

# YPAI 2016

.....  
*YOUNG PROFESSIONAL ATTRACTION INDEX*  
.....

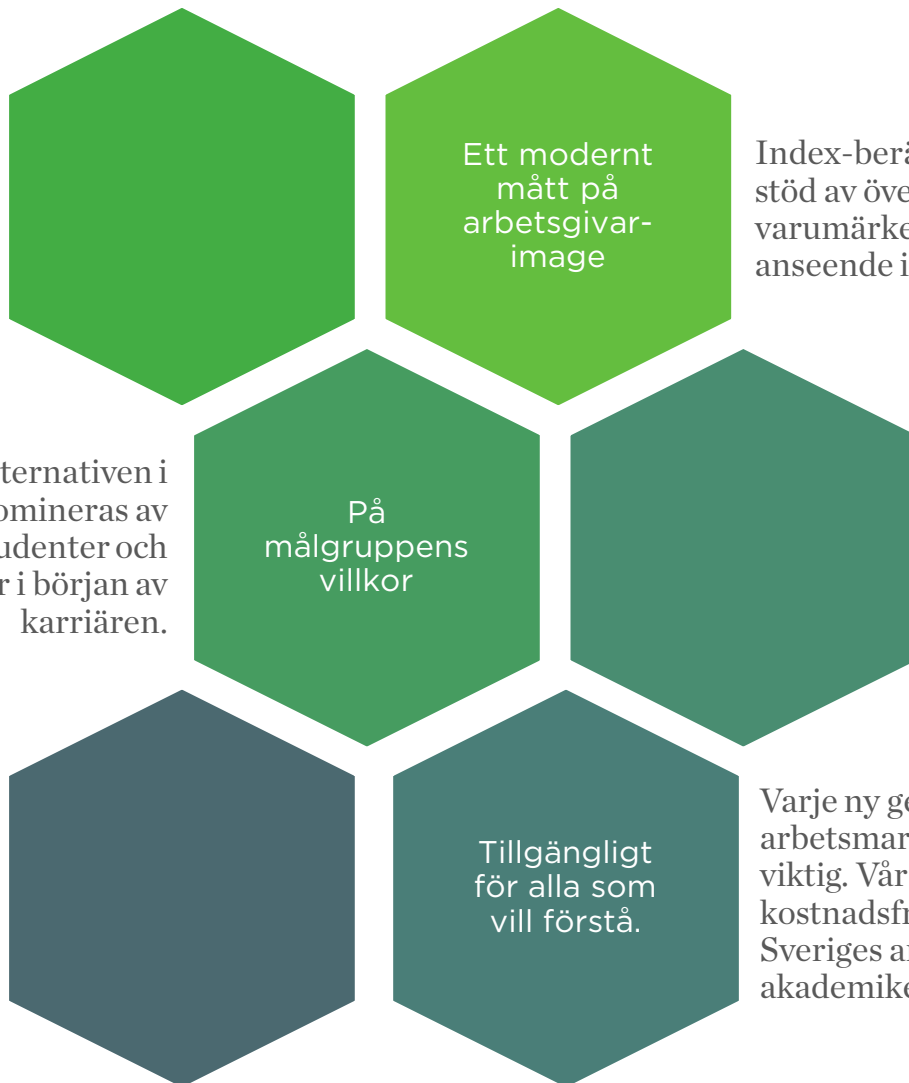
# SVERIGE



TNS Sifo

TNS

ACADEMIC  
WORK.





# YOUNG PROFESSIONAL ATTRACTION INDEX

Vi vill hjälpa Skandinavien arbetsgivare att förstå och skapa ännu bättre relationer med Young Professionals. Tillsammans med TNS Sifo har vi därför för andra året i rad genomfört undersökningen Young Professional Attraction Index. Det är en undersökning som hjälper arbetsgivare att förstå vad som är viktigt när akademiker i början av sin karriär väljer vart de ska jobba och hur attraktiva olika arbetsgivare anses vara.

Några av de mest utmärkande sakerna vi sett är:

- ❖ Att kommunicera och leva efter en stark arbetskultur är absolut viktigast för att attrahera Young Professionals. Framförallt värdesätter akademiker i början av sin karriär:
  - Bra stämning på arbetsplatsen
  - Trevliga kollegor
  - Möjlighet till personlig utveckling
- ❖ Arbetsmarknaden idag utgår från arbetstagarna – de ser sitt eget värde och är beredda att flytta på sig för att få den lön & förmåner de anser sig förtjäna.
- ❖ Chefen är nödvändig för att få god stämning och kunna utvecklas på arbetet.

Vi har även frågat vilka arbetsgivare som är top-of-mind, hur väl respondenterna känner till olika arbetsgivare samt hur attraktiva dessa anses vara. Intressant att se är att:

- ❖ 7 av 10 företag på topp 10 är inom IT/Tech – det är attraktivt med företag som utvecklar något nytt.
- ❖ Fler företag inom offentlig sektor finns i år med på top-of-mind än förra året – men de anses inte vara lika attraktiva arbetsgivare som övriga på listan.
- ❖ Att vara mest känd innebär *inte* att man också anses vara mest attraktiv.

På följande sidor kan ni läsa mer om undersökningen och årets resultat.



# OM UNDERSÖKNINGEN

Till skillnad från liknande undersökningar om arbetsgivares attraktivitet och målgruppens värderingar bygger YP Attraction Index helt och hållet på målgruppens egendefinierade svarsalternativ. Detta innebär därför att svarsalternativen om vad som är viktigast vid val av arbetsgivare och företag på topp 100-listan till viss del ser olika ut från år till år.

För att få fram alternativen till årets undersökning genomfördes därför en förstudie i februari 2016. Vi fick in över 2000 fritextsvar där målgruppen själva fått definiera vad som är viktigt för dem när de väljer arbetsgivare och vilka företag de helst vill jobba för.

Svaren har därefter klustrats ihop till en top-of-mind lista med de 100 vanligaste förekommande arbetsgivarna och 10 teman med vad som är viktigt. Enbart genom att studera vilka företag / viktiga attribut som kvalificerat sig som top-of-mind kan vi tyda trender och attitydskiftningar bland målgruppen.

I samband med att TNS Sifo skickade ut undersökningen till Academic Works nätverk av akademiker i början av karriären passade vi även på att intervjua Young Professionals om vad de 10 viktiga egenskaperna betyder för dem. Resultatet blev flera filmer som finns att se på vår hemsida.



**100 ARBETSGIVARE  
10 VIKTIGA EGENSKAPER**

**FRÅGEBATTERI**

**UTSKICK**

**YPAI**

## **TOP-OF-MIND**

FEBRUARI 2016

Vilka arbetsgivare skulle du vilja jobba hos?  
Vad är viktigt när du väljer arbetsgivare?

## **VALIDERING**

APRIL 2016

Validering av vårt index i TNS Sifos studentpanel

## **UNDERSÖKNING WEBBENKÄT**

APRIL-MAJ 2016

Den stora undersökningen skickades ut till hela Academic Works nätverk av akademiker i början av karriären i Sverige, Norge & Danmark

## **ENSKILDA INTERVJUER**

JULI - AUGUSTI 2016

Young Professionals i Skandinavien fick med egna ord beskriva vad resultatet betyder för dem

## **YP ATTRACTION INDEX**

SEPTEMBER 2016

Vi har ett resultat!

# HUR MÄTER VI ANSEENDE?

Undersökningen som genomförts består av två delar. Den första delen innehåller frågor om vad målgruppen tycker är viktigt vid valet av arbetsgivare, hur väl man känner till svenska arbetsgivare och hur man sedan uppfattar att svenska arbetsgivare levererar på de områden som respondenten angett som viktigast.

Den andra delen består av tre frågor om arbetsgivarens övergripande rykte, framgång och huruvida respondenten själv skulle vilja arbeta hos arbetsgivaren. Svaren på dessa 3 frågorna ligger sedan till grund för uträkningen av attraktivitetsindexet. Metoden för att mäta anseende genom dessa 3 delfrågor är en validerad metod som bevisats starkt korrelera med huruvida respondenten faktiskt väljer en anställning hos företaget i ett senare skede. Inför denna undersökning validerades metoden ännu en gång för den svenska marknaden och denna formulering specifikt genom en förstudie i TNS Sifos studentpanel.

Inför vår undersökning bad vi målgruppen att själv definiera vilka arbetsgivare de tycker är attraktiva och egenskaper som är viktiga i valet av arbetsgivare. Detta gjordes med hjälp av en förundersökning där respondenter i fritext fick ange arbetsgivare och viktiga egenskaper. Resultatet från vår förundersökning utgjorde sedan bruttolistan av arbetsgivare och viktiga egenskaper som respondenterna fick bedöma i vår stora undersökning.

## KÄNNEDOM

Känner ej till  
Känner till namnet

-----  
Känner något till  
Känner ganska bra till  
Känner mycket bra till

ÖVER-  
GRIPANDE  
RYKTE SOM  
ARBETS-  
GIVARE



VILL  
ARBETA  
HOS



FRAMGÅNG



YPAI

# RESPONDENTER

TNS Sifo skickade ut undersökningen till samtliga personer i Academic Works nätverk som har varit inloggade på hemsidan de senaste 3 åren. Av dem som fick mailet slutförde 7 158 personer undersökningen, vilket är en ökning med 11% jämfört med förra årets undersökning.

Tack vare spridningen av respondenter geografiskt, över utbildningsinriktningar, könstillhörighet och sysselsättning har vi haft möjlighet att bryta ned resultatet i många mindre grupper. I denna rapport visar vi på några av de mer generella insikter vi har fått av resultatet, vill du få ännu mer specifika resultat är du välkommen att kontakta oss.

Undersökningen har i år för första gången även genomförts tillsammans med TNS Gallup i Norge och Danmark, vilket ger oss totalt 9 048 respondenter i Skandinavien. Det skandinaviska aggregerade resultatet finns i vår rapport "Young Professional Attraction Index 2016 – Scandinavia".

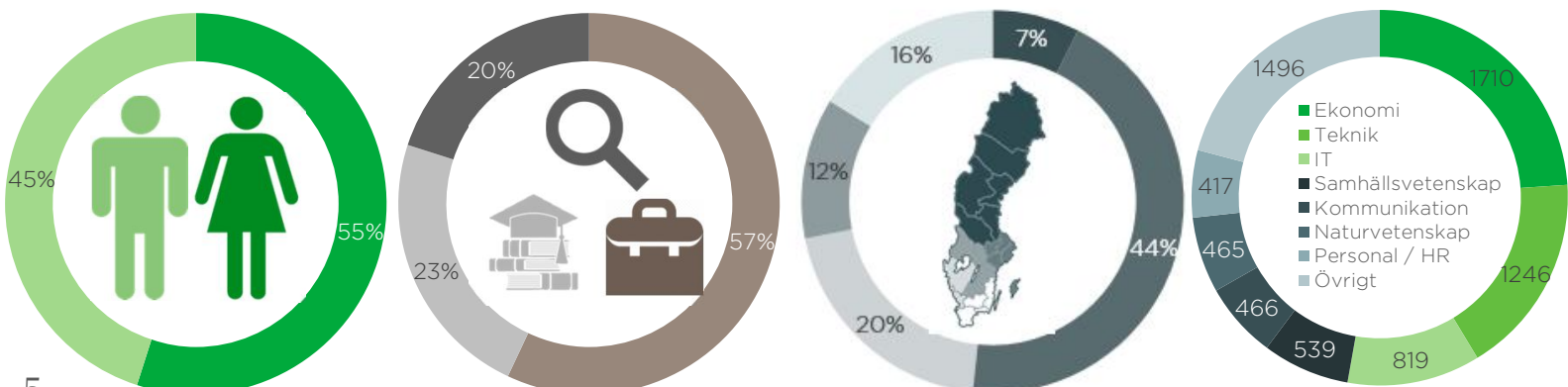
*– Vi är väldigt glada att våra systerbolag i Norge och Danmark sett värdet av YPAI och valt att vara med i undersökningen i år. Tillsammans kan vi få ännu bättre insikter i hur dagens Young Professionals tänker kring arbetsgivare och sitt framtida arbetsliv.*

**SOFIA GYLLENHAMMAR**

Research Analyst, Academic Work

# 7158

i Academic Works databas svarade på undersökningen i Sverige 2016



# 75%

kan tänka sig att gå ner till 6 timmars arbetsdag – även om det innebär en lägre lön

# 36%

är säkra på att de vill bli chef i någon gång i framtiden

# 91%

tänker redan nu att de ska byta karriärbana i framtiden.

# 76%

kan tänka sig att starta eget – ett sätt att själv få styra sin vardag och inkomst.



UTMANANDE ARBETSUPPGIFTER

BRA STÄMNING

TILLIT

**UTVECKLINGSMÖJLIGHETER**

STOLTHET TREVLIGA KOLLEGOR

**LÖN & FÖRMÅNER**

**CSR**

FLEXIBEL ARBETSTID

STATUS

ÖPPENHET

**TEAM**

**INTERNATIONELLT**

BALANS ARBETE / FRITID

**ARBETSMILJÖ**

HÖGT I TAK

ANSTÄLLNINGSVILLKOR

**LOKALER**

**INNOVATION**

UPPSKATTNING

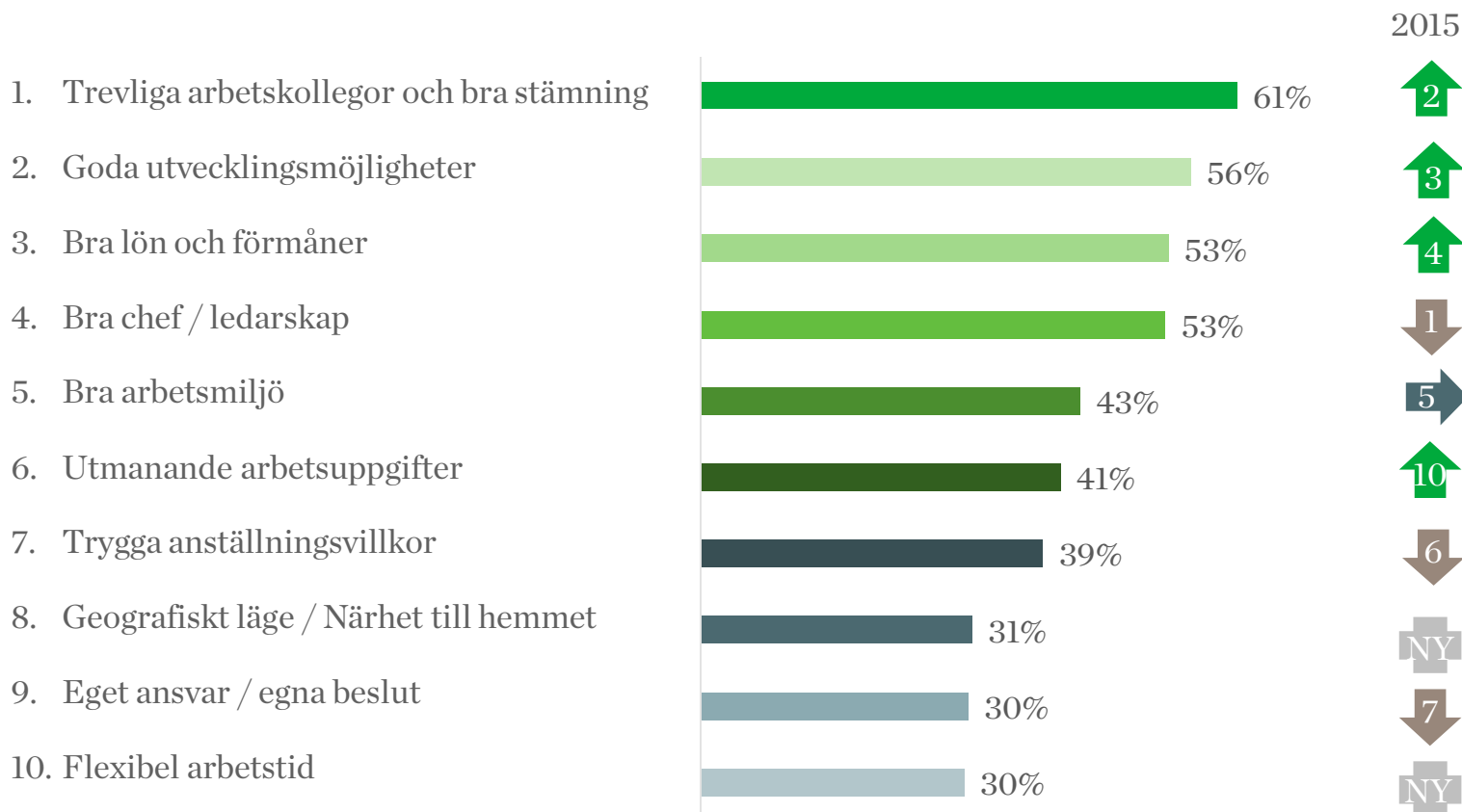
FÖRTROENDE

HJÄLPSAMHET

**BRA CHEF**



# VIKTIGAST VID VAL AV ARBETSGIVARE



## VAD SÄGER RESULTATET

I årets resultat kan vi se att *trevliga arbetskamrater och bra stämning* är viktigast när akademiker i början av karriären väljer arbetsplats. Kulturen på arbetsplatsen har därmed seglat upp som en avgörande faktor för att företag som vill attrahera rätt människor.

– *I årets undersökning blir det tydligt att kulturen i form av trevliga arbetskamrater och bra stämning har blivit viktigare. Detta beror på att målgruppen idag arbetar för att leva, snarare än att de lever för att arbeta – det är då än viktigare att kulturen på arbetsplatsen är något de kan och vill stå för.*

**SVANTE RANDLERT**

Business & People Advisor, Academic Work

Förra årets etta *bra chef och ledarskap* halkar i år ner på listan. I intervjuer med målgruppen har det framkommit att en bra chef är viktigt för att övriga saker på listan ska kunna uppfyllas, och att ledarskapet snarare är en hygienfaktor.

Utifrån de svar som förekom flest antal gånger i förundersökningen har vi i år gått från 13 till 10 egenskaper som är viktigast för målgruppen.

Nyheter på topplistan i år är *geografiskt läge / närhet till hemmet* samt *flexibla arbetstider*, detta innebär samtidigt att följande 5 parametrar i år har fått lämna topplistan:

- *Kompetens & Professionalitet*
- *Öppenhet / Transparens*
- *En respektfull miljö*
- *Ett aktivt samhällsansvar (CSR)*
- *Tydliga mål och roller*

– *Vi ser flera anledningar till att närhet till hemmet och flexibel arbetstid har tagit sig in på listan i år. Akademiker i början av karriären har just nu fler jobb att välja mellan än på länge – då har de också råd att bli mer kräsna; ”Varför ska jag flytta för mitt jobb när jag kan välja ett som ligger närmare?”*

**SOFIA GYLLENHAMMAR**

Research Analyst, Academic Work

### STUDERANDE

1. Goda utvecklingsmöjligheter
2. Trevliga arbetskamrater och bra stämning
3. Bra lön och förmåner

### ARBETANDE

1. Trevliga arbetskamrater och bra stämning
2. Bra chef / ledarskap  
& Bra lön / förmåner



### TJEJER

1. Trevliga arbetskamrater och bra stämning
2. Bra chef / ledarskap
3. Goda utvecklingsmöjligheter

### KILLAR

1. Goda utvecklingsmöjligheter
2. Bra lön och förmåner
3. Trevliga arbetskamrater och bra stämning

# OLIKA GRUPPER VÄRDESÄTTER OLIKA SAKER

## VAD SÄGER RESULTATET

I stort kan vi se att resultatet är samstämmigt bland de Young Professionals som deltagit i studien. Överlag är det *trevliga arbetskollegor och bra stämning* som är absolut viktigast, men när vi bryter ner resultatet kan vi ändå se vissa skillnader utifrån vart respondenterna bor, vad de studerar/studerat samt deras nuvarande sysselsättning och könstillhörighet.

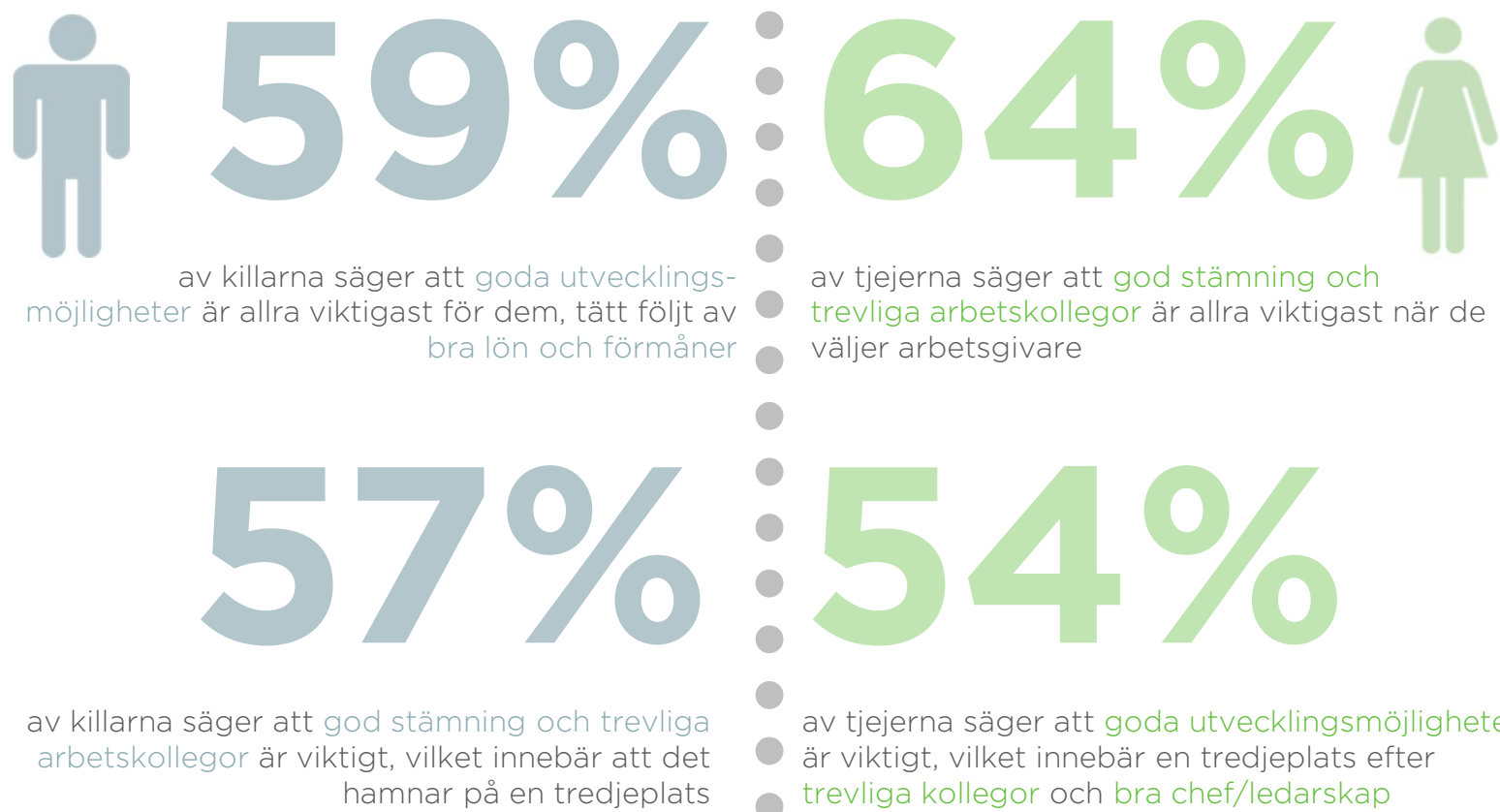
Vi kan bland annat se att killarna ansåg att det absolut viktigaste var *goda utvecklingsmöjligheter*, något som för tjejerna kom först på tredje plats.

Regionalt utmärkte sig respondenterna från Västra Götaland mest, för dem var *bra lön/förmåner* allra viktigast, där hela 64 % av respondenterna i regionen kryssat för detta som viktigt när de väljer arbetsplats.

Nykomlingen *flexibel arbetstid* var allra viktigast för de respondenter som bor i Stockholm/Södermanlands län, där 34 % kryssade för det som viktigt. Förra årets etta *bra chef/ledarskap* var viktigast för 64 % av Jönköpingsborna, vilket är 11 procentenheter mer än för respondentgruppen i stort.

Vi kan också se att de personer som fortfarande studerar i större utsträckning värdesätter *utvecklingsmöjligheter* och *lön*, medan *kollegor* och *ledarskap* är viktigare för dem som redan gett sig ut i arbetslivet.

Ekonomer värdesätter till mycket lägre grad *bra arbetsmiljö* och *trygga anställningsvillkor* än personer från övriga studieinriktningar, vi kan se att tryggheten för ekonomerna snarare upplevs hämmande för utvecklingen.

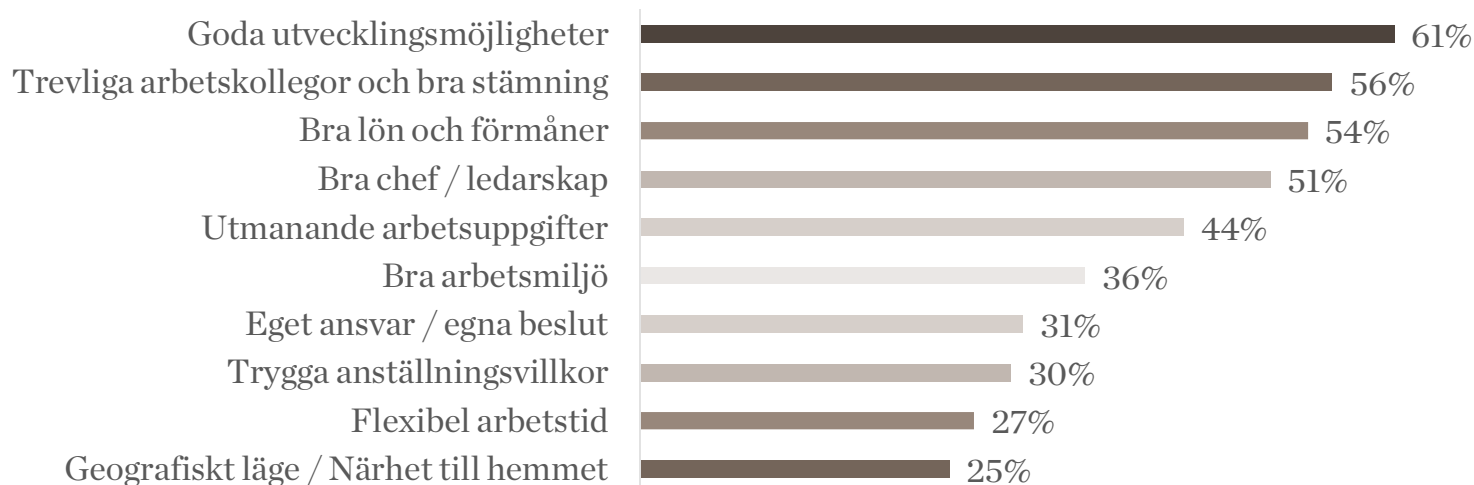


## VIKTIGAST FÖR EKONOMER

1. Goda utvecklingsmöjligheter
2. Trevliga kollegor och bra stämning
3. Bra lön och förmåner

## TOPP 3 ARBETSGIVARE

1. Google
2. Tesla
3. IKEA



Killar inom ekonomi är de personer som utan tvekan värderar *goda utvecklingsmöjligheter* högst, tätt följt av en *bra lön* och *utmanande arbetsuppgifter*.

Tjejerna å andra sidan har spridit ut sina svar mer – de flesta har valt fler alternativ som viktiga. I toppen kommer ändå *trevliga arbetskollegor* och *bra stämning*, *goda utvecklingsmöjligheter* och en *bra chef*.

Ekonomer överlag värderar *närhet till hemmet* mycket lägre än övriga utbildningsinriktningar, med enda undantag för inköpskonomer där över 40% nämner att det är viktigt vid val av arbetsgivare. Löneekonomer sticker också ut då de är de som värderar *flexibel arbetstid* allra högst av samtliga studieinriktningar.

Är ni på jakt efter en Young Professional inom finans? För 68% av dem är det allra viktigast med en *bra lön och förmåner*.

*Goda utvecklingsmöjligheter för mig innebär att det är högt i tak och att man hela tiden får prova nya saker. Det är också viktigt att få vara delaktig i de beslut som fattas på företaget.*

**MARCUS NYSTRÖM**  
TOG EXAMEN INOM FASTIGHETSEKONOMI 2012  
JOBBAR IDAG SOM FINANSANALYTIKER



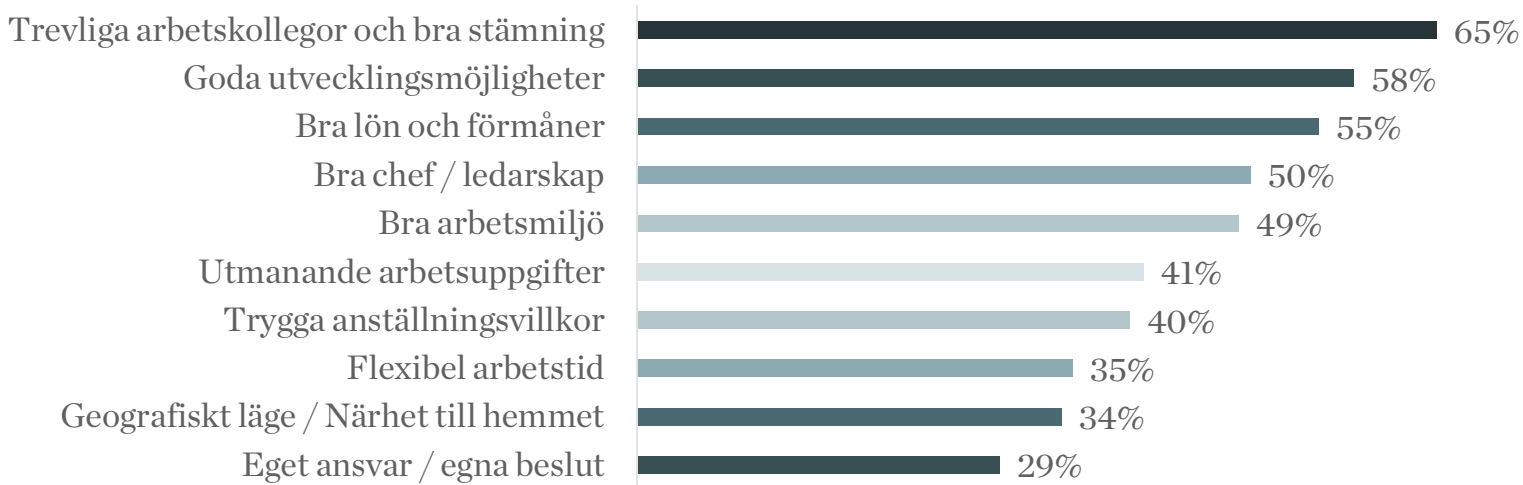


## VIKTIGAST FÖR IT-AKADEMIKER

1. Trevliga kollegor och bra stämning
2. Goda utvecklingsmöjligheter
3. Bra lön och förmåner

## TOPP 3 ARBETSGIVARE

1. Google
2. IKEA
3. Dice



Young Professionals inom IT sticker framförallt ut mot övriga grupper när det gäller vikten av mjuka värden. De värdesätter *trevliga arbetskollegor*, *bra arbetsmiljö* och *flexibel arbetstid* i större utsträckning än övriga och tycker istället att det är mindre viktigt med  *eget ansvar* än exempelvis ekonomer och teknologer gör.

Inom IT kan vi se att *trevliga kollegor och bra stämning* är allra viktigast för front- & back-end

utvecklare. De inom projektledning och affärsutveckling tycker istället att det allra viktigaste är *goda utvecklingsmöjligheter*, dessa värdesätter även  *eget ansvar* i större utsträckning än övriga respondenter inom IT.

Vill ni attrahera Young Professionals inom IT-support är det extra viktigt att satsa på en *bra arbetsmiljö* och *bra stämning*.

*Att ha en chef som uppmuntrar mig till att ta eget ansvar och därmed ge mig chansen att utvecklas är A och O för mig. Med en grym ledare och motiverade och glada kollegor kommer man långt*

ANNA ZAKIPOUR  
STUDERAR INFORMATIONSTEKNIK  
BERÄKNAD EXAMEN 2020



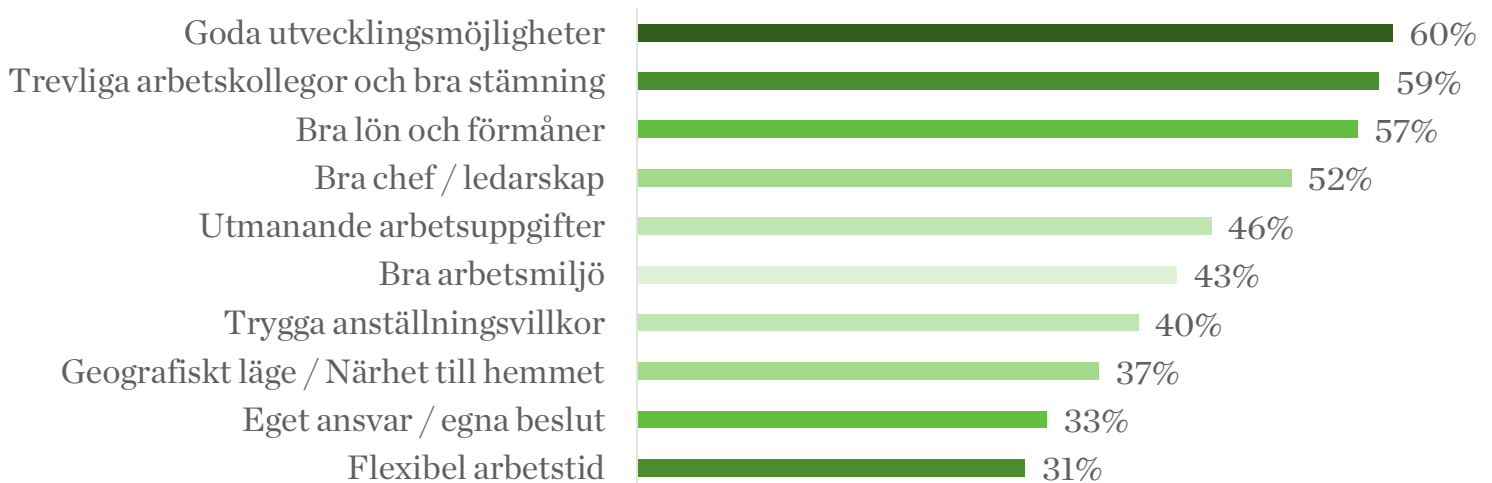
# TEKNIK

## VIKTIGAST FÖR TEKNOLOGER

1. Goda utvecklingsmöjligheter
2. Trevliga kollegor och bra stämning
3. Bra lön och förmåner

## TOPP 3 ARBETSGIVARE

1. Tesla
2. Google
3. Dice



*Bra lön och förmåner* placerar sig på en stadig tredjeplats för teknologer i stort. Några studieinriktningar sticker dock ut genom att ange att lönen är allra viktigast. Av de som studerar eller studerat medicinsk teknik anger exempelvis hela 73% att lönen är viktigast vid val av arbetsgivare.

Studenter och akademiker inom teknik är den grupp som värderar  *eget ansvar* högst, något som Rebecca berättar mer om nedan.

Överlag är teknologer den grupp som anser att  *geografiskt läge och närhet till hemmet* är allra viktigast, vilket delvis kan förklara varför techbolag med centrala kontor anses mer attraktiva än traditionella industribolag för gruppen.

Behöver du anställa någon inom materialdesign? För dem är  *trygga anställningsvillkor* viktigast.



*Att få lov att ta eget ansvar och egna beslut tycker jag är absolut viktigast, det får mig att utvecklas både i min roll och som person. Oavsett om mitt beslut är rätt eller fel har jag tagit det på mina grunder och tar alltid lärdom av utgången.*

**REBECCA TITTERNES**  
STUDERAR SJUKHUSFYSIKERPROGRAMMET  
BERÄKNAD EXAMEN 2019

”Trevliga arbetskollegor innebär att det är en fröjd att gå till jobbet. Det är viktigt när jag spenderar så mycket tid där varje dag.”

”Flexibel arbetstid gör att jag själv kan lägga upp hur min arbetsdag ska se ut. Detta tror jag kommer bli allt mer viktigt i takt med att allas vardag ser olika ut.”

”Ett bra ledarskap innebär att du tar ansvar för miljö, både på arbetsplatsen och globalt”

# 100 POPULÄRASTE FÖRETAGEN

I förundersökningen ställdes frågan "Nämn de arbetsgivare (företag och andra organisationer) som du helst skulle vilja jobba hos." Totalt genererade frågan över 2000 fritextsvar.

Utifrån dessa svar var det följande 100 alternativ som förekom flest gånger - det är alltså arbetsgivarna nedan som Young Professionals tänker på först när inga alternativ eller förslag ges.

Vi har valt att ta med arbetsgivarna såsom de oftast förekommit i svaren, vi kan därför exempelvis se alternativ såsom "kommun" och "landsting" där ingen specifikation har gjorts om vilken kommun / landsting det gäller. Detta pekar på att Young Professionals ser kommuner överlag som en och samma arbetsgivare, trots att kommuner själva nog skulle definiera sig som väldigt olika arbetsgivare.

ABB	ICA	Scania
Accenture	IKEA	SCB
Alfa Laval	iZettle	Schibsted
Apple	King	SEB
Arla	Klarna	Sida
Astra Zeneca	Kommun	Sigma
Atea	KPMG	Skanska
Atlas Copco	Kronofogden	Skatteverket
Axfood	Landsting	SKF
Axis	Lindex	Spotify
BillerudKorsnäs	L'oreal	Staten
Bonnier	Länsförsäkringar	Stockholm Stad
Cap Gemini	Länsstyrelsen	Sweco
Coca-Cola	Malmö Stad	Swedavia
Coop	McKinsey	Swedbank
Danske Bank	Microsoft	SVT
Deloitte	Migrationsverket	Tele2
DHL	NCC	Telenor
Dice	Nordea	TeliaSonera
e.on	Orkla	Tesla
EF Education First	Peab	Tetra Pak
Electrolux	Polisen	Trafikverket
Ericsson	Postnord	Tre
EY (Ernst & Young)	PwC	Tyréns
Facebook	Ramböll	Unilever
FN	Regeringskansliet	Unionen
Folksam	Riksbanken	Utrikesdepartementet
Försvarsmakten	Riksdagskansliet	Vattenfall
Försäkringskassan	Röda korset	Volvo
Google	SAAB	WSP
Grant Thornton	Samsung	ÅF
H&M	Sandvik	Åhléns
Handelsbanken	SAS	
IBM	SCA	



# 100 POPULÄRASTE FÖRETAGEN

## NYA PÅ LISTAN

iZettle  
King  
Kommun  
Unilever  
Landsting  
Lindex  
L'Oreal  
Orkla  
PostNord  
Regeringskansliet  
Riksdagskansliet  
SAS  
SCA  
Schibsted  
EF Education First  
Swedavia  
Tesla  
Tre  
Tyréns  
Utrikesdepartementet  
Åhléns

## HAR FALLIT BORT

Adidas  
Aftonbladet  
Bombardier  
CGI  
Chalmers  
Göteborgs Stad  
JM  
KappAhl  
KTH  
Lantmännen  
Liseberg  
McDonalds  
Novo Nordisk  
P&G  
Posten  
Region Skåne  
Scandic  
Schenker  
Siemens  
Sony  
Tieto

På årets lista har fler offentliga verksamheter kommit med än föregående år. Vi kan också se att flera av de bolag som lämnat listan har ersatts av andra bolag i samma koncern (Aftonbladet → Schibsted), andra namn för bolagen (Posten → PostNord) eller bolag som håller på med liknande saker (P&G har ersatts av Unilever och KappAhl av Åhléns).

Flera av de nya bolagen på listan har senaste året synts en del i media, vilket kan förklara varför de i år ligger mer top-of-mind än tidigare år. De bolag som lämnat listan kan mycket väl fortfarande anses vara lika attraktiva, eller attraktivare, som arbetsgivare - men de är helt enkelt inte de arbetsgivare som målgruppen först tänker på när de själva ombuds ange vart de skulle vilja jobba.

I indexundersökningen har respondenterna först fått svara på hur väl de känner till ett antal arbetsgivare och utifrån detta har ett snitt om hur pass kända arbetsgivarna är hos målgruppen tagits fram. Utav de arbetsgivare som respondenten angett att de känner till har

de även fått svara på anseendefrågorna, vilka legat till grund för indexberäkningen - YPAI.

Intressant att se är att det inte finns någon korrelation mellan kännedom och anseendeindex. Exempelvis placerade sig 65% av de offentliga verksamheterna över medel på kännedom som arbetsgivare - men bara 10% hamnade på topp 50 i indexlistan. Motsatta siffror kan ses för bolag inom IT/Tech där 54% är över medel på kännedom och hela 92% är över medel på index.

*- Vi ser att det viktigaste för en arbetsgivare inte är att synas hela tiden, utan att synas i rätt sammanhang. Det är inte de mest omtalade arbetsgivarna som lockar flest Young Professionals; det är de som målgruppen kan knyta an till på ett emotionellt plan. Det spelar ingen roll om akademikerna känner till en arbetsgivare om denne samtidigt upplevs ha ett dåligt rykte eller inte är framgångsrika på sin marknad.*

**SVANTE RANDLERT**

Business & People Advisor, Academic Work

”Coolt företag med *framtiden i fokus*. Väldigt utmanande.”

”De är *etablerade runt hela världen*, har ett vinnande koncept och det skulle vara intressant att vara med och utveckla organisationen ”

”Ett av världens mest *hypade, credtiga och omskrivna bolag* som ligger bakom stora livsstils-förändrande produkter. Samtidigt finns ett socialt patos och de står för positiva saker.”

”Det verkar finnas *stor möjlighet till personlig utveckling* samt att de verkar värna om de anställdas hälsa.”

”De har en *klar framtidsriktning* och en stor förmåga att bli världsledande i utveckling.”

”De *bryr sig om sina anställda*, förstår att om personalen mår bra, presterar de bättre!”

”Personalen får vara med och *utveckla företaget* på ett mycket framträdande och framgångsrikt sätt.”

”Modern, nytänkande med *utrymme för kreativitet*.”

# TOPPLISTA FÖRETAG

Elbilen Tesla har blivit en världssuccé. En succé som även gör företaget till en drömarbetsgivare bland svenska akademiker i början av sin karriär. Nykomlingen Tesla hamnar på andra plats på årets topplista – endast slagen av förra årets vinnare Google.

Företagen på topplistan har gemensamt att de är modiga och egensinnade. Det kan ses att de företag som har hög attraktionskraft också kommunicerar sitt existensberättigande utifrån fler värden än själva slutprodukten, de

är framgångsrika på att koppla en större historia till sitt varumärke.

*- Vill man som företag attrahera de bästa nya medarbetarna är det viktigt att fokusera på att förstärka sina värdeargument. Att kunna tala om varför man existerar som företag är viktigt för akademiker i början av sin karriär. De högst rankade företagen är bra på att kommunicera just detta, vilket värde man skapar för samhället i stort.*

**SVANTE RANDLERT**

Business & People Advisor, Academic Work

	YPAI	RYKTE	FRAMGÅNG	ARBETA FÖR
1. Google (1)	73	70	83	66
2. Tesla (NY)	68	63	75	65
3. IKEA (2)	67	59	82	61
4. Spotify (5)	65	60	75	61
5. Apple (3)	64,3	55	80	58
6. Microsoft (6)	63,6	60	71	60
7. Dice (4)	62	57	69	60
8. Volvo (16)	61	59	62	61
9. McKinsey (10)	59,4	56	63	59
10. Facebook (13)	59,3	49	75	53

# TOPPLISTA UTIFRÅN BRANSCH



## MEDIA

1. SVT
2. Schibsted
3. Bonnier



## MYNDIGHET

1. UD
2. Riksdagskansliet
3. Riksbanken



## IT/TECH

1. Google
2. Spotify
3. Apple



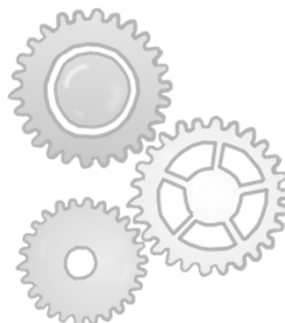
## TELEKOM

1. Telia
2. Telenor
3. Tele2



## RETAIL / FMCG

1. IKEA
2. CocaCola
3. ICA



## TEKNIKKONSULTER

1. ÅF
2. Sweco
3. Tyréns



## BANK

1. SEB
2. Handelsbanken
3. Danske Bank



## REVISION

1. PWC
2. KPMG
3. Grant Thornton



## INDUSTRI


1. Tesla
2. Volvo
3. Tetra Pak



## BYGG

1. NCC
2. Skanska
3. PEAB



A photograph of a woman in a dark blue blazer and white shirt smiling and talking to a man in a white shirt. They are outdoors with trees in the background. The text is overlaid on the top left of the image.

”Idag är det fortfarande arbetsgivarnas marknad. Det tror jag kan skifta. Jag tror att det kommer vara mer fokus på att locka folk till sitt företag genom vad företaget kan erbjuda förutom lön, exempelvis genom att vara ett företag med stark kultur som investerar i sina arbetstagare. Jag tror också att dagarna kan bli kortare och mer effektiva.”

\*Fritextsvar på frågan hur arbetsmarknaden kommer ändras de närmaste 10 åren

# HUR UPPLEVS ARBETSGIVARNA?

Staplarna nedan visar hur det högst respektive lägst värderade bolaget upplevs leverera på det som Young Professionals tycker är viktigast (skala 1-5). Den streckade linjen visar samtidigt hur viktig varje parameter är för målgruppen (skala 0-100%).

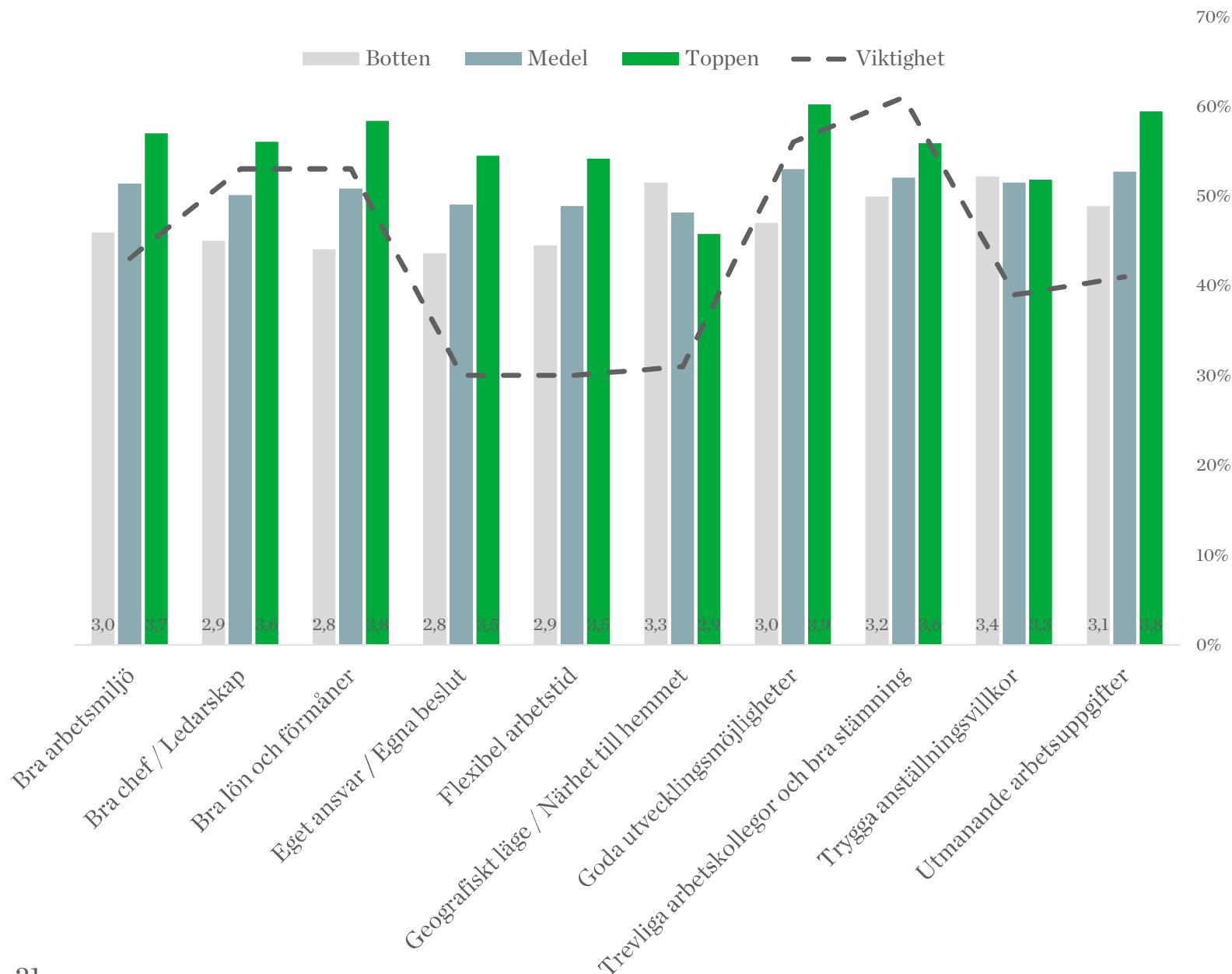
Utifrån detta kan vi se att bolagen som anses mest attraktiva som arbetsgivare också upplevs bättre på samtliga punkter, utom *geografiskt läge/närhet till hemmet*. Detta är inte helt förvånande då flera av de högst rankade bolagen inte har kontor i Sverige, alternativt har väldigt små kontor.

De bolag som hamnat längst ner på indexlistan anses istället erbjuda *tryggare*

*anställningsvillkor* än såväl medeltalet samt de 10 topprankade bolagen.

Till de personer som sagt att de kan tänka sig att jobba hos en specifik arbetsgivare har även en fritextfråga ställts där de fått förklara varför de vill jobba hos just den arbetsgivaren.

- Topp 10 beskrevs främst med att de var spännande och intressanta företag med världen som arbetsplats och många utvecklingsmöjligheter. Ett av de ord som förekom flest gånger var **framtid**.
- De lägst placerade företagen beskrevs istället som trygga och att man där har möjlighet att hjälpa andra människor. Det mest förekommande ordet var **trygghet**.



# OM SAMARBETET MED TNS SIFO

TNS Sifo har många års erfarenhet i Sverige och globalt av anseendestudier i olika intressentgrupper, såväl bland allmänhet, som anställda och framtida talanger. Den här metoden har tagits fram genom att testa ett antal faktorer från många års erfarenhet och 35 000 globala jämförelseintervjuer. Faktorerna testades i en svensk förstudie i ett urval av akademiker och studenter i TNS Sifos slumpmässigt rekryterade webbpanel. Faktorerna som slutligen bygger upp indexet är generella, kräver inte detaljkunskaper för att besvara och var och en bidrar på ett unikt sätt till indexets helhet. Genom en faktoranalys har vi kommit fram till de tre faktorerna som slutligen bygger indexet. Viktningen dem emellan är lika stor, då vi inte ser tydliga generella iakttagelser som talar emot detta, samtidigt som vi ville skapa ett index som enkelt går att förstå.

Antal respondenter: 7158 respondenter

Undersökningen genomfördes under april-maj 2016.

Resultaten är giltiga för den undersökta gruppen, de bör därmed betraktas som en god indikation på arbetsgivares anseende i gruppen unga yrkesarbetande akademiker.

VILL NI VETA MER?

## Academic Work

Projektledare : Sofia Gyllenhammar

Föreläsare och rådgivare: Svante Randler

[ypai@academicwork.se](mailto:ypai@academicwork.se)

[www.academicwork.se](http://www.academicwork.se)

## TNS Sifo

Projektledare : Sonja von Lochow

[www.tns-sifo.se](http://www.tns-sifo.se)



Våra insikter skapar bättre relationer.

Academic Work skapar jobb och bygger karriärer. Hos oss möts arbetsgivare och akademiker i början av karriären varje dag. Med vår årliga studie YP Attraction Index, kort och gott YPAI, tar vi våra insikter om Young Professionals till arbetsgivare, och våra insikter om arbetsgivare till Young Professionals.

Nu vill vi hjälpa Skandinaviens arbetsgivare att förstå och skapa ännu bättre relationer med Young Professionals. Tillsammans med TNS Sifo har vi därför genomfört den här undersökningen för att förstå hur attraktiva Sveriges arbetsgivare är och vad som är viktigt när Young Professionals väljer arbetsgivare – Young Professional Attraction Index.

YP Attraction Index produceras av Academic Work, Home of the Young Professionals, i samarbete med TNS Sifo som är världens ledande marknadsundersökningsbyrå. Det är ett modernt mått på hur Young Professionals värderar arbetsgivare, skapat med stöd av över 35 000 globala studier om varumärkesimage, och utformat på målgruppens villkor. Vi är extra stolta över att målgruppen själv nominerat samtliga svarsalternativ som bygger vår studie och våra resultat.

Vårt mål är att YP Attraction Index ska vara det självklara valet för arbetsgivare som vill förstå hur de kan bli bättre på att attrahera, rekrytera och behålla studenter och akademiker i början av karriären. Därför är våra insikter tillgängliga och kostnadsfria för alla.

