

HÄSTNÄRINGEN SOM ARBETSGIVARE

*Målgruppsundersökning genomförd av Scandinavian Research
på uppdrag av Hästnäringens Nationella Stiftelse och Hästnäringens Yrkesnämnd*



BESKRIVNING

NULÄGESANALYS – HÄSTNÄRINGEN SOM ARBETSGIVARE, MÅLGRUPPSUNDERSÖKNING

Projekt: Nulägesanalys, upplevelsen av hästnäringen som arbetsgivare, målgrupperna **Allmänhet** med hästintresse, **Arbetstagare** och **Studenter** inom näringen

Metod: Kvalitativ efter modell för Employer Brand

Datum: Slutrapport, januari 2015

Genomförd av: Scandinavian Research, www.scandiresearch.se



SYFTE

- Nollmätningen skulle ge svar på frågor om vilka attityder tre olika målgrupper har till hästnäringen som arbetsgivare idag.
- Undersökningsresultatet skulle också ge information om vilka åtgärder som påverkar upplevelsen av arbetsgivarvarumärket i önskad riktning och hur dessa åtgärder kan prioriteras för största möjliga effekt av förestående arbete.
- Undersökningen skulle konstrueras så att senare, uppföljande datainsamlingar kunde mäta effekten av det förändringsarbete som planeras för de kommande åren.



CENTRALA FRÅGESTÄLLNINGAR

Den övergripande frågeställningen var att söka kunskap om hur hästnäringen uppfattas och upplevs som arbetsgivare. Fokus var att erhålla information om hur näringen *i sig* uppfattas med avseende på styrkor och brister som arbetsgivarbransch. En viktig fråga var också hur hästnäringen som arbetsgivarbransch mäter sig med andra branscher – en i jämförelse attraktiv arbetsgivarbransch, eller mindre attraktiv?

Undersökningsmetoden för mätning av arbetsgivarvarumärken byggde på frågor inom fyra i sammanhanget viktiga frågeområden. Inom respektive område mättes ett antal centrala parametrar. Frågeområdena och dess parametrar speglar hur anställda, potentiella anställda (studenter) och andra intressenter (allmänheten) värderar, bedömer och utvärderar arbetsgivarvarumärket.

Arbetets attraktionsvärde?

*Intressant? Hög status?
Med mera.*

Hur uppfattar man, upplever man och värderade man arbete inom hästnäringen med avseende på:

Sociala värden?

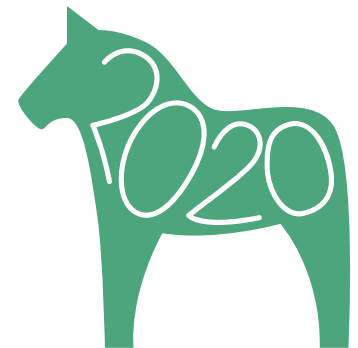
*Arbetsklimat? Arbetsmiljö?
Med mera.*

Ekonomiska och strukturella värden?

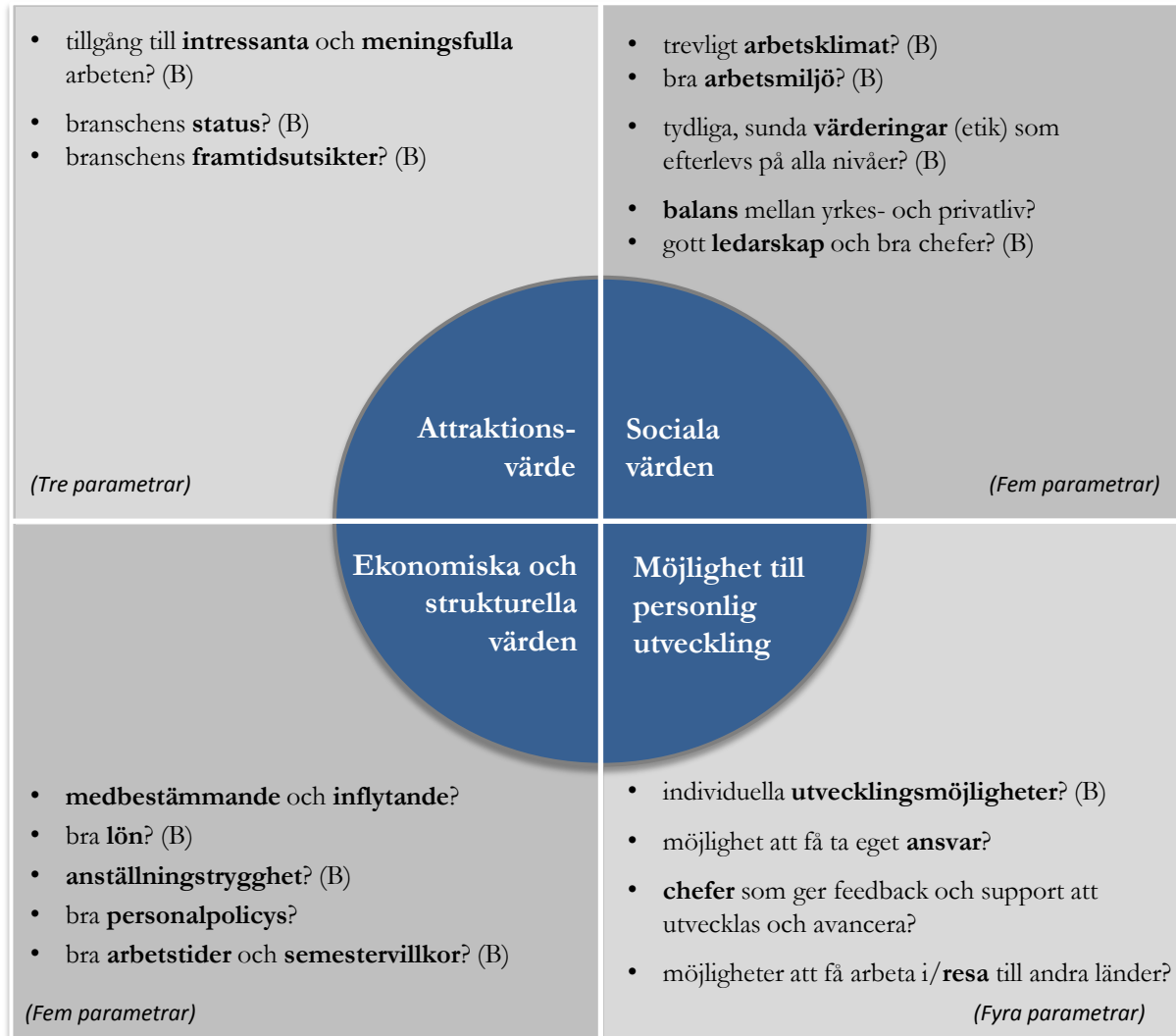
*Lön? Anställningstrygghet?
Med mera.*

Möjlighet till personlig utveckling?

*Utvecklingsmöjligheter? Stöttande chefer?
Med mera.*

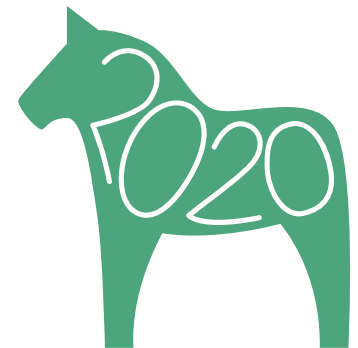


PARAMETRAR



Parametrarna är hämtade ur modell (2014) för Employer Brand, det vill säga hur man **upplever, uppfattar och värderar** ett arbetsgivarvarumärke (företag eller bransch).

Parametrarna utgör egenskaper och förhållanden som enligt modern forskning är **centrala och viktiga vid en individs upplevelse och värdering** av en arbetsgivares attraktivitet.



MÅLGRUPPER

Allmänheten

Kvinnor och män i åldern 15 år eller äldre.

a. Har **tät koppling** till näringen (genom ”mitt **aktiva intresse** inom t.ex. hästsport, hästskötsel, avel, hästhållning, handel eller på annat sätt”).

b. Har **viss koppling** till näringen (genom ”**begränsat fritidsintresse**/fritidsengagemang inom t.ex. eget eller närståendes utövande av hästsport, hästskötsel, avel, hästhållning, handel eller på annat sätt”).

Datansamlingsmetod allmänhet och arbetstagare

Personer ur målgrupperna har screenats fram ur en riksomfattande webbpanel omfattande 100.000 panelister (ej självrekryterade). Enkäten har distribuerats via ett slumpmässigt urvalsförfarande. Svar har samlats in elektroniskt över webben. Antal svar per grupp – 250.

Arbetstagare

Filterfråga, screening:

”**Ja, jag jobbar/har uppdrag**, eller har under de **senaste två åren** jobbat/haft uppdrag, inom näringen som omfattat **minst en timma per vecka** (eller **säsongarbete**) och som ger/har givit mig lön i **pengar eller genom annan kompensation.**”

Studenter

Gymnasier åk. 1-3
Eftergymnasiala

Datansamlingsmetod studenter

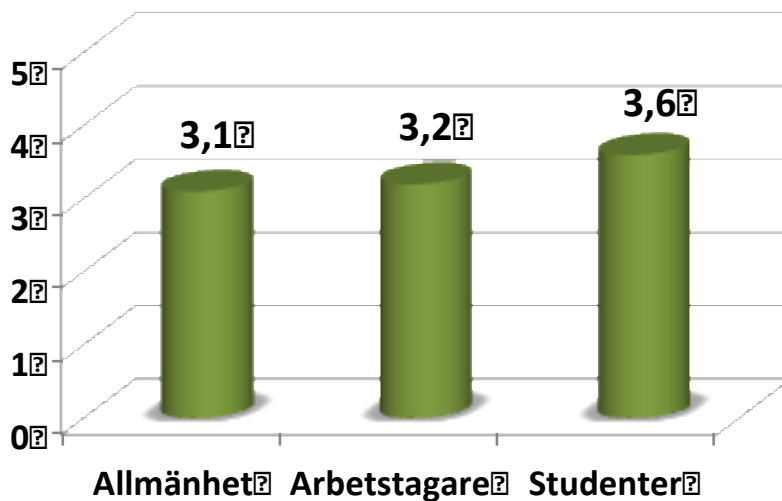
Datansamlingen i gruppen studenter har administrerats av HNS. Pappersenkäter har skickats ut till listade skolor. Enkäterna har, enligt anvisning, delats ut av lärare. Eleverna har besvarat enkäterna, kuverterat dem varvid de samlats in av läraren och sänts via HNS till Scandinavian Research som öppnat och registrerat svaren.

Antal registrerade svar – 250 .



SAMMANFATTNING AV RESULTAT

Målgrupperna, som samtliga har kunskap och erfarenhet av hästnäringen, upplever att **hästnäringen sammantaget kan mäta sig med de flesta andra branscher med avseende på hur attraktiv den (hästnäringen) är att arbeta inom**. Den övergripande upplevelsen av hästnäringen som arbetsgivarbransch är i grupperna Allmänheten och Arbetstagare varken positiv eller negativ. Den är neutral. Studenterna är något mera positiva. Hästnäringen som bransch att arbeta inom ges ett svagt positivt betyg.



SAMMANFATTNING AV RESULTAT

UPPLEVDA STYRKOR *(medelvärden > 3,7)*

Främst:

1. Intressanta och meningsfulla jobb
2. Arbetsklimat, laganda och samarbete

Även

4. Möjlighet att resa, Egen utveckling, Ledarskap (Studenter)
5. Eget ansvar (Studenter och Allmänhet)

Rekommendation: PR, aktiviteter och kommunikation mot prioriterade målgrupper som ytterligare förstärker och befäster upplevelsen av arbeten inom hästnäringen enligt ovan.

UPPLEVDA BRISTER *(medelvärden < 3,0)*

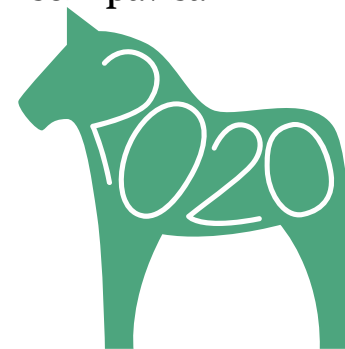
Främst:

1. Lönen
2. Arbetstider och semestervillkor
3. Anställningstrygghet

Även

4. Status (Arbetstagare och Allmänhet)
5. Balans jobb/fritid (Studenter)

Rekommendation: Utarbetande av strategi för att hantera utmaningarna enligt ovan. I takt med att arbetet inleds / åtgärder sätts in – PR, aktiviteter och kommunikation som påvisar åtgärder och framsteg.



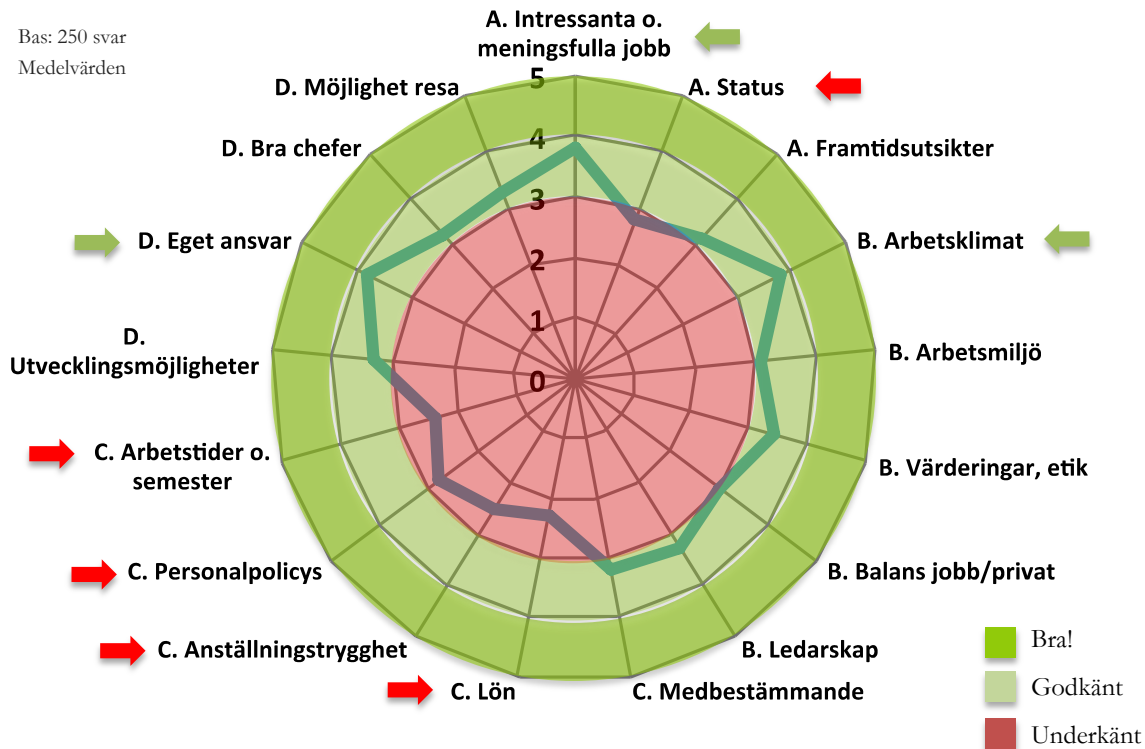
ÖVERGRIPANDE RESULTAT

ALLMÄNHET,
HÄSTINTRESSERADE

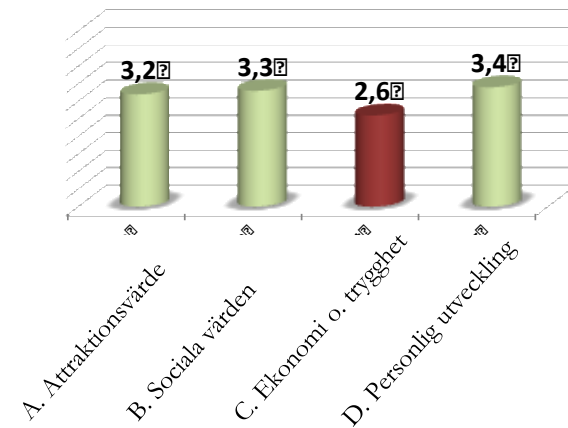
Upplevelse och värdering av
hästnäringen som arbetsgivare

Sammanställning, kategorier

Bas: 250 svar
Medelvärden



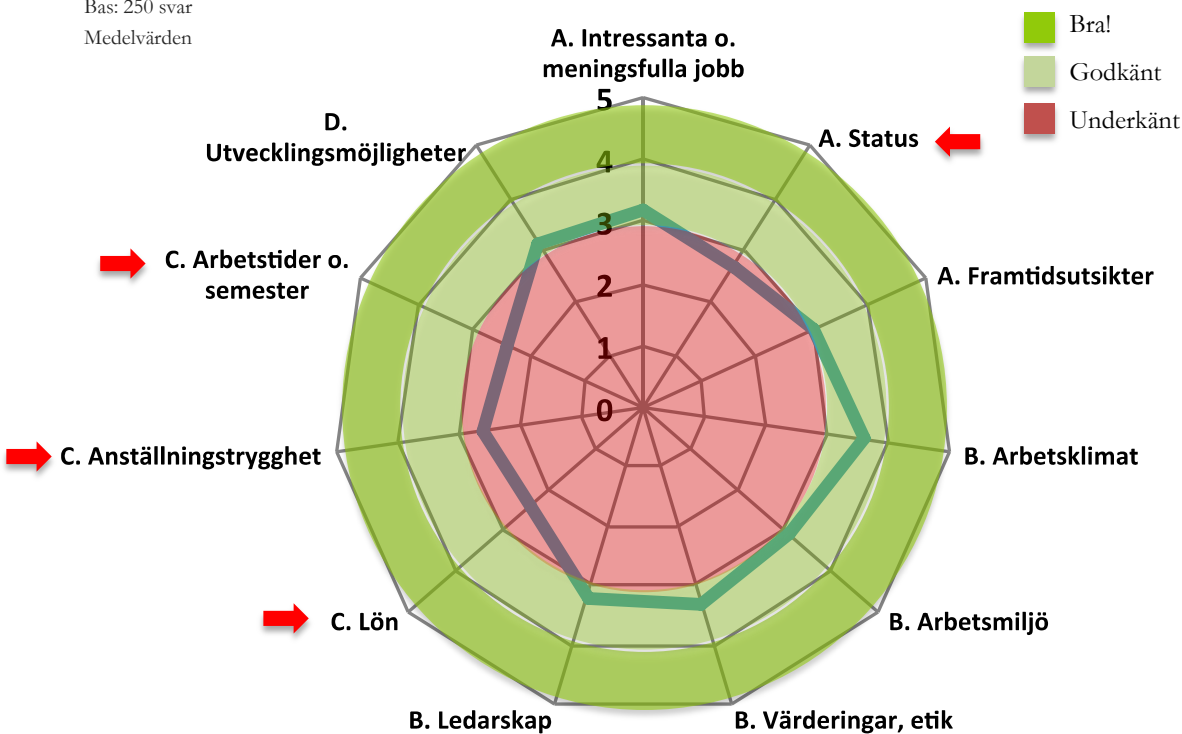
Bas: 250 svar
Medelvärden



ÖVERGRIPANDE RESULTAT

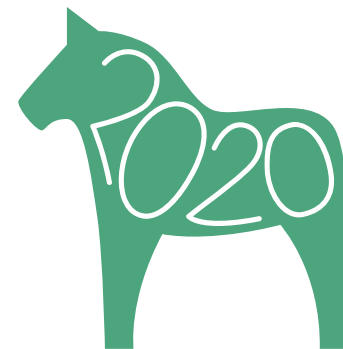
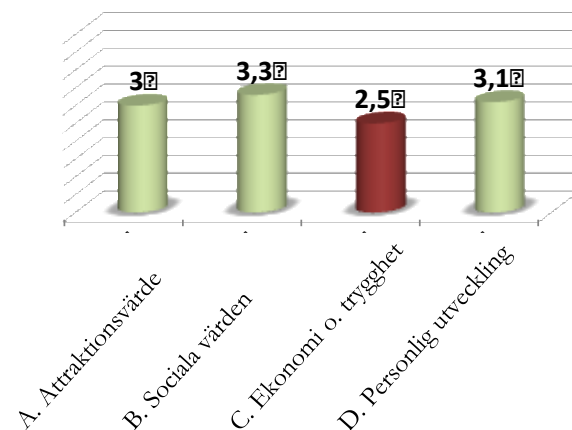
ALLMÄNHET,
HÄSTINTRESSERADE
HÄSTNÄRINGEN JMF. ANDRA
BRANSCHER

Bas: 250 svar
Medelvärden



Sammanställning, kategorier

Bas: 250 svar
Medelvärden



ÖVERGRIPANDE RESULTAT

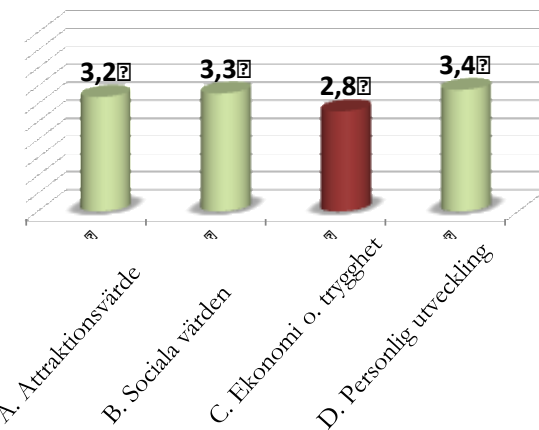
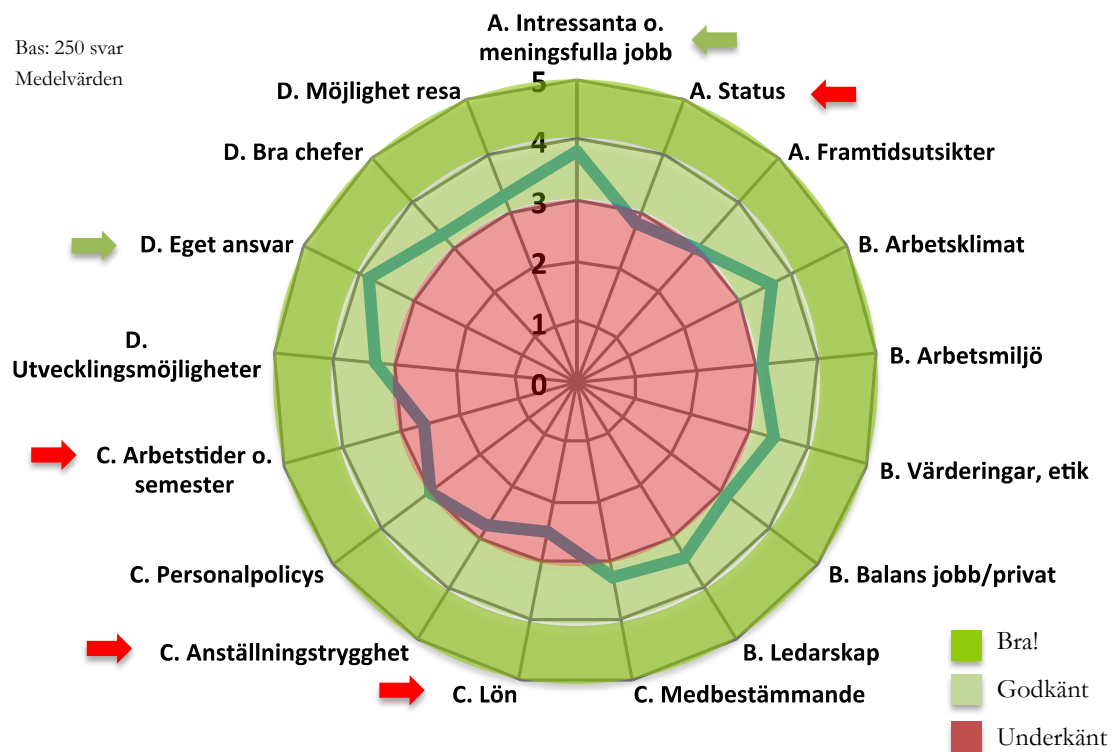
ARBETSTAGARE
ANSTÄLLNING INOM
HÄSTNÄRINGEN

Upplevelse och värdering av
hästnäringen som arbetsgivare

Sammanställning, kategorier

Bas: 250 svar
Medelvärden

Bas: 250 svar
Medelvärden

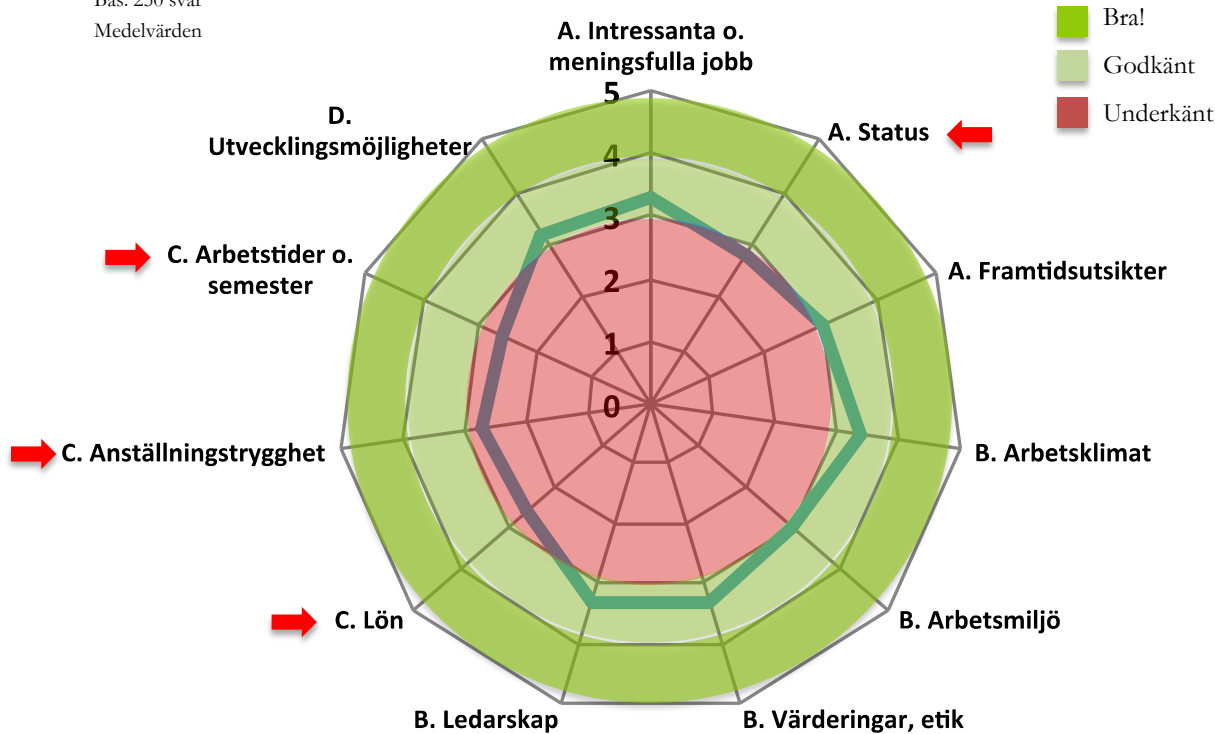


ÖVERGRIPANDE RESULTAT

ARBETSTAGARE

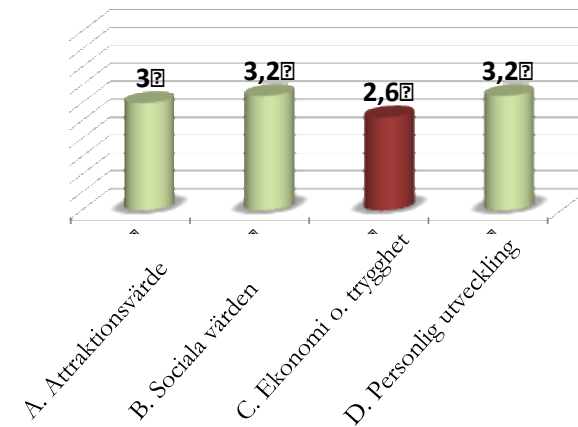
HÄSTNÄRINGEN JMF. ANDRA
BRANSCHER

Bas: 250 svar
Medelvärden



Sammanställning, kategorier

Bas: 250 svar
Medelvärden



ÖVERGRIPANDE RESULTAT

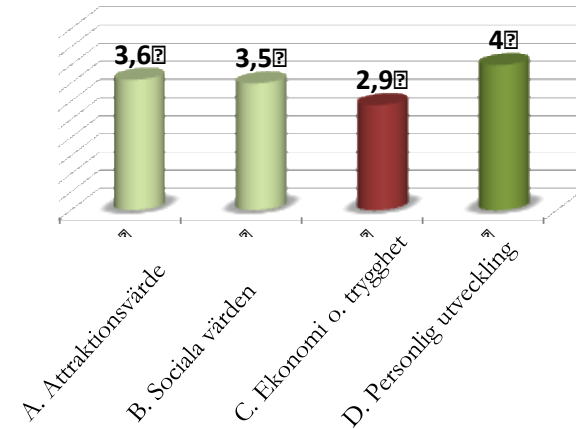
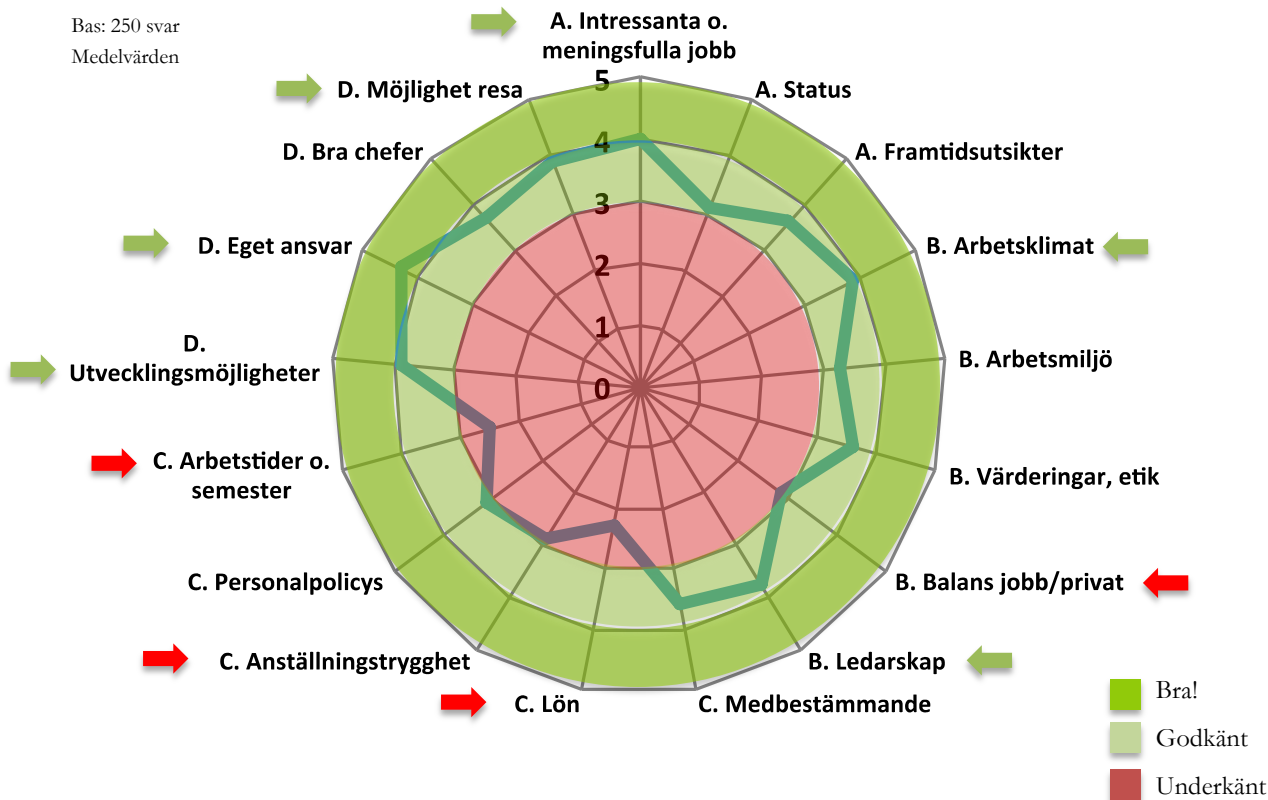
STUDENTER
ANSTÄLLNING INOM
HÄSTNÄRINGEN

Upplevelse och värdering av
hästnäringen som arbetsgivare

Sammanställning, kategorier

Bas: 250 svar
Medelvärden

Bas: 250 svar
Medelvärden



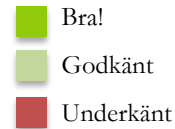
ÖVERGRIPANDE RESULTAT

STUDENTER

HÄSTNÄRINGEN JMF. ANDRA
BRANSCHER

Bas: 250 svar

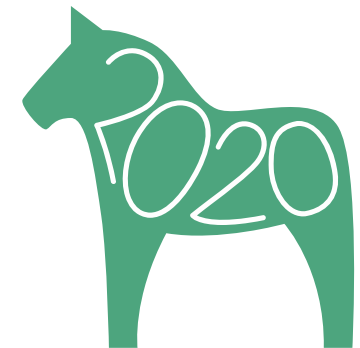
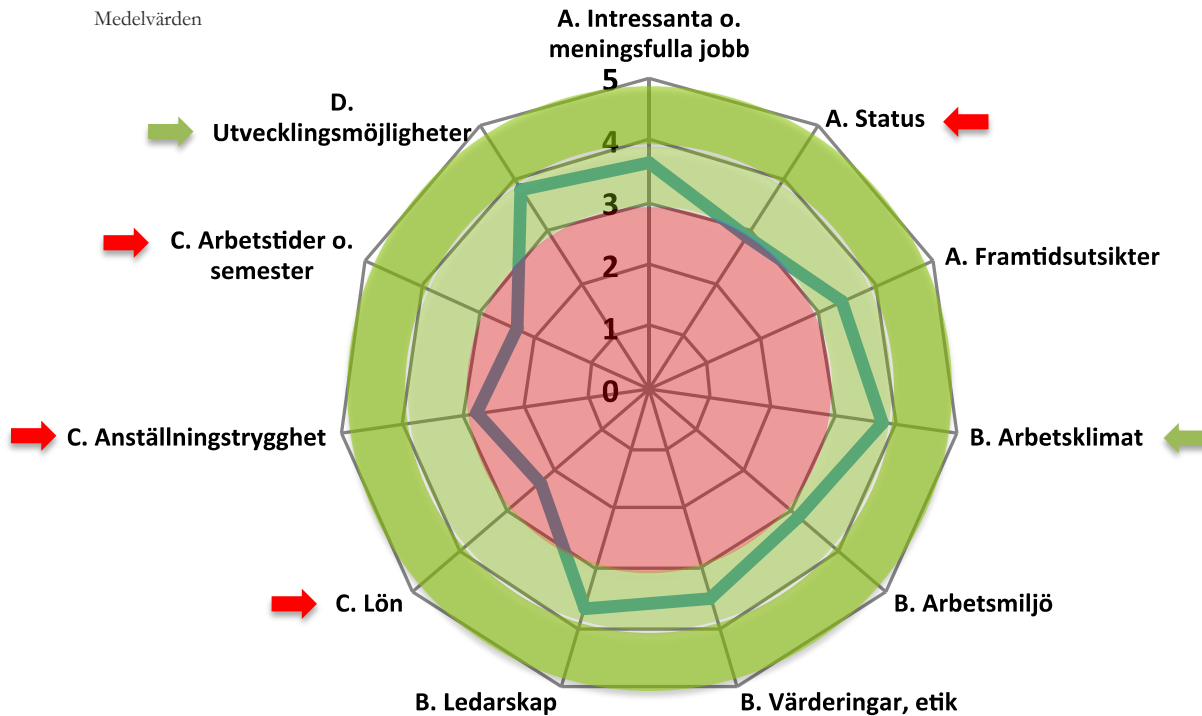
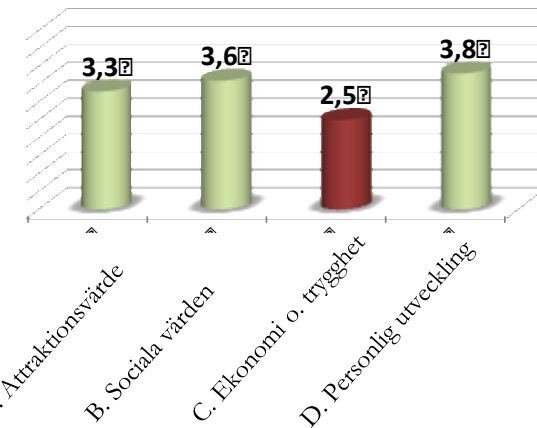
Medelvärden



Sammanställning, kategorier

Bas: 250 svar

Medelvärden



ÖVERGRIPANDE RESULTAT

SAMTLIGA GRUPPER

ANSTÄLLNING INOM
HÄSTNÄRINGEN

Bas: 250 svar / undergrupp, tot. 750 svar

Medelvärden

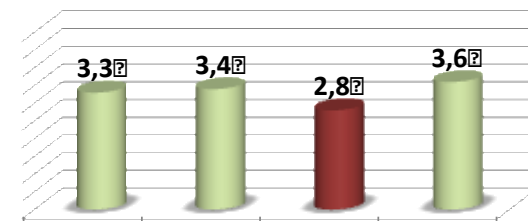
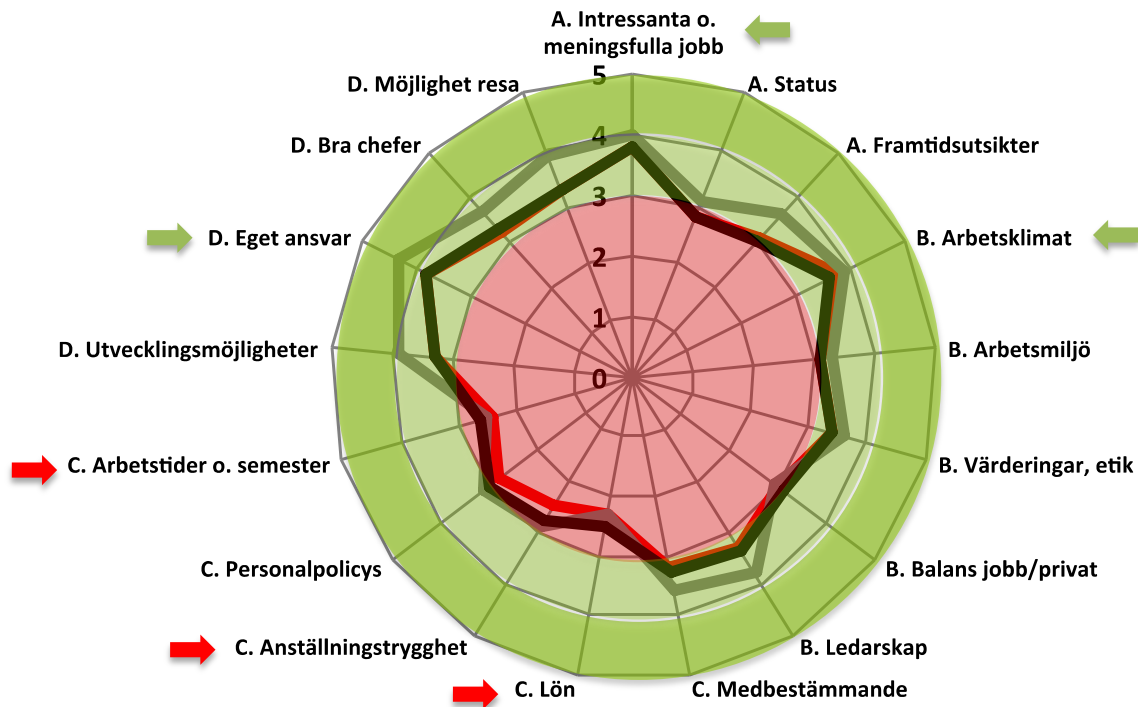
Upplevelse och värdering av
hästnäringen som arbetsgivare



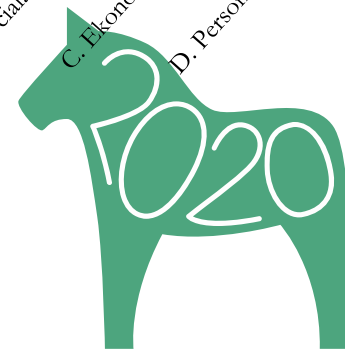
Sammanställning, kategorier

Bas: 250 svar

Medelvärden



A. Attraktionsvärde
B. Sociala värden
C. Ekonomi o. trygghet
D. Personlig utveckling

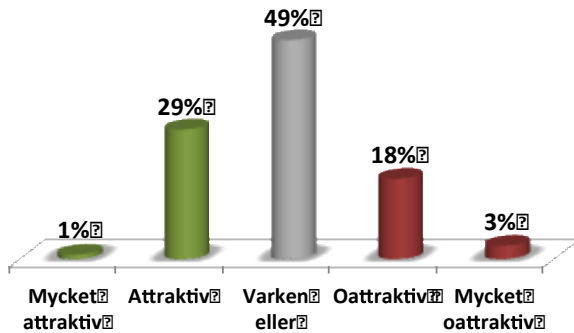


ÖVERGRIPANDE RESULTAT

MÅLGRUPPERNAS SUMMERING

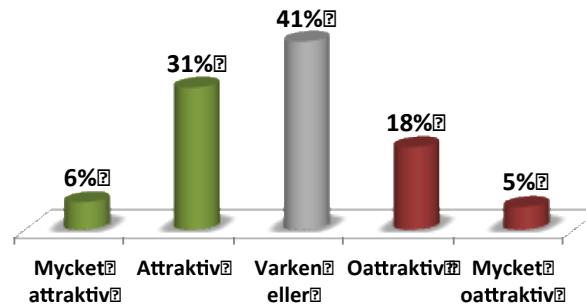
Bas: 250 / undergrupp, totalt 750 svar

ALLMÄNHET, HÄSTINTRESSE



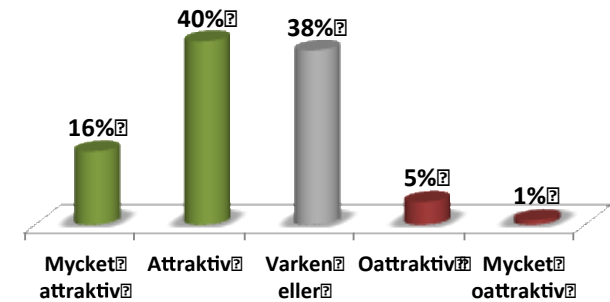
Medelvärde: 3,1

ARBETSTAGARE



Medelvärde: 3,2

STUDENTER



Medelvärde: 3,6

Fråga: Om du ska sammanfatta din upplevelse av hästnäringen som bransch att arbeta inom, jämförd med andra branscher – hur värderar du sammantaget (...)?



FRÅGOR?

Kontakta

Sara Westholm

Ansvarig arbetsmarknadsfrågor Hästnäringens Nationella Stiftelse

Telefon: 08-627 20 18

Email: sara.westholm@nshorse.se

