



Kompetenskraft
Skaraborg

Nulägesanalys

sammanfattad version



Medfinansieras av
Europeiska unionen



VÄSTRA
GÖTALANDSREGIONEN



SKÖVDE



industrial
development
center

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.

Projektet ska utveckla Kompetenskraftsmodellen – ett strukturerat, tidseffektivt, tillgängligt och högkvalitativt insteg till samverkan mellan små och medelstora företag inom tillverkningsindustrin i Skaraborg och studenter vid Högskolan i Skövde inom institutionerna för ingenjörsvetenskap, informationsteknologi och handel och företagande.



Mål & Syfte

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 och enkäter med 23 företag.

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.

Detta är en sammanfattad version av resultatet. En mer detaljerad rapport finns att ta del av och kan laddas ner via <https://drivhuset.se/projekt/aktuella-projekt/projekt-kompetenskraft/>





I följande del beskrivs
RESULTATET
av nulägesanalysen

Positiva erfarenheter

från nuvarande samverkan med studenter från högskola eller universitet

När studenter får arbeta med verkliga case, ger det värde åt båda håll.

Exjobb ger ofta nya idéer och extern input, särskilt inom teknik och utveckling.

Flera företag nämner att det är nyttigt med "nya ögon" och ifrågasättande tankar.

Fungerar särskilt bra när det finns en förberedd struktur.

"De ger oss nya synsätt, även om det inte leder till anställning."

"Exjobbare gav oss helt nya tankesätt – supernyttigt."

"Vi måste visa upp oss – annars söker sig ingen till industrin."



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

- 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 **INNOVATION & UTVECKLING**

- Samverkan med studenter uppfattas som en stark möjliggörare för innovation och utveckling – både genom att de tillför ny eller kompletterande 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 **ARBETSGIVARATTRAKTIVITET**

- 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.
- Utmaningen ligger inte i att förstå nyttan – utan i att skapa förutsättningarna: tid, kontaktvägar och relevanta upplägg.





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."



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

Hinder

Beskrivning

Informationsbrist	Vet inte vad högskolan erbjuder eller hur man inleder kontakt.
Brist på relevans	Utbildningsinnehållet matchar inte verksamhetens behov.
Tid och kapacitet	Svårt att prioritera studentprojekt i liten organisation.
Logistik/geografi	Långt ifrån Skövde eller svårt för studenter att ta sig till platsen.
Osäkerhet/rädsla	Viss oro för att släppa in extern kompetens eller känsla av otillräcklighet. Akademisk kulturbarriär.

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

"Högskolan i Skövde har fel inriktningar för oss."

"Vi ligger lite längre bort och de hör inte av sig."

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

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 önskas:

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

"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."

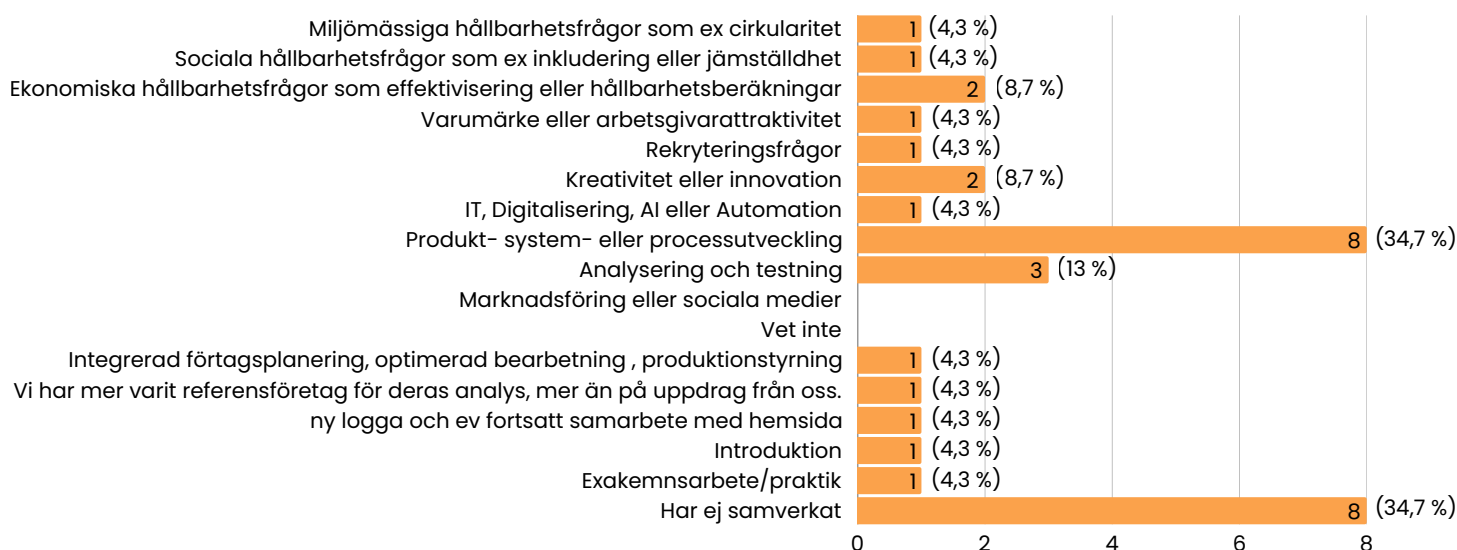
"Mycket kan ske digitalt – inte nödvändigt att studenten är på plats hela tiden."

Företagens tidigare samverkan vs. önskemål om samverkan

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

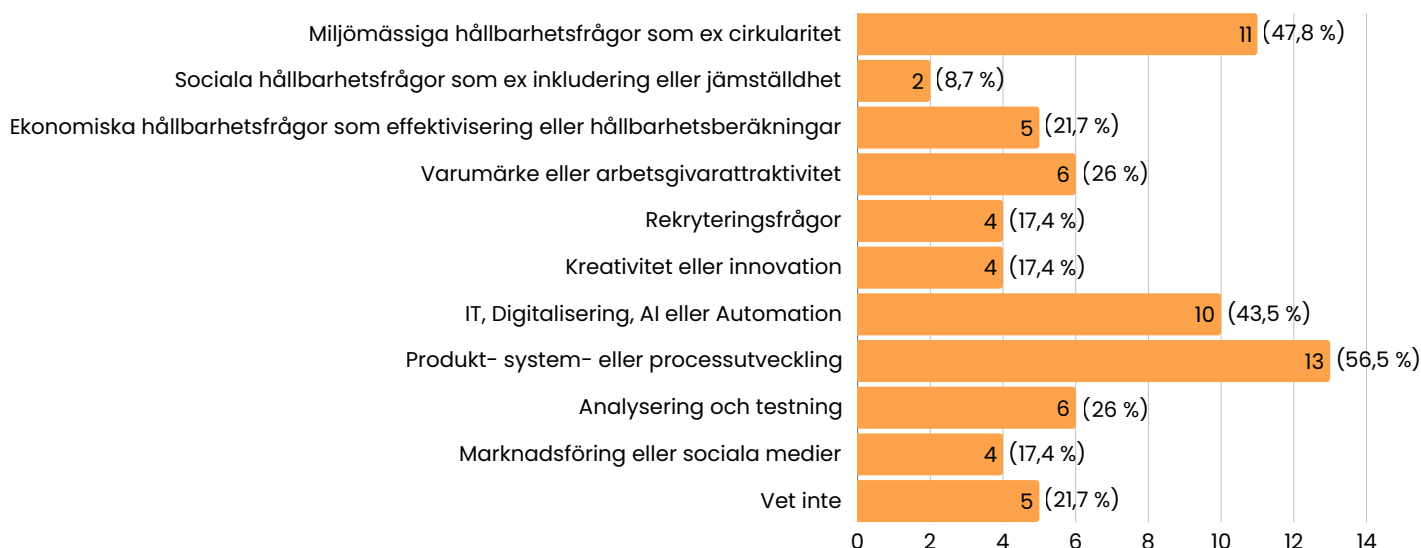
TIDIGARE SAMVERKAN

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



ÖNSKEMÅL OM 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."

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 företagens vardag och behov

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

"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 samverkan med företag. Var hittar man dem?

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

"Svårt att veta vilka företag som är tillgängliga. Det är tidskrävande att få kontakt"



Studenternas önskemål kring samverkan med företag

1. Riktiga case och verkliga behov skapar förståelse och nytta

Studenterna vill gärna ta del av företagens 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, informationshämtning 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."



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