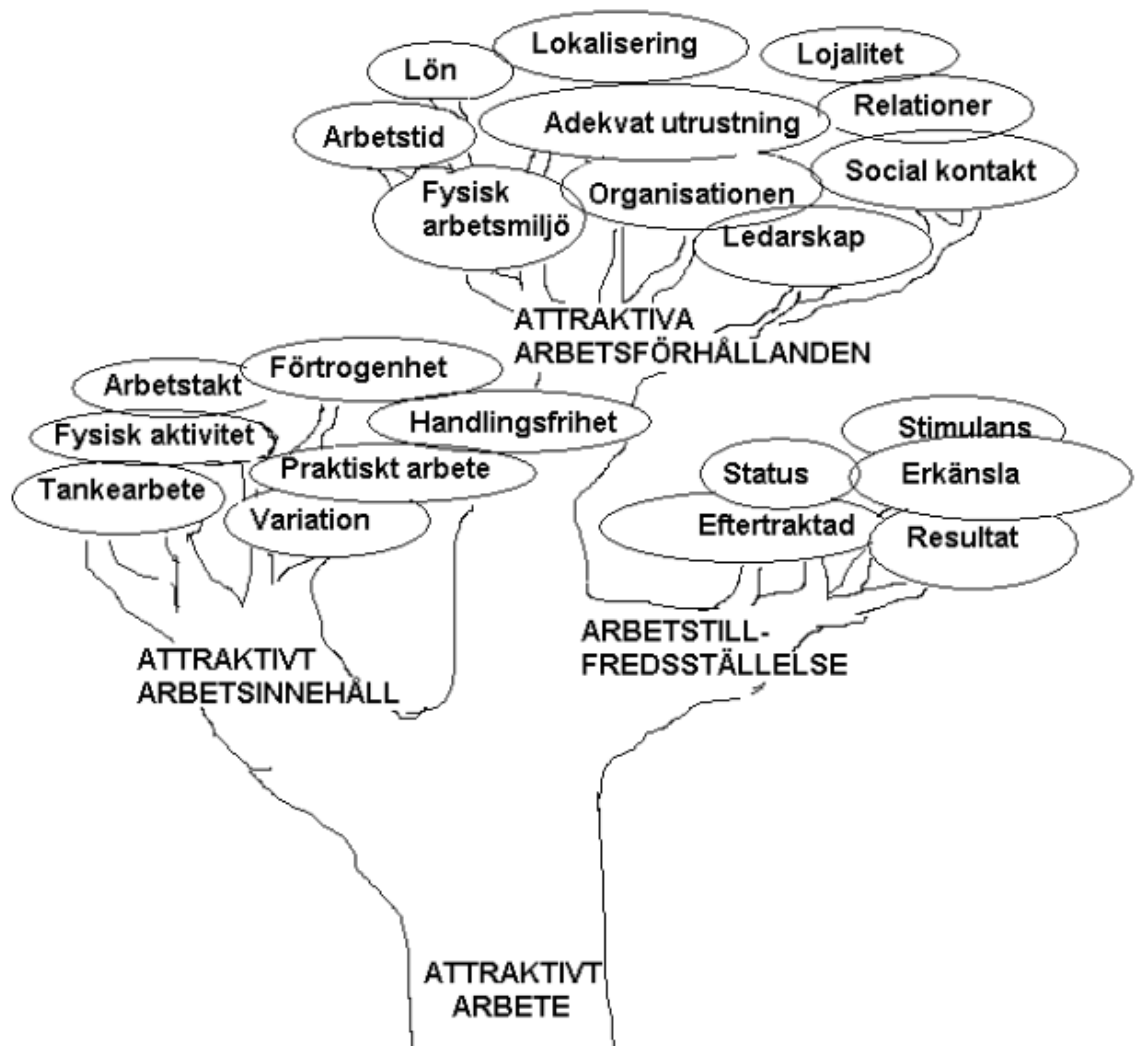
**Attraktivt arbetsinnehåll.** Dimensionen berör vad och hur den anställde gör under utförandet av arbetet, exempelvis arbetstakt, variation, tankearbete, praktiskt arbete, fysiskt arbete, förtrogenhet och handlingsfrihet. För att arbetstakten ska bidra till att göra arbetet attraktivt ska den bestå av intensitet, lugna perioder och pauser, där de lugna perioderna tillhandahåller möjlighet till reflektion och återhämtning. Den fysiska aktiviteten syftar till att arbetet ska innehålla hälsosam belastning och rumslig förflyttning för att vara attraktivt. Begreppet förtrogenhet innebär att den anställda ska veta vad som bör göras och vad som förväntas under dagen. Därutöver bör den anställda även ha handlingsfrihet i form av att organisera och styra sitt eget och andras arbete. Det praktiska arbetet som bidrar till ett attraktivt arbete är att få arbeta med händerna och vara skapande (Åteg et al, 2004).

**Arbetstillfredsställelse.** Arbetstillfredsställelsens innebörd syftar till den anställdes upplevelse och vad den får ut av arbetet. Subkategorier till arbetstillfredsställelse i modellen är status, stimulans, erkänsla, att vara eftertraktad och resultat. Begreppet eftertraktad syftar till

att den anställde känner sig behövd och att hans kompetens är efterfrågad och att det han gör är viktigt (Åteg et al, 2004). Kategorin eftertraktad syftar till att den anställde känner att han har en efterfrågad kompetens, vilket kan vara en specifik ämneskunskap eller en mer övergripande kunskap, och att det han gör är viktigt och betydelsefullt. Erkänslan innefattar såväl en inre som en yttre erkänsla som båda syftar på att man har utfört ett bra arbete. Den inre erkänslan handlar om hur en själv uppfattar att arbetet har utförts, medan den yttre avser att arbetskollaboratorer, ledning och möjligen kunder ger en uppskattning för det arbete som utförts. Status innebär att den anställde upplever en viss stolthet och framgång inom sitt yrke. Att känna arbetstillfredsställelse tack vare att yrket är intressant, utmanande eller utvecklande hör till kategorin stimulans och dimensionen resultat innebär att den anställde kan se direkt och synligt resultat av sitt arbete.

**Attraktiva arbetsförhållanden.** Attraktiva arbetsförhållanden belyser de punkter som är gemensamma för samtliga anställda på ett företag. Attraktiva arbetsförhållanden är således inte beroende av enskilda arbetsuppgifter eller av vad de anställda känner att de får ut av att utföra arbetet. I denna dimension ingår lön, lokalisering, lojalitet, ledarskap, fysisk arbetsmiljö, arbetstid, adekvat utrustning, social kontakt, relationer och själva organisationen. Adekvat utrustning avser att organisationen tillhandahåller utrustning som ger goda förutsättningar för ett kvalitativt arbete med goda arbetsförhållanden. Under dimensionen arbetstider är det av stor betydelse att ha fasta arbetstider som är påverkbara till viss mån i omfattning, fördelning, flexibilitet och att ha möjligheten att ta ledigt om behov uppstår. Den fysiska arbetsmiljön syftar till att luft, ljudnivå, renlighet och inredningen ska vara acceptabel i de lokaler som personalen rör sig. Ledarskapet syftar till att kommunikationen och förtroendet mellan anställda och ledningen är god. Likaså att de anställda nås av information om vad som är aktuellt i organisationen. Ledningen bör vara innovativ och ha utvecklingsambitioner för organisationen, ställa rimliga krav på de anställda, delegera ansvar och befogenheter på ett korrekt sätt, ge möjlighet till delaktighet och inflytande samt uppmuntra och belöna personalen. Att känna lojalitet med företaget, över organisationsgränser inom företaget samt med arbetskollaboratorer är även det en viktig egenskap för ett attraktivt arbete. Lokalisering avser arbetsplatsens geografiska plats där närheten, tidsåtgången, möjlighet till olika transportmedel tas i beaktning. Kategorin lön avser nivån av den monetära ersättning som den anställda erhåller samt att den är prestationsrelaterad, att den ger möjligheten till god försörjning och att den ökar successivt. Organisation syftar till hur företaget ser ut och fungerar, dess storlek, anställningstrygghet, förmåner samt möjligheten

till att “klättra inom företaget”. Inom kategorin relationer ryms hur det sociala samspelet i organisationen fungerar, att det finns stöd och empati och att man hjälps åt inom organisationen. Därtill behövs det laganda, umgänge, samarbete, ärlighet, rättframhet, öppenhet och humor för att det ska utgöra en attraktiv arbetsplats. Öppenheten syftar till en transparent organisation och en fungerande kommunikation så att alla får ta del av viktig information. Rättframheten avser att såväl negativa som positiva aspekter diskuteras och lyfts utan några omvägar eller komplikationer. Kategorin sociala relationer innebär att det förekommer kontakt med andra personer, kunder och medarbetare, under arbetet (Åteg et al, 2004).



Figur 1: Modellen attraktivt arbete (Åteg et al, 2004)



## Tidigare forskning

**Tvärsektoriella attraktiva arbetsförhållanden.** Enligt universums (2001, refererat i Axelsson & Granstig, 2004) studie på employer branding-relaterade aspekter som är attraktiva för arbetssökanden lockar främst företag som är framgångsrika på marknaden, har gott anseende och rykte, har verksamhet inom en snabbt växande marknad och har en stark företagskultur. Därtill menar Kairos Future (2001, i Axelsson & Granstig, 2004) att framtidens arbetsgivare måste profilera sig med en identitet som omfattar såväl moraluppfattning, livsstil, människosyn och världsåskådning. De menar att framtidens arbetstagare vill vara delaktiga i skapandet av en bättre värld.

Dyhre och Parmet (2009) menar att grunden till en attraktiv arbetsgivare ligger i en god företagskultur. Det innebär att det finns kvalitet i relationerna mellan de anställda och att det finns respekt och förtroende kollegor emellan. Relationerna i sig stärker banden mellan kollegorna och tilliten utvecklas samtidigt som de anställda också har roligt tillsammans. Dyhre och Parmet menar även att en tydlig och strategisk förankring i organisationen medför att dess värderingar klargörs redan tidigt i rekryteringsprocessen. De anställda hos en attraktiv arbetsgivare är väl införstådda med företagets mål och strategier.

Landy och Conte (2010) beskriver att work-life balance blir ett allt viktigare inslag i arbetslivet. Med work-life balance menas att välmåendet och tillfredställelsen som man känner genom sitt arbete påverkar välmåendet i privatlivet. Blir det för stor konflikt dem emellan, exempelvis att arbetslivet tar för mycket energi från privatlivet, kan det leda till psykisk och fysisk ohälsa. Även Parment (2008) menar att företagen måste balansera de anställdas drivkraft med återhämtning liksom minimera nivån av negativ stress för att upprätthålla en kultur som innefattar balans mellan arbete och fritid.

Angelöw (2002) menar att återkoppling och lärande är avgörande för om ett arbete anses vara attraktivt. Återkoppling är inte något som endast bör ges till de anställda en gång om året, detta bör ges vartefter behov uppstår. Regelbunden återkoppling hjälper de anställda att utveckla sitt lärande och sina färdigheter i arbetet vilket bidrar till en större förståelse på arbetsplatsen. På arbetsplatsen finns möjlighet att utvecklas både personligt och yrkesmässigt.

**Attraherande arbetsplats för sjuksköterskor i offentlig verksamhet.** Alfredsson och Lissollas studie (2014) syftar till att identifiera betydelsefulla attraktionsfaktorer i sjuksköterskors arbete. Resultatet visar att sjuksköterskestuderande anser en arbetsplats vara attraktiv när följande kriterier är uppfyllda. Det primära avgörande kriteriet är goda relationer på arbetsplatsen, så som att vara ärliga och öppna mot varandra, att stötta varandra och att ha

humor. Den näst viktigaste faktorn är ett stimulerande arbete. Det ska vara utmanande och utvecklande och innefatta intressanta arbetsuppgifter. Resultatorientering är också en eftertraktad faktor i arbetet, vilket hänvisar till att se konkreta resultat. Det fjärde viktigaste kriteriet är lönen på så vis att den är tillräcklig och ökar successivt. Därtill har ledarskap, förtroende för närmaste chef och känna att denne har förtroende till en, en betydande effekt på arbetsplatsens attraktivitet (Alfredsson & Lissollas, 2014).

Åsikter från sjuksköterskor som redan arbetar skiljer sig från sjuksköterskestudenterna i det hänseendet att de lägger avsevärt mycket mer vikt på ledarskapet som en attraktiv egenskap i arbetet och därefter följer lönen/ löneutveckling och en fungerande organisation (Alfredsson & Lissollas, 2014).

**Tilltalande egenskaper för generation y.** För att ha en effektiv rekryteringsstrategi måste det finnas kunskap om karaktärsdragen hos dem man söker. Karaktärsdrag varierar för olika demografier och framförallt hos olika generationer. Enligt Randstads studie (2008 World of Work study, refererat i Doane, 2009) tenderar generation y, ofta räknat från 1985 och framåt, att kräva mer från sitt arbetsliv och de gamla tumreglerna gäller därför inte. Man måste därmed som arbetsgivare ständigt omvärdera sina värvningsstrategier och se till att man fortsätter att vara attraktiv för sin målgrupp (Doane, 2009).

Precis som föregående generation söker generation y (i denna studie räknat födda 1980-2000) en bra balans mellan arbete och privatliv. En sak som dock skiljer generationerna åt är att generation x generellt är mer reserverad och tenderar att vilja jobba mer självständigt medan generation y har ett större fokus på teamwork och samarbete med starkare relationer på arbetsplatsen. De förväntar sig ett ömsesidigt stöd och tillit och även att arbetsplatsen ger tydliga precisa direktiv. I vissa fall söker de även en full karriärsplan med beräknade lönehöjningar och befodran (Cowin & Duchscher, 2004).

I en studie från 2008 som mäter tillfredsställelse med sitt arbete hos tre generationer sjuksköterskor visar resultaten på att "baby boom-generationen" (födda 1940-1959) överlag är mer nöjda med sina jobb än generation x (1960-1975) och generation y (1975-). I kategorierna karriärsmöjligheter, beröm och erkännande och kontroll och ansvar fanns det dock ingen signifikant skillnad mellan "baby boom-generationen" och generation y. Däremot fanns det skillnader mellan de två generationerna vad gäller lön, förmåner och nöjdhet med schemalaggnings. Inga signifikanta skillnader hittades mellan generation x och generation y i övergripande jobbtillfredsställelse och inte heller rörande någon av de sju underkategorierna (Wilson, Squires, Widger, Cranley & Tourangeau, 2008).

**Attraktiva arbetsgivare för studenter.** I studien ”Vad lockar studenter till arbetsplatser? – en studie om arbetsmotivation och egenskaper hos en framtida attraktiv arbetsplats” av Hedegren och Tornell (2014) får 107 manliga och 107 kvinnliga studenter på samhällsvetenskapliga fakulteten vid Lunds Universitet rangordna från ett till tre det de ansåg vara viktigast på en framtida arbetsplats. Resultatet visade att kategorien som kvinnor ansåg vara den viktigaste var arbetsklimatet. Den som fick högst frekvens som andrarankad var kollegor och det vanligaste svaret som tredjerankat var arbetssituation. Bland männen var det arbetsuppgifterna som blev den viktigaste kategorin. Lönen blev både andra- och tredjerankad. Hos kvinnorna var de tre mest frekventa svaren som högst rankat: arbetsklimatet, bra kollegor och arbetsuppgifter. Arbetsklimatet hade högst frekvens. Bra kollegor hade näst högst frekvens och arbetsuppgifterna hade tredje högst frekvens. Bland männen var det arbetsuppgifterna som hade högst frekvens i den första rangordningen. Bra arbetsklimat kom därefter och utvecklande var det tredje mest frekventa svaret. Den enda signifikanta skillnaden som hittades mellan män och kvinnor var frågan om lön. Det var sex män som satte lön som etta på rangordningen medan inga kvinnor gjorde det samma (Hedegren & Tornell, 2014).

## **Syfte**

Syftet med studien är att få en ökad inblick i vad blivande sjuksköterskor, alltså sjuksköterskestudenter söker på en ny arbetsplats. Med fokuset på Region Skåne vill vi ta reda på hur studenter uppfattar att regionen lever upp till de kriterier som har ansetts vara viktiga. Förhoppningen är att nå en större förståelse för vad den kommande generationen sjuksköterskor har för syn på viktiga egenskaper på en arbetsplats och därmed skapa bättre förutsättningar för att attrahera dem.

## **Frågeställningar**

1. Vilka faktorer tycker sjuksköterskestudenter är viktigast och vilka egenskaper värderar de högst hos arbetsgivaren?
2. Hur upplever sjuksköterskestudenter Region Skåne?
3. Finns det utrymme för förbättring i Region Skånes employer branding-arbete riktat mot sjuksköterskestudenter?

Baserat på tidigare forskning är vår hypotes att sociala relationer, arbetsmiljö samt stimulerande och utvecklande arbete kommer vara det som är mest eftertraktat. Majoriteten av tidigare studierna har visat på liknande resultat och generationen som studerar nu, generation y, lägger stor vikt vid samarbete och det kollegiala. Vår hypotes angående upplevelsen av Region Skåne är att störst missnöje kommer finnas med lönen och arbetsmiljön. Detta eftersom det är det som brukar kritiseras mest vilket de utvalda tidningsartiklarna påvisar.

## Metod

### Design

Studien har använt sig av en deduktiv ansats, vilket innebär att forskningsfrågorna är utformade utifrån en befintlig teori eller ett etablerat och verdetsat forskningsresultat (Svartdal, 2001). Vår enkät är utformad efter Åteget als. (2004) modell av ett attraktivt arbete. Även Patel och Davidson (2003) understryker att en positiv effekt av deduktiv metod är att objektiviteten i studien stärks när befintlig teori används som utgångsläge.

Studien utfördes med en deskriptiv forskningsansats som grund vilket beskriver psykologiska fenomen så som de förekommer, utan att några variabler i omgivningen manipuleras.

### Deltagare

Webbenkäten skickades ut till 274 sjuksköterskestudenter som går termin 2,4 och 6 på Kristianstads högskola. Webbenkäten lades även upp i facebookgrupper för Lunds och Malmös sjuksköterskestudenter. **Från webben inkom 72 fullständiga enkäter . Därutöver fick vi tillåtelse att besöka en föreläsning för sjuksköterskestudenter, termin 5, på Lunds Universitet där vi lämnade ut pappersenkäter och fick tillbaka 31 svar.** Samtliga deltagare hade haft verksamhetsförlagd undervisning för att kunna rapportera sin egen upplevelse av Region Skåne. **Medelåldern av samtliga deltagare var 26 år med en standardavvikelse på 6 år. Könsfördelningen var 85% kvinnor och 15% män.**

Enkätstudien tillämpade ett icke-sannolikhetsurval med bekvämlighetsurval vilket enligt Svartdal (2001) är vanligt inom psykologisk forskning. Eftersom vi inte hade en överflödlig tillgång på sjuksköterskestudenter, var tidbegränsade och hade svårt att få tag på vissa av dem inom den administrativa personalen vi behövde för att få studien godkänd på universiteten, var vi tacksamma för varje student vi fick tag på och valde att sikta på ett större och mer representativt urval framför sannolikhetsurval.



## Instrument

Enkätfrågorna (se bilaga 1.) har skapats utifrån tidigare forskning. Samtliga av våra frågor, förutom de två sista, är tagna från Sundells uppsats "*Hur attraktiv är arbetsplatsen? - Ett mätverktyg för arbetsgivarvarumärke*" från 2012. Hon i sin tur har tagit sina frågor från Åteg et als. modell om attraktivt arbete (2004), en enkät gällande flexibla organisationer och arbetsvillkor skapad av Institutionen för arbetsvetenskap på Karlstads universitet vilken har använts vid ett flertal tillfällen. Utöver denna togs även frågor ur en enkät som används av det globala employer branding-företaget Universum (Sundell, 2012)

Enkäten inleds med fyra bakgrundsfrågor varav två (födelseår/vilken termin de studerar) är open-ended och två (kön/verksamhetsförlagd utbildning) är nominala. Därefter följer 66 påståenden i ordinalskala med möjlighet att rangordna från "stämmer inte alls/inte alls viktigt" till "stämmer helt och hållet/mycket viktigt". Det som är utmärkande för ordinalskala är att det är möjligt att rangordna kategorierna utan att det för den delen är självklart att skillnaden mellan kategorierna är lika stor. Många mått som inhämtas i psykologisk forskning tillhör ordinalskala enligt Svartdal (2001). De 66 frågorna var indelade i två stycken. Det första stycket med 33 påståenden gällande egenskaper och faktorer som studenterna ansåg viktiga för en attraktiv framtida arbetsgivare. Dessa egenskaper och faktorer graderades efter om de ansågs som inte alls viktiga, lite viktiga, ganska viktiga eller mycket viktiga. Efterföljande stycke upprepade föregående 33 påståenden men ställda på så vis att deltagarna fick gradera dem utifrån sin upplevelse under den verksamhetsförlagda utbildningen på Region Skåne. I det senare stycket graderade studenterna sin upplevelse med stämmer inte alls, stämmer till viss del, stämmer till stor del, stämmer helt och hållet. Varje påstående tillhörde en mer omfattande kategori; fem påståenden berörde sociala relationer, nio syftade till utveckling och stimulans i arbetet, tre avsåg lön, sju avsåg arbetsmiljö och sex gällde ledaren och ledningen på arbetsplatsen. De tre sista av de 33 påståenden handlade om vikten av arbetsgivarens varumärke. Studenterna hade avslutningsvis möjligheten att fylla i en öppen fråga om de ansåg att det fanns ytterligare egenskaper som bidrog till skapandet av en attraktiv arbetsgivare och hur de bedömde att Region Skåne uppfyllde denna egenskap.

Vi har använt SPSS för dataanalys i vilken vi har kodat samtliga "stämmer inte alls/inte alls viktigt" som 1:or, "stämmer till viss del/lite viktigt" som 2:or, "stämmer till stor del/ganska viktigt" som 3:or, "stämmer helt och hållet/mycket viktigt" som 4:or och "vet inte" som 0:or.

## **Procedur**

Kontakt togs med administratörer på Malmö högskola, Lunds universitet och Kristianstad högskola med varierande framgång. Forskningsenkäten, med informations- och samtyckesblankett som försättsblad, utformades som pappersenkät såväl som webbenkät med hjälp av Google Forms. Webbenkäten delades i facebookgrupper för sjuksköterskestudenter på högskolan i Kristianstad, Lunds universitet och Malmö högskola. Via Kristianstad högskola fick vi även maila ut enkäten till 274 studenter som gick i terminerna 2, 4 och 6. Utöver detta delades 31 pappersenkäter ut under en föreläsning för sjuksköterskestudenter som gick sin femte termin på programmet på Lunds universitet.

## **Intervju**

En intervju utfördes med Malin Ferbas som jobbar med varumärket för Region Skåne där hon fick besvara frågor angående hur de på regionen jobbar med employer branding och hur de ser på sjuksköterskornas situation.

## **Etik**

I enkätstudien tillämpades de etiska riktlinjerna. Detta genom att det togs hänsyn till deltagarnas privatliv, välfärd och värdighet då studien och enkäten inte innehöll några inslag som utsatte deltagarna för stress, obehag eller rädsla. Dessa potentiella känslor hos deltagarna är något som forskare bör vara särskilt uppmärksamma på enligt Svartdal (2001). Frågorna var ställda på ett generellt sätt och rörde aldrig någon specifik person. Respondenterna behövde inte ange någon information som kan uppfattas som känslig och var anonyma.

Enkäterna fylldes i under informerat samtycke. Den första sidan av enkäten beskrev studiens syfte och metod. Därutöver gavs skriftlig information om frivilligt deltagande, att ingen information kunde härledas till enskild person och rätten att när som helst avbryta sin medverkan i studien utan förklaring. Informationen som delgavs i enkätens informations- och samtyckesdel tillhör forskarens etiska ansvar (Svartdal, 2001).

## Resultat

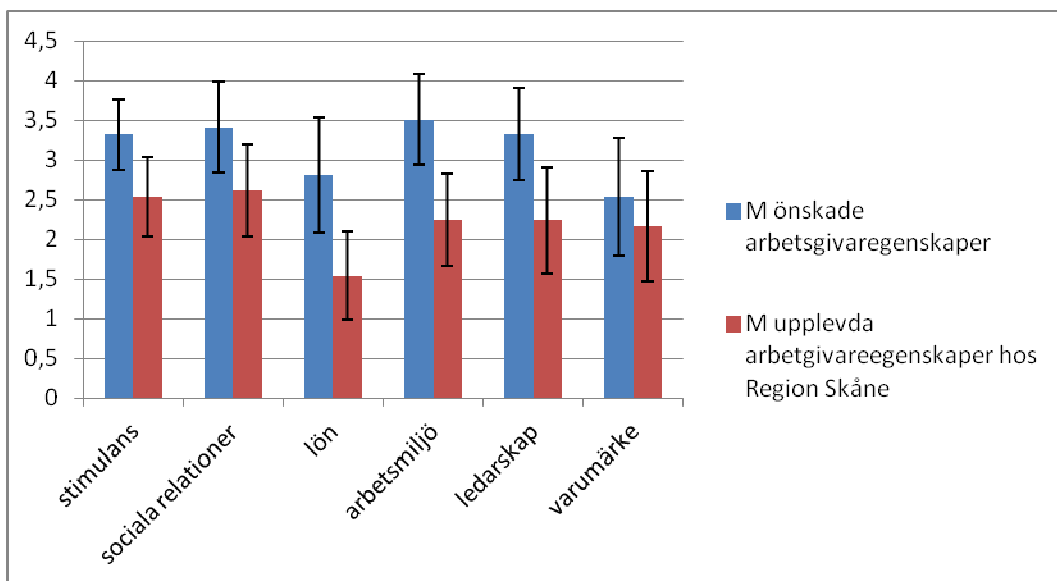
### Extremvärden

Vi sökte igenom samtliga frågor inom indexen för att se om det var någon fråga som hade ett extremt värde gentemot de andra och därmed kunnat ge indexen missvisande medelvärden. De visade alla på jämna värden och inga frågor med utstickande värden hittades.

När vi såg över normalfördelningen bland respondenterna inom indexen, fann vi ett fåtal outliers inom önskad arbetsmiljö, önskad stimulans och upplevd lön. Vi såg det som en naturlig avvikelse i distributionen då samtliga ovanstående index hade en extrem skewness.

### Fördelningsstatistik och signifikanta skillnader mellan index.

Vi inledde dataanalysen med att aggregera datan så att 60 frågor blev tolv index varav sex index syftade till vad sjuksköterskestudenterna ansåg vara en attraktiv arbetsgivare och sex index syftade till deras upplevelse av Region Skåne. För de respektive sex indexen undersökte vi inledningsvis normalfördelningen, kurtosis och skewness, samt tog fram deskriptiv data för medelvärden och standardavvikelse. Majoriteten av studiens index var inte normalfördelade och eftersom ANOVA är sagt att vara ett robust test använde vi oss därav i för jämförelsen inom indexen för ”vad sjuksköterskestudenterna anser vara en attraktiv arbetsgivare” respektive indexen för ”hur de upplever Region Skåne”.



Figur 2. Jämförelse av medelvärden för index av önskad egenskap hos en attraktiv arbetsgivare respektive upplevd egenskap hos Region Skåne (+SD)



**Önskade arbetsgivaregenskaper.** För att undersöka om det fanns signifikanta skillnader mellan medelvärden på samtliga index för ”önskade egenskaper hos en attraktiv arbetsgivare” utfördes en repeated measures ANOVA. Resultatet visade på en signifikant skillnad,  $F(5, 320) = 65,41$ ,  $p < 0.001$ . För att därefter ta reda på vilka index som skilde sig signifikant gjordes en Pairwise comparison ANOVA test som påvisade att såväl index lön ( $M=2.70$ ,  $SD=0.72$ ) som varumärke ( $M=2.36$ ,  $SD=0.74$ ) påvisade en signifikant skillnad från samtliga resterande index med ett p-värde på minst 0.02. Index arbetsmiljö ( $M=3.46$ ,  $SD=0.60$ ) visade, utöver mot lön och varumärke, även en signifikant  $p < 0.001$  skillnad från index ledarskap ( $M=3.26$ ,  $SD=0.66$ ) och en icke-signifikant  $p < 0.053$  skillnad från stimulans och utveckling ( $M= 3.28$ ,  $SD=0.47$ ).

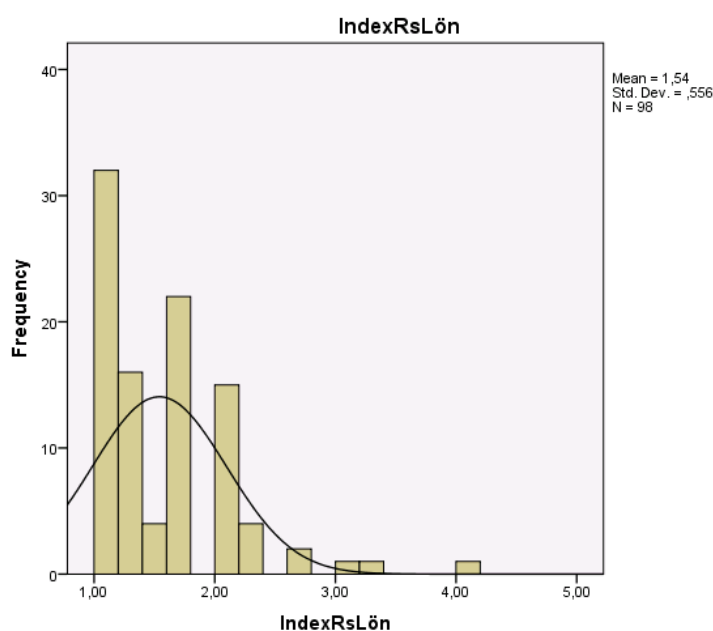
Skillnader i df-värden för önskade egenskaper hos en attraktiv arbetsgivare och upplevda arbetsgivaregenskaper beror på den ovan diskuterade skillnaden i enkäten.

**Upplevda arbetsgivaregenskaper hos Region Skåne.** På samma vis som ovan genomfördes ett repeated measures ANOVA för indexen inom ”upplevda egenskaper hos Region Skåne”, även här med signifikanta  $F(5,440) = 65,31$   $p < 0.001$  skillnader. På samtliga index utfördes därefter en pairwise comparison ANOVA test som påvisade att index lön ( $M=1.53$ ,  $SD=0.55$ ) skilde sig signifikant  $p < 0.001$  gentemot samtliga resterande index. Index stimulans och utveckling ( $M=2.50$ ,  $SD=0.50$ ) respektive sociala relationer ( $M=2.60$ ,  $SD=0.59$ ) skilde sig signifikant  $p < 0.000$  från samtliga index, förutom från varandra. Index arbetsmiljö ( $M=2.24$ ,  $SD=0.60$ ), ledarskap ( $M=2.17$ ,  $SD=0.63$ ) och varumärke ( $M=2.15$ ,  $SD=0.68$ ) skiljer sig inte signifikant från varandra men från index lön, index stimulans och utveckling samt index sociala relationer skiljer de sig signifikant  $p < 0.001$ .

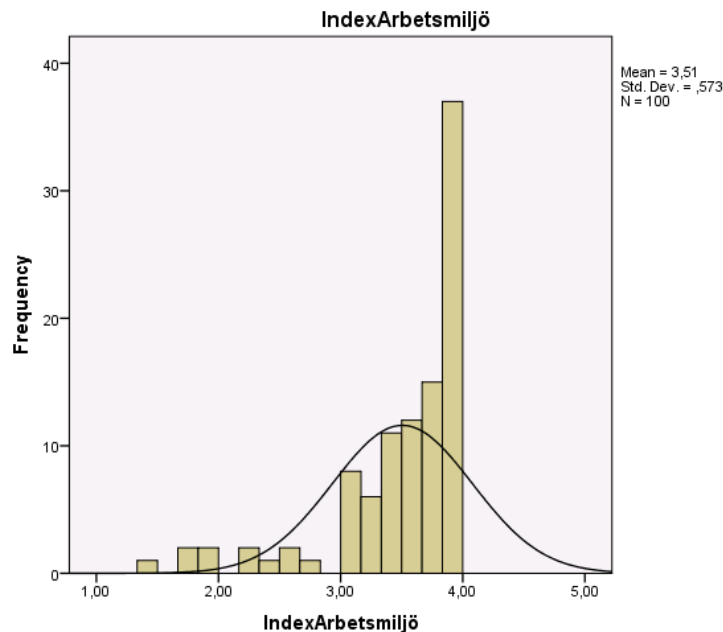
**Differenser.** För att avgöra inom vilken kategori skillnaden var störst mellan vad sjuksköterskestudenterna önskade av en attraktiv arbetsgivare och hur de upplevde Region Skåne som arbetsgivare jämförde vi differensen av deras medelvärden. För att testa signifikansen utfördes ett Wilcoxon signed rank test. Resultatet som presenteras nedan visade på en signifikant skillnad mellan samtliga kategorier förutom varumärkeskategorin. Den största differensen återfanns under arbetsmiljö och lön som hade samma differens. Den önskade lönen ( $Md=3,00$ ) var högre än den på Region Skåne upplevda lönen ( $Md=1,50$ ,  $z = -8,103$ ,  $p < .000$ ,  $r = .58$ ). Även den önskade arbetsmiljön hade ett högre värde ( $Md=3,71$ ) än den på Region Skåne upplevda ( $Md=2,14$ ,  $z = -8,341$ ,  $p < .000$ ,  $r = .59$ ). Ledarskapet hade den tredje största differensen. Från det önskade ( $Md=3,50$ ) skedde en minskning till det på Region

Skåne upplevda ( $Md=2,17$ ,  $z= -7,872$ ,  $p < .000$ ,  $r =.57$ ). Därefter följde sociala relationer och stimulans/utveckling med samma differens. Värdet för önskade sociala relationer ( $Md=3,45$ ) var högre än de på Region Skåne upplevda ( $Md=2,6$ ,  $z= -8,089$ ,  $p < .000$ ,  $r =.57$ ). För stimulans/utveckling minskade värdet från önskad ( $Md=3,4$ ) till på Region Skåne upplevd ( $Md=2,5$ ,  $z= -8,054$ ,  $p < .000$ ,  $r =.57$ ). Lägst differens hade Varumärke. För varumärke sjönk värdet från önskad ( $Md=2,33$ ) till på Region Skåne upplevd ( $Md=2,00$ ,  $z= -1,181$ ,  $p < .238$ ,  $r =.11$ ).

Distributionen inom indexen varierade också. En del var normalfördelade medan andra hade en stark skewness. Det index i vilket absolut störst skewness presenterades var hur lönen på Region Skåne upplevdes. I figur 3. nedan syns att den stora massan ligger placerad långt till vänster på skalan. Även indexet för vikten av arbetsmiljö hos en attraktiv arbetsgivare var starkt snedfördelat långt till höger på skalan. 25 % av sjuksköterskestudenter svarade på samtliga frågor i arbetsmiljöindexet att det är “mycket viktigt” och så många som 80 % av alla respondenter svarade “ganska viktigt” eller “mycket viktigt” på samtliga frågor inom arbetsmiljöindex. Detta visar på att arbetsmiljö anses vara en viktig faktor för ett attraktivt arbete (se figur 4 och bilga 3).



Figur 3. Fördelning inom index upplevd lön hos Region Skåne



Figur 4. Fördelning av inom index önskad arbetsmiljö hos attraktiv arbetsgivare.

## Öppna frågor

På den öppna frågan, om det fanns något annat än det vi frågat om som bidrog till en attraktiv arbetsplats, var svaren väldigt spridda. Ledarskapet var den kategori som togs upp mest frekvent. Det som eftertraktades var en ledare som lyssnade, var uppmärksam, kommunicerade väl och visade respekt. Utöver ledarskapet blev även en låg lönenivå frekvent omnämnd. På frågan om Region Skåne levde upp till det de tog upp på den öppna frågan var det klart övervägande negativa svar. Några enstaka var dock positiva till Region Skåne och tyckte att de levde upp till attraktiva arbetsgivaregenskaper.

## Intervju med Malin Ferbas, Region Skåne

För att presentera en balanserad framställning av Region Skåne som arbetsplats har vi även intervjuat Malin Ferbas, drivande i Region Skånes varumärkesarbete med att attrahera fler sjuksköterskor och förbättrandet av arbetsvillkor.

Marknadsföringen mot sjuksköterskor och studenter sker både på förvaltningsnivå och koncernnivå. De tre stora förvaltningarna Kryh (Kristianstad, Ystad och Hässleholm), SUS (Malmö och Lund) och Sunds (Helsingborg, Landskrona och Trelleborg) jobbar riktat mot egna geografiska områden medan koncernen där Malin jobbar arbetar med den övergripande administrationen för att skapa en samsyn på marknadsföringen. Förvaltningarna arbetar ganska intensivt med att finnas tillgängliga på arbetsmarknadsdagar, där medarbetare både

från förvaltnings- och koncernnivå finns representerade. Att det är medarbetare från respektive förvaltning som deltar i arbetsmarknadsdagar beror på att de känns närmare och lättare att relatera till än anställda på koncernnivå. Av en fokusgrupp som de arbetade med i höstas framkom att sjuksköterskor är mer intresserade av information om ett specifikt sjukhus, avdelning eller den tekniska utrustningen än av generell information om Region Skåne i stort. Den enda övergripande faktorn som var av större betydelse var att ha en känsla av trygghet, anställningstrygghet, som kommer av att arbeta i en stor organisation.

Region Skåne har inlett ett arbete med en pilotannons på facebook med ett nytt upplägg där annonsen som tidigare inletts med en övergripande beskrivning av Region Skåne, nu börjar med att den rekryterande avdelningen på ett personligare plan beskriver sin verksamhet och hur en dag på avdelningen kan se ut. Nytt för pilotannonsen är också att den visar en bild på enhetschefen eller några medarbetare.

Det är relativt vanligt att studenter anställs på den avdelning där de haft en av sina sista praktiktillfällen. Många chefer ser då sin chans att marknadsföra arbetsplatsen och om studenterna haft en bra kontakt med chefen samt en positiv bild av ledarskapet och kollegorna stannar det ofta kvar. Malin ger ett exempel på en tjej från fokusgruppen som hade läst vid ett lärosäte längre upp i landet. När hon tagit examen sökte hon sig tillbaka till Skåne och gick på några anställningsintervjuer där hon fastnade för KAVA (Kirurgisk akutvårdsavdelning). Vanligtvis har KAVA svårt att rekrytera personal, men tjejen tackade ja till jobbet där trots att hon inledningsvis inte hade tänkt tacka ja till det. Anledningen var att chefen var så klockren och hade sagt rätt saker så att hon därför kände för att ge jobbet på KAVA en chans.

Det som var tydligt bland de yngre sjuksköterskorna som var med i fokusgruppen var att samtliga var aktiva på facebook och ett flertal var även aktiva i grupper som "rädda universitetssjukhuset i Lund" och "inte under 27 000", vilket de äldre inte var i samma utsträckning.

Region Skåne har många satsningar som erbjuder möjlighet till vidareutveckling, exempelvis utbildningstjänster där man jobbar 50 % och specialistutbildar sig på 50 % med bibehållen lön. Till dessa utbildningstjänster hör särskilda prioriterade specialistutbildningar inom vilka det finns brist på yrkesverksamma. Specialistutbildningen leder sedan till ett påslag på den ordinarie lönen. Malin tror att de tyvärr inte har lyckats kommunicera möjligheten till utbildningstjänster på det sätt de hade önskat och tror att många fortfarande inte känner till utbildningstjänsterna. Det är annars ett budskap som studenter troligen skulle kunna lockas av: "börja hos oss, så får du specialisera dig".

Även satsningar på förstärkta introduktions- och mentorsprogram görs för sjuksköterskor, men inte heller dem tror Malin har nått ut till sjuksköterskor och studenter på det vis som de hade önskat. Hon känner att kommunikationsprocessen och kommunikationskanalerna är något som kan förbättras ytterligare i framtiden. Förbättringarna skulle bland annat kunna göras i rekryteringsprocessen genom att synas mer i sociala medier. Som en del i det ökade synliggörandet har det gjorts satsningar med en attraktivare utformning av annonser som bygger på storytelling av exempelvis en framtida kollega som berättar om arbetet på avdelningen med bild och text.

Det finns mycket negativ uppmärksamhet kring Region Skåne i media och Malin berättar att de är väl medvetna om att vissa arbetsplatser är jättetuffa och att det inte är något som ska förnekas. Däremot hade de velat balansera nyheterna och även få uppmärksamhet från medier för positiva nyheter som utbildningstjänsterna. Positiva nyheter får de istället själva förmedla genom den media de har tillgång till så som Facebook, LinkedIn och tidningen Leva i Skåne. Bilden av Region Skåne är inte helt entydig. Exempelvis berättar Malin att sjuksköterskor i Danmark berättat att de hade en positiv syn på arbetsförhållandena inom Region Skåne som de ansåg vara betydligt bättre än de egna arbetsvillkoren inom vården i Köpenhamn.

Arbetsmiljön kan variera mycket mellan de olika avdelningarna och en stor del av hur en arbetsplats och arbetsmiljön kan uppfattas har att göra med ledarskapet. Ledarskapet är grunden till många andra bitar som måste falla på plats så som inflytande och delaktighet.

Just lönefrågan har fått en mängd uppmärksamhet i media vilket de har försökt tillmötesgå genom att höja ingångslöner samt lägga extra påslag på lönen för personal på extra vårdtunga avdelningar som har svårare att rekrytera. Det finns så många sjuksköterskor inom Region Skåne och det är en svår balansgång, inte minst med hänsyn till andra yrkesgrupper som undersköterskor som arbetar på samma vårdtunga avdelningar. Försök görs för att möta dem i lönefrågan men de vill även att arbetsmiljön och andra arbetsvillkor ska täckas in samt inte konkurrera för mycket landsting emellan.

Något ytterligare som de har börjat fundera på är arbetsfördelningen på sjuksköterskor, eftersom bristen inte kommer kunna gå att utbilda bort. Det behovet av sjuksköterskor som vi har och kommer inte ens gå att täcka om vi skulle rekrytera alla sjuksköterskor som utbildar sig i hela Sverige. De jobbar också med något som kallas taskshifting vilket innebär att lägga fler av sjuksköterskornas arbetsuppgifter på undersköterskorna vilket låter sjuksköterskorna arbeta med mer kvalificerade uppgifter. Uppgifter som de är utbildade till att utföra.

Viktiga faktorer på attraktiv arbetsplats. Malin berättar att hon tror att det är en kombination av många faktorer som är viktigt för att arbetsplatsen ska vara attraktiv för en sjuksköterska. Lönen är självfallet viktigt, det trycks på från många håll, såväl från facken som av dem själva, vilket är mycket förståeligt eftersom det är dyrt att leva. Även arbetsmiljö och det kollegiala uppfattas som viktigt. Sjuksköterskor bryr sig mycket om sina kollegor och vill inte lämna dem i sticket. En sjuksköterska i fokusgruppen berättade att hon bara var sjukfrånvarande om hon absolut måste eftersom hon vet hur hennes kollegor har det om hon inte dyker upp. Malin berättar även att hon tror att det är mycket viktigt att bli sedd och uppskattad på sin avdelning, det är därför många sjuksköterskor har valt yrket för att de vill göra nytta och göra skillnad och behöver då även få bekräftelse för det. Detta tror hon är viktigt för att stanna kvar och inte söka sig vidare (Malin Ferbas, intervju, 28 april 2015).

## Diskussion

### Resultatdiskussion

Här nedan avser vi inledningsvis diskutera resultaten av vad sjuksköterskestudenter anser vara en attraktiv arbetsgivare i ljuset av tidigare forskning och teorier. Därefter följer en diskussion om sjuksköterskornas upplevelse av Region Skåne och Region Skånes employer branding-arbete.

**Attraktiva arbetsgivaregenskaper för sjuksköterskestudenter.** I vår studie är vi intresserade av att undersöka vilka egenskaper sjuksköterskestudenterna tyckte var viktigast och vilka som inte hade en lika stor betydelse för att arbetsgivaren skulle anses som attraktiv och se hur det stämde överens med tidigare forskning.

**Arbetsmiljö.** Detta index gavs störst värde hos en attraktiv arbetsgivare. Precis som Åteg et al (2004) beskriver är arbetstakten av stor betydelse även hos sjuksköterskestudenter vilket innefattar att de anser att det är mycket viktigt att de har tillräckligt med tid för att utföra sina arbetsuppgifter, att det finns tid för reflektion och återhämtning samt att det finns en bra balans mellan arbets- och privatliv. I värdesättningen av balans mellan privat- och arbetsliv får sjuksköterskestudenterna medhåll av såväl Landy och Conte (2010) som Parment (2009) som menar att en allt för stark konflikt mellan arbets- och privatliv kan bidra till ohälsa och att organisationen måste balansera de anställdas driftighet med återhämtning. Cowin och Duchscher (2009) beskriver att generation y liksom föregående generation söker balans

mellan privat- och arbetsliv. Det ska således inte finnas några nämnvärda skillnader mellan studenterna och redan färdigutbildade sjuksköterskor .

**Sociala relationer.** Den kategori som är näst viktigast för att sjuksköterskestudenterna ska anse arbetsplatsen vara attraktiv är de sociala relationerna. Fördelningen hade en skewness till höger, vilket innebär att många hade svarat att sociala relationer är mycket viktigt och sedan dalar det med färre respondenter som anser att sociala relationer är såväl ganska viktigt som lite viktigt. I sociala relationer-indexet ingår aspekter som att bli respekterad i sin yrkesroll, känna sig uppskattad av- och finna stöd hos kollegor samt ha en god social gemenskap. Aspekterna stämmer väl överens med Åteg et als. (2004) modell som under dimensionen attraktiva arbetsförhållanden framhäver just betydelsen av det sociala samspelet och samarbetet samt hur viktigt det är med stöd och empati på arbetsplatsen för att de anställda ska trivas. Därutöver omnämns även god humor och att känna laganda på arbetsplatsen som påverkande faktorer. Även Dyhre och Parmet (2009) och Alfredsson och Lissola (2014) styrker att respekt, förtroende, ärlighet, öppenhet och humor kollegor emellan stärker relationerna och lägger grunden för en god företagskultur hos en attraktiv arbetsgivare. Cowin och Duchschen (2009) menar att sociala relationer på arbetsplatsen anses vara särskilt viktiga för generation y, i vilken studenterna ingår, som gärna fokuserar på teamwork och samarbete på arbetet men förväntar sig samtidigt ömsesidigt stöd och tillit tillbaka. Eftersom sjuksköterskestudenterna tillhör generation y skulle deras val av sociala relationer som den näst viktigaste faktorn på ett attraktivt arbete möjligtvis kunna tolkas vara en följd av deras generationstillhörighet.

**Stimulans och utveckling.** Det index som för sjuksköterskestudenter, tillsammans med ledarskap, utgör den tredje viktigaste egenskapen hos en attraktiv arbetsgivare är stimulans och utveckling. Respondenterna svarade mycket enigt i en tydligt normalfördelning om att stimulans och utveckling är en ganska viktig till mycket viktig egenskap hos en attraktiv arbetsgivare. I enlighet med Åteg et al (2004) anser sjuksköterskestudenterna att handlingsfrihet i hur det egna arbetet utförs och organiseras samt inflytande över beslut som rör avdelningen är viktigt. Därtill är de tillsammans med Alfredsson och Lissollas (2014) ense om att ett intressant, lärorikt och utvecklande arbete ökar attraktiviteten samt att det är viktigt att kunna se direkta och konkret resultat av sitt arbete. Möjligheten till att lära sig nya saker är en faktor som respondenterna tyckte var ganska viktigt, något som även understryks av Angelöw (2002) för att öka förståelsen på arbetsplatsen. Både yrkesmässigt och personlighetsmässigt.

**Ledarskap.** Indexet delar tredje- och mittenplatsen med stimulans och utveckling. Respondenterna fördelar sig relativt normalt mellan svaren lite viktigt till mycket viktigt. I konsensus med Alfredsson och Lissollas (2014) anser sjuksköterskestudenterna att det är någorlunda viktigt att chefen stöttar deras utveckling och respekterar dem och deras kompetens samt att chefen stöttar utveckling, visar uppmuntran och belönar god prestation. Därtill är det ganska viktigt för en attraktiv arbetsgivare att ha en god kommunikation mellan ledning och anställda samt att information om vad som är aktuellt i organisationen når de anställda. Ovan påstående stöds av Åteget et al (2004).

**Lön.** Lön var det index som var av näst minst värde för sjuksköterskestudenterna, vilket stämmer mycket väl överens med Alfredssons och Lissollas (2014) resultat i studien av sjuksköterskor i den offentliga förvaltningen. Respondenterna är normalfördelade över alla svarsalternativen, ungefär lika många har svarat att lönen inte alls är viktigt för en attraktiv arbetsgivare som att den är mycket viktig. Indexet innefattar påstående om att prestation påverka lön, att ha en hög lön och att få ta del av förmåner. Enligt Åteget et als. modell (2004) är det viktigt att lönen är prestationsrelaterad och ökar succesivt.

I Wilson et als. studie (2008) återfinns skillnader mellan generation y:s nöjdhet med lön och förmåner jämfört med baby boom-generationen. Trots att lönen inte är något som värderas högt jämfört med de andra kategorierna verkar det alltså finnas ett missnöje med den, precis som Wilsons et al.s studie (2008) visade på.

**Varumärke.** Slutligen kan vi möjligen tolka det låga medelvärdet för varumärke som att varumärket inte är den primära aspekten hos organisationen som sjuksköterskestudenterna attraheras av. Respondenterna hade en relativt stark normalfördelning över hela skalan lite viktigt till mycket viktigt. Såväl universum (2001) som Kairos future (2001) menar att arbetstagare söker sig till företag som har ett bra rykte, en välansedd människosyn och moraluppfattning och som påvisar en vilja att skapa en bättre värld. Möjligtvis skulle det kunna vara så att sjuksköterskestudenter redan genom sin utbildning och framtida yrke känner att de gör världen bättre och sålunda inte behöver söka sig till en arbetsgivare som profilerar sig med sådana egenskaper.

## **Differensdiskussion**

Differensen är en viktig del av resultatet då det ger en bra indikation på hur Region Skåne lever upp till kategorierna i förhållande till deras attraktivitet. Lönen exempelvis, anses inte vara särskilt viktigt jämfört med de andra kategorierna då det bara är



varumärkeskategorin som har ett lägre medelvärde. Differensen mellan önskad lön och den upplevda lönen hos Region Skåne är dock, ihop med arbetsmiljö, den högsta. Lönen är uppenbarligen någonting som anses vara långt under den nivå det borde vara och kanske måste prioriteras högt av arbetsgivare trots att den inte är av stor vikt jämfört med mycket annat.

Arbetsmiljödifferensen var som nämnt den samma som lönedifferensen. Detta dock av motsatt anledning. Arbetsmiljön har ett betydligt högre medelvärde än lönen i upplevelsen av Region Skåne och den höga differensen kommer istället av att arbetsmiljön anses vara det viktigaste för att en arbetsplats ska vara attraktiv. Det finns uppenbarligen en klar önskan om förbättring, men samtidigt finns det inte alls samma missnöje med situation på Region Skåne som det finns med lönen.

Ledarskapsdifferensen följde arbetsmiljödifferensen. Ledarskapet hade samma medelvärde som arbetsmiljö i upplevelsen av Region Skåne men ansågs inte vara av samma vikt för skapandet av en attraktiv arbetsplats, varav differensen blev lägre. Stimulans/utveckling och sociala relationer hade båda samma differens. Sociala relationer ansågs vara en något viktigare egenskap för en attraktiv arbetsplats och därmed följer att man överlag var lite mer nöjd med Region Skåne angående det samma.

Varumärke hade lägst differens. Varumärket var det som ansågs minst viktigt för att en arbetsplats ska vara attraktiv och trots att det, utöver lönen, var det Region Skåne fick lägst poäng på hittade vi alltså knappt någon skillnad mot hur viktigt ett starkt varumärke är för attraktiviteten.

## **Intervjudiskussion**

För att samla information om hur Region Skåne jobbade med marknadsföring intervjuade vi Malin Ferbas som arbetar med deras varumärke. Lönen är en intressant fråga för oss i och med att resultatet visade att det var det man var mest missnöjd med. Åtgärder som gjorts av regionen är att höja ingångslönerna och även att ett lönepåslag lagts på vårdtunga avdelningar som har svårare att rekrytera. Något som försvårar bättre lönevillkor är att man inte vill konkurrera för mycket landstingen emellan och att andra yrkesgrupper, exempelvis undersköterskor, kan känna sig förfördelade om löneskillnaderna ökar.

Ett sätt att förbättra arbetsmiljön som Region Skåne jobbar med är taskshifting. Det innebär i det här fallet att undersköterskorna får ta över vissa arbetsuppgifter från sjuksköterskorna så att sjuksköterskorna kan ägna sig mer åt kvalificerade uppgifter som de är

utbildade till. Detta skulle göra arbetet mer givande och intressant och troligen leda till en större känsla av att man är behövd under arbetet. Det är dessutom något som antagligen hade gjort arbetet mer utvecklande och stimulerande.

Ledarskap är något man verkar ha lagt stor vikt vid i marknadsföringen för regionen. De har bland annat jobbat fram en ny annons där avdelningen som rekryterar beskriver sin avdelning på ett personligare plan och hur en dag inom verksamheten kan se ut. Annonsen kommer även visa en bild på enhetschefen. Det är tydligt att man här vill förmedla en personlig bild av arbetet på avdelningen med ett fokus arbetsmiljö och ledarskap. Baserat på våra resultat, där arbetsmiljö är viktigast och ledarskap tredje viktigast för en attraktiv arbetsplats är det troligtvis ett bra sätt att marknadsföra sig på. Arbetsmiljöförhållanden som var framstående i vår studie och som det möjligtvis kan det läggas mer vikt vid är tillräckligt med tid för att utföra sina arbetsuppgifter, tid för återhämtning samt balans mellan privat- och arbetsliv.

Sociala relationer visade sig väldigt viktigt för en attraktiv arbetsplats i våra resultat. Malin pratar bland annat om att det är vanligt att studenter anställs på den avdelning de har haft sin praktik. Detta tack vare att de haft en god kontakt med sin chef och sina kolleger, om så har varit fallet. De har även jobbat mer med storytelling när de utformar annonser. En potentiellt blivande kollega berättar med hjälp av bild och text om arbetet på avdelningen. Detta kan vara ett bra sätt att förmedla en positiv bild av en avdelning och ge en god bild av människorna som arbetar där.

Utöver taskshiftingen som skulle kunna göra arbetet mer stimulerande och utvecklande erbjuder även Region Skåne utbildningstjänster, vilket innebär att sjuksköterskan jobbar 50% och studerar 50% med bibehållen lön. Dessa utbildningstjänster innefattar särskilt prioriterade specialistutbildningar där det finns en brist på yrkesverksamma. Specialistutbildningen kommer sedan leda till ett lönepåslag på den ordinarie lönen.

Det är tydligt att Regionen jobbar med sin marknadsföring. Malin nämner flera gånger att de nog inte når ut med information om bland annat specialistutbildningar och mentorsprogram på det sätt de önskar. Som en lösning på detta nämner hon de ovan nämnda exemplen på nya annonser men även att de försöker synas mer i sociala medier där väldigt många unga är aktiv. Att det läggs fokus på mer personliga annonser och storytelling istället för en mer övergripande bild av Region Skåne är i ljuset av våra resultat något positivt då varumärke inte har lika stor betydelse för sjuksköterskestudenterna som många andra faktorer.

Att lägga över fokus på arbetsmiljö, relationer och ledarskap känns som ett bra steg för att attrahera blivande sjuksköterskor.

### **Källkritik**

Ett problem med studierna om generation y är att det inte finns en tydlig definition på vad det är. Cowin och Duchschers studie (2004) definierar generation y som människor födda 1980 - 2000 medan Wilson et al. (2008) räknar det som människor födda 1975 och framåt. Doane (2009) i sin tur hävdar att det ofta räknas från 1985 och framåt. Det finns alltså ingen konsensus om när generation y faktiskt börjar men det är den senaste generationen som har undersöks inom vårt område och därmed den mest relevanta då nästan alla deltagare i vår studie var födda på 90-talet.

I Hedegren och Tornells studie (2014) jämfördes mäns och kvinnors syn på en attraktiv arbetsplats. Då sjuksköterskebranschen är kvinnodominerad och en väldigt stor del av våra respondenter var kvinnor valde vi att jämföra våra resultat med resultatet av kvinnornas syn i den studien. Vi har dock inte själva jämfört kvinnor med män i vår studie och några av respondenter var män.

Ett generellt problem med urvalet av studier var att hitta studier som var relevanta för vår specifika grupp, sjuksköterskestudenter. Ett exempel på det är Åtege et als (2004). Studie som baseras på om attraktiva arbetsförhållanden för en annan sektor än sjukvårdssektorn. Hedegren och Tornells studie (2014) behandlar studenter vid samhällsvetenskapliga fakulteten och så vidare. Vår tanke bakom urvalet av tidigare forskning var att få med alla faktorer vår studie innefattar, även om studierna i sig inte specifikt handlar om just sjuksköterskestudenter. Förhoppningen var att den tidigare forskningen sammantaget skulle ge oss en inblick och en indikation på vad vi kunde förvänta oss för resultat av vår studie. Resultatet stämde ganska bra överrens med vad vi trodde då kategorier som sociala relationer och arbetsmiljö värderades högt samt att lönen på Region Skåne var något man var väldigt missnöjd med.

Studierna som är genomförda på generationsskillnader hos sjuksköterskor är gjorda i Kanada och undersöker dessutom arbetande sjuksköterskor vilket självklart påverkar studiens relevans för oss. De hade dock tillräckligt stora likheter med vad vi ville undersöka för att vi skulle känna att de kunde tillföra något i vår studie. Att sociala relationer värderades högt och hade det näst högsta medelvärdet är rimligt med tanke på generation y:s syn på lagarbete och önskan att jobba nära sina kollegor som Cowin & Duchschers studie (2004) visade på.

## Metoddiskussion

Deskriptiv forskning kan utföras både kvalitativt och kvantitativt. Vi valde kvantitativ eftersom vi ville mäta en större grups åsikter och uppfattning om ett sakförhållande, nämligen vad de uppfattar som en attraktiv arbetsgivare. Precis som Svartdal (2001) ansåg vi att en surveyundersökning skulle vara det mest lämpade verktyget för det.

En risk med i stort sätt alla undersökningar är att respondenter svarar vad de tror att de förväntas att svara istället för sina faktiska åsikter eller beteenden. Det är särskilt aktuellt vid undersökningar av känsligare upplysningar, detta gäller trots att respondenten är anonym. En annan förekommande felkälla som förekom även i våra enkäter är att en del respondenter har en tendens att vara konsekvent eniga med de svar och påståenden som redogörs i enkäten. Då det var många frågor som fick högsta score av respondenterna hade det kunnat vara bra med en större skala eller en blandning av både positiva och negativa frågor. Det hade gett större nyanser i svarsalternativen och därmed kanske fångat skillnader som nu missats.

Eftersom våra frågor är hämtade från tidigare forskning och vid flertalet tillfällen har använts i tidigare studier anser vi att validiteten är hög. Möjligtvis hade validiteten kunnat stärkas ytterligare genom att lägga till fler frågor då indexkategorierna är mycket omfattande. Å andra sidan hade vi då riskerat att få färre respondenter eftersom enkäterna hade tagit längre tid att fylla i.

Positiva aspekter med frågeenkäter är att det går att samla in många svar samtidigt och att de är möjliga att besvara anonymt. De kan dessutom med fördel skickas ut via webben och är billiga att genomföra. Nackdelen med frågeenkäter är att forskaren inte får lika bra kontakt med respondenterna och därmed inte har möjligheten att minska risken för missförstånd och få mer nyanserade och djupgående svar. Ytterligare en nackdel med enkätundersökningar är att svarsfrekvensen är relativt låg (Svartdal, 2001). Vi anser att vår svarsfrekvens med 25 % på webbenkäten och 100% på pappersenkäten har varit fördelaktiga förhållanden och anser att de totalt 101 inkomna och bearbetade enkäterna är ett tillräckligt stort urval för att utföra studien på ett korrekt sätt. Självklart hade ett ännu större urval varit gynnsamt då det möjligen hade bidragit till en tydligare normalfördelning i datan.

Trots att datan inte är normalfördelad har vi valt att använda oss av ANOVA för att mäta skillnaderna inom kategorierna ”önskad arbetsgivaregenskap hos attraktiv arbetsgivare” och ”upplevda arbetsgivaregenskaper hos Region Skåne” eftersom det är ett robust test. För att vara helt säkra utförde vi även icke-parametriska test, Wilcoxon signed ranked test, för datan som påvisade samma resultat som ANOVAN.



## **Felkällor**

Vid utdelning av våra pappersenkäter hade vi gjort en förväxling och skrivit ut ett tidigare utkast av enkäten inte innehöll svarsalternativet “vet ej” och saknade fem frågor. De två första frågorna som saknades gällde ”hur viktigt det är att lära sig nya saker i arbetet”, både för en arbetsplats attraktivitet och hur egenskapen upplevs i Region Skåne. De tre övriga frågorna som saknades gällde varumärket och hur viktiga de var för en arbetsplats att uppfattas som attraktiv. Vi hade tidigare diskuterat huruvida enkäten skulle innefatta en kategori för varumärke eller om vi bara skulle ha frågor rörande respondenternas syn på Region Skånes varumärke och valde slutligen det förstnämnda. Angående avsaknaden av “vet ej” som svarsalternativ är vi inte oroliga för att det påverkar resultatet nämnvärt. Två av webbenkätresponder svarade “vet ej” frekvent men de är inte representativa för hur urvalet överlag har svarat. Bland i stort sätt alla respondenter har svarsalternativet “vet ej” använts ytterst sparsamt.

Eventuella problem med olikheter hos enkäterna samt eventuella skillnader till följd av utdelade pappersenkäter respektive webbenkäter kontrollerades genom ett t-test för icke-parametrisk data (Mann-whitney-test) mellan de två för de sex indexen. Den enda variabeln som vi fann en signifikant skillnad för mellan pappers- och internetenkäten var lön. Det var relativt många, sett till hur sällan “vet ej” användes som svar som hade svarat “vet ej” under just löneindexet. Detta skulle kunna vara en anledning till skillnaden som hittades, då de som svarat på pappersenkäten inte fått denna möjlighet. Skillnaderna kan också bero på en naturlig variation.

## **Framtida forskning**

Som förslag för framtida forskning hade man kan kunnat göra studier med större fokus på employer branding och arbetsgivarens perspektiv. Vi har lagt störst fokus på de blivande arbetstagarna och deras syn på en attraktiv arbetsplats men en mer omfattande studie om hur arbetsgivaren tänker när de attraherar arbetskraft hade varit ett intressant komplement. Det hade även varit intressant med en uppföljningsstudie för att se om synen på en attraktiv arbetsplats förändras med arbetslivserfarenhet. Det verkar vara väldigt stor skillnad på de olika avdelningarna på sjukhusen vilket också hade kunnat vara spännande att undersöka. Finns det någon avdelning där sköterskorna är mer tillfreds med arbetssituationen än på andra avdelningar och går detta igen på flera sjukhus eller är det lokala skillnader som kan bero på avdelningschef och kollegor?

## Referenser

- Alfredsson, L. & Lissollas, L. (2014). *Attrahera och behålla sjuksköterskor i en offentlig verksamhet* (C-uppsats). Högskolan Dalarna, Personal- och Arbetsliv. Hämtad från: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:735638/FULLTEXT02.pdf>
- Angelöw B (2002): *Friskare arbetsplatser – Att utveckla en attraktiv, hälsosam och välfungerande arbetsplats*. Lund: Studentlitteratur.
- Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L. (2005). Captivating Company Dimensions of Attractiveness in Employer Branding. *International Journal of Advertising*, 24 (2), 151-172. Hämtad från: <https://han08hrm.files.wordpress.com/2010/02/week1-berthon.pdf>
- Axelsson, Å., & Granstig, A. (2004). *Employer branding-ett gränsöverskridande varumärkesarbete*. (D-uppsats). Linköpings universitet. Ekonomiska fakulteten.
- Biswas, M., & Suar, D. (2013). Which Employees' Values Matter Most in the Creation of Employer Branding? *Journal of development and competitiveness*, 7 (1), 93-102. Hämtad från: [http://www.na-businesspress.com/JMDC/BiswasM\\_Web7\\_1\\_.pdf](http://www.na-businesspress.com/JMDC/BiswasM_Web7_1_.pdf)
- Cowin, L., & Duchscher, J.E.B. (2004). Multigenerational Nurses in the Workplace. *The Journal of Nursing Administration*, 34(11), 493-501. Hämtad från: <http://www.ovid.com.ludwig.lub.lu.se/site/index.jsp>
- Doane, G. (2009). *Evaluating Effectiveness of Employee Attraction Strategie*. The Honors Program Senior Capstone Project Hämtad från: [http://digitalcommons.bryant.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=honors\\_management](http://digitalcommons.bryant.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=honors_management)
- Dyhre A & Parment A (2009): *Sustainable Employer Branding*. Malmö: Elanders
- Hedegren, K. & Tornell, A. (2014). *Vad lockar studenter till arbetsplatser? – en studie om arbetsmotivation och egenskaper hos en framtida attraktiv arbetsplats*. (C-uppsats). Lunds universitet, Institutionen för psykologi. Hämtad från <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=4938796&fileId=4938798>
- Parment A (2008): *Generation Y-Framtidens konsumenter och medarbetarna gör. Entré*. Malmö: Liber
- Patel, R. & Davidson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder: att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. (3., [uppdaterade] uppl.) Lund: Studentlitteratur
- Salonen, T., & Willman, A. (2015, Februari 6). Överbeläggningar är vårdens moment 22. *Dagens samhälle*. Hämtad från [www.dagensamhalle.se](http://www.dagensamhalle.se)

- Socialstyrelsen (2015) *Ökat behov av sjuksköterskor och specialistläkare*. Hämtad Maj 7, 2015 från <http://www.socialstyrelsen.se/nyheter/2015februari/okatbehovavsjukskoterskorochspecialistlakare>
- Sundell, A. (2012). *Hur attraktiv är arbetsplatsen? Ett mätverktyg för arbetsgivarvarumärke* (C-uppsats). Karlstad universitet, Handelshögskolan. Hämtad från: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:568023/FULLTEXT02>
- Svardal, F. (2001). *Psykologins forskningsmetoder - en introduktion*. Stockholm: Liber.
- TT. (2015, April 18). Brist på sjuksköterskor hotar vården. *Svenska Dagbladet*. Hämtat från [www.svd.se](http://www.svd.se)
- Wilson, B., Squires, M., Widger, K., Cranley, L., & Tourangeau, A. (2008). Job satisfaction among a multigenerational nursing workforce. *Journal of Nursing Management*, 16, 716-723. doi: 10.1111/j.1365-2834.2008.00874.x
- Åteg, M., Hedlund, A., & Ponten, B. (2004) Attraktivt arbete. Från anställdas uttalande till skapandet av en modell. Arbetslivsinstitutet. Hämtad från: [http://www.du.se/PageFiles/8847/aio2004\\_01.pdf](http://www.du.se/PageFiles/8847/aio2004_01.pdf)



# Vad är en attraktiv arbetsgivare för dig som sjuksköterskestudent?

Hej!

Vi är två studenter på Beteendevetarprogrammet/ Personal- och arbetslivsprogrammet på Lunds universitet. Syftet med vår studie är att undersöka vad du som sjuksköterskestudent tycker är en attraktiv arbetsgivare och vilka egenskaper du söker hos en potentiell framtida arbetsgivare. Vi vill också undersöka hur du upplever Region Skåne som arbetsgivare för att identifiera regionens förbättringsområden.

Studien genomförs med kvantitativ metod i form av en enkätundersökning i vilken du får besvara frågor om dina åsikter och upplevelser. Resultatet presenteras i en kandidatuppsats inom ämnesområdet psykologi. Studien beräknas vara klar i juni 2015 och självklart får du som är intresserad ta del av resultatet genom att mejla oss.

Undersökningen är frivillig och anonym, vilket innebär att ingen information kan härledas till enskild person. Svaren behandlas konfidentiellt och ingen obehörig kan ta del av materialet. Du har möjlighet att avbryta din medverkan precis när som helst utan förklaring. Enkäten tar ca 10 minuter att svara på. Din inlämning av enkäten tolkas som ett medgivande att delta i studien.

Dina åsikter är mycket värdefulla och vi är enormt tacksamma för din medverkan!

Vänliga Hälsningar

Nina Hedgren Björn Molin

[nina.hedgren.647@student.lu.se](mailto:nina.hedgren.647@student.lu.se) [bjorn.molin.982@student.lu.se](mailto:bjorn.molin.982@student.lu.se)

\* Required

## Bakgrundsinformation

1. Vilken termin studerar du? \*
2. Födelseår? \*
3. Kön? \*

Check all that apply.

- Kvinna
- Man
- Annat

4. Har du haft verksamhetsförlagd utbildning på Region Skåne? \*

Check all that apply.

- Ja
- Nej

## Tänk på din potentiella framtida arbetsgivare

Hur stämmer nedanstående påståenden överens med vad som är viktigt för dig på en arbetsplats och vad som gör den attraktiv

5. Dina arbetskamrater respekterar dig i din yrkesroll \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

6. Du kan bestämma hur ditt eget arbete skall utföras \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

7. Du har en hög lön \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

8. Du har tillräckligt med tid för att utföra dina arbetsuppgifter \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

9. Din närmaste chef stöttar din utveckling \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

10. Du har i ditt arbete inflytande över beslut som rör verksamheten på din avdelning \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls

- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

11. Du känner lojalitet gentemot din arbetsgivare \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

12. Ditt arbete är utvecklande \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

13. Du känner att din närmaste chef respekterar dig i din yrkesroll \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

14. Du har en bra balans mellan arbetsliv och privatliv \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

15. Ditt arbete är intressant \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet

- vet inte

16. Din arbetsgivare erbjuder en trygg anställning \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

17. Din närmaste chef ger dig den återkoppling som är nödvändig för att du ska veta att du gör ett bra jobb \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

18. Du får som anställd ta del av många förmåner \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

19. Du har i ditt arbete möjlighet att lära dig nya saker \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

20. Din arbetsgivare erbjuder en god arbetsmiljö \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

21. Du har en god social gemenskap med dina arbetskamrater på jobbet \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

22. Du får den internutbildning du känner att du kan behöva \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

23. Goda resultat belönas \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

24. Du har tid för reflektion och återhämtning \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

25. Du har goda karriärmöjligheter \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

26. Du tillåts lösa problem under arbetet \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del

- stämmer helt och hållet
- vet inte

27. Din prestation påverkar din lön \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

28. Din arbetsplats är jämställd \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

29. Kommunikationen mellan den lokala ledningen och de anställda är god \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

30. Du upplever att dina arbetskamrater bryr sig om dig \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

31. Du ser resultatet av ditt arbete \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

32. De anställda får information om vad som sker inom organisationen \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

33. Du känner dig uppskattad av dina kolleger \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

34. Dina arbetsuppgifter är varierande \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

35. Din arbetsplats diskriminerar inte minoriteter \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

36. Att organisationen är framgångsrik \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

37. Att organisationen har ett känt varumärke \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del

- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

38. Att organisationens varumärke uppfattas som positivt \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och hållet
- vet inte

## **Tänk nu på Region Skåne**

Besvara frågorna utifrån hur väl de stämmer överrens med dina upplevelser av regionen (ex. från dina erfarenheter av Vfu:n)

39. Arbetskamrater respekterar varandra i sina yrkesroller \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

40. Man kan bestämma hur ens eget arbete skall utföras \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

41. Sjuksköterskorna har hög lön \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

42. Man har inflytande över beslut som rör verksamheten på ens avdelning \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del



- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

43. Man har tillräckligt med tid för att utföra sina arbetsuppgifter \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

44. Den närmaste chefen stöttar ens utveckling \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

45. Arbetet är utvecklande \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

46. Det går bra att kombinera arbete och privatliv \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

47. En känsla av att den närmaste chefen respekterar en i yrkesrollen \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

48. Man känner lojalitet till arbetsgivaren \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

49. Arbetet är intressant \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

50. Arbetsgivaren erbjuder en trygg anställning \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

51. Anställda får ta del av många förmåner \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

52. Möjligheter till den internutbildning som kan behövas finns \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

53. Arbetsgivaren erbjuder en god arbetsmiljö \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls

- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

54. Ens närmaste chef ger den återkoppling som är nödvändig för att man ska veta att man gör ett bra jobb \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

55. Det finns en god social gemenskap mellan arbetskamrater \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

56. Det finns goda karriärmöjligheter \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

57. Det finns tid för reflektion och återhämtning \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

58. Kommunikationen mellan den lokala ledningen och de anställda är god \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del

- stämmer helt och håller
- vet inte

59. Arbetskamrater bryr sig om varandra \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

60. Anställda tillåts lösa problem under arbetet \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

61. Goda resultat belönas \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

62. Det är en jämställd arbetsplats \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

63. Ens prestation påverkar ens lön \*  
Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

64. De anställda får information om vad som sker inom organisationen \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

65. Man känner sig uppskattad av sina kollegor \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

66. Arbetsuppgifterna är varierande \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

67. Man ser resultat av sitt arbete \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

68. Arbetsplatsen diskriminerar inte minoriteter \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

69. Man har i sitt arbete möjlighet att lära sig nya saker \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del

- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

70. Region Skåne är en framgångsrik organisation \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

71. Region Skåne har ett känt varumärke \*

Check all that apply.

- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

72. Region Skåne har ett varumärke som uppfattas positivt \*

Check all that apply.

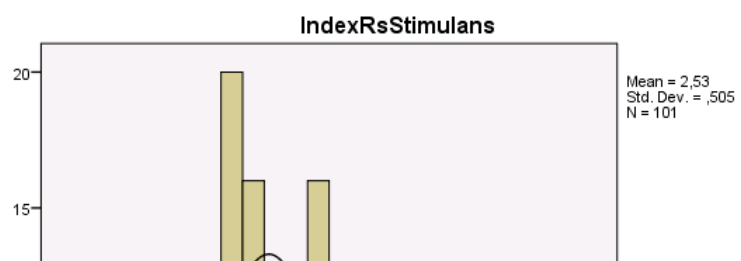
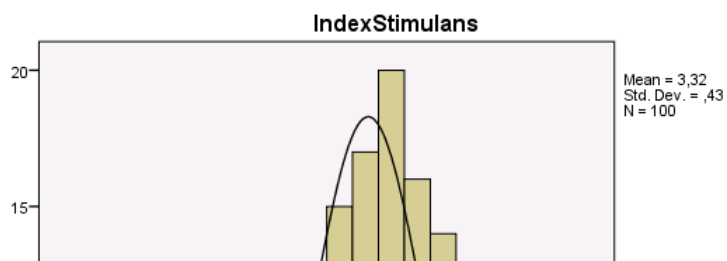
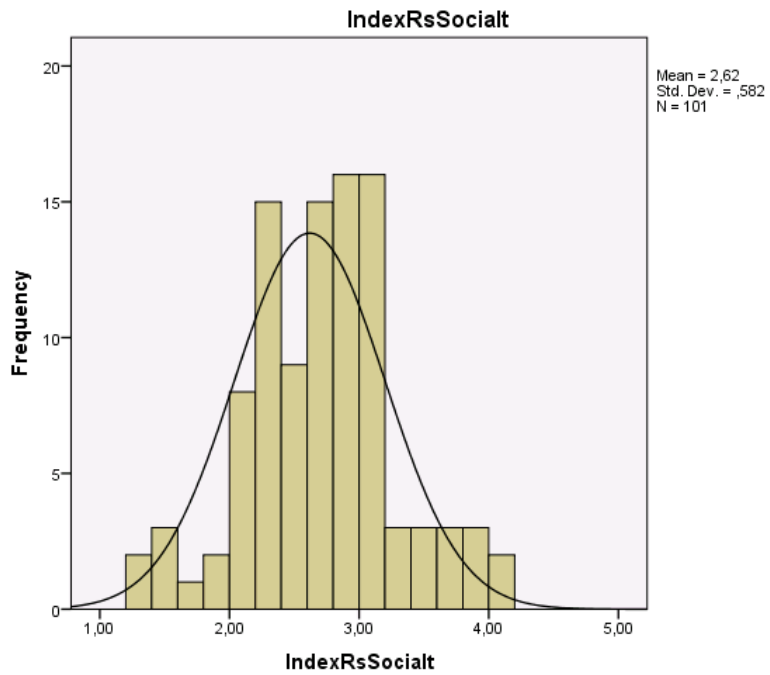
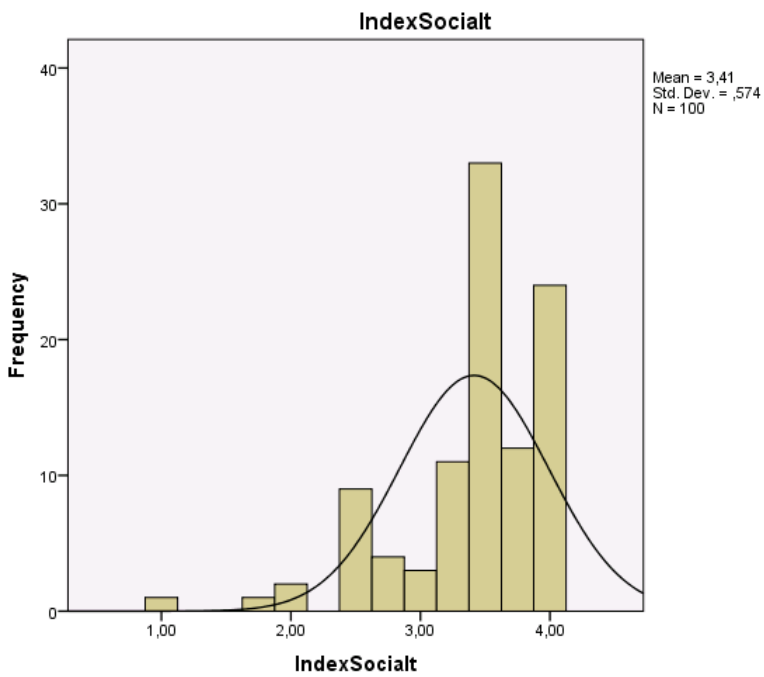
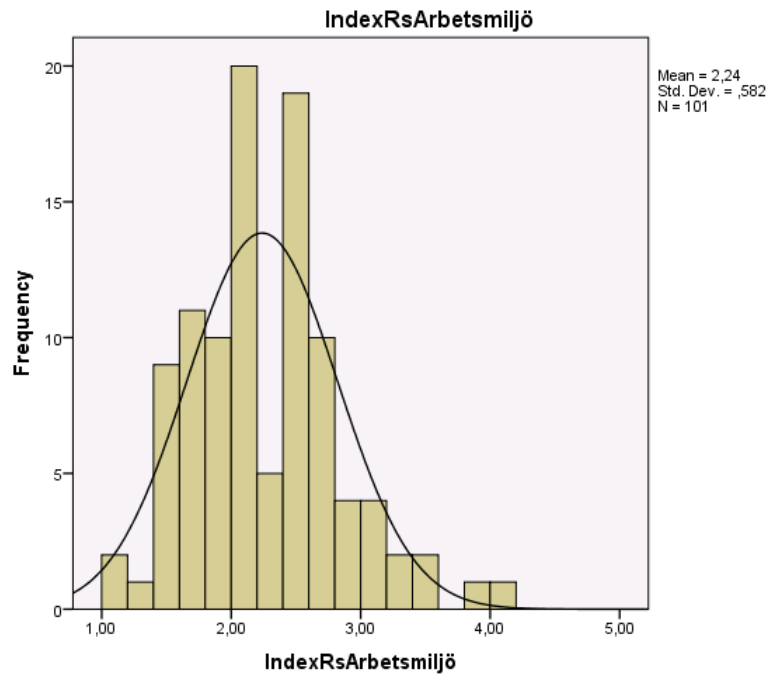
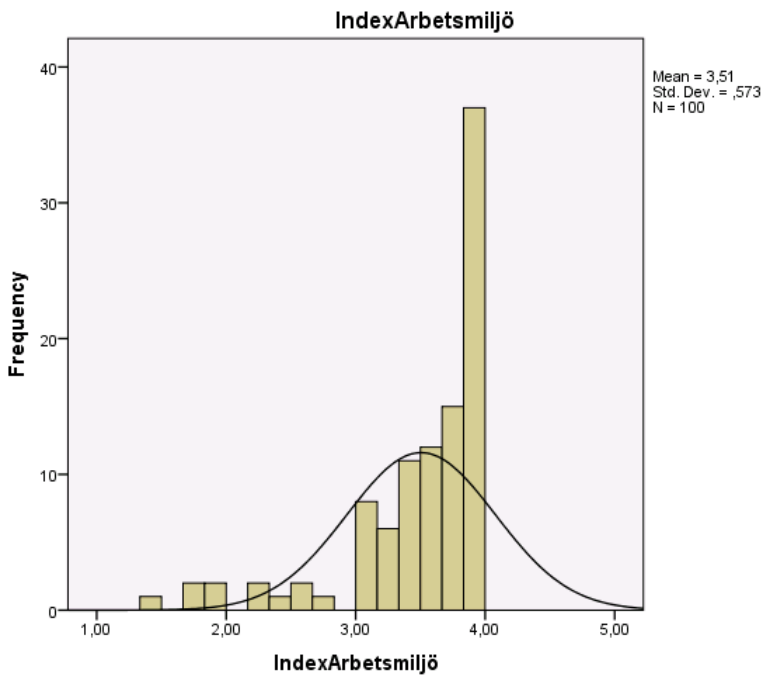
- stämmer inte alls
- stämmer till viss del
- stämmer till stor del
- stämmer helt och håller
- vet inte

73. Finns det något annat du tycker är viktigt hos en arbetsgivare?

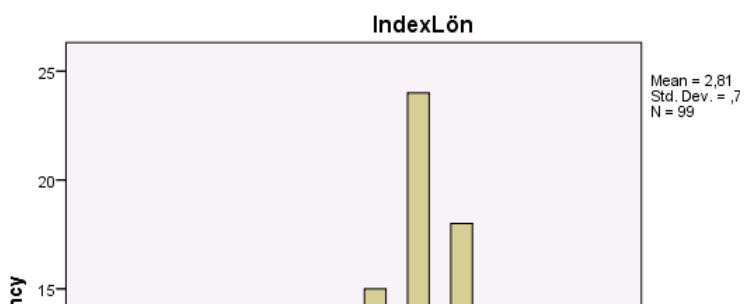
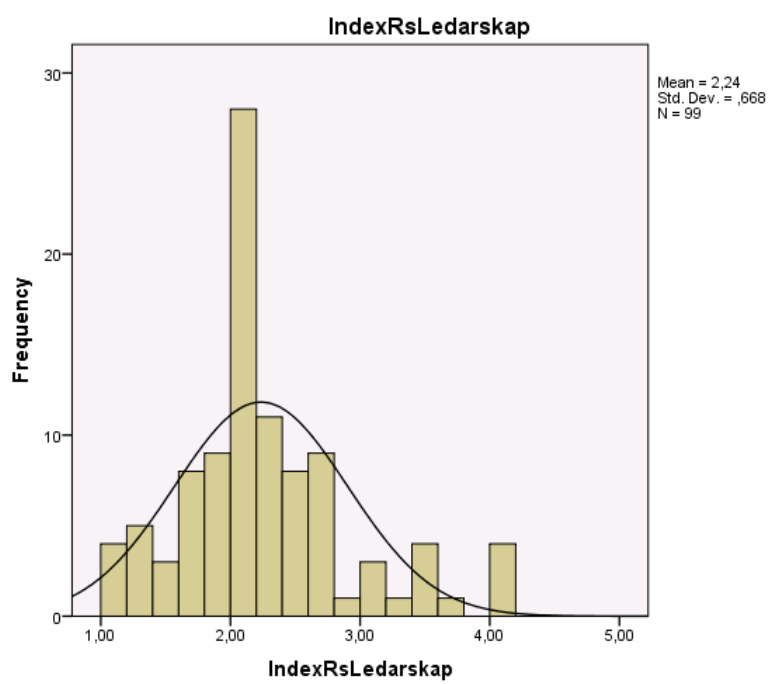
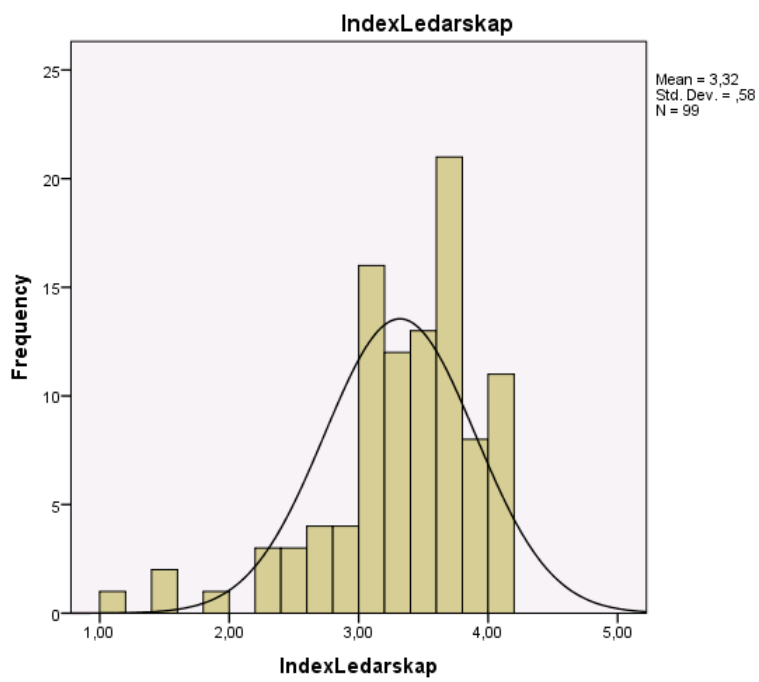
74. Hur tycker du Region Skåne lever upp till detta? (Svara bara om du svarat på föregående fråga)

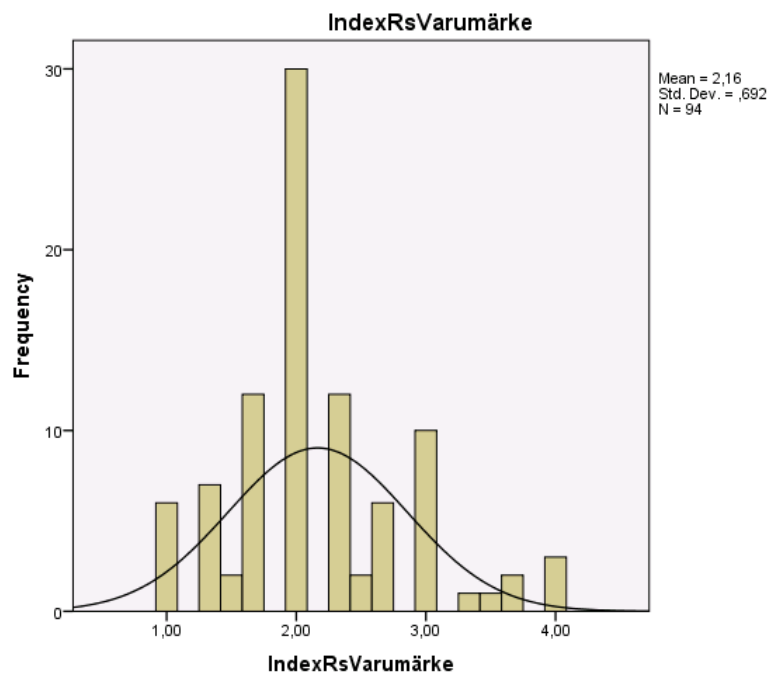
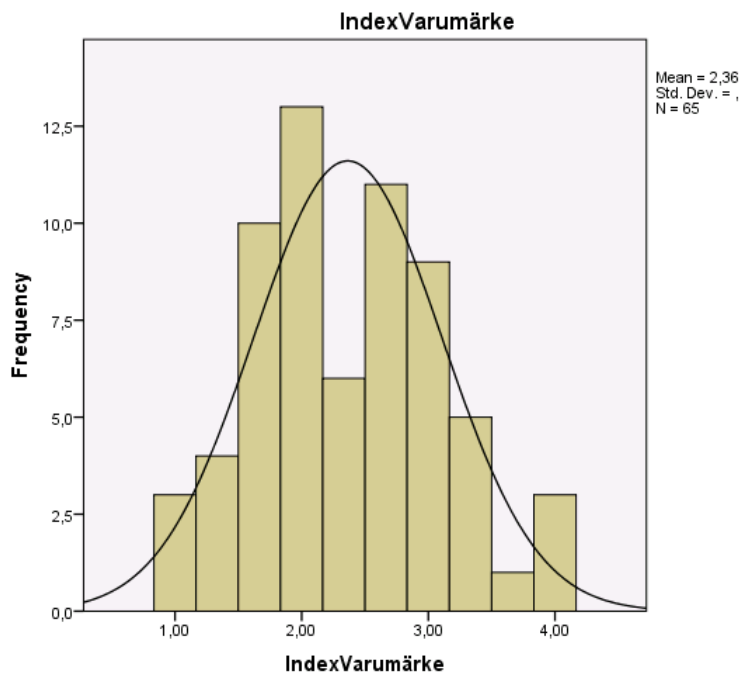


## Bilaga 2. Normalfördelningsdiagram









### Bilaga 3. Frekvenstabell

		IndexArbetsmiljö			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,43	1	1,0	1,0	1,0
	1,71	1	1,0	1,0	2,0
	1,75	1	1,0	1,0	3,0
	2,00	2	2,0	2,0	5,0
	2,29	2	2,0	2,0	7,0
	2,43	1	1,0	1,0	8,0
	2,50	1	1,0	1,0	9,0
	2,60	1	1,0	1,0	10,0
	2,83	1	1,0	1,0	11,0
	3,00	8	7,9	8,0	19,0
	3,29	6	5,9	6,0	25,0
	3,40	1	1,0	1,0	26,0
	3,43	9	8,9	9,0	35,0
	3,50	1	1,0	1,0	36,0
	3,57	12	11,9	12,0	48,0
	3,71	13	12,9	13,0	61,0
	3,83	2	2,0	2,0	63,0
	3,86	11	10,9	11,0	74,0
	4,00	26	25,7	26,0	100,0
	Total		100	99,0	100,0
Missing	System	1	1,0		
Total		101	100,0		