

Nulägesanalys

detaljerad version



Bakgrund

Denna nulägesanalys har genomförts i projektet Kompetenskraft Skaraborg som finansieras av Europeiska regionala utvecklingsfonden, Västra Götalandsregionen (miljö- och regionutvecklingsnämnden), Drivhuset Skaraborg och Drivhuset Norden.

I projektet samverkar Drivhuset Skaraborg, Näringslivet i Lidköping, Näringslivsforum i Skövde, Högskolan i Skövde (delvis via Skövde kommun) och IDC West Sweden.

Syfte med projektet

Projektet syftar till att STÄRKA små och medelstora företag (SMF) inom tillverkningsindustrins KOMPETENSER kring, och FÖRUTSÄTTNINGAR för, att arbeta med strategisk kompetensförsörjning, genom samverkan med studenter vid Högskolan i Skövde inom institutionerna för ingenjörsvetenskap, informationsteknologi och handel och företagande.



Projektmål

Projektets mål delas in i mål på kort och lång sikt. Några av de främsta projektmålen presenteras nedan.

Mål på kort sikt

Projektet ska utveckla och implementera **Kompetenskraftsmodellen**, innehållandes nya arbetssätt och metoder, vilken ska leda till att SMF

- utvecklar **attityder** och **synsätt** kring möjligheten till samverkan med studenter för kompetensförsörjning.
- utvecklar **kunskap** och **förmågor** kring nya **arbetssätt** och **metoder** att samverka med studenter.
- får **kontakter** och utökat **nätverk**.
- får en ökad förmåga att **paketera** och **kommunicera** företagets värde som en attraktiv arbetsgivare.
- Insatsen ska även öka studenternas (och lärarnas) kännedom om den lokala tillverkningsindustrin i Skaraborg.

Mål på lång sikt

- På längre sikt är projektets mål att samverkansmodellen ska bidra till ökat och stärkt strategiskt arbete för akademisk kompetensförsörjning för Skaraborgs små och medelstora företag inom tillverkningsindustrin, och bidra till att **fler studenter stannar kvar i Skaraborg** efter avslutade studier.
- Det finns också en förväntan om att företagens ökade kunskap kring samverkan med akademiska studenter leder till **fortsatt samverkan med akademien** och att fler företag börjar samverka med akademiska studenter; genom *Kompetenskraftsmodellen*, i *direkt kontakt* med Högskolan i Skövde eller *på annat sätt* efter projektets slut.
- Projektet ska också bidra till att utmana normer kring kön och mångfald inom tillverkningsindustrin i Skaraborg hos deltagarna, vilket förväntas bidra till att företagen utvecklar sitt arbete med hållbara affärsstrategier, innovation och varumärkesarbete.

Mål & Syfte med nulägesanalysen

Målet med nulägesanalysen har varit att identifiera och förstå behoven och utmaningarna kring samverkan mellan företagen och studenterna, i syfte att hjälpa oss att utveckla Kompetenskraftsmodellen – ett strukturerat, tillgängligt och högkvalitativt insteg till samverkan mellan målgrupperna.

Genomförande

Nulägesanalysen har genomförts mellan 2025.02.28 och 2025.06.18 genom intervjuer med 23 företag i 11 av Skaraborgs kommuner samt enkäter med 23 företag i 9 av Skaraborgs kommuner.

Totalt har 46 företag från Skaraborgs samtliga 15 kommuner representerats i nulägesanalysen.

119 studenter inom institutionerna för ingenjörsvetenskap, informationsteknologi samt handel och företagande, har genomfört workshops där de problematiserat och gett lösningsförslag kring samverkan mellan studenter och företag under studietiden.

I denna sammanfattning lägger vi störst fokus på att presentera utmaningar och möjligheter kring samverkan mellan våra huvudsakliga målgrupper; SMF inom tillverkningsindustrin i Skaraborg, samt studenter på Högskolan i Skövde inom institutionerna för ingenjörsvetenskap, informationsteknologi och handel och företagande. I rådatan finns även information om kompetensförsörjning i stort, företagets arbete med attraktionskraft samt samverkan med elever i yngre åldrar eller från yrkeshögskolor. Detta för att förstå företagets helhet och kunna göra jämförelser i vårt arbete framåt med att utveckla Kompetenskraftsmodellen.





I följande del beskrivs
RESULTATET
av nulägesanalysen

Attraktionskraft – utmaningar och brister

Inledningsvis beskrivs en sammanfattning av företagens uttryckta generella utmaningar kring attraktionskraft och kompetensförsörjning.

Geografisk placering:

- Svårt att attrahera folk till mindre orter utan stark kollektivtrafik.

Brist på HR-kompetens:

- Flera mindre företag saknar intern struktur för långsiktigt arbete med attraktivitet.

Svårt att nå ut:

- Företagen uttrycker att de är okända trots lång historik (ex citat från ett av företagen. "Vi är Lidköpings bäst bevarade hemlighet").

Konkurrens om personal:

- SMF uttrycker att de inte kan matcha större företags löner, utan behöver konkurrera genom att erbjuda mer mjuka värden.

Tidsbrist:

- Flera anger att de inte hinner jobba strategiskt med frågan.

Fel målgrupp:

- via Arbetsförmedlingen och annonser på sociala medier får vi "fel typ av sökande".





Befintlig samverkan

I följande delar beskrivs samverkan mellan studenter och företagen. Inledningsvis inkluderas all samverkan oavsett utbildningsnivå. Nästkommande sidor fokuserar på samverkan med studenter från högskola eller universitet.

Befintlig samverkan med elever ELLER studenter

Praktikplatser och LIA (Lärande i arbete)

- Den vanligaste formen av samverkan är att ta emot praktikanter eller LIA-studenter från gymnasier och yrkeshögskolor.
- Många ser detta som ett bra sätt att "testa av" möjliga framtida medarbetare.

Examensarbeten och projekt

- Flera företag samarbetar med högskolor (ex Chalmers, Högskolan i Jönköping, Högskolan i Skövde och Högskolan i Borås), främst kring examensarbeten eller projekt i utbildningen.
- En del mindre företag ser dock inte behovet av studenter från högre utbildning och uttrycker att de inte är i behov av den typen av kompetens.

Studiebesök och mässor

- En del syns på utbildningsmässor eller tar emot studiebesök från skolklasser och utbildningar – ibland redan från högstadiet.

Informella kontakter avgörande

- Många samarbeten bygger på personliga nätverk – via tidigare studenter/studerande, kollegor eller engagemang i skolans styrgrupper (t.ex. Teknikcollege).





Effekter av nuvarande samverkan med studenter från högskola eller universitet

1. Fler ansökningar och rekryteringar

"Exjobbare har senare sökt jobb – 3 från samma klass har blivit anställda."

2. Ökad synlighet och varumärkesspridning

Flera företag ser att de blir mer kända i studentkretsar, vilket bygger deras långsiktiga arbetsgivarattraktivitet.

"Vi börjar att synas och folk känner igen oss från att vi har varit med."

3. Innovation och nya perspektiv

Studenter beskrivs ofta som nytänkande, utifrån-blickande och engagerade, vilket leder till värdefull input.

"De tänker utanför boxen men relevant. De har inte våra begränsningar."

4. Självinsikt och kompetensutveckling internt

Några företag beskriver hur samverkan med externa personer tvingar dem att reflektera, strukturera upp arbetsuppgifter och tänka nytt.

"Det kan leda till självinsikt – någon kommer in med nya ögon."

Samverkan med studenter från högskola eller universitet kring frågor om **HÅLLBARHET**

Sammanfattning

- Majoriteten av företagen ser potential i studenter bidrag till hållbarhetsarbete – främst genom ny kunskap, andra perspektiv och stöd i dokumentation.
- Två företag är öppet ointresserade, och hänvisar till att deras affärer inte idag kräver hållbarhetsfokus.
- De företag som är mest positiva ser hållbarhet som ett framtida konkurrensmedel, och ser studenter kunskap som en strategisk resurs.
- Det finns ett behov av strukturerad hjälp för att fånga, mäta och kommunicera hållbarhetsinsatser – något studenter kan bidra till.





Samverkan med studenter från högskola eller universitet kring frågor om **HÅLLBARHET**

Detaljer och citat

1. Studenter kopplas till ny kunskap och nya perspektiv

Flera företag uttrycker att studenter har uppdaterad, modern och teoretisk kunskap inom hållbarhet, vilket kan komplettera företagets praktiska erfarenhet.

"De har modern kunskap – ett område där man inte tjänar på att ha lång erfarenhet."

"De kommer utan förutfattade meningar och har kunskap vi inte har."

2. Hållbarhetsarbetet är ofta i startfas eller informellt

Många företag gör redan hållbarhetsrelaterade åtgärder, men har inte formulerat eller strukturerat det som hållbarhetsstrategi.

"Vi gör mycket saker, men vi sammanställer det inte... här finns lågt hängande frukter."

3. Studenters bidrag ses som en möjlig hjälp till struktur och dokumentation

Det finns ett behov av hjälp med att samla in, analysera och paketera hållbarhetsdata, särskilt inför nya lagkrav som CSRD.

"Studenter hade eventuellt kunnat hjälpa till med mindre insatser."

"Hållbarhetsrapportering är viktigt, men vi hinner inte... de kan hjälpa oss förstå vad vi redan gör."

4. Bristande efterfrågan från kunder bromsar hållbarhetsdrivet

Ett fåtal företag är öppna med att hållbarhet inte prioriteras så länge inte kunderna kräver det:

"Vi är inte intresserade av hållbarhet. Ingen kund frågar efter det."

"Våra kunder efterfrågar det inte alls i dag."



Samverkan med studenter från högskola eller universitet kring frågor om **INNOVATION & UTVECKLING**

Sammanfattning

- Samverkan med studenter uppfattas som en stark möjliggörare för innovation och utveckling – både genom att de tillför ny kunskap och hjälper företagen att tänka nytt.
- Företag som har erfarenhet av studentkontakt beskriver tydliga vinster, medan de utan samverkan uttrycker osäkerhet men nyfikenhet.
- Utmaningarna handlar inte om ovilja – utan om struktur, tid, matchning och mod att ta in ny kompetens.





Samverkan med studenter från högskola eller universitet kring frågor om **INNOVATION & UTVECKLING**

Detaljer och citat

1. Studenter ses som en källa till nya idéer

Många företag beskriver att samverkan, eller möjlig samverkan, innebär att man får in "nya ögon", "oförstörda tankar" och impulser utifrån. Det kan leda till nya produktidéer, processförbättringar eller omvärldsinsikter.

"Att ha ett bollplank där man skickar in en idé och får tillbaka något oväntat – det är nyckeln till utveckling."

2. Kompletterar befintlig kunskap

Flera företag ser studenters teoretiska och tekniska spetskompetens som ett komplement till deras ofta praktiska vardag. Det gäller särskilt inom digitalisering, automatisering, AI och CAM/CAD.

"De har teoretisk kunskap vi saknar – det behövs om vi ska hålla oss relevanta."

3. Innovation kräver påfyllning av tankegods

Innovation ses som något som inte går att driva med bara intern erfarenhet – det krävs nya impulser.

Samverkan med studenter ses som ett sätt att "fylla på" med idéer, metoder och arbetssätt.

"Man kan inte driva innovation internt med bara gammal kunskap."

4. Möjliggör framtida utvecklingskapacitet

Samverkan ses också som en framtidsinvestering, där dagens kontakt med studenter bidrar till att säkra morgondagens kompetens och utvecklingsförmåga.

5. Osäkerhet inför förändring

Några företag uttrycker en kultur av försiktighet, där nytänk ses som potentiellt störande:

"Vi gör det som vi gjorde på 70-talet – det funkar. Kanske ska det fortsätta så."



Samverkan med studenter från högskola eller universitet kring frågor om **ARBETSGIVARATTRAKTIVITET**

Sammanfattning

- Nästan alla företag tror att samverkan med studenter påverkar arbetsgivarattraktiviteten positivt – särskilt genom ökad synlighet, moderna signaler och möjlighet till dialog med målgruppen.
- Flera har ännu inte etablerat kontakt men ser det som en viktig fråga.
- Även här ligger inte utmaningen i att förstå nyttan – utan i att skapa förutsättningarna: tid, kontaktvägar och relevanta upplägg.





Samverkan med studenter från högskola eller universitet kring frågor om **ARBETSGIVARATTRAKTIVITET**

Detaljer och citat

1. Ökad synlighet och kännedom

Många företag ser samverkan som ett sätt att bli upptäckta av framtida medarbetare, särskilt unga akademiker.

Exjobb, praktik och projekt lyfts fram som kanaler där företaget "får visa upp sig".

"Får de en positiv bild av företaget sprids det – det är jättepositivt."

2. Studenters närvaro stärker arbetsgivarvarumärket

Att ta emot studenter signalerar att företaget är aktuellt, utvecklingsinriktat och attraktivt.

Flera företag menar att det gör dem mer relevanta i ungas ögon.

"Det blir förknippat med att man försöker hänga med, att vi håller oss ajour."

3. Input kring vad som är attraktivt som arbetsgivare

Flera beskriver att studenterna hjälper företaget att förstå målgruppen och ger värdefull återkoppling.

"Man får mer inspel från dem – vad ser de som attraktivt?"

4. Bygga ambassadörskap och framtida relationer

Samverkan ses som ett sätt att bygga relationer med framtida medarbetare, även om det inte leder till direkt rekrytering.

"Man når ut till nya grupper, nya ambassadörer."



UTMANINGAR eller HINDER för initiativ till samverkan med studenter från Högskolan i Skövde

1. Bristande kännedom om Högskolan i Skövde

Många företag vet inte vilka utbildningar eller möjligheter som finns. Flera upplever att högskolan är dålig på att visa upp sina samverkansformer och skapa relationer:

"Jag vet inte vad de kan hjälpa oss med. Jag är för dåligt insatt."

"Jag har inte hittat kontaktvägar till högskolan på mina 1,5 år."

2. Högskolans inriktning upplevs som felaktig eller irrelevant

Flera företag uttrycker att utbildningarna inte matchar deras behov – exempelvis att programmen är för teoretiska.

3. Resurs- och tidsbrist

Samverkan med studenter kräver planering, handledning och tydliga projekt, vilket många små företag har svårt att hinna med. Företag som främst tagit emot elever eller YH-studerande i praktik eller studiebesök upplever ofta tidsbrist. Däremot uttrycker de som samarbetat med studenter i exempelvis examensarbeten sällan tidsbrist som problem, utan snarare att *"man ångrar aldrig en samverkan med en student"*.

"Det blir ett för stort steg som inte är akut... vi gör det som brinner mest."

"Vi måste ta tiden från något annat i dagsläget – det löser vi inte."

4. Geografiska och logistiska hinder

Några företag upplever att studenterna från Skövde vill stanna i Skövde, eller att avstånden skapar praktiska problem.

5. Skepsis mot akademiska syften

Några företag upplever att högskolan ibland använder företagen för egna syften (t.ex. forskningspengar) snarare än ömsesidig nytta. Det finns även en viss oro för att släppa in extern kompetens eller känsla av otillräcklighet. Akademisk kulturbarriär:

"Ibland märker vi att de vill använda oss för att få forskningsmedel – det vill vi bort från."

"Jag är rädd att studenten är smartare än jag..."



Företagens drömbild av samverkan med studenter

Företagen vill samarbeta med studenter – men vill att det sker enklare, tydligare och mer behovsstyrt.

Många företag har ingen pågående samverkan, men uttrycker ett starkt intresse – om trösklarna sänks.

De ser samverkan som ett sätt att få hjälp med utveckling, rekrytering, synlighet och ny kompetens.

För att drömmen ska bli verklighet krävs:

- Enklare vägar in till högskolan
- Kontaktpersoner och struktur – gärna samordning via extern part
- Tidsbesparande processer
- Hjälp att formulera uppdrag eller hitta rätt student
- Ömsesidig nytta och förståelse för små företags behov

"Jag vill att högskolesamarbeten ska nå ut till oss. Vi hinner inte leta."

"Vi kan säkert hitta många sätt att samverka men för oss är det utforskad mark och man behöver information om vad man kan få hjälp med och hur man gör."

"Mycket kan ske digitalt – inte nödvändigt att studenten är på plats hela tiden."



Företagens drömbild av samverkan med studenter

1. Riktiga case och verkliga behov skapar tydlig nytta

Företagen vill gärna att studentsamverkan utgår från konkreta problem i verksamheten – gärna inom produkt/processutveckling, miljömässiga hållbarhetsfrågor, digitalisering och AI. Gärna på initiativ av skolan.

"Att kunna få någon som hjälper oss med ett problem vi vill utveckla."

"Att någon analyserar våra behov och sammanställer en färdväg – det klarar inte vi själva."

2. Tydliga kontaktvägar och struktur

Det finns ett starkt önskemål om enklare och mer uppstyrd samverkan, med tydliga kontaktpersoner, matchning och kontinuitet. Många företag efterfrågar en koordinator som kan guida rätt, formulera uppdrag, handleda studenter och samordna insatser, då tid och resurser ofta saknas.

"Drömmen är att det finns en länk mellan skola och företag – någon med industriell kompetens som guidar och avlastar."

"Det ska processas från båda håll med konkreta upplägg och hjälp att formulera uppdrag."

"Tänk om flera bolag kunde dela på en person som jobbar med detta på heltid."

3. Mer på företagens villkor – Utveckling för båda parter

Företagen önskar att högskolan lyssnar mer på deras behov snarare än att erbjuda färdiga paket. Drömbilden innefattar att studenten både får lärdomar men även bidrar så att företaget själv lär sig nytt och utvecklas.

"Högskolan ska inte bestämma – vi vet vad vi behöver."

"Att vi formar samverkan tillsammans med studenten – inte bara tar emot dem."

4. Återkommande, långsiktiga samarbeten

Flera önskar att samverkan är årlig, återkommande och en naturlig del av verksamheten – inte punktinsatser.

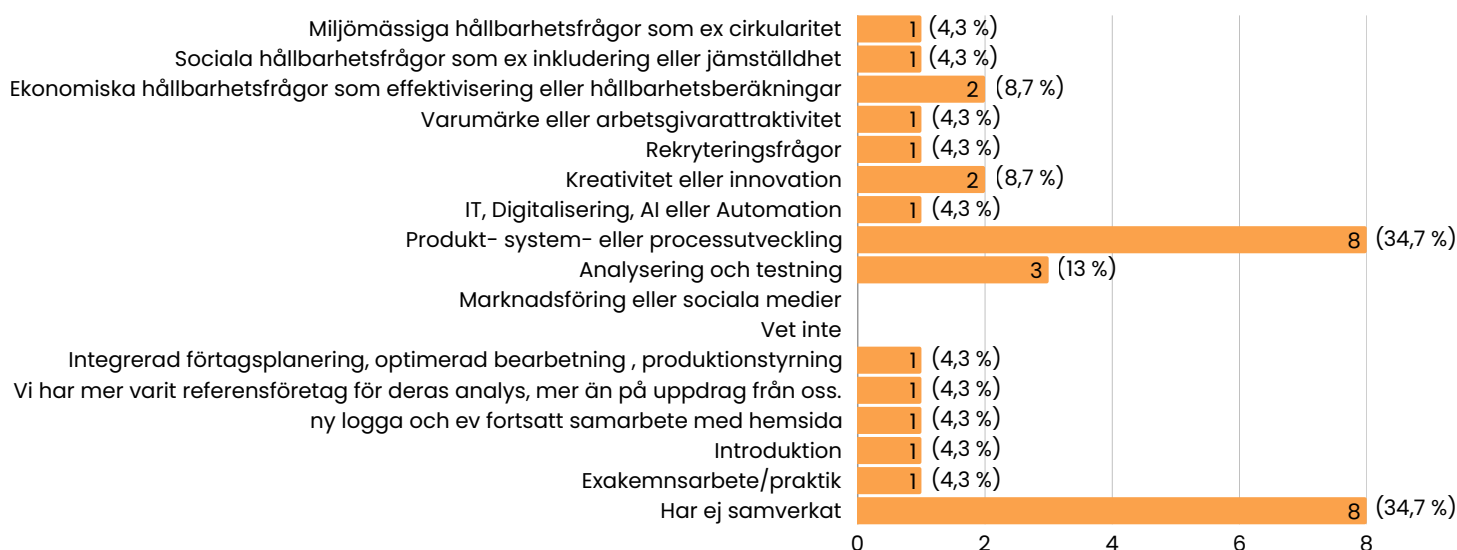
"Att vi hade det hela tiden, varje år, kontinuerligt."

Företagens tidigare samverkan vs. önskemål kring samverkan

Svaren visar att företagen ser värde av samverkan inom fler områden än vad de tidigare samverkat inom.

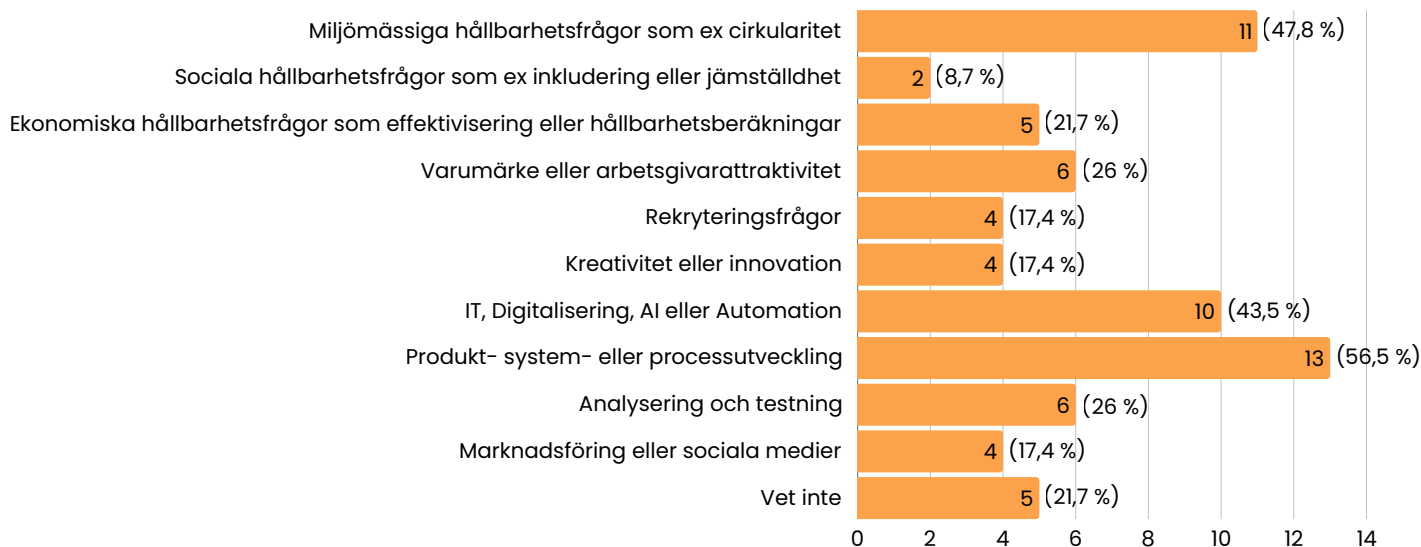
TIDIGARE SAMVERKAN

Inom vilka områden har ni som företag utvecklats när ni har samverkat med högskole- eller universitetsstudenter?



ÖNSKEMÅL KRING SAMVERKAN

Vilka områden skulle vara värdefulla för er att få stöd i, genom samverkan med högskole- eller universitetsstudenter?





Studenternas upplevda utmaningar kring samverkan med företag

1. Svårt att särskilja företagen

Studenter upplever att det genom dagens kontaktformer, så som mässor eller företagens webbsidor, gör det svårt att särskilja företagen och förstå vad arbete där faktiskt innebär.

"Man får höra, men inte känna."

"Studenters problem är att skilja på de olika företag och veta vilket företag som passar en."

"Online, för lika beskrivningar av företaget. Man vill ha en äkta bild."

2. Bristande kunskap från företagen om vad samverkan kan innebära

Vissa studenter menar att företagen inte vet vad studenter kan eller hur samverkan kan se ut, vilket skapar ömsesidig brist på förståelse.

"Företagen själva har inte full kunskap om vad studenter kan erbjuda."

3. Praktisk erfarenhet och förståelse för företagets vardag och behov

Studenter känner sig oförberedda inför arbetslivet, eftersom samverkan med företag under studietiden är begränsad.

"Studenter har sällan full kunskap om vilka kompetenser som krävs för jobbet man söker"

"Innan man ska samverka med ett företag skulle man gärna vara mer förberedd."

"Akademiska utbildningar har sällan influenser från arbetslivet. Det är svårt att komma in i yrkeslivet efter avslutad utbildning. Vet ej vad som förväntas."

4. Otydliga kontaktvägar

Det finns ingen tydlig väg till företagskontakter och samverkan med dem.

"Det finns ingen lättillgänglig plattform för kommunikation mellan studenter och företag."

"Svårt att veta vilka företag som är tillgängliga."

"Svårt att få kontakt med företag - tidskrävande."



Studenternas önskemål kring samverkan med företag

1. Riktiga case och verkliga behov skapar förståelse och nytta

Studenterna vill gärna ta del av företagets konkreta problem i verksamheten – det skapar förståelse för arbetslivet, företaget och möjlighet att praktisera/implementera teorin.

"Göra mer case, workshops, seminarier med företag. Diskutera mer hur man ska använda teorin."

2. Tydliga kontaktvägar och struktur

Även från studenternas sida finns ett starkt önskemål om enklare och mer uppstyrd samverkan, matchning och kontinuitet. Till skillnad från företagen som efterfrågar tydliga kontaktpersoner eller en koordinator beskriver studenterna snarare strukturerade digitala lösningar.

"Samlad info om taggar/nyckelord som matchar arbetstagarens preferenser mot arbetsgivarens behov."

"Skapa en plattform som agerar som en mellanhand och förenklar kontakt och kommunikation med studenter och företag."

3. Digital plattform

En klar majoritet av studenterna kommer med lösningsförslag kring en digital samverkansplattform för matchning, information och samverkan.

"Man har en app/webbsida/anslagstavla för studenter att nå företag med deras projekt/ideér och detsamma för företag"

"Skapa en samlingsplats för företag, chatt-app mm. där studenter och företag enkelt kan ta kontakt med varandra."



Sammanfattning

Begränsad erfarenhet, men positiv inställning till samverkan med studenter

Flera företag uttrycker att de "inte vet hur man gör" eller inte hinner ta initiativ själva.

- Trots detta finns stor nyfikenhet och en utbredd insikt om nyttan av *studentsamverkan*.

"Vi har inte haft någon, men tror det hade kunnat vara ett lyft för oss."

Hinder och trösklar för ökad samverkan

- Bristande kontaktvägar till högskolan.
- Tidsbrist och liten organisation utan HR-resurser.
- Otydlighet kring vilka uppdrag som passar studenter.
- Viss osäkerhet inför studenters teoretiska profil i praktiska miljöer.

"Vi vet inte vad vi kan få hjälp med."

"Vi är rädda att studenten är smartare än oss."

Stark vilja att samverka mer – om det blir enklare

- Företagen efterfrågar struktur, matchning och guidning – t.ex. genom mellanpersoner, mallar och tydliga processer. Enligt många studenter kan digitalisering vara en nyckel.
- Små företag vill ha stöd med formulering av uppdrag och handledning.
- Kontinuitet och tydlighet lyfts som nycklar.

"Tänk om flera småbolag kunde dela på en person som jobbar med detta på heltid."

Positiva effekter av samverkan (där det sker)

- Nya idéer, ökad innovationskraft.
- Rekryteringar, större kännedom, bättre arbetsgivarvarumärke.
- Kompetenshöjning internt – både genom studenters input och företagets självreflektion.

"Vi utvecklas och effektiviserar med hjälp av studenter."

"Det blir förknippat med att man försöker hänga med, att vi håller oss ajour."



Kontaktuppgifter för frågor om projektet eller nulägesanalysen

Vårt nästa steg är att ta fram Kompetenskraftsmodellen – ett strukturerat, tidseffektivt, tillgängligt och högkvalitativt insteg till samverkan mellan företag och studenter. Första omgången genomförs under november 2025.

Är du nyfiken på att veta mer om projektet, eller har frågor kring nulägesanalysen. Tveka inte att höra av dig till:



Emelie Jägerström, Drivhuset Skaraborg
Projektmedarbetare
emelie.jagerstrom@drivhuset.se
+46 79 104 28 88



Victoria Möller, Näringslivet i Lidköping
Projektmedarbetare
victoria@naringslivetilidkoping.se



Helena Bobic, Näringslivsforum i Skövde
Projektmedarbetare
helena.bobic@nlfskovde.se

Extra tack till vår referensgrupp!



Carina Larsson
Production Manager



Anders Billström,
Lektor i företagsekonomi
Högskolan i Skövde,
Institutionen för Handel
och Företagande



Johanna Wallentin-Stenlund
Marknadsförings- &
Kommunikationsansvarig



Marcus Nohlberg,
Docent i cybersäkerhet
Högskolan i Skövde,
Institutionen för
informationsteknologi



Mikael Johansson
VD



Miranda Kedbäck,
Adjunkt i produktionsteknik
Högskolan i Skövde,
Institutionen för
Ingenjörsvetenskap



Tove Sventoft
VD