



**LUNDS**  
UNIVERSITET

**INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI**

***Employer attractiveness, arbetsengagemang och  
arbetstillfredsställelse inom den svenska byggbranschen***

**Fredrika Jussil**  
**Livia Bjurling**  
Kandidatuppsats HT 2017

Handledare: Roger Persson  
Examinator: Marie Bergström

## Sammanfattning

I dagens ekonomi är brist på arbetskraft ett stort problem i Sveriges byggbransch. Syftet med denna studie var därför att undersöka hur employer attractiveness värderas samt hur upplevelsen av arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse ser ut inom den svenska byggbranschen samt huruvida det förelåg en korrelation mellan dessa begrepp eller ej. Studien ämnade även att kartlägga huruvida eventuella samband skiljde sig mellan de två yrkesgrupperna tjänstemän och hantverkare. För en bredare psykologisk förståelse analyserades ovanstående begrepp utifrån social exchange theory och organisatorisk identifiering. För att undersöka detta genomfördes en enkätundersökning där totalt 72 medarbetare på ett Fallföretag deltog i studien. För att samla in data användes Employer Attractiveness Scale (EmpAt), Utrecht Work Engagement Scale (UWES-9) samt Minnesota Satisfaction Questionnaire (MSQ). Studiens resultat visade att employer attractiveness var viktigt för Fallföretagets medarbetare och att de i hög grad upplevde arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse på sitt nuvarande arbete. Vidare visades ett svagt positivt samband mellan arbetsengagemang och employer attractiveness medan arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse däremot korrelerade starkt. Vilken yrkesgrupp respondenterna tillhörde påverkade dock endast i viss mån sambanden mellan begreppen. Studien konkluderade att då employer attractiveness bedömdes vara viktigt är det av stor vikt att företag inom byggbranschen långsiktigt arbetar med employer attractiveness för att ha möjlighet att konkurrera om arbetskraft i en elastisk bransch. Då studien påvisat att det finns ett samband mellan arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse är det av vikt att organisationer inom byggbranschen kan engagera och tillfredsställa sina anställda eftersom tidigare studier påvisat att sådana anställda påverkar företagets framgång.

Nyckelord: employer attractiveness, arbetsengagemang, arbetstillfredsställelse, social exchange theory, organisatorisk identifiering, byggbranschen

## **Abstract**

The lack of labour is today an extensive problem in Sweden's construction industry. Therefore, the purpose of this study was to examine how employer attractiveness is valued and how the experience of work engagement and job satisfaction appears in the Swedish construction industry. The study also aimed to identify to which extent potential correlations differed among white- and blue collar workers. The aforementioned constructs were analyzed through social exchange theory as well as organizational identification. The study adopted a survey design and altogether 72 respondents in a Case company participated. The data was collected through Employer Attractiveness Scale (EmpAt), Utrecht Work Engagement Scale (UWES-9) and Minnesota Satisfaction Questionnaire (MSQ). The study's results indicated that employer attractiveness was highly valued among the Case company's employees, who also experienced a high level of work engagement and job satisfaction. Furthermore, there was a weak positive correlation between work engagement and job satisfaction and the correlation between work engagement and job satisfaction turned out to be strong. It was found that the two occupational groups only affected the construct's correlations to a limited extent. Since employer attractiveness was highly valued, it was concluded that construction companies should have a long-term focus in their strategic work with employer attractiveness to have the ability to compete on a market where labour is scarce. Previous research has found that engaged and satisfied employees have an impact on profitability. Thus, it is of importance for construction companies to be able to engage and satisfy their employees since it was concluded that there is a correlation between these two constructs.

Keywords: employer attractiveness, work engagement, job satisfaction, social exchange theory, organizational identification, construction industry

## Innehållsförteckning

<b>Introduktion .....</b>	<b>4</b>
Teori .....	6
Tidigare forskning .....	8
Syfte .....	14
Forskningsfrågor .....	15
<b>Metod .....</b>	<b>15</b>
Forskningsdesign och procedur .....	15
Urval och undersökningsdeltagare .....	16
Frågeformulär .....	17
Etiska aspekter med undersökningen .....	19
Dataanalys .....	20
<b>Resultat .....</b>	<b>21</b>
Deskriptiv statistik .....	21
Korrelationsanalys .....	22
Gruppjämförelser - skillnader mellan yrkesgrupper .....	24
<b>Diskussion .....</b>	<b>24</b>
Värderat employer attractiveness samt upplevt arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse .....	25
Korrelation mellan employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse .....	30
Skillnader mellan yrkesgrupper .....	35
Styrkor och svagheter i studien .....	36
Reliabilitet av enkät .....	38
Validitet av resultat .....	39
Etiska aspekter i studien .....	40
Slutsatser .....	41
Förslag till vidare forskning .....	42
<b>Referenser .....</b>	<b>43</b>
<b>Allmänna frågor .....</b>	<b>50</b>
<b>Attraktiva arbetsgivare .....</b>	<b>51</b>
<b>Arbetsengagemang .....</b>	<b>53</b>
<b>Arbetstillfredsställelse .....</b>	<b>54</b>
<b>Appendix .....</b>	<b>49</b>

## Introduktion

I dagens moderna ekonomi anses humankapital vara en grund för att företag ska kunna utveckla konkurrensfördelar (Berthon, Ewing & Hah, 2005). Emellertid har många arbetsgivare svårt att hitta rätt anställda till sin arbetsplats (Chhabra & Sharma, 2014; Piyachat, Chanongkorn & Panisa, 2014). Samtidigt är arbetstagare mer informerade, krävande och medvetna om problem på arbetsplatser än någonsin tidigare (Towers Perrin, 2005). För att attrahera och bibehålla den bästa personalen är det därför viktigt att organisationer framstår som attraktiva arbetsgivare (Berthon et al., 2005; Kaliprasad, 2006). Ett sätt att bli en attraktiv arbetsgivare (employer attractiveness) är att arbeta med "employer branding", som innebär att arbetsgivaren ses som ett varumärke med vilket arbetstagaren utvecklar en nära relation (Ambler & Barrow, 1996). Employer attractiveness påverkar även anställdas prestation och arbetsengagemang genom att individen känner organisatorisk identitet, samtidigt som det föreligger ett fördelaktigt resursutbyte mellan den anställde och företaget (Huang & Liu, 2010). Om en arbetsgivare uppfattas som attraktiv kommer även medarbetarnas arbetstillfredsställelse att öka samtidigt som företagets personalomsättning minskar (Pratiwi & Welly, 2014). Vidare har högt arbetsengagemang och hög arbetstillfredsställelse bland anställda också påvisats vara relaterat till företagets affärsresultat (Harter, Schmidt & Hayes, 2002). Flertalet forskare förklarar således att employer attractiveness (Berthon et al., 2005; Huang & Liu, 2010; Piyachat et al., 2014), arbetsengagemang (Piyachat et al., 2014; Saks, 2006) och arbetstillfredsställelse (Harter et al., 2002; Kinicki, McKee-Ryan, Schriesheim, & Carson, 2002; Landy & Conte, 2013) är tre viktiga aspekter för att förstå beteende på arbetsplatsen. Trots detta finns det endast begränsad forskning på relationen mellan dessa tre begrepp och det är därför av stor vikt att studera denna relation närmare, vilket vi ämnar göra i denna studie.

En av de svenska branscher där det idag är svårast att hitta kompetent personal är byggbranschen. Detta problem har uppstått då det råder en stark obalans mellan efterfrågan på byggrelaterade tjänster och tillgången på personal (Arbetsmarknadsstyrelsens Utredningsenhet, 2002; Törnblom, 2016). Enligt Arbetsförmedlingens prognos från 2017 (Arbetsförmedlingen, 2017) har närmare fyra av tio byggarbetsgivare upplevt att de haft brist på arbetskraft under det senaste halvåret, trots att sysselsättningsgraden inom branschen förväntas öka inom den närmsta tiden. Personalbristen beror på att pensionsavgångarna inom byggsektorn är stora och knappt

täcks av de nyexaminerade studenter som söker jobb inom branschen (Enochsson & Andersson, 2016). Eftersom byggsektorn är väsentlig för Sveriges ekonomiska tillväxt är bristen på arbetskraft ett stort problem för många byggföretag, vilket leder till att konkurrensen om kompetent personal förstärks (Enochsson & Andersson, 2016; Törnblom, 2016). Eftersom efterfrågan på arbetskraft kortsiktigt kan påverka byggbranschen när det uppstår plötsliga konjunkturförändringar (Arbetsförmedlingen, 2017; Arbetsmiljöverket 2017) är det av stor vikt att långsiktigt arbeta med arbetskraftsfrågan i denna typ av bransch. Inblandade aktörer måste därför ta ansvar för att dessa problem ska lösas (Arbetsmiljöverket, 2017).

Trots hög arbetskraftskonkurrens inom byggbranschen antyder den regelbundet återkommande Arbetsmiljöundersökningen från Statistiska Centralbyrån 2015, att arbetstagare inom sektorn verkar vara en relativt nöjd yrkesgrupp (Statistiska Centralbyrån [SCB] 2015). Undersökningen visar att 65% av anställda inom byggsektorn upplevde att de i hög grad har ett intressant och stimulerande arbete. Endast 3% tyckte att deras arbeten inte alls uppfyllde dessa krav (SCB, 2015). Vidare ansåg 65% att deras arbete var meningsfullt och 77% svarade att de var nöjda med arbetet i stort (SCB, 2015). Detta resultat antyder att graden av arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse inom byggsektorn är relativt höga, vilket kan leda till ännu högre konkurrens inom branschen. Arbetsmiljöundersökningen visade även att hela 62% ansåg att det var mycket eller ganska lätt att få ett likvärdigt jobb utan flytt (SCB, 2015). För att vara en konkurrenskraftig aktör på marknaden är det således viktigt att ha en stark förmåga att attrahera nya anställda samt engagera och tillfredsställa befintliga (Berthon et al., 2005; Piyachat et al., 2014). Det är därför väsentligt att svenska byggföretag har dessa förmågor. Eftersom medarbetare har en avgörande roll i hur organisationen kommer att prestera under förhållanden där det råder hög konkurrens om personal (Memon, Maghi & Rohra, 2009), är det av vikt att förstå employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse ur ett medarbetarperspektiv. Denna studie kommer därför undersöka relationen mellan dessa tre begrepp inom byggbranschen.

Ett vanligt sätt att dela in arbetstagare på är att skilja mellan administrativt och manuellt arbete, vilket i den internationella litteraturen kallas "white collar" och "blue collar work". En white collar worker antas typiskt arbeta vid ett skrivbord på ett kontor medan en blue collar worker antas arbeta fysiskt och ofta jobbar inom produktion (Parietti, 2015). Denna distinktion kan även göras mellan olika arbetsfunktioner inom byggbranschen där "white collar workers" är

tjänstemän medan hantverkare kan betraktas som “blue collar workers”. Begrepp som exempelvis arbetsengagemang har visats variera mellan yrkesgrupper (Schaufeli & Bakker, 2004), och vi anser därför även att det är intressant att undersöka om denna studies tre centrala huvudbegrepp (d.v.s. employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse) skiljer sig mellan yrkesgrupperna tjänstemän och hantverkare inom byggbranschen.

## Teori

För att få en djupare psykologisk förståelse för employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse, kan de analyseras och förstås utifrån social exchange theory såväl som organisatorisk identifiering.

**Social exchange theory.** Social exchange theory handlar om socialt utbyte och förklarar att riktningen på en relation mellan två parter påverkas av vilka belöningar och kostnader dessa parter upplever (Holt et al., 2015). Belöningar inkluderar exempelvis emotionellt stöd, ömsesidigt engagemang samt tillfredsställelse av andra behov (Holt et al., 2015; Saks, 2006). Kostnader handlar däremot om målkonflikter och den ansträngning som spenderas på att underhålla relationen. Summan av belöningar och kostnader mynnar ut i två olika nivåer, där den ena nivån fokuserar på huruvida parterna är tillfredsställda med förhållandet och om de kan ha vissa förväntningar på varandra (Holt et al., 2015). Relationer som inte uppnår denna nivå klassificeras som icke-tillfredsställande och den andra nivån har därmed fokus på potentiella alternativ till den existerande relationen. Denna nivå påverkar parternas grad av engagemang gentemot varandra och om någon part upplever att bättre alternativ till den existerande relationen finns tillgängliga kan de uppleva lågt engagemang (Holt et al., 2015). Huruvida parterna känner starkt engagemang eller ej kan därför predicera om de kommer att fortskrida sin relation eller om den kommer att avslutas i framtiden (Holt et al., 2015).

En grundläggande princip för social exchange theory är att relationer över tid kommer att utvecklas till förhållanden som präglas av tillit, lojalitet och gemensamma åtaganden, så länge båda parter följer vissa utbytesregler (Cropanzano & Mitchell, 2005). Detta innebär att anställda som erhåller de resurser av organisationen de har behov av ofta känner sig skyldiga att på något sätt gengälda organisationen (Cropanzano & Mitchell, 2005). Vidare förklarar Huang och Liu (2010) att utbytesförhållandet inte endast påverkas av materiella ting, såsom lön och förmåner, utan även av icke-materiellt utbyte som exempelvis att utveckla tillit i relationen. Om de

anställda inte får det de efterfrågar av sin arbetsgivare, kan det leda till att anställda antingen arbetar på ett passivt sätt eller att de säger upp sig (Saks, 2006). När ett företag däremot förser sina anställda med de resurser de behöver och efterfrågar, besvarar medarbetarna ofta detta med ökat arbetsengagemang (Saks, 2006). Saks (2006) förklarar att ökat engagemang kräver en större mängd fysiska, emotionella och kognitiva resurser och en god balans i det sociala utbytet är därför viktig. Vidare förklarar teorin att när arbetsgivaren uppfyller det sociala utbytet som ingår i anställningen kommer arbetstagaren i gengäld uppleva ett positivt psykologiskt tillstånd, som i sin tur leder till förhöjd arbetstillfredsställelse (Birtch, Chiang & Van Esch, 2016). Huang och Liu (2010) förklarar även att en arbetsgivare som anses som attraktiv, och därmed har ett starkt employer brand, tillgodoser anställdas materiella och icke-materiella behov på ett fördelaktigt sätt. Således förklarar social exchange theory att företag som är duktiga inom employer branding kan förbättra anställdas engagemang och tillfredsställelse genom det sociala utbytet av resurser som föreligger mellan parterna (Huang & Liu, 2010). Med bakgrund till ovanstående litteratur är social exchange theory en av de bästa teorierna att använda sig av för att förstå beteende på arbetsplatsen (Cropanzano & Mitchell, 2005).

**Organisatorisk identifiering.** Tajfel och Turner (1986) definierade begreppet social identitet som de sociala kategorier en individ upplever sig själv tillhöra. Organisatorisk identifiering är en del av social identitet och uppstår när individer upplever sig själva som medlemmar av en specifik organisation som kan anses vara en social kategori (Ashforth & Mael, 1989). Det individer strävar efter att uppnå i denna process är att identifiera sig med sin organisation i syfte att öka och bibehålla sin självkänsla samt att känna stolthet över att associeras med organisationen (Landy & Conte 2013; Tajfel & Turner, 1986). Organisatorisk identitet uppstår således när en individs självbild och en organisations identitet sammanflätas (Landy & Conte, 2013; Huang & Liu, 2010).

Ashforth och Mael (1989) menar att organisatorisk identifiering inkluderar hur medlemmar engagerar sig i och känner sig tillfredsställda av de aktiviteter i organisationen som stämmer överens med deras identitet. Vidare har även Hall, Schneider och Nygren (1970) påvisat att då en individ identifierar sig med en organisation kommer denne även uppleva en ökad tillfredsställelse av interna behov. Med andra ord påverkar graden av organisatorisk identifiering hur tillfredsställd en individ kommer vara i sitt arbete. Vidare förklarar Backhaus och Tikoo (2004) samt Huang och Liu (2010) att arbetsgivare som har ett starkt employer brand, och



därmed kan ses som en attraktiv arbetsgivare, även ökar medarbetares organisatoriska identifiering. Även Aiman-Smith, Bauer och Cable (2001) menar att en befintlig eller potentiell medarbetares organisatoriska identifiering förstärks om medarbetaren upplever en arbetsgivare som attraktiv. Detta leder i sin tur till att anställda blir tillfredsställda med att vara en del av organisationen (Backhaus & Tikoo, 2004). Till skillnad från en individ som inte identifierar sig med en organisation, skulle en person som upplever en hög nivå av organisatorisk identifiering inte kunna lämna organisationen utan att känna någon form av förlust (Ashforth & Mael, 1989).

### **Tidigare forskning**

I detta avsnitt förklaras denna studies tre huvudbegrepp som är relevanta för denna studie; employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse. Employer attractiveness är en del av det bredare fenomenet employer branding och därför återfinns även en redogörelse för detta fenomen.

**Employer branding.** Employer branding myntades av Ambler och Barrow (1996) och handlar om att arbetsgivaren kan ses som ett varumärke med vilket arbetstagaren utvecklar en nära relation. Ambler och Barrow (1996) definierade employer branding som “the package of functional, economic and psychological benefits provided by employment, and identified with the employing brand” (p.187). Detta koncept förklarades närmare som ett gemensamt utbyte av gynnsamma fördelar mellan en organisation och dess medarbetare (Ambler & Barrow, 1996). Employer branding består av (1) ekonomiska aspekter, som lön och andra belöningar, (2) psykologiska aspekter, som att känna tillhörighet och meningsfullhet, samt (3) funktionella aspekter som exempelvis utvecklande aktiviteter och att få bekräftelse (Ambler & Barrow, 1996; Huang & Liu, 2010). Ett starkt employer brand möter således både anställdas materiella och icke-materiella behov (Huang & Liu, 2010).

Alla organisationer har ett employer brand, oavsett om de är medvetna om det eller inte och sedan begreppet myntades år 1996 har organisationer i alla typer av branscher strategiskt arbetat med employer branding för att uppfattas som mer attraktiva (Aldousari, Robertson, Shukri Ab Yajid & Ahmed, 2017). Flertalet forskare har funnit att företag som har ett starkt employer brand samt som både befintliga och potentiella medarbetare upplever vara attraktiv, är värdefullt för ett företags framgång och prestation (Aldousari et al., 2017; Ambler & Barrow, 1996; Berthon et al., 2005; Huang & Liu, 2010). Piyachat et al. (2014) har även funnit att det

föreligger ett starkt positivt samband mellan employer branding och arbetsengagemang. Vidare har Huang och Liu (2010) förklarat att employer branding påverkar anställdas prestation i termer av organisatorisk identifiering och organisatoriskt utbyte. Även Backhaus och Tikoo (2004) menade att employer branding påverkar organisatorisk identifiering, vilket i sin tur leder till att anställda blir tillfredsställda med att vara en del av organisationen. Huang och Liu (2010) förklarade även att företagets employer brand bidrar till förbättrad rekrytering samt bibehållandet och engagemanget hos befintlig personal. Aldousari et al. (2017) fann även att organisationer som arbetar med sitt employer brand med större sannolikhet bidrar med tillfredsställande arbetsmiljöer för sina medarbetare. Vidare fann Pingle och Sodhi (2011) att det är av vikt att arbeta med employer branding på rätt sätt för att kunna betraktas som en attraktiv arbetsgivare.

**Employer attractiveness.** Employer attractiveness har definierats som de tänkta förmåner en potentiell anställd ser i att arbeta för en specifik organisation och är ett begrepp som är en del av employer branding (Berthon et al., 2005). Berthon et al. (2005) förklarade att employer attractiveness avgörs av huruvida befintliga och potentiella arbetstagare uppfattar att deras funktionella, ekonomiska och psykologiska behov kommer att tillgodoses av en potentiell arbetsgivare. Vidare menade författarna det är viktigt att anställdas arbeten attraherar, utvecklar och motiverar de anställda. Om arbetena uppfyller dessa krav leder detta till att de anställda får sina behov och önskemål tillfredsställda (Berthon et al., 2005). För att uppfattas som en attraktiv arbetsgivare är det i dagens samhälle viktigt för företag att arbeta med employer branding eftersom efterfrågan på kompetent och skicklig personal drastiskt ökat, medan utbudet av sådan personal minskar (Aldousari et al., 2017). Pingle och Sodhi (2011) har även påvisat att det är av stor vikt för chefer att ha kunskap om sina medarbetares behov för ses som en attraktiv arbetsgivare och därmed ha möjlighet att överleva i dagens konkurrensutsatta samhälle.

För att mäta employer attractiveness har Berthon et al. (2005) med hjälp av fokusgrupper gjort en vidareutveckling av de tre ovannämnda faktorer som Ambler och Barrow (1996) inkluderade i definitionen av employer branding. De fem faktorerna Berthon et al. (2005) kom fram till i denna studie var (1) interest value, (2) social value, (3) economic value, (4) development value och (5) application value. Interest value handlar om i vilken grad en individ attraheras av en arbetsgivare på basis av exempelvis en spännande arbetsmiljö och arbetsgivarens allokering av anställdas kreativitet i syfte att producera innovativa produkter. Social value bedömer i vilken grad en person attraheras till en arbetsgivare som erbjuder en rolig arbetsmiljö,

bra team-atmosfär samt goda relationer kollegor emellan (Berthon et al., 2005). Dessa två faktorer motsvarar tillsammans Ambler och Barrow's (1996) psykologiska aspekter. Vidare motsvaras Ambler och Barrow's (1996) ekonomiska aspekter av dimensionen economic value (Berthon et al., 2005), som bedömer vilken roll bra lön, förmåner, anställningssäkerhet samt befordringsmöjligheter har för arbetsgivarens attraktivitet. De faktorer som fångar upp de funktionella aspekterna är development och application value. Development value bedömer huruvida en individ attraheras av en viss arbetsgivare beroende på om denne främjar självförtroende, ger erkännande, är en språngbräda för framtida anställningar och tillhandahåller erfarenheter som gynnar karriären. Slutligen bedömer application value arbetsgivarens attraktivitet i termer av möjlighet att få applicera vad individen tidigare lärt sig, att få lära ut till andra samt att arbeta i en miljö som är humanitär och gynnar kunden (Berthon et al., 2005). Dessa fem faktorer bildar tillsammans mätskalan Employer Attractiveness Scale (EmpAt) (Berthon et al., 2005).

**Arbetsengagemang.** Begreppet arbetsengagemang definierades av Kahn (1990) som den psykologiska närvaro individen har i en arbetsroll. Han menade att denna närvaro kan variera fysiskt, kognitivt och emotionellt under olika arbetsmoment, och balanseras mellan vilken person individen faktiskt är och vilka roller denne har i arbetet. De situationer där anställda kände sig mest engagerade i sina arbeten visade sig vara de arbetssituationer som gav medarbetarna psykologisk meningsfullhet och säkerhet (Kahn, 1990). Vidare förklarade Kahn (1990) att psykologisk meningsfullhet bland annat karaktäriseras av arbetstillfredsställelse samt att passa in i sin arbetsroll. Hur väl människor förenar sig med sin arbetsroll beror på hur centralt arbetet är i deras liv (Kahn, 1990).

Tidigare forskning har visat att arbetsengagemang har blivit allt viktigare för företags framgång då det påvisats ha en direkt påverkan på arbetsprestation, vilket innebär att engagerade medarbetare producerar bättre resultat (Bakker, Albrecht & Leiter, 2011). Towers Perrin (2005) kom fram till liknande resultat i en studie som genomfördes på totalt 86 000 medarbetare i 16 länder, varav åtta europeiska länder. Denna studie påvisade att arbetsengagemang är viktigt då engagerade medarbetare producerar bättre resultat och har en positiv syn på sin egen inverkan på arbetet, vilket gör att de känner att de har möjlighet samt en vilja att bidra med framgång för organisationen. I tillägg till detta menade även Bakker och Demerouti (2008) att arbetsengagemang påverkar medarbetare produktivitet samt viljan att göra en god insats. Vidare

förklarade Bakker, Schaufeli, Leiter och Taris (2008) och Saks (2006) att det är individuella medarbetares insatser som tillsammans leder till ökad arbetsprestation och därmed förbättrat resultat för företaget. Enligt Bakker et al. (2011) är det därför av stor vikt att organisationer både har förmågan att inspirera medarbetare samt få dem att prestera efter sin fulla kapacitet. Vidare har det påvisats att arbetsengagemang leder till att organisationen kan uppnå framgång inom många verksamhetsområden samt att medarbetare stannar längre i organisationen (Bakker et al., 2011; Towers Perrin, 2005). Dessutom har tidigare studier funnit att engagerade medarbetare är mer benägna att arbeta hårdare än oengagerade medarbetare (Bakker & Bal, 2010), vilket förklarar varför högt arbetsengagemang är relaterat till företagets slutgiltiga resultat (Bakker, 2011; Bakker et al., 2011).

Både May, Gilson och Harter (2004) och Saks (2006) fann att arbetsengagemang kan prediceras av arbetstillfredsställelse och huruvida individen upplever sin arbetsroll som betydelsefull. Flertalet forskare har även förklarat att arbetsengagemang kan prediceras av arbetsresurser, vilket exempelvis inkluderar autonomi, att få bekräftelse och feedback för prestationer samt möjligheter för personlig utveckling (Bakker & Demerouti, 2007; Bakker et al., 2011; Xanthopoulou, Bakker, Demerouti & Schaufeli, 2009). Vidare förklarade Saks (2006) att då en medarbetare inte erhåller tillräckligt med arbetsresurser från organisationen, är denne mer benägen att dra sig ur sitt engagemang och sin arbetsroll. Det innebär således att då medarbetaren får de arbetsresurser denne efterfrågar kommer individen vara villig att lägga ner mer fysiska, kognitiva och emotionella resurser i sitt arbete (Saks, 2006). Vidare menade Attridge (2009) när en individ känner positiva emotioner inför sitt arbete, att arbetet är meningsfullt och att arbetsbelastningen är hanterbar kommer individen också bli mer engagerad. Enligt Bakker et al. (2011) skulle en engagerad medarbetare beskriva sin trötthet efter ett arbetspass som ett tillfredsställande tillstånd snarare än som något negativt.

På grund av att det finns många olika definitioner av arbetsengagemang, som även inkluderar förklaringar på andra begrepp, har mätningar av arbetsengagemang försvårats (Robinson, Perryman & Hayday, 2004; Saks 2006). Trots de många olika definitionerna, verkar det råda konsensus om dimensionerna avseende energi och identifiering med arbetet (Bakker et al., 2008; Bakker et al., 2011). En av de tydligaste definitionerna som tidigare forskning tagit fram är att arbetsengagemang är ”ett positivt, fullföljande arbetsrelaterat tillstånd som karakteriseras av vitalitet, entusiasm och försjunkenhet” (Bakker et al., 2011; Schaufeli &

Bakker, 2004; Schaufeli, Salanova, González-Romá & Bakker, 2002, s.74). Denna definition fångar upp aspekter om huruvida arbetstagare upplever sitt arbete som stimulerande och om det är något de är villiga att lägga sin tid på (Bakker et al., 2011). *Vitalitet* beskrivs som den energinivå och mentala elasticitet en anställd har under arbetets gång (Bakker & Demerouti, 2008; Schaufeli & Bakker, 2004). *Entusiasm* beskriver medarbetarens upplevda entusiasm, utmaningar samt arbetets betydelse, hur involverad personen är i sitt jobb och huruvida individen identifierar sig med sitt arbete (Bakker & Demerouti, 2008; Schaufeli & Bakker, 2004). *Försjunkenhets* förklarar den koncentration som avgör hur fort medarbetaren upplever att arbetstiden passerar och huruvida personen har problem med att lösgöra sig från jobbet (Bakker et al., 2011). Som ovan nämnt har det funnits många olika definitioner på arbetsengagemang och i en studie på 619 arbetstagare samt 314 studenter har begreppet tidigare mätts tillsammans med utbrändhet (Schaufeli et al., 2002). Dock fann Schaufeli och Bakker (2004) att dessa begrepp nödvändigtvis inte är relaterade till varandra och att arbetsengagemang därför bör mätas separat. Författarna förklarade att arbetsengagemang består av energi och identifiering med arbetet, och denna operationalisering av begreppet resulterade i utvecklingen av Utrecht Work Engagement Scale (UWES). Enligt Bakker et al. (2008) är UWES ett populärt mätinstrument som idag används i stor utsträckning för att studera arbetsengagemang.

**Arbetstillfredsställelse.** Arbetstillfredsställelse har definierats som ett "tillfredsställande emotionellt tillstånd som resultat av att en individ värderar det egna arbetet som uppfyllande av dennes arbetsrelaterade värderingar" (Locke, 1969, s. 316). I likhet med Locke (1969) förklarade Konovsky och Organ (1989) att arbetstillfredsställelse handlar om de positiva attityder en medarbetare har inför sitt jobb. Konceptet förklarar hur en individ jämför sitt nuvarande arbete med andra arbeten överlag samt huruvida individen känner sig tillfredsställd under en vanlig arbetsdag (Kinicki et al., 2002). Arbetstillfredsställelse handlar därmed om vad individen vill få ut av sitt arbete jämfört med vad individen uppfattar att denne faktiskt får ut av arbetet (Locke, 1969; Stankovska, Angelkoska, Osmani & Pandiloska Grncarovska, 2017).

Arbetstillfredsställelse har visat sig vara nära relaterat till arbetsprestation (Landy & Conte, 2013; Pratiwi & Welly, 2014) då det exempelvis påvisats att tillfredsställda medarbetare arbetar hårdare än otillfredsställda (Pratiwi & Welly, 2014). Vidare har Biswas och Bhatnagar (2013) funnit att det finns ett positivt samband mellan arbetstillfredsställelse och anställdas engagemang. Individer som är engagerade upplever ofta ett positivt emotionellt tillstånd på

arbetet, vilket indikerar att de har hög arbetstillfredsställelse (Biswas & Bhatnagar, 2013). Vidare förklarar Landy och Conte (2013) att en arbetstagare är tillfredsställd om deras kollegor och chefer betraktar saker med liknande perspektiv samt hjälper dem att uppnå mål. Hall et al. (1970) har också påvisat att arbetstillfredsställelse ökar om en medarbetare upplever organisationens mål som sina egna. Forskarna undersökte sambandet mellan värdering av organisatorisk identifiering, upplevd organisatorisk identifiering samt upplevd arbetstillfredsställelse. Studien påvisade att arbetstillfredsställelse hade starkare samband med faktiskt upplevd organisatorisk identifiering än vad det hade med värdering av organisatorisk identifiering, vilket förklarades genom att medarbetare skiljer på vad de värderar generellt jämfört med vad de faktiskt upplever. Vidare genomförde Harter et al. (2002) en omfattande metanalys på 36 företag inom flera olika branscher som påvisade att såväl arbetstillfredsställelse som arbetsengagemang är kopplat till organisationens affärsresultat, som exempelvis vinst och bibehållande av personal. Vidare menar författarna att denna korrelation kan generaliseras till många olika typer av företag. Det är således av stor vikt att organisationer har kunskap om sina medarbetares behov och arbetstillfredsställelse för att kunna förhindra att de söker arbetsmöjligheter på andra platser (Pratiwi & Welly, 2014).

Herzberg, Mausner och Snyderman (1959) har studerat vilka faktorer som faktiskt ligger till grund för arbetstillfredsställelse eller otillfredsställelse. Forskarna fann att de respondenter som ansåg att de var nöjda med sina arbeten syftade till själva arbetsuppgifterna och att de hade förutsättningarna att prestera framgångsrikt i sitt arbete. De respondenter som uttryckt otillfredsställelse hade å andra sidan associerat detta till yttre villkor snarare än direkta arbetsuppgifter (Herzberg et al., 1959). Dessa fynd ledde till att Herzberg et al. (1959) delade upp begreppet arbetstillfredsställelse i de två delarna motivationsfaktorer och hygienfaktorer. Dessa benämns även som intern eller extern arbetstillfredsställelse (Landy & Conte, 2013; Weiss, Dawis, England & Lofquist, 1967). Motivationsfaktorer syftar till inre motiverande aspekter som arbetet i sig (Landy & Conte, 2013), möjligheter till personlig utveckling, utmaningar samt huruvida arbetet är intressant eller ej (Herzberg et al., 1959). Hygienfaktorer handlar däremot om huruvida medarbetarna är tillfredsställda med externa aspekter som exempelvis företagspolicys, lön, arbetsvillkor, tillsyn, jobsäkerhet eller förmåner (Herzberg et al., 1959; Landy & Conte, 2013). Herzberg et al. (1959) påvisade även att förbättringar av externa aspekter ökade de positiva attityder anställda hade till sitt arbete. Således visade det sig

att hygienfaktorer, alltså externa aspekter, var de aspekter som gav upphov till otillfredsställelse medan motivationsfaktorerna, alltså interna aspekter, bidrog till arbetstillfredsställelse om de uppfylldes (Herzberg et al., 1959; Landy & Conte, 2013). Vidare har Weiss et al. (1967) funnit att graden av arbetstillfredsställelse skiljer sig mellan individer, varför det kan påverkas av olika aspekter i arbetet. Forskarna förklarade exempelvis att en medarbetare skulle kunna känna arbetstillfredsställelse genom utlopp för kreativitet, medan en annan blev tillfredsställd av att få arbeta självständigt och ha jobbsäkerhet. Således menade Weiss et al. (1967) företag kan effektivisera sin yrkesplanering om tar hänsyn till individuella skillnader gällande arbetstillfredsställelse. De interna och externa aspekterna av arbetsengagemang utgör tillsammans med aspekten generellt arbetsengagemang det konstrukt som bildar Minnesota Satisfaction Questionnaire (MSQ) (Weiss et al., 1967).

Det bör noteras att ett fåtal referenser är över 30 år gamla (Hall et al., 1970; Herzberg et al., 1959; Weiss et al., 1967), men då dessa studier verkar vara betydande inom forskningsområdet arbetstillfredsställelse samt att dess innehåll verkar stämma överens med nyare benämningar inom området har vi gjort bedömningen att dessa studier fortfarande är av relevans.

## **Syfte**

Syftet med denna studie är att undersöka hur employer attractiveness värderas samt hur upplevelsen av arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse ser ut inom den svenska byggbranschen. Vidare avser vi att studera om det finns en korrelation mellan dessa begrepp samt hur starkt detta samband i så fall är. Studien ämnar kartlägga hur sambanden eventuellt skiljer sig mellan de två yrkesgrupperna tjänstemän och hantverkare inom byggbranschen. För att kunna förankra forskningsfrågorna i en psykologisk kontext avser vi att analysera studiens huvudbegrepp utifrån social exchange theory samt organisatorisk identifiering.

Med denna studie hoppas vi kunna öka förståelsen och bidra med kunskap om vikten av employer attractiveness inom byggsektorn, vilket är värdefullt för chefer att förstå detta då det kan påverka möjligheten att hitta rätt anställda till sin arbetsplats. Förhoppningarna är att studien ska bidra med akademisk kunskap om hur employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse förhåller sig till varandra. Eftersom det inte finns någon tidigare forskning på dessa tre begrepp inom byggsektorn, kommer denna kunskap vara väsentlig för att personer

verksamma inom byggbranschen ska ha möjlighet att få bredare förståelse för beteende på en arbetsplats. Vidare kommer det vara av praktisk betydelse att ta reda på hur dessa aspekter skiljer sig mellan yrkesgrupper samt ge implikationer på vad företag inom byggbranschen bör arbeta med. Studien kommer således bidra till både akademisk och praktisk kunskapsutveckling.

### **Forskningsfrågor**

- 1. Hur högt värderas employer attractiveness av anställda i byggbranschen och i vilken grad upplever anställda i byggbranschen arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse?*
- 2. I vilken grad finns det ett samband mellan employer attractiveness, upplevt arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse?*
- 3. I vilken grad skiljer sig tjänstemän och hantverkare avseende deras värdering av employer attractiveness och upplevelse av arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse?*

Mot bakgrund av ovanstående litteraturgenomgång förväntar vi oss att denna studie kommer visa att employer attractiveness värderas högt inom byggbranschen samt att medarbetarna upplever att de är engagerade och tillfredsställda. Vi förväntar oss även att det kommer finnas en korrelation mellan employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse. Vi tror också att det kommer finnas en skillnad mellan employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse beroende på om respondenterna arbetar som tjänstemän eller hantverkare. Denna skillnad förväntas finnas då white- och blue collar workers har olika arbetsförutsättningar och arbetsuppgifter (Parietti, 2015).

## **Metod**

### **Forskningsdesign och procedur**

Denna undersökning genomfördes med en kvantitativ tvärsnittsstudie i form av en enkätundersökning, vilket enligt Shaughnessy, Zechmeister och Zechmeister (2012) är en lämplig forskningsdesign då forskare avser att bedöma respondenternas uppfattningar och åsikter om ett visst fenomen. Studien genomfördes på medarbetare på ett svenskt byggföretag (Fallföretaget) som hade 143 anställda och ingick i en koncern som äger samt förvaltar



fastigheter med inriktning på kommersiella lokaler. De valdes ut på basis av att en representant för företaget hade anmält sitt intresse för att genomföra en studie relaterad till employer branding. Fallföretaget var ett medelstort företag inom byggsektorn, varför de kan anses någorlunda representativa för andra byggföretag med motsvarande storlek.

Då många deltagare inte hade tillgång till e-post delades enkäten ut i pappersformat. En pilotstudie med fem individer som arbetade inom byggbranschen i Sverige säkerställde att enkätfrågorna var begripliga för vår studiepopulation. Datainsamlingsperioden pågick från den 13:e till 30:e november 2017 och för att få en ökad svarsfrekvens skickades en påminnelse ut i slutet av perioden. Majoriteten av enkäterna låg i förseglade kuvert och hämtades upp på Fallföretagets kontor. Resterande enkäter scannades in och distribuerades elektroniskt till forskarnas e-postadresser.

### **Urval och undersökningsdeltagare**

Den tänkta målpopulationen för denna studie var anställda tjänstemän och hantverkare på medelstora byggföretag i Sverige. Respondenterna valdes ut genom ett icke-sannolikhetsurval, i form av ett bekvämlighetsurval, som bestod av samtliga 143 medarbetare på Fallföretaget. Enkäterna distribuerades ut av en företagsrepresentant från personalavdelningen och totalt svarade 74 respondenter på enkäten. 70 enkäter hämtades upp på Fallföretagets kontor, medan resterande fyra scannades in och skickades via e-post. Dock var två svar ofullständiga och det slutgiltiga stickprovet blev därför 72 respondenter och svarsfrekvensen uppnåddes därmed till 50.3%. Av de svar som samlades in arbetade 43% som tjänstemän på kontorsavdelning (n=31) och 57% som hantverkare i byggproduktion (n=41). Ytterligare information om undersökningsdeltagarna presenteras i Tabell 1 nedan.

*Tabell 1. Undersökningsdeltagare*

	<u>Samtliga respondenter</u>	<u>Tjänsteman</u>	<u>Hantverkare</u>
<b>Kön</b>			
Man	86.1%	74.2%	95.1%
Kvinna	8.3%	19.4%	0.0%
Vill inte uppge	5.6%	6.5%	4.9%
<b>Ålder</b>			
18–30 år	22.2%	16.1%	26.8%
31–40 år	33.3%	35.5%	31.7%
31–51 + år	44.5%	48.4%	41.5%
<b>Anställningstid på Fallföretaget*</b>			
0–2 år	38.0%	36.7%	39.0%
3–5 år	32.4%	36.7%	29.3%
6–8 år	29.6%	26.7%	31.7%

\* Fallföretaget har endast varit verksamma under 8 år.

## Frågeformulär

Enkäten bestod av fyra delar. I första delen “Allmänna frågor” ombads respondenterna svara på sex frågor om ålder, kön, anställningstid, anställningsform, verksamhetsområde samt avdelning inom Fallföretaget (se Appendix 1). Vidare ombads de att svara på om de arbetade som tjänsteman eller hantverkare. I enkätens resterande tre delar mättes employer attractiveness, arbetsengagemang respektive arbetstillfredsställelse av tre väletablerade frågeformulär. Inför dessa tre delar i enkäten fanns en kort förklaringstext som beskrev vad det specifika avsnittet gick ut på, förklaring av svarsalternativ samt information om att respondenterna endast fick välja ett svarsalternativ per påstående (se Appendix 1).

**Employer Attractiveness Scale (EmpAt).** För att underlätta förståelsen för respondenterna användes en egenöversatt, lätt modifierad svensk version av Employer Attractiveness Scale (EmpAt) (Berthon et al., 2005) för att mäta vikten av employer attractiveness i denna studie. EmpAt består av 25 påståenden som besvaras på en Likert skala med sju poäng där 1 = “inte viktigt alls”, 4 = “varken eller” och 7 = “extremt viktigt”. Före de 25 påståendena ställdes frågan “När du tänker på hur du vill att en potentiellt framtida arbetsgivare i byggbranschen ska vara, hur viktigt är det för dig...”. För att förtydliga hur frågan skulle besvaras, modifierades svaret så att varje påstående i EmpAt-skalan började med ordet “att” (se Appendix 1). Eftersom vi översatte hela EmpAt påverkades de flesta frågor på grund av språkliga skillnader i mindre grad (för originalformulär, se Berthon et al., 2005).

De 25 påståendena mätte fem subskalor inom employer attractiveness; interest value (fråga 10-14), social value (fråga 2, 7-9, 23), economic value (15, 21-22, 24-25), development value (fråga 1, 3-6) och application value (fråga 16-20). EmpAt anses vara reliabelt och har en hög konstruktvaliditet, konvergent- samt diskriminerande validitet då det mäter fem relevanta aspekter av employer attractiveness (Berthon et al., 2005). Vidare är EmpAt det enda validerade måttet för mätning av employer attractiveness (Berthon et al., 2005; Roy, 2008), varför vi ansåg att skalan var lämplig att använda. I vår egenöversatta enkät uppnåddes ett Chronbachs  $\alpha$  på 0.92 jämfört med originalformuläret som uppnådde 0.96 (se tabell 2). I denna studie beräknades en totalpoäng genom att beräkna medelvärdet för fråga 1-25 samt poäng för de enskilda subskalorna genom att beräkna ett medelvärde för de frågor som ingick i dessa (se tabell 2).

**Utrecht Work Engagement Scale (UWES).** Arbetsengagemang mättes med hjälp av en svensk version av självskattningsformuläret Utrecht Work Engagement Scale (UWES) (Schaufeli & Bakker, 2004). I denna studie användes UWES-9, som mäter de tre subskalorna vitalitet, entusiasm och försjunknenhet med tre påståenden vardera (Balducci, Fraccaroli & Schaufeli, 2010). *Vitalitet* mätte upplevd energifrekvens, *entusiasm* mätte hur involverad en medarbetare är i sitt arbete, hur meningsfullt och inspirerande det är samt stolthet och entusiasm. *Försjunknenhet* mätte frekvensen av de positiva känslor medarbetaren upplever i samband med att denne är försjunken och upptagen i sitt arbete (Schaufeli & Bakker, 2004). Före de nio påståendena i frågeformuläret ställdes frågan "På ditt nuvarande arbete, hur väl stämmer följande påståenden in på dig?". Respondenterna ombads besvara respektive påstående med avseende på hur ofta de upplevde det tillstånd som efterfrågades i respektive påstående. UWES-9 mättes på en sjugradig Likert-skala där varje svarsalternativ graderades med 1 = "aldrig", 2 = "nästan aldrig", 3 = "sällan", 4 = "ibland", 5 = "ofta", 6 = "mycket ofta" och 7 = "alltid". För att underlätta förståelsen av frågorna valde vi att modifiera fråga ett och sju något. Vi beräknade en totalpoäng på skalan genom att beräkna medelvärdet på de nio påståendena samt medelvärde på de tre subskalorna (se tabell 2). Enligt Schaufeli och Bakker (2004) samt Bakker et al. (2008) har UWES hög validitet och intern konsistens. Vidare har Hallberg och Schaufeli (2006) även konstaterat att den svenska versionen av UWES-9 har hög intern konsistens. I denna studie uppnåddes ett Chronbachs  $\alpha$  på 0.92 för hela skalan.

**Minnesota Satisfaction Questionnaire (MSQ).** En svensk version av Minnesota Satisfaction Questionnaire (MSQ) (översatt av Lars Nystedt på Stockholms Universitet)

användes för att mäta arbetstillfredsställelse (University of Minnesota, 2017). Formuläret innehåller 20 påståenden som gör det möjligt att beräkna poäng på anställdas interna, externa och generella tillfredsställelse (Weiss et al., 1967). Varje påstående i formuläret hade fem svarsalternativ som graderades på en Likert-skala från 1 till 5 där 1 = “mycket missnöjd”, 2 = “missnöjd”, 3 = “neutral”, 4 = “tillfredsställd” och 5 = “mycket tillfredsställd”. Samtliga 20 påståenden mätte generell tillfredsställelse, men 12 påståenden hade mer fokus på intern tillfredsställelse, sex påståenden mätte extern tillfredsställelse och det fanns två påståenden som enbart mätte generell tillfredsställelse (Weiss et al., 1967). MSQ anses ha hög reliabilitet, konstruktvaliditet samt konvergent validitet (Weiss et al., 1967). Efter den pilotundersökning vi genomförde, samt i samråd med Fallföretaget valde vi att anpassa språkbruket i den svenska versionen av MSQ ytterligare. Pilotundersökningen visade att några av de svenska frågorna i Nystedts översättning (University of Minnesota, 2017) verkade missuppfattas av en del anställda i byggbranschen. För att säkerställa att så många respondenter som möjligt skulle förstå samtliga frågor i MSQ valde vi att anpassa fråga sju samt 11–12. MSQ i vårt frågeformulär uppnådde ett Chronbachs  $\alpha$  på 0.90 och visade därmed på hög intern konsistens, trots de små modifieringarna.

### **Etiska aspekter med undersökningen**

För att säkerställa att deltagarna tog del av de etiska aspekter som var relevanta för denna studie sammanställde dessa tydligt på informationsbladet i den enkät som delades ut. De aspekter som presenterades var anonymitet, samtycke till att svaren används i forskningssyfte, frivillighet att delta i enkätundersökningen och rätten för deltagaren att avbryta när som helst.

Informationsbladet bestod av en introduktion där forskarna, syftet, upplägget av studien samt att undersökningen var på uppdrag av Fallföretaget presenterades (se Appendix 1). För att uppnå en ökad svarsfrekvens utformades introduktionstexten personligt, tydligt, överskådligt och deltagarna informerades om att enkäten gick snabbt att fylla i. Vidare förklarades det även att ingen redovisning av individuella poäng skulle ske samt att deltagarnas anonymitet garanterades då inga svar gick att koppla tillbaka till någon specifik individ. Se Appendix 1 för all presenterad information.

## Dataanalys

För att få en tydlig överblick över resultaten på enkäten och de olika faktorerna som ingick i respektive mätskala valde vi att ta fram medelvärde och standardavvikelse. Eftersom vi modifierat någon enstaka fråga i UWES-9 och MSQ samt översatt EmpAt från engelska till svenska ansåg vi att det var av vikt att testa den interna konsistensen inom såväl de olika skalorna som faktorerna inom respektive frågeformulär. Detta gjorde vi genom att beräkna Chronbachs  $\alpha$  på samtliga frågeformulär och dess subskalor (se tabell 2). I vår data fanns två outliers vilka definierades som 1.5 boxlängder från medelvärdet i en boxplot och enligt Pallant (2013) bör forskaren ta bort dessa om de påverkar medelvärdet i stor grad. När vi beräknade medelvärdet med och utan outliers blev resultatet nästan identiskt, och enligt Pallant (2013) går det därför bra att räkna med outliers utan att de snedvrider resultatet. Vi valde därför att inte exkludera dessa från vår dataanalys. Trots att vi förväntade oss specifika resultat genomfördes tvåsvansade tester, då studiens forskningsfrågor var oriktade (Aron, Aron & Coups, 2014).

För att analysera de resultat datainsamlingen genererade genomfördes en tvåsvansad parametrisk korrelationsanalys. Först genomfördes en preliminär korrelationsanalys för att avgöra huruvida antaganden om normalfördelning, linjär korrelation och homoskedasticitet uppfylldes (Pallant, 2013). Kravet för normalfördelning hos de tre begreppen undersöktes med ett Kolmogorov-Smirnov test (Aron et al., 2014) som påvisade att antagandet uppfylldes på UWES-9 och MSQ, men dock ej på EmpAt då detta var negativt snedfördelat. Antagandet om linjär korrelation uppfylldes inte på EmpAt och antagandet om homoskedasticitet var också tvivelaktigt. Båda dessa antaganden uppfylldes däremot på UWES-9 och MSQ. Då EmpAt inte uppfyllde samtliga antaganden för parametrisk dataanalys valde vi att genomföra den icke-parametriska korrelationsanalysen, Spearman's rho, såväl som den parametriska motsvarigheten, Pearsons produktmoment korrelation ( $r$ ) (Aron et al., 2014; Pallant, 2013), för att undersöka sambanden mellan de tre begreppen. Då Spearman's rho visade liknande resultat som Pearsons  $r$ , bedömdes det senare kunna ge ett mer rättvisande resultat på korrelationen då två av studiens tre huvudbegrepp uppfyllde kraven på parametrisk dataanalys. Pearsons  $r$  genomfördes således på EmpAt, UWES-9 och MSQ samt på dess subskalor inom hela urvalet. Vidare är Pearsons  $r$  robust mot outliers (Aron et al., 2014) och detta test var därför passande till vår data. För att undersöka korrelationen mellan EmpAt, UWES-9 och MSQ inom yrkesgrupperna tjänstemän och hantverkare gjordes även Pearsons produkt moment korrelation med split file. För att ta reda

på om dessa korrelationskoefficienter statistiskt signifikant skiljde sig mellan yrkesgrupperna gjordes Fisher's exakta test för skillnader mellan korrelationskoefficienter (Körner & Wahlgren, 2006). För att bedöma samtliga korrelationers styrka användes Cohens tolkning av värdena som .10–.29 som svag korrelation, .30–.49 som medium och .50–1.0 som stark korrelation (Pallant, 2013, s. 139).

För att undersöka skillnader mellan yrkesgruppernas skattning på EmpAt, UWES-9 och MSQ genomfördes *t*-test för oberoende grupper. För att säkerställa att resultatet inte blev missvisande valde vi även att göra den icke-parametriska motsvarigheten till *t*-test för oberoende grupper, Mann-Whitney U, på EmpAt eftersom begreppet påvisat avvikelser i antagandet om normalfördelning. Resultatet från Mann-Whitney U påvisade endast minimala skillnader jämfört med det resultat *t*-testet visat. Då *t*-test påvisats vara robust mot avvikelser från normalfördelning (Borg & Westerlund, 2012) valde vi därför att endast presentera resultaten från *t*-testerna. I *t*-testen analyserades medelvärdeskillnaderna ( $M1-M2=M\Delta$ ) mellan yrkesgrupperna för att se om det fanns någon statistiskt signifikant skillnad. För att beräkna effektstorleken på *t*-testerna användes formeln för eta-squared enligt Pallant (2013) och för att tolka dessa värden följde vi Cohens riktlinjer där eta squared över .06 är medelstark effektstorlek medan eta squared högre än .14 bedöms som en stark effekt (Pallant, 2013, s. 251).

## Resultat

### Deskriptiv statistik

I tabell 2 presenteras medelvärde, standardavvikelse och Cronbachs  $\alpha$  för de tre olika skalorna samt dess subskalor. Medelvärdet för employer attractiveness (EmpAt) var  $M=5.97$  ( $SD=0.59$ ) och medelvärdet för arbetsengagemang (UWES-9) och arbetstillfredsställelse (MSQ) var 5.55 ( $SD=0.77$ ) respektive 4.03 ( $SD=0.46$ ). För mer detaljerad information avseende subskalorna på de tre frågeformulären, se tabell 2.

*Tabell 2. Medelvärde, standardavvikelse och Cronbach's  $\alpha$  på samtliga mätskalor och dess subskalor.*

	<b>M</b>	<b>SD</b>	<b>Cronbach's alfa</b>
<b>Employer attractiveness (1-7)*</b>	<b>5.97</b>	<b>0.59</b>	<b>0.92</b>
Development value	5.96	0.60	0.60
Social value	6.34	0.57	0.78
Interest value	5.88	0.86	0.88
Economic value	5.95	0.78	0.72
Application value	5.73	0.77	0.80
<b>Arbetsengagemang (1-7)*</b>	<b>5.55</b>	<b>0.77</b>	<b>0.92</b>
Vitalitet	5.39	0.82	0.80
Entusiasm	5.83	0.83	0.78
Försjunkenhet	5.44	0.89	0.86
<b>Arbetstillfredsställelse (1-5)*</b>	<b>4.03</b>	<b>0.46</b>	<b>0.90</b>
Intern tillfredsställelse	4.01	0.43	0.82
Extern tillfredsställelse	4.05	0.51	0.71
Generell tillfredsställelse	4.06	0.79	0.87

\*Employer attractiveness: 1 = “inte viktigt alls”, 7 = “extremt viktigt”, Arbetsengagemang: 1 = “aldrig”, 7 = “alltid”, Arbetstillfredsställelse: 1 = “mycket missnöjd”, 5 = “mycket tillfredsställd”.

### Korrelationsanalys

Pearson's produkt moment korrelation visade att samtliga skalor korrelerade positivt med varandra. Dock var det endast sambanden mellan employer attractiveness och arbetsengagemang ( $r = .26, p = .03$ ) samt arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse ( $r = .69, p = .00$ ) som var statistiskt signifikanta. Det fanns ingen signifikant korrelation mellan employer attractiveness och arbetstillfredsställelse ( $r = .21, p = .075$ ). I tabell 3 kan det utläsas att samtliga subskalor inom arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse korrelerade positivt med varandra samt att dessa samband var statistiskt signifikanta. Interest value och development value var de enda subskalorna inom employer attractiveness där det faktiskt förelåg ett signifikant samband mellan någon av subskalorna inom arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse.

*Tabell 3. Korrelation mellan samtliga tre skalor (employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse) samt dess respektive subskalor.*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
<b>1. Employer Attractiveness</b>	-													
2. Development value	.75**	-												
3. Social value	.78**	.48**	-											
4. Interest value	.90**	.58**	.67	-										
5. Economic value	.82**	.61**	.50**	.65**	-									
6. Application value	.83**	.47**	.61**	.72**	.55**	-								
<b>7. Arbetsengagemang</b>	<b>.26*</b>	<b>.25*</b>	.17	.31**	.04	.30**	-							
8. Vitalitet	.22	.26*	.12	.27*	.00	.24*	.90**	-						
9. Entusiasm	.31**	.24*	.21	.36**	.06	.37**	.94**	.80**	-					
10. Försjunkenhet	.20	.20	.13	.29	.04	.23	.90**	.67**	.79**	-				
<b>11. Arbetstillfredsställelse</b>	<b>.21</b>	.04	.10	.25*	.09	.35**	<b>.69**</b>	.66**	.70**	.53**	-			
12. Intern tillfredsställelse	.24*	.07	.14	.29*	.07	.37**	.70**	.67**	.72**	.53**	.97**	-		
13. Extern tillfredsställelse	.17	.03	.03	.20	.10	.28*	.58**	.59**	.57**	.43**	.93**	.84**	-	
14. Generell tillfredsställelse	.10	-.08	.06	.10	.05	.24**	.56**	.45**	.57**	.51**	.83**	.73**	.73**	-

\*  $p < 0.05$  nivå (2-svansad)

\*\* $p < 0.01$  nivå (2-svansad)

Pearson's produkt moment korrelation visade att det förelåg viss skillnad i hur sambanden mellan employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse såg ut inom de två yrkesgrupperna (tabell 4). Inom yrkesgruppen tjänstemän fanns det ett starkt signifikant samband mellan employer attractiveness och arbetstillfredsställelse ( $r = .54, p = .00$ ). Motsvarande korrelation inom yrkesgruppen hantverkare var ( $r = .19, p = .25$ ). Dock påvisade Fisher's exakta test för skillnader mellan korrelationskoefficienter att det inte fanns någon statistiskt signifikant skillnad i hur korrelationskoefficienterna inom de olika yrkesgrupperna skiljde sig från varandra ( $p = 0.10$ ). Inom yrkesgruppen hantverkare förelåg ett medelstarkt signifikant samband mellan employer attractiveness och arbetsengagemang ( $r = .33, p = .04$ ). Motsvarande korrelation inom yrkesgruppen tjänstemän var dock endast ( $r = .23, p = .22$ ). Fishers's exakta test inom de två yrkesgrupperna visade att det inte fanns en statistiskt signifikant skillnad mellan korrelationskoefficienterna ( $p = .66$ ). I tabell 4 framgår det att det fanns signifikanta samband mellan arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse inom båda yrkesgrupperna. Fisher's exakta test visade även att det fanns en statistiskt signifikant skillnad i hur dessa korrelationskoefficienter inom de två yrkesgrupperna skiljde sig från varandra ( $p = 0.03$ ).

*Tabell 4. Pearson's produkt moment korrelation mellan employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse inom yrkesgrupperna.*



	<b>Employer attractiveness</b>	<b>Arbetsengagemang</b>	<b>Arbetstillfredsställelse</b>
<b>Tjänstemän/Hantverkare</b>			
Employer attractiveness	-		
Arbetsengagemang	.23/.33*	-	
Arbetstillfredsställelse	.54**/.19	<b>.36*/.72**</b>	-

\*  $p < 0.05$  (2-svansad)

\*\*  $p < 0.01$  (2-svansad)

### Gruppjämförelser - skillnader mellan yrkesgrupper

*t*-testet visade att det inte fanns någon signifikant skillnad i skattningen av employer attractiveness mellan tjänstemän och hantverkare  $M\Delta = -0.07$  (Konfidensintervall (KI) = -0.32 till 0.20). Däremot rapporterade tjänstemän ett större arbetsengagemang än hantverkare ( $M\Delta = 0.56$  (KI = .22 till .91,  $p = .00$ , eta squared = .13)). Vad gäller arbetstillfredsställelse fanns det också en signifikant skillnad mellan de två yrkesgrupperna och medelvärdeskillnaden som uppgick till 0.36 (KI = .15 till .56) var stark (eta squared = .15). Resultaten från samtliga *t*-test samt deskriptiv statistik kan utläsas i tabell 5.

Tabell 5. Resultat *t*-test och deskriptiv statistik för employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse och yrkesgrupper.

	Tjänsteman			Hantverkare			t	p	df
	M	SD	n	M	SD	n			
Employer attractiveness	5.93	0.38	31	6.00	0.71	41	-0.49	0.626	63.71
Arbetsengagemang	5.87	0.57	31	5.31	0.82	41	3.28*	0.002	70
Arbetstillfredsställelse	4.23	0.30	31	3.87	0.50	41	3.52*	0.001	70

\*  $p < 0.05$

### Diskussion

Syftet med denna studie var att undersöka hur employer attractiveness värderas samt hur upplevelsen av arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse ser ut inom den svenska

byggbranschen. Vi avsåg att studera om det finns en korrelation mellan dessa begrepp, hur starkt detta samband i sådant fall är samt om eventuella samband skiljer sig mellan tjänstemän och hantverkare. Diskussion av studiens resultat disponeras efter studiens tre forskningsfrågor, vilka diskuteras under separata rubriker med förankring i teori och tidigare forskning. Därefter följer resonemang om studiens styrkor och svagheter, reliabilitet av enkät samt validitet av resultat och etikdiskussion. Slutligen presenteras slutsatser och förslag till vidare forskning.

### **Värderat employer attractiveness samt upplevt arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse**

Mot bakgrund av SCB:s Arbetsmiljöundersökning (2015) förväntade vi oss att respondenterna i denna studie skulle uppleva högt arbetsengagemang och hög arbetstillfredsställelse. Vi trodde även att resultatet skulle visa att employer attractiveness ansågs vara viktigt inom byggbranschen.

**Employer attractiveness.** I dagens moderna ekonomi har employer attractiveness, som är en del av employer branding, visat sig vara viktigt för organisationer att strategiskt arbeta med för att ha möjlighet att konkurrera om kompetent humankapital (Aldousari et al., 2017; Berthon et al., 2005). I denna studie påvisade EmpAt att employer attractiveness är ett begrepp som arbetstagare på Fallföretaget anser vara viktigt då de tänker på en potentiell arbetsgivare inom byggbranschen eftersom medelvärdet nästan uppgick till det högsta värdet på skalan (se tabell 2). Det bör noteras att denna studie mätte employer attractiveness generellt inom byggbranschen och därmed inte med specifik inriktning på respondenternas nuvarande arbetsgivare. Vidare visade Arbetsmiljöundersökningen från 2015 att 62% av svenska medarbetare inom byggbranschen ansåg att det var mycket eller ganska lätt att få ett likvärdigt jobb utan flytt (SCB, 2015). Tillsammans antyder denna information att det är av stor vikt för svenska byggföretag att arbeta med employer branding och employer attractiveness för att ha möjlighet att ses som en attraktiv arbetsgivare och därmed kunna konkurrera om arbetskraft i en konkurrensutsatt bransch.

Ambler och Barrow (1996) menade att employer branding präglas av ett utbyte av gynnsamma fördelar mellan organisationen och dess medarbetare. Eftersom respondenterna i vår studie värderade employer attractiveness högt, tolkar vi det som att anställda på Fallföretaget upplever att ett sådant resursutbyte är viktigt vad gäller en potentiell arbetsgivare inom byggbranschen. Denna tolkning stämmer överens med Huang och Liu (2010) som menar att ett

fördelaktigt resursutbyte är nödvändigt för att en arbetstagare ska uppfatta en arbetsgivare som attraktiv. Med andra ord stämmer dessa antagandena överens med social exchange theory's förklaring om bra relationer (Holt et al., 2015; Saks, 2006). Aiman-Smith et al. (2001) har förklarat att om en befintlig eller potentiell anställd upplever en arbetsgivare som attraktiv förstärks även individernas organisatoriska identifiering. Då våra resultat påvisar att employer attractiveness är viktigt antyder de att arbetsgivare inom byggbranschen bör arbeta med employer branding för att stärka medarbetares organisatoriska identifiering. Medarbetarna på Fallföretaget verkar tycka att det är viktigt att deras behov tillgodoses, vilket antyder att samtliga aspekter inom en arbetsgivares varumärke har betydelse. Denna tolkning gör vi med avstamp i att den nuvarande arbetsbristen kan förändras vilket gör att inblandade aktörer bör ta ansvar för att arbetskraftsförsörjningen ska lösas på bästa sätt, såväl på kort som på längre sikt (Arbetsmiljöverket, 2017). Att arbeta med employer attractiveness menar vi kan vara ett sätt att göra detta på.

Våra respondenter skattade samtliga subskalor inom employer attractiveness som betydande (se tabell 2). Denna skattning antyder att anställda inom byggbranschen sätter högt värde på de fem delarna som Berthon et al. (2005) benämner som interest value, social value, economic value, development value och application value. Vi tolkar den höga värderingen på EmpAt som att de funktionella, ekonomiska och psykologiska aspekterna som employer branding består av (Ambler & Barrow, 1996; Berthon et al., 2005; Huang & Liu, 2010) har stor betydelse för medarbetare i den svenska byggbranschen. De psykologiska aspekterna tog sig i uttryck genom hög värdering av social value och interest value. Den ekonomiska aspekten motsvarades av hög skattning på economic value och de funktionella aspekterna tog sig i uttryck genom hög värdering av application och development value. Därmed verkar det som att medarbetarna ställer höga krav på att det ska finnas ett utbyte av resurser som ingår i dessa aspekter. Då samtliga subskalor inom EmpAt värderades högt i denna studie, påvisade vårt resultat även att medarbetarna både värderar materiella och icke-materiella aspekter inom employer attractiveness. Detta går i linje med Huang och Lius (2010) antaganden om att båda dessa typer av behov är viktiga för arbetstagare. Den högst värderade subskalan inom employer attractiveness i denna studie var social value, vilket antyder att medarbetare inom byggbranschen verkar attraheras av en rolig arbetsmiljö, bra team-atmosfär och goda relationer kollegor emellan (Berthon et al., 2005).

**Arbetsengagemang.** I denna studie hade även arbetsengagemang ett högt medelvärde (se tabell 2). I linje med Kahns (1990) beskrivning av psykologisk närvaro i arbetsrollen, tolkar vi denna höga nivå av arbetsengagemang som att arbetet upplevs vara centralt i respondenternas liv. Kahn (1990) förklarar vidare att engagerade medarbetare förenar sig med sin arbetsroll samt känner att deras nuvarande arbete ger psykologisk meningsfullhet och säkerhet. Vi tror att detta stämmer överens på medarbetarna i vår studie då de flesta upplevde att de var engagerade på arbetet. Vidare bör den höga nivån av arbetsengagemang kunna appliceras på definitionen om att arbetsengagemang är ett generellt positivt upplevt arbetsrelaterat tillstånd (Bakker et al., 2011; Schaufeli & Bakker, 2004; Schaufeli et al., 2002). Det innebär troligtvis att respondenterna i denna studie upplever sitt generella arbetsrelaterade tillstånd som positivt. Vårt resultat verkar även stämma överens med Attridge (2009) som förklarar att individer blir mer engagerade om de känner positiva emotioner inför sitt arbete. I tillägg till detta förklarar social exchange theory att individer upplever lågt engagemang om de känner att det finns bättre alternativ till den existerande relationen (Holt et al., 2015). Eftersom respondenterna i denna studie upplevde ett högt arbetsengagemang tolkar vi det som att de är nöjda med vad de får ut av relationen med Fallföretaget och att de därmed uppfattar sin nuvarande arbetsgivare som ett bra alternativ jämfört med andra byggföretag inom branschen. Enligt Holt et al. (2015) indikerar ett högt engagemang att parterna kommer fortskrida sin relation i framtiden, och det höga medelvärdet på arbetsengagemang i denna studie skulle därför kunna antyda att respondenterna kommer att stanna på Fallföretaget. Således är arbetsengagemang viktigt att upprätthålla för att bibehålla personal.

Nivån av arbetsengagemang i denna studie skulle i enlighet med Bakker et al. (2011) kunna tolkas som att individerna upplever sitt arbete som stimulerande samt något de är villiga att spendera sin tid på. Då arbetsengagemang tidigare påvisats ha samband med arbetsprestation (Bakker & Bal, 2010; Bakker et al., 2011; Towers Perrin, 2005) skulle vårt resultat kunna tolkas som att respondenternas höga arbetsengagemang även innebär att de presterar bra. Detta skulle i sin tur kunna leda till förbättrade finansiella resultat för Fallföretaget, då flera forskare (se Bakker, 2011; Bakker et al., 2011; Harter et al., 2002) menar att arbetsengagemang korrelerar med affärsresultat. Eftersom medarbetarna på Fallföretaget verkar vara engagerade antyder även det att Fallföretaget lyckats inspirera individuella medarbetare att prestera. Detta går i linje med Bakker et al. (2008) och Saks (2006) som menar att det är de individuella medarbetarnas insatser

som möjliggör arbetsgivarens faktiska prestation. Eftersom Bakker och Demerouti (2008) menar att högt arbetsengagemang leder till ökad produktivitet skulle det höga arbetsengagemanget som våra respondenter upplevde även kunna antyda att medarbetarna på Fallföretaget har en vilja att producera och göra en god insats på sitt jobb.

Ett högt medelvärde på arbetsengagemang tyder på att de tre subskalorna vitalitet, entusiasm och försjunknenhet är uppfyllda (Bakker et al., 2008; Schaufeli & Bakker, 2004). UWES-9 visade således att våra respondenter generellt upplever hög energi, entusiasm och inspiration på arbetet samt att de är försjunkna i sina jobb. Entusiasm var den aspekt respondenterna upplevde vara mest uppfylld (se tabell 2). Hög entusiasm innebär att medarbetare är involverade i sitt arbete, upplever att det är betydande samt identifierar sig med arbetet (Bakker & Demerouti, 2008; Bakker et al., 2008; Bakker & Schaufeli, 2004), vilket stämmer överens med Ashforth och Mael (1989) som menade att högt arbetsengagemang innebär att medarbetarna identifierar sig med organisationen. Således tror vi att medarbetarna i denna studie faktiskt identifierar sig med Fallföretaget. Vidare menade Bakker et al. (2011) att högt arbetsengagemang också karaktäriseras av energi och att en medarbetare som är engagerad upplever trötthet efter ett arbetspass som ett positivt tillstånd snarare än negativt. Då våra respondenter upplevde högt engagemang tyder det på att Bakker et al.'s (2001) förklaring faktiskt stämmer in på denna studies deltagare.

**Arbetstillfredsställelse.** Precis som employer attractiveness och arbetsengagemang påvisade arbetstillfredsställelse ett högt medelvärde i denna studie (se tabell 2), vilket antyder att medarbetarna på Fallföretaget var tillfredsställda i sin arbetsroll. Då denna studie påvisade att arbetstagare på Fallföretaget både upplevde högt arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse, går vårt resultat i linje med tidigare undersökningar på byggsektorn i Sverige som också antytt att nivån på engagemang och tillfredsställelse generellt är hög inom branschen (SCB, 2015). Vidare är individer som upplever arbetstillfredsställelse nöjda efter en vanlig arbetsdag (Kinicki et al., 2002). I tillägg till detta har Konovsky och Organ (1989) förklarat att tillfredsställda medarbetare har positiva attityder inför sitt jobb och Locke (196) menar att sådana individer värderar det egna arbetet i enlighet med sina arbetsrelaterade värderingar. Dessa antaganden skulle kunna appliceras på denna studiens resultat då respondenterna upplever en hög arbetstillfredsställelse på sina nuvarande jobb. Med andra ord bör Fallföretagets tillfredsställda respondenter vara nöjda efter en arbetsdag, ha positiva attityder till sitt jobb samt anse att deras

arbete går i linje med egna värderingar. Enligt såväl Locke (1969) som Stankovska et al. (2017) innebär arbetstillfredsställelse att medarbetare faktiskt får ut det de förväntar sig att de ska få av sitt arbete. Vi tolkar denna studiens högt upplevda arbetstillfredsställelse som att dessa förväntningar därmed verkar bli uppfyllda på respondenternas jobb. Därför antar vi även att det sociala utbytet av resurser mellan arbetstagaren och arbetsgivaren är relativt högt.

Landy och Conte (2013) samt Pratiwi och Welly (2014) förklarar att arbetstillfredsställelse är nära relaterat till arbetsprestation. Våra resultat skulle därför möjligtvis kunna tyda på att medarbetarna på Fallföretaget faktiskt arbetar hårt och har god arbetsprestation då de upplever en hög nivå av arbetstillfredsställelse. Vidare menar Harter et al. (2002) att arbetstillfredsställelse är kopplat till affärsresultat, produktivitet och bibehållandet av personal. Således skulle vårt resultat även kunna antyda att medarbetarnas arbetstillfredsställelse faktiskt medför många fördelar för Fallföretaget. Enligt Pratiwi och Welly (2014) är det viktigt att arbetsgivaren har kunskap om sina medarbetares tillfredsställelse för att förhindra att de söker sig till andra arbetsgivare. Då Fallföretagets anställda är tillfredsställda skulle detta, likt tolkningen ovan om arbetsengagemang, kunna innebära att de faktiskt väljer att stanna på Fallföretaget i framtiden.

Vad gäller subskalorna inom arbetstillfredsställelse påvisade MSQ i denna studie endast marginella skillnader mellan intern och extern tillfredsställelse. Weiss et al. (1967) förklarar att olika individer har olika behov och därför känner sig tillfredsställda av olika saker. Vår studies resultat bör således vara en indikation på att Fallföretaget tagit hänsyn till individuella behov hos sina medarbetare eftersom de flesta överlag kände sig tillfredsställda på sitt nuvarande jobb. Då arbetstillfredsställelse baseras på individuella behov kan detta förklara svårigheten att nå den lilla andelen som är otillfredsställd, både i vår studie samt i tidigare medarbetarundersökningar inom byggbranschen (se t.ex. SCB, 2015). Då tillfredsställelsen i denna studie var jämn avseende både externa och interna arbetsrelaterade aspekter är det troligtvis ännu svårare att tillfredsställa de medarbetare som faktiskt var mindre tillfredsställda. Tidigare studier har dock visat att externa aspekter (hygienfaktorer) ger upphov till otillfredsställelse i större utsträckning än interna aspekter (se Herzberg, 1959). Således tolkar vi det som att ett företag bör arbeta med externa aspekter, som exempelvis företagspolicys, lön, arbetsvillkor och jobsäkerhet (se Herzberg et al., 1959; Landy & Conte, 2013), för att nå den andel av medarbetarna som är otillfredsställda. Vidare tror vi att interna aspekter är mer komplicerade för organisationen att förbättra jämfört

med externa aspekter och att det därmed är svårare att tillfredsställa de individer som är missnöjda med interna faktorer. Dock kan vi inte med säkerhet konstatera vilka aspekter som är bakomliggande till resultatet i vår studie. Eftersom intern och extern arbetstillfredsställelse verkar vara lika uppfyllt hos respondenterna i vår studie kan vi inte konstatera vilka faktorer som med störst sannolikhet skulle kunna ligga bakom otillfredsställelse inom byggbranschen. Om studien hade visat låg arbetstillfredsställelse på externa aspekter, hade det i sådant fall kunnat tyda på att en mer generell förändring bör göras, medan låg tillfredsställelse på interna aspekter är en fråga om de individuella arbetsuppgifterna.

Ovanstående avsnitt har behandlat de resultat som avser forskningsfrågan om hur högt anställda inom byggbranschen värderar employer attractiveness samt hur de upplever arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse. Sammanfattningsvis har denna studie påvisat att employer attractiveness värderas som viktigt då respondenterna tänkte på en potentiell arbetsgivare inom byggbranschen. Vidare visade studien att anställda i hög grad upplever arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse på sitt nuvarande arbete inom Fallföretaget.

### **Korrelation mellan employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse**

Mot bakgrund av tidigare forskning (se t.ex. Huang & Liu) förväntade vi oss att skulle finnas en positiv korrelation mellan employer attractiveness (EmpAt), arbetsengagemang (UWES-9) och arbetstillfredsställelse (MSQ). Denna undersökning påvisade att samtliga skalor korrelerade positivt med varandra, men dock var inte alla sambanden statistiskt signifikanta.

**EmpAt och UWES-9.** Sambandet mellan employer attractiveness och arbetsengagemang påvisade en signifikant svag positiv korrelation (se tabell 3). Det innebär att det finns ett svagt positivt samband mellan de medarbetare som tycker att employer attractiveness är viktigt hos en arbetsgivare och de som upplevde sig själva vara engagerade i sitt nuvarande arbete. Piyachat et al. (2014) har förklarat att det finns ett starkt positivt samband mellan employer branding och arbetsengagemang, vilket delvis stämmer överens med de resultat korrelationen i denna studie visar. Att sambandet i vår studie var svagt kan dock bero på att employer attractiveness mättes på ett generellt plan, medan arbetsengagemang specificerades till den nuvarande arbetsgivaren. Ett starkt employer brand, och därmed hög employer attractiveness, skapar positiva attityder hos anställda (Aldousari et al., 2017) och positiva emotioner inför arbetet skapar högre engagemang (Attridge, 2009; Schaufeli & Bakker, 2004). Det svagt positiva samband vårt resultat visade

skulle således kunna bero på att anställda faktiskt uppfattade sin arbetsgivare som attraktiv och därmed i viss mån även var engagerade i sitt arbete.

Trots att korrelationen mellan EmpAt och UWES-9 var svag tolkar vi det som att det sociala utbytet enligt social exchange theory (Holt et al., 2015) till viss del föreligger. Av det höga arbetsengagemanget att döma verkar det därmed som att respondenterna förses med de fysiska, kognitiva och emotionella resurser de efterfrågar av sin arbetsgivare (Saks, 2006) och därmed känner sig skyldiga att gengälda organisationen (Cropanzano & Mitchell, 2005). Eftersom psykologiska, ekonomiska och funktionella resurser upplevs vara viktiga i employer attractiveness (Berthon et al., 2005) skulle den svaga positiva korrelationen vi fann även kunna förklaras av att det är ett utbyte av just sådana resurser som sker, och att medarbetarna därför svarar med att öka sitt engagemang (Saks, 2006). Om de psykologiska, ekonomiska och funktionella behoven inom employer attractiveness (Ambler & Barrow, 1996; Berthon et al., 2005) inte var tillgodosedda, eller om de inte alls hade varit viktiga alls för medarbetare hade den korrelationen vi fann mellan EmpAt och UWES-9 kanske inte uppnåtts. Vidare har Huang och Liu (2010) samt Backhaus och Tikoo (2004) påvisat att en organisation som anses vara attraktiv och har ett starkt employer brand påverkar medarbetares organisatoriska identifiering. Eftersom denna studie visade ett högt arbetsengagemang samt hög skattning av employer attractiveness, såväl som en korrelation mellan dessa begrepp, kan det således tyda på att medarbetarna känner organisatorisk identifiering.

**EmpAt och MSQ.** I denna studie fanns det inget signifikant samband mellan employer attractiveness och arbetstillfredsställelse (se tabell 3), vilket antyder att om en deltagare har värderat employer attractiveness högt betyder det inte nödvändigtvis att samma deltagare också är tillfredsställd med sitt nuvarande arbete. Ett starkt employer brand, alltså en arbetsgivare som anses vara attraktiv, har i tidigare studier påvisats korrelera med organisatorisk identitet som i sin tur leder till att medarbetare blir tillfredsställda i sina jobb (Backhaus & Tikoo, 2004), men detta stämde inte överens med det samband vi fann i denna studie. Vidare förklarar Berthon et al. (2005) att en arbetsgivare brukar uppfattas som attraktiv då jobben inom en organisation uppfyller de anställdas behov, vilket leder till att medarbetarna blir tillfredsställda. Resultaten i vår studie visade att medarbetarna på Fallföretaget överlag var tillfredsställda i sina arbeten samt skattade employer attractiveness som viktigt, men trots det fanns ingen signifikant korrelation mellan begreppen.



Tidigare studier har visat att arbetstillfredsställelse kan uppnås av olika anledningar, men att dessa skiljer sig mycket mellan individer (Kinicki et al., 2002; Weiss et al., 1967) och MSQ mäter hur väl en individ känner sig tillfredsställd avseende olika individuella aspekter under en vanlig arbetsdag (Weiss et al., 1967). Employer attractiveness (EmpAt) mäts däremot på en generell nivå, med avseende på vad som värderas hos en potentiell arbetsgivare (Berthon et al., 2005). En möjlig anledning till att korrelationen mellan EmpAt och MSQ inte var statistiskt signifikant skulle kunna vara för att EmpAt mäter faktorer som medarbetare anser vara viktiga, men trots det kanske dessa faktorer inte upplevs under en vanlig arbetsdag. Sådana faktorer mäts däremot med MSQ. Aspekter som en medarbetare anser vara viktigt för att uppfatta en arbetsgivare som attraktiv är således inte aspekter som medarbetaren nödvändigtvis tänker på då den arbetar, vilket därmed inte heller leder till att dennes arbetstillfredsställelse påverkas. Vidare har Hall et al. (1970) undersökt sambandet mellan värdering av och upplevd organisatorisk identifiering, samt upplevd arbetstillfredsställelse. Forskarna fann att arbetstillfredsställelse hade starkare samband med faktiskt upplevd organisatorisk identifiering än vad det hade med värdering av organisatorisk identifiering. Författarna menade att anledningen till detta kan förklaras av att en medarbetare skiljer på vad de värderar gentemot vad de faktiskt upplever. Med denna bakgrund tror vi att arbetstillfredsställelse möjligtvis hade kunnat påvisa en starkare korrelation med employer attractiveness om studien hade mätt hur det sistnämnda begreppet faktiskt upplevs istället för om det värderades som viktigt.

Trots att det inte fanns en signifikant korrelation mellan EmpAt och MSQ, påvisade våra resultat att vissa subskalor inom de två begreppen faktiskt hade signifikanta korrelationer (se tabell 3). Sambandet mellan subskalan interest value (se Berthon et al, 2005) inom employer attractiveness och intern tillfredsställelse inom MSQ (se Herzberg et al., 1959) påvisade en positiv, medelstark korrelation (se tabell 3). Detta samband visar således att de medarbetare på Fallföretaget som värderar interest value hos en arbetsgivare även är tillfredsställda med inre motivationsaspekter. Vi tolkar därmed att sambandet skulle kunna bero på att aspekterna inom interest value, som exempelvis inkluderar en spännande arbetsmiljö (Berthon et al., 2005), skulle kunna vara saker som en individ konkret upplever dagligen, vilket stämmer överens med de interna aspekterna som mätts i MSQ. Eftersom medarbetarna upplevde att de var tillfredsställda med inre motivationsaspekter och samtidigt ansåg att interest value var viktigt, tror vi även att

det föreligger ett fördelaktigt socialt utbyte av sådana specifika resurser mellan Fallföretaget och medarbetarna.

**UWES-9 och MSQ.** Denna studie påvisade en stark statistiskt signifikant korrelation mellan arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse (se tabell 3). Denna korrelation innebär att de medarbetare som angav att de var mycket engagerade i sina nuvarande arbeten, även var mycket tillfredsställda i dessa. Detta resultat stämmer överens med Biswas och Bhatnagars (2013) studie som fann att engagerade individer ofta också är tillfredsställda på arbetet. Eftersom både UWES-9 och MSQ mätte upplevelsen på respondenternas nuvarande arbete, kan det vara en bakomliggande anledning till varför korrelationen mellan dessa begrepp blev starkare än sambanden med EmpAt som endast mättes generellt. Denna korrelation skulle också kunna förklaras av social exchange theory och vårt resultat påvisar att det bör föreligga ett fördelaktigt utbytesförhållande mellan arbetstagarna och Fallföretaget vad gäller de resurser som ingår i arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse. Denna tolkning har vi gjort med bakgrund till Birtch et al. (2016) som förklarar att medarbetare blir tillfredsställda om företaget tillhandahåller efterfrågade resurser samt då Saks (2006) menar att detta leder till att medarbetarna svarar med engagemang gentemot arbetsgivaren. Vidare menar May et al. (2004) att arbetsengagemang kan prediceras av arbetstillfredsställelse och trots att vi inte kan se ett orsakssamband i denna studie har vi ändå konstaterat att ett samband finns.

Att investera i rätt anställda och tillhandahålla dem med resurserna de kräver bör i enlighet med Huang och Liu (2010) leda till hög organisatorisk avkastning då de anställda blir tillfredsställda och dedikerade till företaget, och därför presterar i enlighet med detta. Att våra respondenter uppvisade en stark korrelation mellan arbetsengagemang och tillfredsställelse bör således antyda att de presterar bra eftersom de är dedikerade till företaget. I sin tur skulle detta kunna påverka Fallföretagets organisatoriska avkastning och därmed eventuellt ge indikationer på att investering i rätt personal och arbetsresurser är viktigt för företag inom byggbranschen. Vidare stämmer den korrelation vi fann överens med SCB:s (2015) rapport som antyder att byggarbetstagare såväl är en engagerad som tillfredsställd yrkesgrupp. Med bakgrund till detta samt det faktum att det råder hög konkurrens om personal inom branschen på grund av brist på arbetskraft (Arbetsförmedlingen, 2017; Enochsson & Andersson, 2016; Törnblom, 2016) tolkar vi det som att medarbetarna eventuellt upplever ljusa framtidsutsikter då de trivs i sina arbeten, samtidigt som det verkar vara lätt att få bra jobb inom sektorn (SCB, 2015). Vidare förklarar

Ashforth och Mael (1989) och Hall et al. (1970) att om en medarbetare identifierar sig med organisationen den arbetar för kommer individen att engagera sig i och känna sig tillfredsställd med sitt arbete. Våra resultat antyder därför att medarbetarna på Fallföretaget även upplever att organisationen som social kategori stämmer överens med deras egen identitet.

De subskalor inom arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse som hade starkast korrelation var entusiasm (se Bakker & Demerouti, 2008; Bakker & Schaufeli, 2004) och intern arbetstillfredsställelse (se Herzberg et al., 1959) (se tabell 3). Sambandet mellan dessa subskalor innebär att deltagare som är entusiastiska i sitt arbete också är tillfredsställda med inre motivationsaspekter. Enligt social exchange theory, skulle detta resultat kunna antyda att de belöningarna organisationen tillhandahåller till medarbetarna är höga, vilket leder till ömsesidigt engagemang och tillfredsställelse av väsentliga behov (se Holt et al., 2015; Saks, 2006). Med andra ord verkar Fallföretaget tillhandahålla resurser som ger upphov till inre arbetstillfredsställelse och till att medarbetarna även blir entusiastiska i arbetet.

**Korrelationskoefficienter inom yrkesgrupper.** Hos yrkeskategorin tjänstemän fann vi i denna studie en positivt medelstark signifikant korrelation mellan employer attractiveness och arbetstillfredsställelse (se tabell 4). Detta samband förelåg dock inte bland hantverkare. Bland hantverkare fanns det däremot en statistiskt signifikant, medelstarkt positiv korrelation mellan employer attractiveness och arbetsengagemang. Fishers exakta test (se resultat) påvisade dock att trots att korrelationskoefficienterna avseende EmpAt och MSQ samt EmpAt och UWES-9 skiljde sig inom de två grupperna, skiljde sig dessa inte statistiskt signifikant från varandra mellan yrkesgrupperna. Detta innebär således att korrelationen mellan dessa begrepp inte berodde på vilken yrkesgrupp respondenterna tillhörde. Däremot fanns det en stark positiv korrelation mellan arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse inom de två yrkesgrupperna och Fishers exakta test påvisade att dessa korrelationskoefficienter även skiljde sig mellan tjänstemän och hantverkare. Detta påvisade således att skillnader i skattningen av UWES-9 och MSQ såg olika ut beroende på vilken yrkeskategori respondenterna tillhörde.

Ovanstående avsnitt har behandlat de resultat som avser forskningsfrågan om i vilken grad det finns en korrelation mellan employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse. Denna studie påvisat att det finns statistiskt signifikanta samband mellan employer attractiveness och arbetsengagemang (svag, positiv korrelation) samt mellan arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse (stark, positiv korrelation). Dock fann vi inget

signifikant samband mellan employer attractiveness och arbetstillfredsställelse. Studien påvisade också att det fanns statistiskt signifikanta samband mellan vissa av skalornas subskalor. För specifika korrelationskoefficienter, se tabell 3.

Eftersom vi valde att endast genomföra en korrelationsanalys i denna studie går det inte att säga något om några kausala förhållanden mellan begreppens korrelationer. Eftersom vi inte kan säga något om det kausala sambandet, vet vi således inte säkert vilket begrepp som skulle orsaka en förändring i ett annat begrepp. Men oavsett om exempelvis employer attractiveness betydelse skulle leda till ökat engagemang eller om det är engagerade medarbetare som bidrar till att employer attractiveness skattas som viktigare, visar våra resultat att dessa två begrepp faktiskt har en relation, trots sambandets svaghet. Således säger våra resultat att det finns samband mellan vissa av studiens skalor och subskalor, men inte i vilken riktning dessa samband går.

### **Skillnader mellan yrkesgrupper**

Eftersom white- och blue collar workers har olika arbetsuppgifter och arbetsförutsättningar (Parietti, 2015) förväntade vi oss att det skulle finnas en skillnad mellan hur tjänstemän och hantverkare värderade employer attractiveness samt hur de upplevde arbetsengagemang respektive arbetstillfredsställelse. Vad gäller skillnader i värderingen av employer attractiveness inom byggbranschen, visade det sig att det inte fanns någon signifikant skillnad mellan de två yrkesgrupperna, tjänstemän och hantverkare. Det innebär att employer attractiveness inom byggbranschen verkar vara viktigt för de anställda på Fallföretaget, oavsett vilken yrkeskategori den anställda tillhör. Däremot fanns det en relativt stark signifikant skillnad ( $\eta^2 = .13$ ) mellan hur engagerade de två yrkesgrupperna var i sina arbeten, och resultaten påvisade att tjänstemän överlag var mer engagerade än hantverkare (se tabell 5). Schaufeli och Bakker (2004) har påvisat att arbetsengagemang skiljer sig mellan yrkesgrupper, vilket alltså går i linje med fynden från denna studie. Vi fann även en stark signifikant skillnad ( $\eta^2 = .15$ ) mellan hur tillfredsställda de två yrkeskategorierna var. Studien påvisade att Fallföretagets tjänstemän var mer tillfredsställda än hantverkarna. Detta resultat skulle eventuellt kunna bero på de skilda arbetsuppgifter och arbetsmiljöer som Parietti (2015) menar att yrkesgrupperna har.

Ovanstående avsnitt har behandlat de resultat som avser forskningsfrågan om huruvida studiens tre huvudbegrepp skiljde sig mellan yrkesgrupper. Sammanfattningsvis påvisade denna

studie att det finns vissa skillnader mellan yrkesgrupperna tjänstemän och hantverkare. Grupperna skiljde sig signifikant inom upplevt arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse då tjänstemän upplevde en högre nivå av dessa begrepp jämfört med hantverkarna. Dock fanns det inte någon statistisk signifikant skillnad mellan hur de två yrkesgrupperna värderade employer attractiveness.

### **Styrkor och svagheter i studien**

Eftersom en tvärsnittsstudie möjliggör beskrivningen av de konstrukt som undersöks i populationen (Shaughnessy et al., 2012) ansåg vi att denna design gav oss bäst förutsättningar att besvara studiens forskningsfrågor och därför var bäst lämpad för denna undersökning. Bryman (2011) förklarar att det finns ett flertal för- och nackdelar med enkätundersökningar. fördelarna med vår enkätundersökning var att den var snabb och billig att administrera, att enkäterna kunde anpassas efter respondenternas behov och att samtliga respondenter fick samma förutsättningar vad gäller ordning och formulering på frågor. Nackdelarna med vår enkätundersökning var att respondenterna inte kunde få hjälp med tolkning av frågor de hade svårigheter med, vilket troligtvis var en anledning till att vi fick ett fåtal ofullständiga svar i vår datainsamling. Förhoppningsvis minskade vi risken att få många ofullständiga svar genom att noggrant bearbeta enkäten med hjälp av en pilotundersökning samt i samråd med två representanter på Fallföretaget. Dessa representanter var vice VD och en personaladministratör. Ytterligare en nackdel med enkäten var att vi inte heller hade möjlighet att samla in någon tilläggsinformation från de respondenter som lämnat tvetydiga svar. Bryman (2011) förklarar att bortfall är en förekommande nackdel med enkätundersökningar och eftersom vi fick in totalt 72 användbara svar av 143 möjliga blev bortfallet i vår studie ca 49.7%. Då bortfallet var relativt stort kan den externa validiteten i denna studie inte säkerställas. Eftersom enkäterna delades ut av en representant på Fallföretaget minskade vår kontroll över datainsamlingen, vilket kan ha varit en anledning till att bortfallet blev stort. Troligtvis hade vi kunnat öka svarsfrekvensen om vi personligen haft möjlighet att påminna deltagarna om att svara på enkäten, men detta kunde tyvärr enbart göras av vår representant. Ytterligare en anledning till studiens bortfall kan ha berott på att vissa medarbetare var svårtillgängliga då de inte arbetade i direkt anslutning till kontoret och inte hade någon e-postadress att nås på. Om datainsamlingen pågått under en längre tid hade troligtvis även dessa medarbetare kunnat nås och bortfallet hade därmed blivit mindre.

För att minska bortfallet i största möjliga mån använde vi oss samtliga faktorer som Bryman (2011) rekommenderar. Detta inkluderar att enkäten utformades på ett tydligt och överskådligt sätt samt att vi skrev ett personligt introduktionsbrev som förklarade syftet med undersökningen, varför respondenterna valts ut och att det gick snabbt att fylla i enkäten.

Vad gäller urvalet gjorde vi ett bekvämlighetsurval som är ett icke-sannolikhetsurval. Varje element i populationen hade således inte lika stor chans att inkluderas i urvalet (Shaughnessy et al., 2012). Bekvämlighetsurvalet kan även ha lett till att vi fick ett *biased* urval, vilket i enlighet med Bryman (2011) och Shaughnessy et al. (2012) kan leda till bristande representativitet. Om respondenterna istället valts ut genom ett sannolikhetsurval (Shaughnessy et al., 2012) hade stickprovet troligtvis blivit mer representativt och de resultat vi fått fram i denna studie hade därmed kunnat generaliseras till en större population. Därmed hade den externa validiteten också ökat (Shaughnessy et al., 2012). Vi ansåg dock att ett bekvämlighetsurval var bäst lämpat för denna studie då Fallföretaget endast hade 143 anställda, och ett sådant urval skulle troligtvis bidra till ökad svarsfrekvens till skillnad från om ett sannolikhetsurval använts. Dock kan bortfallet ha påverkat urvalets representativitet då sådana situationer enligt Bryman (2011) medför att det inte går att veta om de personer som inte svarade skiljde sig från resterande personer i urvalet. Detta kan således ha påverkat vår studies resultat och vid högre svarsfrekvens hade eventuellt andra eller starkare samband kunnat påvisas.

Att endast använda ett fallföretag bidrar med en möjlighet att analysera fenomen som inte blivit utsatt för mycket forskning tidigare (Saunders, Lewis & Thornhill, 2009) och vi ansåg därför att användningen av ett fallföretag var passande för denna studie. För att öka generaliserbarheten av studiens resultat tolkar vi det som att användning av fler medelstora svenska byggföretag kunnat vara fördelaktigt, eftersom vår målpopulation var medarbetare på sådana företag. Då studiens urval troligtvis inte är helt representativt för en större population bör generaliseringar av studiens resultat göras med försiktighet till andra företag inom den svenska byggbranschen. Dock var ca 8% av undersökningdeltagarna i vår studie kvinnor och resten män, med undantag från ca 5% som inte ville uppge sitt kön. Den svenska byggbranschen är generellt mansdominerad med endast 8% kvinnor (Arbetsmarknadsstyrelsen, 2002; Ginner, 2017) och vårt resultat skulle således kunna uppfattas vara någorlunda representativt för branschen med avseende på exempelvis kön. Vidare var det också 57% hantverkare som deltog i vår studie och enligt (Sveriges Byggingustrier, n.d) är ca 57.5% av de anställda i Sveriges

byggbransch också hantverkare. Våra resultat bör alltså i viss grad kunna generaliseras till byggföretag som är lika Fallföretaget i termer av exempelvis storlek, antal anställda samt köns- och åldersfördelning.

Enligt Pallant (2013) och Aron et al. (2014) kan den statistiska styrkan i en undersökning bland annat påverkas av vilka test som används samt urvalets storlek. Vidare förklarar Pallant (2013) att parametriska tester ofta ger högre statistisk styrka jämfört med icke-parametriska tester, förutsatt att kraven för sådana tester uppfylls. I vår studie uppfyllde EmpAt inte samtliga krav för parametrisk dataanalys, men trots detta valde vi att genomföra en sådan. Detta val kan således ha lett till att den statistiska styrkan för resultaten avseende EmpAt hade lägre statistisk styrka än UWES-9 och MSQ som uppfyllde kraven för parametriska tester. Antalet individer i urvalet kan också ha påverkat studiens statistiska styrka, men då begreppen mättes i hela urvalsgruppen bör den statistiska styrkan varit högre än när begreppen analyserades uppdelat på yrkesgrupper. Detta då antalet respondenter i hela urvalet uppgick till 72 individer medan det endast var 41 respektive 31 personer bland hantverkare och tjänstemän.

### **Reliabilitet av enkät**

För att underlätta vår urvalsgrupps förståelse för enkäten valde vi, som ovan nämnt, att modifiera vissa frågor. Dock var vi noggranna med att bevara påståendena i stor utsträckning inom samtliga tre skalor i syfte att inte påverka frågeformulärens konstruktvaliditet eller reliabilitet i stor grad. Trots denna försiktighet kan validiteten i studien ha påverkats.

Samtliga frågeformulär i denna studie uppnådde ett Chronbachs  $\alpha$  på minst 0.90, vilket innebär att den interna konsistensen varit mycket hög trots våra modifieringar. Det kan därmed tolkas som att vår översättning samt modifieringar av frågorna faktiskt lyckats fånga upp essensen av det frågorna avsåg att mäta. Enligt Pallant (2013) bör den interna konsistensen som mäts med hjälp av Cronbachs  $\alpha$  uppgå till 0.70 för att anses vara acceptabelt, men dock är ett värde högre än 0.80 att föredra. Vad gäller de olika subskalorna inom samtliga tre skalor (EmpAt, UWES-9 och MSQ) uppnådde alla faktorer en intern konsistens på minst 0.71, bortsett från development value inom EmpAt som hade ett Cronbachs  $\alpha$  på 0.60 (se tabell 3). Både employer attractiveness (EmpAt) och arbetsengagemang (UWES-9) hade ett Cronbachs  $\alpha$  på 0.92 medan arbetstillfredsställelse (MSQ) hade en intern konsistens på 0.90. Reliabiliteten i denna studie är därför god, med undantag för subskalan development value inom EmpAt, som

enligt Pallant (2013) låg under en acceptabel nivå. Dock skiljde sig den interna konsistensen på development value i vårt frågeformulär inte speciellt mycket från originalet.

Av reliabiliteten hos frågeformulären att döma överlag, verkar dessa vara goda metoder att använda vid mätning av de tre begreppen employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse. Formulären hade konkreta påståenden med tydliga svarsalternativ som stämde överens med de konstrukt som formulären avsåg att mäta. Detta kan antas ha lett till att det endast fanns ett litet utrymme för subjektiv tolkning, vilket speglas i att den interna konsistensen var hög.

### **Validitet av resultat**

Validiteten i denna studies resultat kan ha påverkats av att employer attractiveness mättes generellt medan arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse specifikt mätte upplevelsen hos respondentens nuvarande arbetsgivare. Om upplevelsen av employer attractiveness hos respondentens nuvarande arbetsgivare hade mätts istället, skulle detta möjligen kunna ha lett till en starkare korrelation mellan begreppen. Resultaten i vår studie visar exempelvis att employer attractiveness är viktigt inom byggbranschen, men vi kan inte säkert säga huruvida vikten av employer attractiveness faktiskt skulle orsaka graden av arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse. Därmed har våra resultat ingen intern validitet, men eftersom syftet med denna studie inte var att finna ett orsakssamband eftersträvade vi därför inte att uppnå intern validitet.

Berthon et al. (2005) förklarar att en av begränsningarna med EmpAt är att skalan utvecklats med hjälp av universitetsstudenter som gick sitt sista år. Författarna menar därför att skalan fungerar bäst på denna population. Eftersom respondenterna i vår studie var arbetstagare i byggbranschen tolkar vi därför att resultatet på värderingen av EmpAt har begränsad validitet då formuläret inte ursprungligen var använt på denna undersökningsgrupp. Dock nämnde Berthon et al. (2005) även att EmpAt kan användas i många typer av situationer, och vi anser därför att det bör ha varit accepterat att använda skalan i vår studie. Som ovan diskuterat angående statistisk styrka, finns det en risk att validiteten i våra resultat kan ha påverkats av bristande statistisk styrka. Denna risk tror vi är mest framträdande när vi delat upp respondenterna efter yrkesgrupp, då det fanns färre individer i varje grupp än i hela urvalet. Bristande statistisk styrka kan således



ha lett till att vi exempelvis funnit korrelationer som inte existerat och med en högre styrka hade eventuellt andra eller starkare korrelationer kunnat påvisas.

En annan möjlig begränsning i förhållande till resultatens validitet är när andelen svarspoäng representerade på en svarsskala är begränsad (Aron et al., 2014) Majoriteten av svarspoängen på EmpAt låg mellan fem och sju, vilket innebär att alla poäng inte finns representerade i vår studie. Möjligtvis hade tydligare förklaring av svarsalternativen kunnat visa ett mer utspritt resultat, för att respondenterna lättare skulle kunna tolka skillnaden mellan olika svarspoäng. Den svaga positiva korrelationen mellan EmpAt och UWES-9 samt den icke signifikanta korrelationen med EmpAt och MSQ skulle kunna bero på att skalstegen är för lika varandra. I denna studie representeras inte alla svarspoäng och det kan således vara en faktor som drar ned validiteten i resultaten.

Både EmpAt (Berthon et al., 2005) och MSQ (Weiss et al., 1967) anses ha hög konstruktvaliditet, konvergent- samt diskriminerande validitet. Vidare har UWES genomgått flertalet validitetsstudier i olika länder samt yrkesgrupper och enligt Schaufeli och Bakker (2004) är UWES-9 ett valitt och reliabelt mått på arbetsengagemang som anses ha hög konstruktvaliditet samt diskriminerande validitet. Då vi använt dessa tre frågeformulär bör vi i denna studie ha mätt det vi avsåg att mäta och således borde detta öka tilltron att resultaten i vår studie kan tolkas som valida. Med bakgrund till ovanstående diskussion kan detta dock inte sägas med säkerhet.

### **Etiska aspekter i studien**

I denna studie har fyra etiska principer gällande svensk forskning tagits i beaktning (Bryman, 2011). Informationskravet uppfylldes genom att respondenterna meddelades i informationsbladet om vad syftet med undersökningen var, vilka moment som ingick samt att de hade rätt att avbryta undersökningen. Deltagandet var frivilligt och därmed uppfylldes även samtyckeskravet. Vi kan dock inte säga i vilken utsträckning arbetsgivaren har påverkat deltagandet i form av ärlighet i respondenternas svar samt viljan att delta. Inga personliga data som kan härleda svaren tillbaka till en viss individ samlades in under denna studie. De demografiska frågor som ingick i enkäten var så pass breda att inga individer skulle kunna pekats ut. Deltagarnas anonymitet garanterades därför och således uppfyllde denna studie även konfidentialitetskravet. För att säkerställa anonymiteten ytterligare bestämdes det att Fallföretagets namn ej skulle nämnas i uppsatsen. Uppgifterna som samlades in användes enbart

i forskningssyfte och således uppfylldes även nyttjandekravet. Denna studie strider därmed inte mot några etiska principer och deltagarna fick instruktioner om samtliga aspekter genom den introduktionssida som fanns på enkäten (se Appendix 1). Den viktigaste informationen markerades i fetstil för att framgå tydligt så att ingen deltagare skulle missa något. Representanterna på Fallföretaget fick tydliga instruktioner om de etiska aspekterna, vilket gjorde att de också kunde informera respondenterna vid utdelningen av enkäterna.

## **Slutsatser**

För att attrahera och bibehålla den bästa personalen har flera forskare påpekat att det är viktigt att framstå som en attraktiv arbetsgivare (Berthon et al., 2005; Kaliprasad, 2006). Eftersom employer attractiveness värderas högt inom byggbranschen anser vi att det är av stor vikt att företag inom denna sektor långsiktigt arbetar med employer attractiveness för att ha möjlighet att konkurrera om arbetskraft i en bransch som påverkas av konjunktursvängningar. Denna studie har även visat att arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse på Fallföretaget generellt upplevs vara högt oavsett vilken yrkeskategori medarbetarna tillhör. Detta verkar också stämma överens med SCB:s (2015) statistik på hela den svenska byggbranschen, vilket antyder att konkurrensen om arbetskraft inom byggsektorn kan bli ännu hårdare då många företag faktiskt redan verkar tillfredsställa och engagera sina medarbetare. Det är därför väsentligt att arbetsgivare inom branschen besitter denna förmåga för att få medarbetare som kan bidra till företagets slutgiltiga affärsresultat. Då ovanstående begrepp verkar vara framstående inom byggbranschen konkluderar vi att det föreligger ett fördelaktigt resursutbyte mellan arbetsgivaren och arbetstagaren samt att medarbetarna verkar identifiera sig med organisationen.

Vi har även konkluderat att det finns samband mellan employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse. Dock fanns det endast ett svagt samband mellan de två förstnämnda begreppen medan det förelåg ett starkt samband mellan de två sistnämnda. Eftersom arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse visats vara relaterat till företagets prestation och då vår studie påvisat att det finns ett starkt samband mellan dessa är det av vikt att organisationer inom byggbranschen kan engagera och tillfredsställa sina anställda. Vårt resultat visade dock inget signifikant samband mellan employer attractiveness och arbetstillfredsställelse. Vidare har vi konkluderat att värderingen av employer attractiveness inte påverkades av medarbetarnas yrkesgrupp. Däremot var arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse högre

bland tjänstemän än bland hantverkare, vilket vi tror kan bero på yrkesgruppernas olika arbetsuppgifter. Sammanfattningsvis tror vi att denna studie bidragit med kunskap om ovanstående begrepp, deras möjliga relation till varandra samt vad det har för betydelse för den svenska byggbranschen.

### **Förslag till vidare forskning**

Eftersom employer attractiveness troligtvis kommer att bli viktigare och viktigare i framtiden är det väsentligt att undersöka det i större utsträckning. Då employer attractiveness påvisades vara viktigt i denna studie hade det varit intressant att studera begreppet i större utsträckning för att se om det finns skillnader mellan olika företag inom byggsektorn samt inom andra branscher. Employer attractiveness har i tidigare forskning påvisats korrelera med arbetsengagemang (Huang & Liu, 2010) såväl som med arbetstillfredsställelse (Pratiwi & Welly, 2014). Trots dessa samband samt det faktum att alla tre begrepp är viktiga för att förstå beteende på arbetsplatsen, finns det begränsad forskning på relationen mellan begreppen (Huang & Liu, 2010; Kinicki et al., 2002; Piyachat et al., 2014). Det är således av vikt att studera denna relationen närmare. Employer attractiveness hade varit särskilt intressant att undersöka på en mer specifik nivå hos medarbetare och jämföra med deras generella värdering av begreppet, för att se hur sådana samband ser ut samt huruvida dessa korrelerar med arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse. Det hade därför varit av intresse att studera dessa begrepp i större utsträckning, både vad gäller större antal undersökningsdeltagare, olika branscher samt skillnader mellan åldrar och kön. Större undersökningar hade troligtvis gett upphov till mer normalfördelad data och en starkare korrelation mellan employer attractiveness, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse skulle således troligen kunna påvisas. Fler studier inom employer attractiveness i en svensk kontext hade varit av praktisk betydelse för chefer inom olika branscher då dessa skulle kunna ge implikationer på vilka områden arbetsgivaren behöver arbeta med för att exempelvis öka arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse. Om det studeras mer inom employer attractiveness inom den svenska byggbranschen skulle det kanske även vara möjligt att komma åt de 3% som enligt SCB (2015) inte är nöjda med sitt jobb. Vidare hade det varit intressant att undersöka kausalitet mellan employer attractiveness arbetstillfredsställelse, och arbetsengagemang för att se om det föreligger något orsakssamband.

## Referenser

- Aiman-Smith, L., Bauer, T.M., & Cable, D. M. (2001). Are you attracted? Do you intend to pursue? A recruiting policy-capturing study. *Journal of Business and Psychology*, 16(2), 219-237. DOI: 10.1023/A:1011157116322
- Aldousari, A. A., Robertson, A., Shukri Ab Yajid, M., & Ahmed Z. U. (2017). Impact of employer branding on organization's performance. *Journal of Transactional Management*, 22(3), 153-170. DOI: 10.1080/15475778.2017.1335125
- Ambler, T., & Barrow, S. (1996). The Employer Brand. *The Journal of Brand Management*, 4(3), 185-206.
- Arbetsförmedlingen. (2017). Var finns jobben? Bedömning från 2017. Hämtat 3 januari 2018 från Arbetsförmedlingen:  
<https://www.arbetsformedlingen.se/download/18.40fa4e7b159ff02933130b86/1486626381471/Var-finns-jobben-2017.pdf>
- Arbetsmarknadsstyrelsens Utredningsenhet. (2002). Den framtida personalförsörjningen inom Bygg och anläggning tillgång och rekryteringsbehov till år 2015. Hämtat 22 oktober 2017 från Arbetsförmedlingen:  
[https://www.arbetsformedlingen.se/download/18.3e6f628912085e3b16880004214/1401114749768/ura02\\_9.pdf](https://www.arbetsformedlingen.se/download/18.3e6f628912085e3b16880004214/1401114749768/ura02_9.pdf)
- Arbetsmiljöverket. (2017). Risker och säkerhetsarbete i byggbranschen – en kunskapssammanställning baserad på internationell forskning 2017. Hämtat 3 januari 2018 från Arbetsmiljöverket:  
<https://www.av.se/globalassets/filer/publikationer/kunskapssammanstallningar/risker-och-sakerhetsarbete-i-byggbranschen-kunskapssammanstallningar-rap-2017-5.pdf>
- Aron, A., Aron, E., & Coups, E. (2014) *Statistics for Psychology*. (6. uppl.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social Identity Theory and the Organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-39. DOI: 10.5465/AMR.1989.4278999
- Attridge, M. (2009). Measuring and Managing Employee Work Engagement: A Review of Research and Business Litterature, *Journal of Workplace Behavioral Health*, 24, 383-398. DOI: 10.1080/15555240903188398

- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Career Development International*, 9(5), 501-517. DOI: <https://doi.org/10.1108/13620430410550754>
- Balducci, C., Fraccaroli, F., & Schaufeli W.B. (2010). Psychometric Properties of the Italian Version of the Utrecht Work Engagement Scale (UWES-9). *European Journal of Psychological Assessment*, 26(2), 143-149. DOI: 10.1027/1015-5759/a000020
- Bakker, B. A. (2011). An Evidence-Based Model of Work Engagement. *Current Directions in Psychological Science*, 20(4), 265–269. DOI: 10.1177/0963721411414534
- Bakker, B. A., & Bal, M. (2010). Weekly work engagement and performance: A study among starting teachers. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83, 189–206. DOI:10.1348/096317909X402596
- Bakker, B. A., Albrecht S. L., & Leiter M. P. (2011). Key questions regarding work engagement. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20(1), 4-28. DOI: 10.1080/1359432X.2010.485352
- Bakker, B. A., & Demerouti, E. (2007). The Job Demands-Resources model: state of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309-328. DOI: <https://doi.org/10.1108/02683940710733115>
- Bakker, B. A., & Demerouti, E. (2008). Towards a model of Work Engagement. *Career Development International*, 13(3), 209-223. DOI: <https://doi.org/10.1108/13620430810870476>
- Bakker, B. A. Schaufeli, B. W., Leiter, P. M., & Taris, W. T. (2008). Work engagement: An emerging concept in occupational health psychology, *Work & Stress*, 22(3), 187-200. DOI: 10.1080/02678370802393649
- Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L. L. (2005). Captivating company: dimensions of attractiveness in employer branding. *International Journal of Advertising*, 24(2), 151-172. Hämtat 10 oktober 2017 från: [http://talentrising.ie/files/captivating\\_company\\_dimensions.pdf](http://talentrising.ie/files/captivating_company_dimensions.pdf)
- Birtch, T. A., Chiang, F. F. T., & Van Esch, E. (2016). A Social Exchange Theory Framework for Understanding the Job Characteristics - Job Outcomes Relationship: the Mediating Role of Psychological Contract Fulfillment. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(11), 1217-1236. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/09585192.2015.1069752>
- Biswas, S. & Bhatnagar, J. (2013). Mediator Analysis of Employee Engagement: Role of Perceived Organizational Support, P-O Fit, Organizational Commitment and Job

- Satisfaction. *Vikalpa*, 38(1), 27-40. Hämtat 11 oktober 2017 från:  
<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0256090920130103>
- Borg, E., & Westerlund, J. (2012). *Statistik för Beteendevetare*. (3. uppl.). Stockholm: Liber.
- Bryman, A. (2011) *Samhällsvetenskapliga metoder*. (2. uppl.). Stockholm: Liber.
- Chhabra, L. N., & Sharma, S. (2014). Employer branding: strategy for improving employer attractiveness. *International Journal of Organizational Analysis*, 22(1), 48-60. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJOA-09-2011-0513>
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874-900. DOI: 10.1177/0149206305279602
- Enochsson, P. & Andersson, T. (2016) Slutsatser och förslag på åtgärder för att säkerställa tillräcklig arbetskraftskapacitet inom byggsektorn (Rapport av Statliga samordnare på uppdrag av Regeringen). Hämtad 30 oktober 2017 från Regeringen:  
<http://www.regeringen.se/4af67e/contentassets/8b5e4c4fd80e414a9576a41e6e1b573e/rapp-ort-2016-12-16-ngb-tryck-3.pdf>
- Ginner, V. (2017). *Fortsatt sned könsfördelning i branschen*. Hämtad 4 januari 2018 från Omvärldsbevakning:  
<https://omvarldsbevakning.byggjtjanst.se/artiklar/2017/mars/konsfordelning-fortsatt-problem-i-byggbranschen/>
- Hall, D., T., Schneider, B., & Nygren, H., T., (1970). Personal Factors in Organizational Identification. *Administrative Science Quarterly*, 15(2), 176-190.
- Hallberg, E. U., & Schaufeli B. W. (2006). "Same Same" But Different? Can Work Engagement Be Discriminated from Job Involvement and Organizational Commitment?, *European Psychologist*, 11(2), 119-127. DOI 10.1027/1016-9040.11.2.119
- Harter, J. K., Schmidt F. L., & Hayes, T. L. (2002). Business-Unit-Level Relationship Between Employee Satisfaction, Employee Engagement, and Business Outcomes: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87(2), 268-279. DOI: 10.1037//0021-9010.87.2.268
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The Motivation to Work*. (2. uppl.). New York: Wiley.
- Holt, N., Bremner, A., Sutherland, E., Vlieg, M., Passer M., & Smith, R. (2015). *Psychology: The science of mind and behaviour*. Berkshire: McGraw Hill Education.

- Huang, X., & Liu, Y. (2010). *The Employer Branding and Employee performance*. Paper presented at Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering (ICIII), 2010 International Conference, Kunming, China. DOI 10.1109/ICIII.2010.609
- Kahn, W.A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.
- Kaliprasad, M. (2006). The Human Factor I: Attracting, Retaining and Motivating Capable People. *Cost Engineering*, 48(6), 20-26.
- Kinicki, A. J., McKee-Ryan, F. M., Schriesheim, C. A., & Carson K. P. (2002). Assessing the Construct Validity of the Job Descriptive Index: A Review and Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87(1), 14–32. DOI: 10.1037//0021-9010.87.1.14
- Körner, S., & Wahlgren, L. (2006). *Statistisk dataanalys*. (4:10. uppl.). Lund: Studentlitteratur.
- Landy, F., & Conte, J. (2013). *Work in the 21<sup>st</sup> Century: An introduction to industrial and organizational psychology* (4. uppl.). United States of America: Wiley.
- Locke, E. A. (1969). What is Job Satisfaction? *Organizational behaviour and Human performance*, 4, 309-336.
- May, R. D., Gilson, L. R., & Harter, M. L. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 11-37.
- Memon, A. M., Mangi, A. R., & Rohra, L. C. (2009). Human Capital a Source of Competitive Advantage “Ideas for Strategic Leadership”. *Australian Journal of Basic and Applied Science*, 3(4), 4182-4189.
- Organ, D. W. & Konovsky, M. (1989). Cognitive Versus Affective Determinants of Organizational Citizenship Behavior. *Journal of Applied Psychology*, 74(1), 157-164.
- Pallant, J. (2013). *SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis*. (5. uppl.). Berkshire: McGraw Hill.
- Parietti, M. (2015). *Blue Collar Vs. White Collar: Different Social Class?* Hämtat 7 december 2017 från Investopedia: <https://www.investopedia.com/articles/wealth-management/120215/blue-collar-vs-white-collar-different-social-classes.asp>
- Pingle, S. S., & Sodhi, H. K. (2011). What Makes an Attractive Employer: Significant Factors from Employee Perspective? *Anvesha*, 4(2), 18-25.

- Piyachat, B., Chanongkorn, K., & Panisa, M. (2014). The Mediate Effect of Employee Engagement on the Relationship Between Perceived Employer Branding and Discretionary Effort. *DLSU Business & Economic Review*, 24(1), 59-72.
- Pratiwi, F. P. & Welly, J. (2014). Measuring the level of job satisfaction using job descriptive index questionnaire. *Journal of Business and Management*, 3(5), 568-577.
- Robinson, D., Perryman, S., & Hayday, S. (2004). *The Drivers of Employee Engagement*. Brighton: Institute for Employment Studies.
- Roy, S. K. (2008). Identifying the Dimension of Attractiveness of an Employer Brand in the Indian Context. *The South Asian Journal of Management*, 15(4), 110-130.
- Saks, M. A. (2006). Antecedents and Consequences of Employee Engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600-619. DOI: <https://doi.org/10.1108/02683940610690169>
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students*. Harlow: Prentice Hall.
- Schaufeli, W., & Bakker, A.B. (2004). *UWES Utrecht Work Engagement Scale; preliminary manual version 1:1*. Hämtat 29 oktober 2017 från Utrecht University: [http://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/Test%20Manuals/Test\\_manual\\_UWES\\_English.pdf](http://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/Test%20Manuals/Test_manual_UWES_English.pdf)
- Schaufeli, W., Salanova, M., Gonzales-Roma, V., & Bakker A. B. (2002). The Measurement of Engagement and Burnout: A Two Sample Confirmatory Factor Analytic Approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71–92.
- Shaughnessy, J. J., Zechmeister, B. E., & Zechmeister, S. J. (2012). *Research methods in psychology*. (9. uppl.). New York: McGraw-Hill.
- Stankovska, G., Angelkoska, S., Osmani, F., & Pandiloska Grncarovska, S. (2017). Job Motivation and Job Satisfaction among Academic Staff in Higher Education. *BCES Conference Books*, 15, 159-166.
- Statistiska Centralbyrån. (2015). Andel av de sysselsatta enl. arbetsmiljöundersökningen för vald arbetsmiljöfråga efter näringsgren SNI 2007. Hämtad 4 december 2017 från Statistiska Centralbyrån: [http://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START\\_AM\\_AM0501\\_AM0501A/](http://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START_AM_AM0501_AM0501A/)



[ArbmiljoNSNI2007/table/tableViewLayout1/?rxid=0cbc98d4-efb3-4668-a620-3b2592dcd60d](http://ArbmiljoNSNI2007/table/tableViewLayout1/?rxid=0cbc98d4-efb3-4668-a620-3b2592dcd60d)

Sveriges byggindustrier (n.d). Branschens struktur. Hämtat 4 januari 2017 från:

[https://www.sverigesbyggindustrier.se/statistik-byggmarknad/branschens-struktur\\_\\_6905](https://www.sverigesbyggindustrier.se/statistik-byggmarknad/branschens-struktur__6905)

Tajfel, H., & Turner J. C. (1986). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior.

*Psychology of Intergroup Relations* 1986, 7-24. Hämtat 13 november 2017

från:[http://web.mit.edu/curhan/www/docs/Articles/15341\\_Readings/Intergroup\\_Conflict/Tajfel %26 Turner Psych of Intergroup Relations CH1 Social Identity Theory.pdf](http://web.mit.edu/curhan/www/docs/Articles/15341_Readings/Intergroup_Conflict/Tajfel_%26_Turner_Psych_of_Intergroup_Relations_CH1_Social_Identity_Theory.pdf)

Towers Perrin. (2005). Ten steps to creating an engaged work force – Key European findings

Towers Perrin Global Workforce Study. Hämtat 3 december 2017 från:

<http://www.wcats.co.za/wp-content/uploads/2012/03/Ten-steps-to-creating-an-engaged-workforce.pdf>

Törnblom L. (2016). Brist på arbetskraft hotar hela byggsektorn - så vill medlemmarna lösa kompetensbristen. Hämtat 30 oktober 2017 från Västsvenska handelskammaren:

<https://www.vastsvenskahandelskammaren.se/artiklar/brist-pa-arbetskraft-hotar-hela-byggsektorn/>

University of Minnesota. (2017). (MSQ) Minnesota Satisfaction Questionnaire. Hämtat 31

oktober 2017 från University of Minnesota: <http://vpr.psych.umn.edu/instruments/msq-minnesota-satisfaction-questionnaire>

Weiss, D. J., Dawis, R. V., & England, G. W. (1967). Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire. *Minnesota Studies in Vocational Rehabilitation*, 22, 1-120.

Xanthopoulou, D., Bakker, A., B., Demerouti, E., & Schaufeli, W. B. (2009). Reciprocal relationships between job resources, personal resources and work engagement, *Journal of Vocational Behaviour* 74, 235–244. DOI: 10.1016/j.jvb.2008.11.003

## Appendix

### *Appendix 1. Enkätundersökning.*

## Enkätundersökning

### Attraktiva arbetsgivare, arbetsengagemang och arbetstillfredsställelse

Hej!

Vi är två studenter som heter Livia och Fredrika och studerar inom personal och arbetsliv på psykologiska institutionen vid Lunds universitet. Vi skriver vårt examensarbete på uppdrag av [REDACTED]. Vi är därför intresserade av att veta hur Du som medarbetare inom byggbranschen i Sverige upplever Din arbetsplats. Vi skulle vara mycket tacksamma om Du vill hjälpa oss genom att delta i vår undersökning! Det tar **ca 5 minuter** att fylla i enkäten.

#### **Info om deltagande:**

Vi vill informera Dig om att Ditt deltagande i denna enkät är **anonymt**. Detta innebär att dina svar *inte* kommer att redovisas eller analyseras på individnivå utan kommer enbart presenteras på gruppnivå. Dina svar kommer alltså **inte kunna kopplas tillbaka till Dig** som individ. [REDACTED] **kommer inte att se dina individuella svar**. Allt deltagande är **frivilligt** och du har rätt att avbryta enkäten när du vill. Du har också rätt att låta bli att svara på de frågor du inte vill svara på.

Genom att fylla i dina svar i enkäten **samtycker** Du till att dina svar endast används i syfte för denna undersökning.

Har du frågor om enkäten kontakta någon av oss:

Livia   eko13lby@student.lu.se

Fredrika   pea15fju@student.lu.se

**Tack för din medverkan!**

# Allmänna frågor

Vänligen ringa in ditt svar på nedanstående frågor.

## Kön:

Kvinna      Man      Vill ej uppge

## Ålder:

18 – 30 år      31 – 40 år      41 – 50 år      51 + år

## Hur länge du har varit anställd hos [REDACTED]:

0–2 år      3–5 år      6–8 år

## Typ av anställning på [REDACTED]:

Timanställning      Tillsvidareanställning      Visstidsanställning

Annan anställningstyp: \_\_\_\_\_

## Avdelning på [REDACTED]:

Tjänsteman      Hantverkare

## Om du är tjänsteman, var jobbar du?

Stab

Produktion

## Om du är hantverkare, var jobbar du?

Byggservice [REDACTED]

Byggservice [REDACTED]

Byggservice [REDACTED]

Byggservice [REDACTED]

Entreprenad

# Attraktiva arbetsgivare

Detta avsnitt består av 25 påståenden med sju svarsalternativ som graderas från "inte alls viktigt" till "extremt viktigt". Vänligen ringa in den siffra som anger **hur viktiga** följande påståenden är för dig. *Ringa endast in ett (1) svarsalternativ per påstående.*

När du tänker på hur du vill att **en potentiellt framtida arbetsgivare i byggbranschen** ska vara, hur viktigt är det för dig...

	Inte alls viktigt			Varken eller			Extremt viktigt
1. Att få uppskattning från ledningen.	1	2	3	4	5	6	7
2. Att ha en rolig arbetsmiljö.	1	2	3	4	5	6	7
3. Att arbetsgivaren är en språngbräda för framtida anställningar.	1	2	3	4	5	6	7
4. Att det känns bra för dig att jobba på företaget.	1	2	3	4	5	6	7
5. Att känna mig självsäker av att jobba för företaget.	1	2	3	4	5	6	7
6. Att få erfarenheter som kan gynna min karriär.	1	2	3	4	5	6	7
7. Att ha god relation med chefer.	1	2	3	4	5	6	7
8. Att ha god relation med kollegor.	1	2	3	4	5	6	7
9. Att ha stöttande och uppmuntrande kollegor.	1	2	3	4	5	6	7
10. Att arbeta i en spännande miljö.	1	2	3	4	5	6	7
11. Att arbetsgivaren är innovativ (gillar nya arbetsmetoder/är framåttänkande).	1	2	3	4	5	6	7
12. Att organisationen uppskattar och använder min kreativitet.	1	2	3	4	5	6	7
13. Att organisationen producerar kvalitetssäkrade produkter och tjänster.	1	2	3	4	5	6	7

	Inte alls viktigt			Varken eller			Extremt viktigt	
	1	2	3	4	5	6	7	
14. Att organisationen producerar innovativa produkter och tjänster.	1	2	3	4	5	6	7	
15. Att ha goda befordringsmöjligheter inom organisationen.	1	2	3	4	5	6	7	
16. Att organisationen är humanitär (gör samhällsnytta).	1	2	3	4	5	6	7	
17. Att kunna använda kunskaper från tidigare utbildning.	1	2	3	4	5	6	7	
18. Att kunna lära andra vad jag kan (dela med mig av mina kunskaper).	1	2	3	4	5	6	7	
19. Att känna acceptans (från andra) och tillhörighet.	1	2	3	4	5	6	7	
20. Att organisationen är kundorienterad (tar hänsyn till kunden).	1	2	3	4	5	6	7	
21. Att jag har jobbsäkerhet (anställningstrygghet) inom organisationen.	1	2	3	4	5	6	7	
22. Att det finns möjlighet till erfarenhetsutbyte mellan avdelningar eller arbetsgrupper.	1	2	3	4	5	6	7	
23. Att ha en glad arbetsmiljö.	1	2	3	4	5	6	7	
24. Att få en lön som överstiger den genomsnittliga grundlönen.	1	2	3	4	5	6	7	
25. Att de förmåner som ingår i anställningen är attraktiva.	1	2	3	4	5	6	7	

# Arbetsengagemang

Detta avsnitt består av nio påståenden som gäller *ditt nuvarande arbete*. Du ska ringa in det svarsalternativ som bäst anger **hur ofta** påståendet stämmer in på dig. *Vänligen ringa in ett (1) svarsalternativ per påstående.*

**Aldrig** = aldrig.

**Nästan aldrig** = några gånger per år, eller mindre.

**Sällan** = en gång per månad, eller mindre.

**Ibland** = några gånger per månad.

**Ofta** = en gång per vecka.

**Mycket ofta** = några gånger per vecka.

**Alltid** = varje dag.

På ditt nuvarande arbete, hur ofta stämmer följande påståenden in på dig?

	Aldrig	Nästan aldrig	Sällan	Ibland	Ofta	Mycket ofta	Alltid
1. Jag spritter av energi på jobbet.	1	2	3	4	5	6	7
2. På jobbet känner jag mig stark och energisk.	1	2	3	4	5	6	7
3. När jag stiger upp på morgonen så känner jag för att gå till jobbet.	1	2	3	4	5	6	7
4. Jag känner mig entusiastisk inför mitt jobb.	1	2	3	4	5	6	7
5. Mitt arbete inspirerar mig.	1	2	3	4	5	6	7
6. Jag är stolt över det arbete jag utför.	1	2	3	4	5	6	7
7. Jag känner mig lycklig när jag går upp i mitt arbete (när jag är involverad i mitt arbete).	1	2	3	4	5	6	7
8. Jag är uppslukad av mitt arbete.	1	2	3	4	5	6	7
9. Jag rycks med när jag arbetar.	1	2	3	4	5	6	7

# Arbetstillfredsställelse

Du ska i detta avsnitt skatta **hur tillfredsställd eller missnöjd** du är med följande 20 aspekter av *ditt nuvarande arbete*. Vänligen ringa in **ett (1) svarsalternativ per påstående**.

När du tänker på ditt nuvarande arbete, **hur tillfredsställd är du med...**

	Mycket missnöj	Missnöj	Neutral	Tillfredsställ	Mycket tillfredsställ
1. Att vara sysselsatt hela tiden.	1	2	3	4	5
2. Möjligheten att få arbeta ensam.	1	2	3	4	5
3. Att få arbeta med olika uppgifter från tid till annan.	1	2	3	4	5
4. Den sociala positionen i samhället som följer med mitt jobb.	1	2	3	4	5
5. Sättet som min chef behandlar underställda på.	1	2	3	4	5
6. Min närmaste chefs kompetens att fatta beslut.	1	2	3	4	5
7. Möjligheten att arbeta med uppgifter som <b>inte</b> går emot mitt samvete.	1	2	3	4	5
8. Anställningstryggheten.	1	2	3	4	5
9. Möjligheten att få göra ett arbete som andra har nytta/glädje av.	1	2	3	4	5
10. Möjligheten att få tala om för andra vad de skall göra.	1	2	3	4	5
11. Att få arbeta med uppgifter där min förmåga och kompetens kommer till användning.	1	2	3	4	5

	<b>Mycket missnöjd</b>	<b>Missnöjd</b>	<b>Neutral</b>	<b>Tillfredsställd</b>	<b>Mycket tillfredsställd</b>
12. Företagets policy och behandling av sina anställda.	1	2	3	4	5
13. Lönen.	1	2	3	4	5
14. Möjligheten att avancera i yrket.	1	2	3	4	5
15. Friheten att själv få ta ansvar och fatta beslut.	1	2	3	4	5
16. Möjligheten att få pröva egna idéer om hur arbetet skall utföras.	1	2	3	4	5
17. Mina arbetsvillkor.	1	2	3	4	5
18. Samarbetet mellan mina arbetskamrater.	1	2	3	4	5
19. Den uppmärksamheten och "belöning" jag får om jag gör ett bra jobb.	1	2	3	4	5
20. Känslan av att mitt arbete ger resultat/har bestående värde.	1	2	3	4	5