

så blir du sveriges mest attraktiva arbetsgivare.

Attrahera och behåll talangerna din verksamhet behöver genom employer branding – idag och imorgon.



inledning.

Det är med stor glädje vi lanserar årets upplaga av Randstad Employer Brand Research och helt nya insikter som vi hoppas kommer hjälpa dig som arbetsgivare att hitta och behålla rätt talanger.

Vi befinner oss i en aldrig tidigare så snabbt föränderlig arbetsmarknad och är bara i starten av den utveckling som AI och digitaliseringen kommer att innebära. Trots ett utmanande omvärldsläge, lågkonjunktur och en hög arbetslöshet, är det fortsatt svårt för arbetsgivare att hitta och behålla talangerna de behöver för att säkra sin konkurrenskraft. Samtidigt befinner sig Sverige i en spännande och expansiv fas vilket vi framför allt ser i norra Norrland där den gröna omställningen är i full fart.

Att säkra rätt kompetens är helt avgörande i det här läget. För dig som arbetsgivare handlar det både om att vara ett attraktivt val för nya

talanger som söker nya karriärmöjligheter, men också om att satsa på och investera i dina befintliga medarbetare så att de vill stanna och växa tillsammans med din verksamhet.

Årets rapport bjuder som vanligt på matnyttiga insikter om vad svenskarna tycker är viktigt vid val av arbetsgivare, hur rörligheten på arbetsmarknaden har förändrats och vilka arbetsgivare som talanger idag helst vill arbeta hos. Nytt för i år är våra spännande djupdykningar på tema inflationskompensation, rättvisa och inkludering, kompetensutveckling samt AI på jobbet – fyra områden som kommer att spela en allt större roll i arbetslivet både idag och imorgon.



Jag hoppas att du får användning av rapporten och att insikterna hjälper din verksamhet med ert arbete för att bli en attraktiv arbetsgivare för dagens talanger!

Trevlig läsning!
Catrine Jack, employer branding-expert

innehåll.

4 det här är randstad employer brand research

Lär dig mer om vår undersökning och hur den kan hjälpa dig att attrahera och behålla talangerna din verksamhet behöver.

5 de viktigaste kriterierna

Ta reda på vilka kriterier svenska folket tycker är viktigast vid val av arbetsgivare, och hur gapet ser ut mellan deras nuvarande arbetsgivare och den ideala arbetsgivaren.

8 topplistan

Vi presenterar de företag som svenska folket helst vill arbeta hos: Sveriges mest attraktiva arbetsgivare 2024.

10 svenskarnas beteende när det kommer till att byta jobb

Vi kartlägger hur rörligheten på arbetsmarknaden ser ut, vilka de främsta anledningarna till att byta jobb är och i vilka kanaler svenska folket hittar nya karriärmöjligheter.

14 trend inom hybridarbete

Ta del av hur svenskarnas arbetssituation kopplat till hybridarbete ser ut och hur det har förändrats över tid.

15 årets djupdykningar

Vi djupdyker i fyra utvalda fokusområden för året som handlar om inflationsersättning, kompetensutveckling, rättvisa, mångfald och inkludering samt AI på jobbet.

22 sammanfattning

Vi sammanfattar årets rapport och lyfter fram de viktigaste insikterna att ta med dig i ditt arbete framåt för att säkra kompetensen din verksamhet behöver.

det här är randstad employer brand research.

Randstad Employer Brand Research (REBR) är en av världens mest omfattande oberoende employer branding-undersökningar. Undersökningen kartlägger vilka kriterier som svenska arbetstagare tycker är viktiga vid val av arbetsgivare, såväl som attraktiviteten hos landets 150 största arbetsgivare.

Rapporten presenterar värdefulla insikter om vad dagens talanger efterfrågar och vill ha, som kan hjälpa dig som arbetsgivare att forma ett attraktivt värdeerbjudande för att attrahera och behålla kompetensen du behöver.

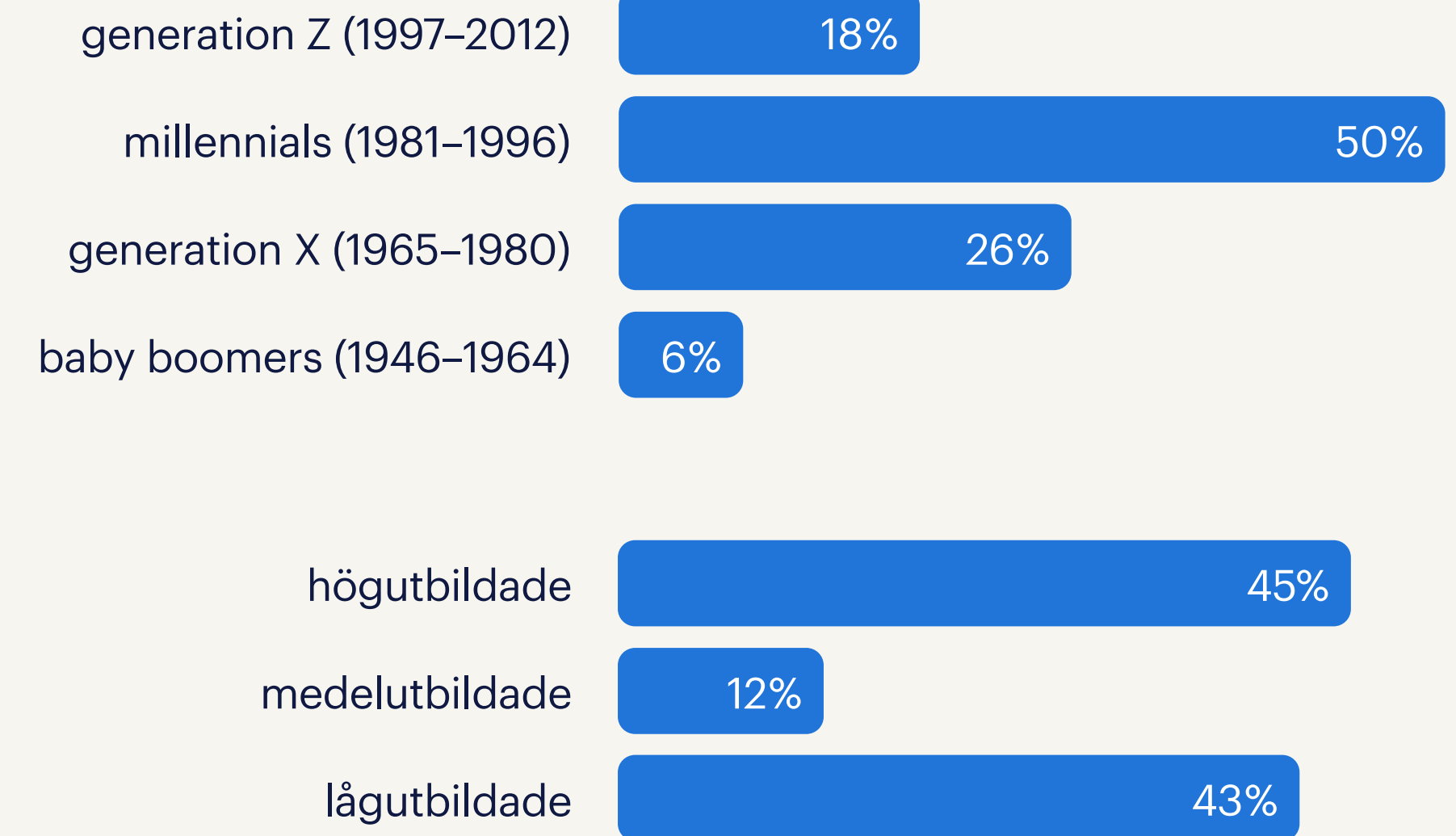
Med närmare 173 000 respondenter och över 6 000 undersökta företag på 32 marknader världen över är REBR en av världens mest omfattande undersökningar i sitt slag.



6 423

respondenter i sverige

män	49%
kvinnor	50%
annat*	1%



om undersökningen

REBR produceras och genomförs av Randstad tillsammans med Kantar TNS – ett av världens främsta undersökningsbolag.

[Här](#) kan du läsa mer om undersökningen och hur den genomförts.

*Annat innefattar icke-binär, intersex, transsexuell man, transsexuell kvinna, en könsidentitet som inte anges bland svarsalternativen och personer som föredrar att inte svara.

topp tio främsta kriterier:



Så här ska de indexerade poängen ovan tolkas:
150: denna faktor anges som viktig 50 % oftare än genomsnittsfaktorn.
75: denna faktor anges som viktig 25 % mindre ofta än genomsnittsfaktorn.

de viktigaste kriterierna vid val av arbetsgivare.

När svenskarna listar vilka kriterier de anser är viktigast vid val av arbetsgivare är topp-listan snarlik föregående år. 2023 års trendbrott, när attraktiv lön och förmåner för första gången någonsin placerade sig i topp, befasts i år när kriteriet återigen är det viktigaste för svenskarna.

I topp fem är resultatet oförändrat, men därefter ser vi förflyttningar. Nytt för i år är kriteriet rättvisa som handlar om att erbjuda medarbetare likvärdiga möjligheter oavsett ålder, kön och etnicitet, och som seglar upp på en stark sjätteplats. Detta kriterium har tidigare haft benämningen mångfald och inkludering och har aldrig tidigare rankats så högt. Kriteriet är av stor vikt för alla demografiska grupper, men kvinnor värderar det högre än män. Bland generationerna är det den äldsta generationen som värderar det högst.

För den tidigare benämningen mångfald och inkludering har vi sett motsatt trend, där den allra yngsta generationen varit den som värderar kriteriet högst.

tankeställare

- Hur väl stämmer dessa kriterier överens med det din verksamhet erbjuder befintliga och potentiella medarbetare?
- Finns det något ni skulle kunna förstärka eller bli bättre på att kommunicera?

Granska ditt värdeerbjudande för att identifiera styrkor och svagheter.

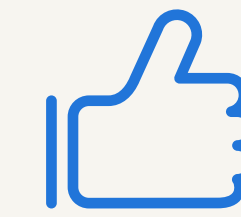
gapet mellan den nuvarande vs. den ideala arbetsgivaren.

Genom att förstå skillnaden mellan vad arbetstagare vill ha och vad de uppfattar att deras nuvarande arbetsgivare erbjuder, kan du få värdefulla insikter i hur du formar ett attraktivt värdeerbjudande och ett starkt employer brand. Dessa insikter hjälper dig att identifiera de gap som finns och hur du kan överbrygga dem.



utvärdering av nuvarande arbetsgivare

1. anställningstrygghet
2. intressanta arbetsuppgifter
3. bra läge
4. trevlig arbetsmiljö
5. gott rykte
6. balans mellan jobb och fritid
7. ger tillbaka till samhället
8. finansiellt välmående
9. karriärutveckling
10. attraktiv lön och förmåner



profil för den ideala arbetsgivaren

1. attraktiv lön och förmåner
2. trevlig arbetsmiljö
3. balans mellan jobb och fritid
4. anställningstrygghet
5. intressanta arbetsuppgifter
6. karriärutveckling
7. bra läge
8. gott rykte
9. finansiellt välmående
10. ger tillbaka till samhället

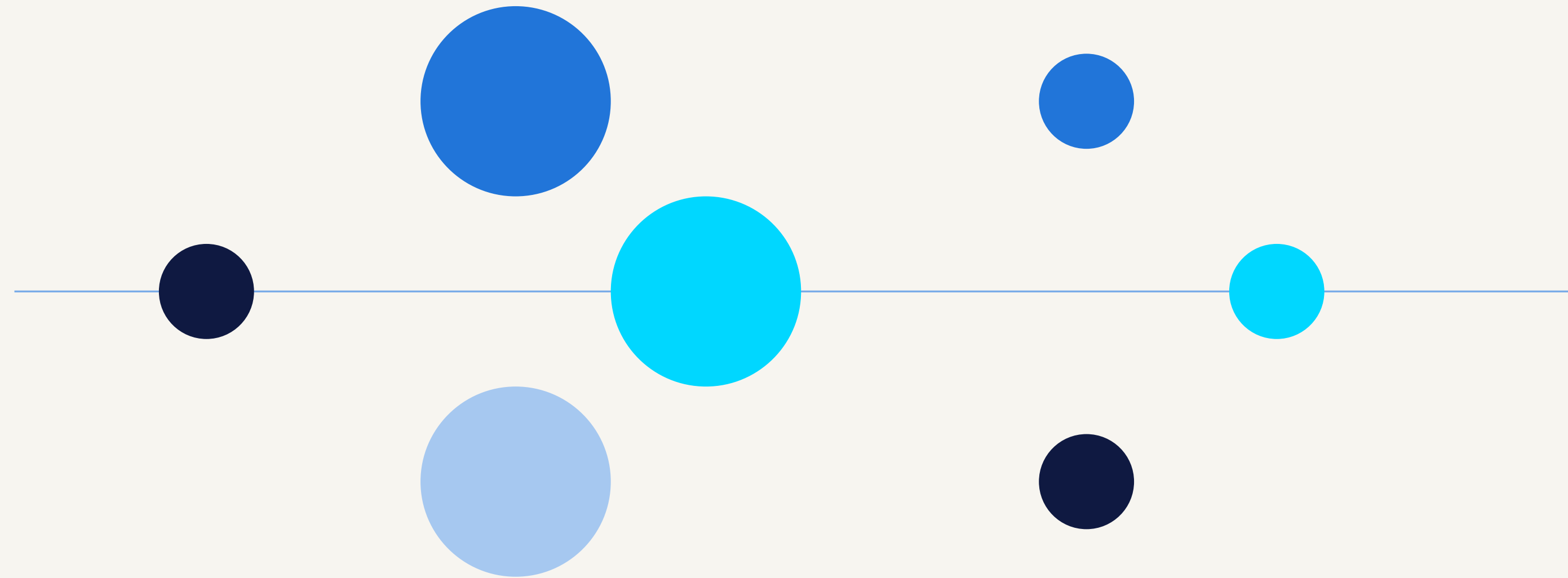
stora gap i vad som efterfrågas kontra vad som erbjuds

Resultatet från svenskarnas utvärdering av deras nuvarande arbetsgivare visar på tydliga gap i vad de erbjuds i relation till vad de egentligen vill ha. Lön och förmåner är det viktigaste kriteriet vid val av arbetsgivare, men hamnar på tionde plats när svenskarna utvärderar sina nuvarande arbetsgivare. Den yngsta generationen fäster minst vikt vid lönen men är samtidigt den som ger sin nuvarande arbetsgivare högst betyg för detta kriterium.

Anställningstrygghet, intressanta arbetsuppgifter och ett bra läge är de tre främsta kriterierna som verkar erbjudas av den nuvarande arbetsgivaren.

lön och förmåner förblir det kriterium med störst diskrepans

Även om detta kriterium anses vara viktigast, upplever endast två av fem (41%) arbetstagare att deras arbetsgivare matchar dessa förväntningar. Vi ser också en tydlig skillnad mellan könen: endast 34% av kvinnorna anser att deras arbetsgivare möter deras förväntningar jämfört med 48% bland männen.



tips

Låt gapen mellan vad som efterfrågas kontra vad som erbjuds vägleda dig när du formar ditt värdeerbjudande, men också i hur du kommunicerar det till omvärlden.

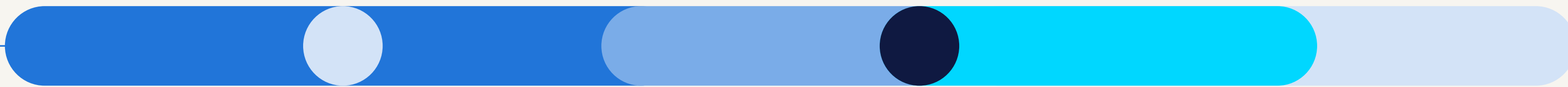
Fokusera på och lyft de delar som din målgrupp tycker är viktigast, för att öka dina chanser att hitta och behålla rätt medarbetare.



topplista 2024.

sveriges mest attraktiva arbetsgivare

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|
| 1. IKEA (2) | 14. Sveriges Radio (ny) |
| 2. Spotify (1) | 15. Essity (ny) |
| 3. Volvo Group (9) | 16. ICA (20) |
| 4. RISE (ny) | 17. Sveriges Television (3) |
| 5. Försvarets materielverk (4) | 18. VR (ny) |
| 6. EY (10) | 19. Trafikverket (ny) |
| 7. Volvo Cars (7) | 20. AFRY (5) |
| 8. Regeringskansliet (13) | 21. ABB (14) |
| 9. Polisen (ny) | 22. Tullverket (18) |
| 10. Försvarsmakten (8) | 23. AstraZeneca (ny) |
| 11. Systembolaget (24) | 24. Electrolux (ny) |
| 12. WSP (11) | 25. Kungliga tekniska högskolan (23) |
| 13. Siemens (16) | |



Att hitta, attrahera och behålla rätt medarbetare är avgörande för varje verksamhets framgång och konkurrenskraft. Och för att lyckas med det kan ett attraktivt värdeerbjudande och ett starkt employer brand vara till god hjälp.

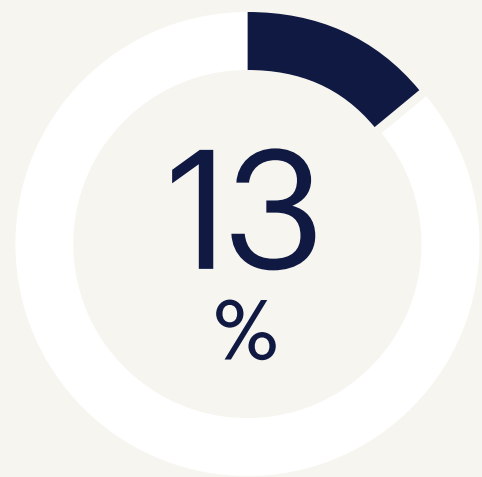
På årets topplista återfinns IKEA på den prestigefyllda förstaplatsen, följt av Spotify och Volvo Group.

I REBR mäter vi attraktiviteten hos Sveriges 150 största arbetsgivare*. Resultatet baseras utifrån frågan "Hur sannolikt är det att du skulle vilja arbeta för det här företaget?".

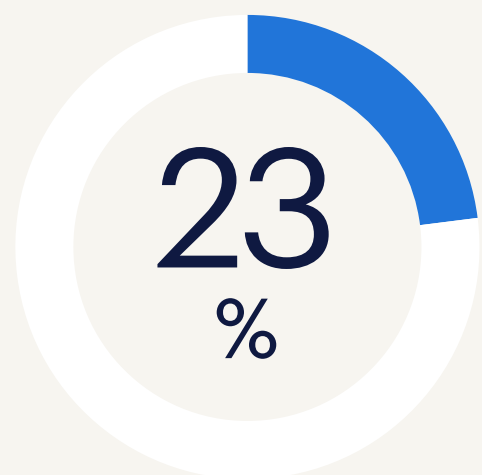
På topplistan återfinns arbetsgivare från en rad olika branscher såväl som både privat och offentlig sektor. Vad dessa företag har gemensamt är att de alla lyckats bygga starka arbetsgivarvarumärken som tilltalar dagens talanger.

Av de bolag som placerat sig i topp fem har fyra rankats högt inom kriteriet finansiellt välmående. Både IKEA, RISE och Försvarets materielverk förknippas också med ett gott rykte. Utöver det är det flera olika kriterier som utmärker dessa arbetsgivare, såsom attraktiv lön och förmåner, trevlig arbetsmiljö, karriärutveckling, anställningstrygghet, ett bra läge, gott rykte och intressanta arbetsuppgifter.

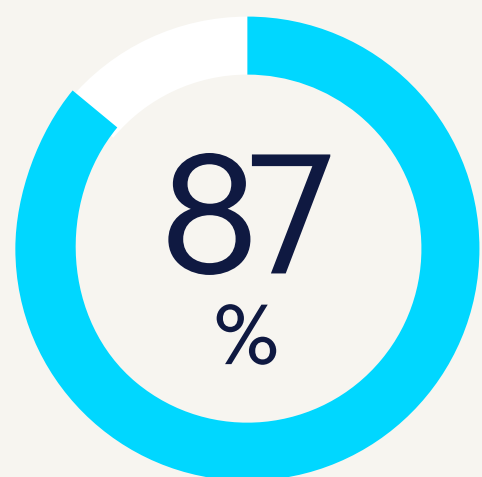
*Företagen som är med i vår undersökning är landets 150 största arbetsgivare sett till antalet anställda, samt med en varumärkeskännetid om minst 10%.



har bytt arbetsgivare under de senaste 6 månaderna



planerar att byta arbetsgivare inom de närmaste 6 månaderna



har stannat kvar hos sin arbetsgivare

rörligheten på arbetsmarknaden.

När vi kartlägger svenskarnas planer på att byta jobb förblir siffrorna låga, likt föregående år. 13% av de anställda i Sverige har bytt arbetsgivare under det gångna halvåret (14% 2023), medan ytterligare 23% planerar att byta under det kommande halvåret (lika många som 2023).

Jämför vi ännu längre tillbaka, innan arbetsmarknaden präglades av osäkerhet kopplat till pandemin som följdes av krig och lågkonjunktur, var rörligheten större. 2019 hade 23% av svenskarna bytt arbetsgivare det senaste året, och 30% planerade på att byta under det kommande året.

yngre är mer rörliga på arbetsmarknaden

Bland de yngre arbetstagarna är andelen som bytt jobb större än bland de äldre (21% bland generation Z jämfört med 5% bland baby boomers). Det här gäller även bland de som planerar att byta jobb (28% bland generation Z; 13% bland baby boomers).

osäkra tider skapar en inlåsnings-effekt

I osäkra tider uppstår en inlåsnings-effekt där arbetstagare är mindre benägna att byta jobb, något som går väl i linje med att anställningstrygghet värderas fortsatt högt.

Det här kan leda till ännu större utmaningar för arbetsgivare som behöver attrahera nya medarbetare, på en arbetsmarknad som redan präglas av kompetensbrist.

de tio främsta anledningarna till att byta jobb:



de främsta anledningarna till att byta jobb.

Otillräcklig kompensation för de stigande levnadskostnaderna är fortfarande den överlägset viktigaste anledningen (42%) till att svenska arbetstagare slutar eller överväger att sluta hos sina arbetsgivare. Det här gäller för alla demografiska grupper men särskilt bland millennials (45%), kvinnor (44%) och personer med medellång utbildning (48%).

Annat som får arbetstagarna att sluta eller överväga att göra det är att få ett riktigt bra erbjudande om en annan jobbmöjlighet, bristande möjligheter till karriärutveckling samt bristfällig balans mellan jobb och fritid.

Millennials är mer benägna att sluta hos sin arbetsgivare för att de saknar möjligheter till karriärutveckling (31%), medan baby boomers anger dåligt

ledarskap (29%) som en lika viktig anledning att sluta som för låg ersättning (29%).

Kvinnor är mer benägna än män att byta jobb på grund av för låg ersättning, dåligt ledarskap och bristande karriärmöjligheter, medan män oftare än kvinnor anger att de fått ett bättre erbjudande som anledning till att lämna ett jobb.

tänk på detta

Dessa insikter är viktiga för dig som arbetsgivare att ha i åtanke, både när det kommer till att behålla dina befintliga medarbetare – men också för att attrahera nya.

så hittar arbetstagare i Sverige nya jobb­möjligheter.

När svenska folket bestämmer sig för att byta jobb är det i de här kanalerna de söker och hittar nya jobb­möjligheter. Här finns betydande skillnader mellan vilka kanaler svenskarna använder för att söka nytt jobb, jämfört med vilka kanaler de faktiskt hittar ett nytt jobb genom.

Över hälften (54%) av arbetstagarna har använt Arbetsförmedlingen för att söka nytt jobb vilket gör det till den mest populära kanalen för jobbsök, men endast en tredjedel (31%) har faktiskt hittat ett nytt jobb på den vägen. Den vanligaste kanalen som svenskarna hittar nytt jobb genom är istället personliga kontakter (34%).

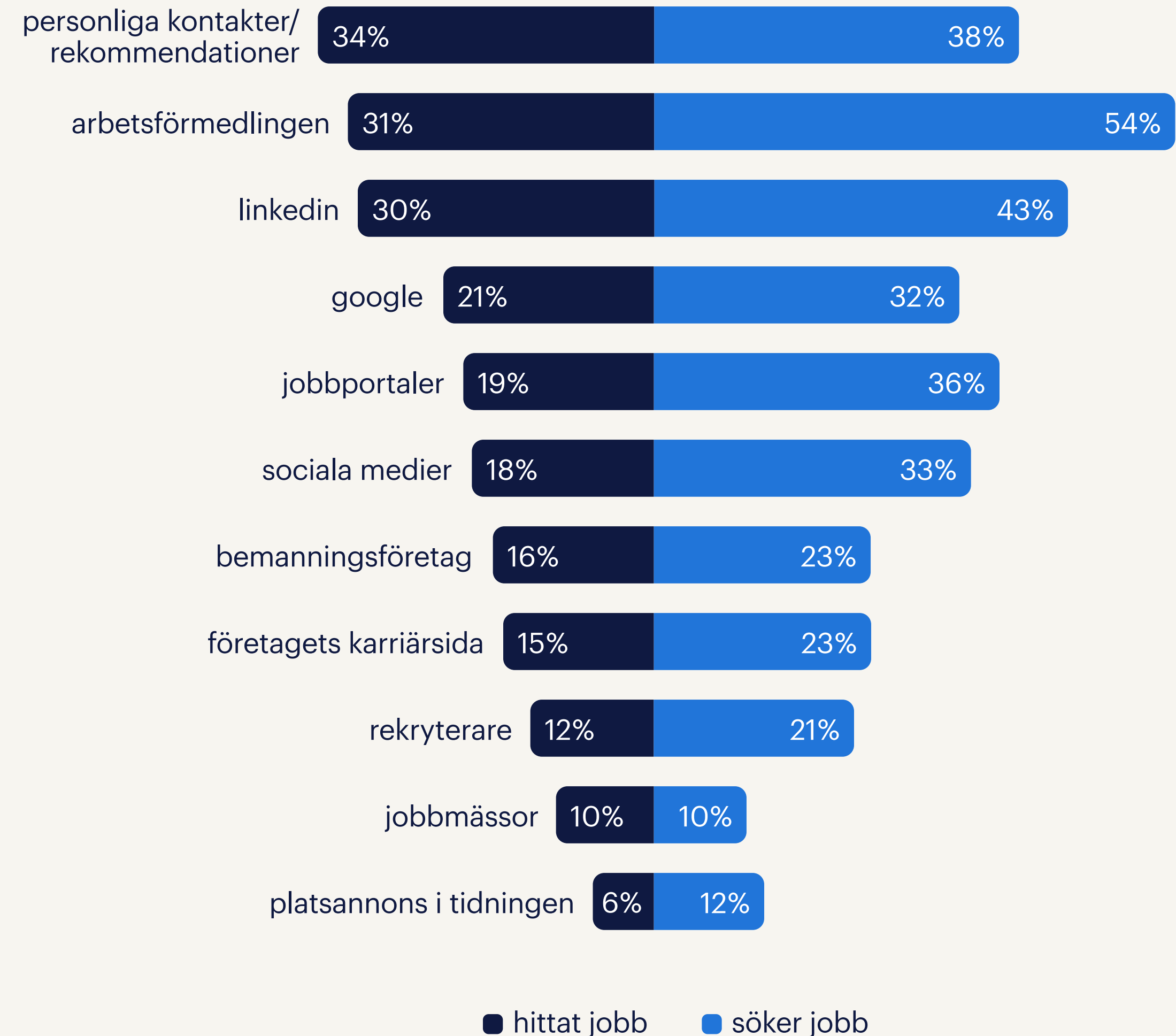
Generation Z är minst benägna att söka jobb genom Arbetsförmedlingen (47%)

och vänder sig istället till Google (42%) och sociala medier (35%) i högre utsträckning än övriga generationer.

personliga kontakter en viktig kanal

Personliga kontakter är den främsta kanalen som svenskarna hittar nytt jobb genom och det gäller alla demografiska grupper. Det här blir en värdefull kanal för dig som arbetsgivare att ha i åtanke. Har du medarbetare som trivs och är engagerade blir de ambassadörer för din verksamhet och kan hjälpa er att tipsa om era lediga tjänster i sina nätverk. Du kan också överväga att införa ett system som belönar medarbetare som tipsar om personer som sedan blir anställda.

kanaler där svenskarna söker och hittar nya jobb­möjligheter



djupdykning: jobbportaler och sociala medier

Sociala medier som kanal för att hitta nytt jobb är mest populärt bland den yngsta generationen (23%).

Facebook (71%) är fortsatt den överlägset viktigaste sociala medieplattformen för att hitta jobb, följt av Instagram (55%) och Snapchat (28%). Fram tills förra året tycktes dessa kanaler minska i betydelse från år till år men detta år har de alla ökat.

Även jobbportaler är mest populärt bland den yngsta generationen (21%) när det kommer till att hitta jobb. Bland dessa är det totalt sett Indeed som toppar (55%), vilket också är den största jobbportalen i Sverige. Jobbsafari ligger kvar på en stabil andraplats (42%) följt av Monster (33%).

tänk på det här

Talangerna som använder både jobbportaler och sociala medieplattformar som kanal för sitt jobsökande använder i genomsnitt två av de olika portalerna/sociala medierna.

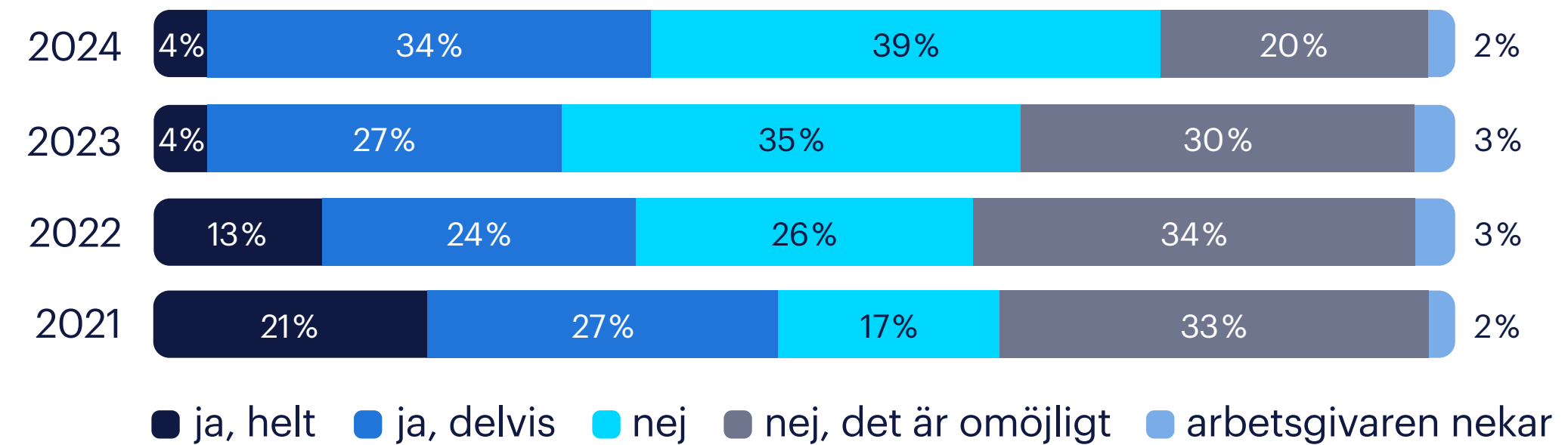
Det här är viktigt för dig som arbetsgivare att ha i åtanke eftersom det indikerar att ni behöver ha en väl genomtänkt kanalmix när ni utannonserar era lediga tjänster.





trend inom hybridarbete.

arbetar du för närvarande på distans?



När vi kartlägger svenskarnas arbetssituation kopplat till distansarbete ser vi att det hybridiserade arbetssättet fortsätter att öka. Över en tredjedel (34%) arbetar på detta sätt, jämfört med 27% 2023 och 24% 2022, vilket indikerar att det är här för att stanna. Detta verkar också vara ett resultat av att färre arbetstagare i år anger att det är omöjligt för dem att arbeta på distans (en av fem jämfört med av tre tidigare år). Detta kan vara en indikation på att fler arbetsgivare erbjuder möjligheter till distansarbete och att talangerna drar nytta av dessa.

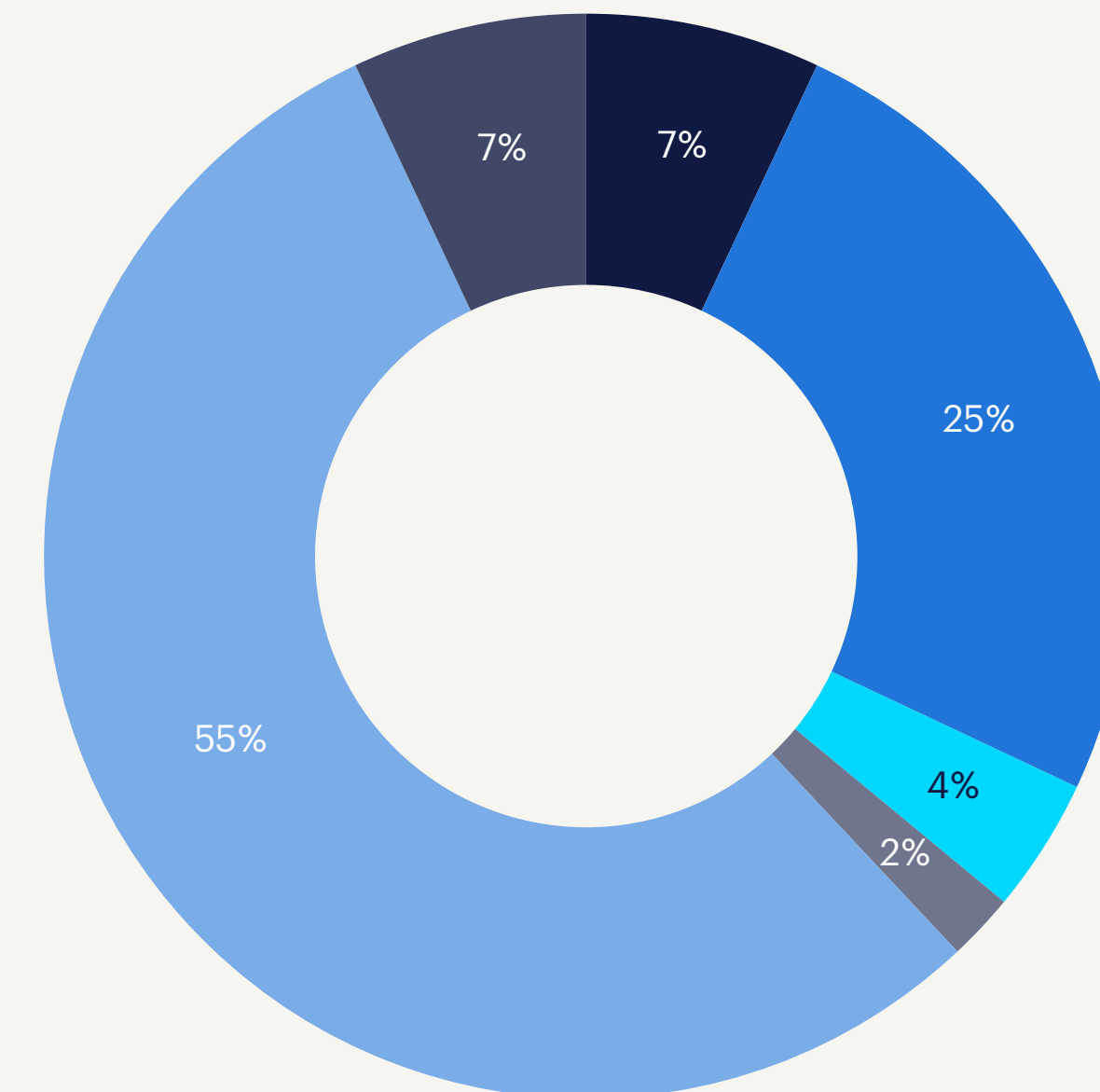
Distansarbete fullt ut ligger kvar på samma låga nivå som föregående år (4 %). Samtidigt uppger en övervägande andel (61%) av svenska folket att de inte jobbar på distans över huvud taget, bland annat för att det inte går sett till arbetets karaktär (20%) eller för att arbetsgivaren inte tillåter det (2%). Det är främst den yngsta generationen (31%) och de med lägre utbildning (47%) som inte arbetar på distans alls.

årets djupdykningar: inflation- kompensation.

Levnadskostnaderna har stigit på ett ovanligt sätt under de senaste två åren. När vi frågar svenskarna om hur deras arbetsgivare kompenserat dem svarar över hälften att de inte fått någon form av inflationsersättning.

Dessa arbetstagare är mer benägna att lämna sin arbetsgivare på grund av bristen på ersättning (51%) jämfört med de som fick någon form av ersättning (33%). Kvinnor (65%) uppger i betydligt högre utsträckning än män (45%) att de inte fick någon ekonomisk kompensation alls. Detsamma gäller för generation X (61%) och boomers (62%), jämfört med andra generationer.

på vilket sätt har din arbetsgivare stöttat dig ekonomiskt för att hjälpa dig att klara av dessa stigande kostnader?



- min löneökning täckte helt de ökade kostnaderna
- min löneökning täckte delvis de ökade kostnaderna
- jag fick en engångssumma från min arbetsgivare
- min arbetsgivare erbjöd mig kuponger för att få särskilda produkter gratis
- jag har inte fått någon form av stöd från min arbetsgivare
- vet ej

tänk på det här

Att höja lönerna motsvarande den ovanliga inflation vi sett den senaste tiden har inte varit möjligt för många arbetsgivare, och inte heller önskvärt ur ett större makroekonomiskt perspektiv. Men det finns andra saker du som arbetsgivare kan göra för att hjälpa dina medarbetare ekonomiskt, här kommer ett par tips:

1.

fokusera på friskvård

Utvärdera dina möjligheter att erbjuda ett mer generöst friskvårdsbidrag. Det här kan underlätta ekonomiskt för medarbetare som lägger pengar på gymkort eller andra friskvårdande aktiviteter.

2.

minska matkostnaderna

Kan ni bjuda på frukost en dag i veckan eller erbjuda lunchkuponger? Det här kan innebära en liten kostnad för företaget, men göra stor skillnad i plånboken för medarbetarna.

3.

maxa möjligheterna till distansjobb

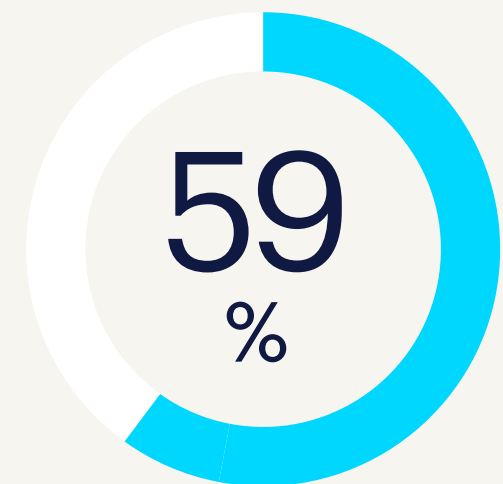
Att kunna jobba hemifrån ibland ger medarbetare chans att kunna spara in på eventuella kostnader för busskort eller bensin. Se också till att kommunicera denna fördel i er policy för att förstärka budskapet att ni är måna om era medarbetare och vill underlätta för dem i ekonomiskt utmanande tider.

4.

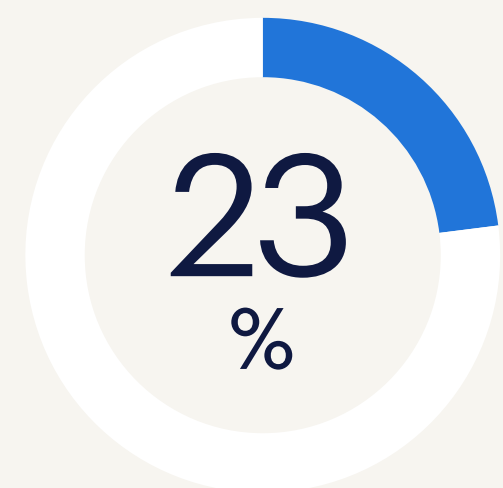
prata om pensionen

Erbjud utbildning, incitament för sparplaner och förmåner kopplade till pension. Lokalisera en strategi för att säkerställa att medarbetarna har alternativ som bäst passar deras ekonomiska behov. Det här kan göra stor skillnad för dina medarbetare på längre sikt.

årets djupdykningar: vikten av kompetensutveckling.



tycker att möjlighet till omskolning är viktigt



får inte tillräckliga möjligheter att utvecklas i sin roll

Kompetensutveckling är en fortsatt högaktuell fråga på arbetsmarknaden. Dels för att det är något som behövs för att både människor och företag ska kunna möta de nya kompetenskraven, men också för att det är något som värdesätts av dagens arbetstagare.

I årets undersökning ser vi tydligt att möjligheter till omskolning är något som svenska arbetstagare tycker är viktigt. 6 av 10 (59%) tycker att det är viktigt att arbetsgivaren erbjuder dem möjlighet till omskolning och att lära sig nya färdigheter för att främja deras karriärutveckling. Det här är något viktigare för kvinnor (62%) än män (57%).

nästan var fjärde arbetstagare får inte tillräckliga möjligheter att utvecklas i sin roll

Samtidigt som en betydande majoritet anser att möjligheter att lära sig nya färdigheter är viktigt, uppger en av fyra (23%) att de inte får tillräckliga möjligheter att utvecklas i sin roll. På en ansträngd arbetsmarknad avser dessa arbetstagare tre gånger oftare att söka sig till en annan arbetsgivare (41%) än de som får sådana möjligheter (14%). I ett läge där det är svårt att hitta och behålla rätt kompetens understryker detta vikten för arbetsgivare att erbjuda möjligheter till omskolning och kompetensutveckling.

tips

Här finns ett gap för dig att fokusera på. Svenskarna tycker onekligen att möjligheter till utveckling är viktigt. Samtidigt är det knappt hälften (45%) som upplever att de erbjuds sådana möjligheter. Dessutom uppger 28% bristande utvecklingsmöjligheter som ett skäl till att byta jobb.

Genom att erbjuda tydliga karriärvägar internt och möjligheter till kompetensutveckling såväl som omskolning kan du förbättra dina chanser i konkurrensen om kompetensen.

årets djupdykningar: rättvisa, mångfald och inkludering.

När vi i årets undersökning djupdyker i temat rättvisa, mångfald och inkludering bjuder resultaten på värdefulla insikter för dig som arbetsgivare. När svenskarna utvärderar sina nuvarande arbetsgivare utifrån olika parametrar på området är betygen överlag låga, framför allt från kvinnorna.

Endast en tredjedel (35%) av svenskarna anser att seniora chefer är rättvisa när det gäller möjligheter till nya roller eller karriärutveckling, och knappt fyra av tio (38%) upplever att arbetsgivaren erbjuder lika lön för lika arbete. För det sistnämnda ser vi en stor skillnad i uppfattningen hos män (47%) och kvinnor (30%).

En tredjedel (34%) anser att de främsta karriärmöjligheterna erbjuds de som bäst förtjänar det. Kvinnor (28%), baby boomers (29%) och medelutbildade (27%) är de som ger arbetsgivarna lägst betyg för detta område.

48%

mina unika attribut, karaktärsdrag, färdigheter, erfarenheter och bakgrund värdesätts i min organisation

34%

i min organisation erbjuds de bästa möjligheterna till de medarbetare som mest förtjänar dem

38%

min organisation ger lika lön för lika arbete

35%

seniora chefer är rättvisa när det gäller anställning eller karriärutveckling för sina medarbetare

22%

jag har stött på hinder i min karriärutveckling i den här organisationen som jag tror beror på vem jag är

tankeställare

De här resultaten kan indikera att det finns problem med orättvisor på arbetsplatsen som behöver åtgärdas, men det kan också handla om kommunikation. Hur arbetar din verksamhet och hur kommunicerar ni kring exempelvis:

- lediga interna tjänster – annonseras dessa ut så att alla medarbetare får möjlighet att söka, eller kommuniceras de endast till ett fåtal tilltänkta personer som har rätt kompetens för rollen?
- ersättningsmodell och lönesättning – finns det tydliga riktlinjer för hur er lönesättning går till och vad som kan ligga till grund för en löneökning?

Hur ni kommunicerar i dessa frågor kan ha stor inverkan på hur medarbetare uppfattar er som rättvisa och inkluderande.

minoriteter bedömer sin arbetsgivare likt övriga respondenter

Ungefär var fjärde (26%) svensk arbetstagare identifierar sig som en del av en minoritet, på grund av sin könsidentitet (4%), religion (4%), funktionsnedsättning (4%), sexuella läggning (3%), etnicitet (8%) eller annan grund (4%). Detta är starkt relaterat till generationer: generation Z (33%) och millennials (22%) står för fler minoriteter än generation X och boomers (15%).

Minoriteter bedömer inte sin nuvarande arbetsgivare särskilt annorlunda än personer som inte tillhör en minoritet avseende de parametrar som visades på föregående sida.

minoriteter har i större utsträckning stött på motgångar i karriären

Ungefär var femte (22%) uppger att de stött på hinder i sin karriärutveckling som de tror beror på vem de är. Bland dem som svarat att de tillhör en minoritet är siffran betydligt högre (37%) än bland dem som inte gör det (17%). Arbetstagare som tillhör generation Z rapporterar också oftare att de stöter på hinder, delvis för att de i högre utsträckning har uppgett att de tillhör en minoritet.

tankeställare

- Hur arbetar din verksamhet med inkluderingsfrågor?
- Hur säkerställer ni att medarbetare känner sig välkomna, uppskattade och inkluderade oavsett vilka de är?

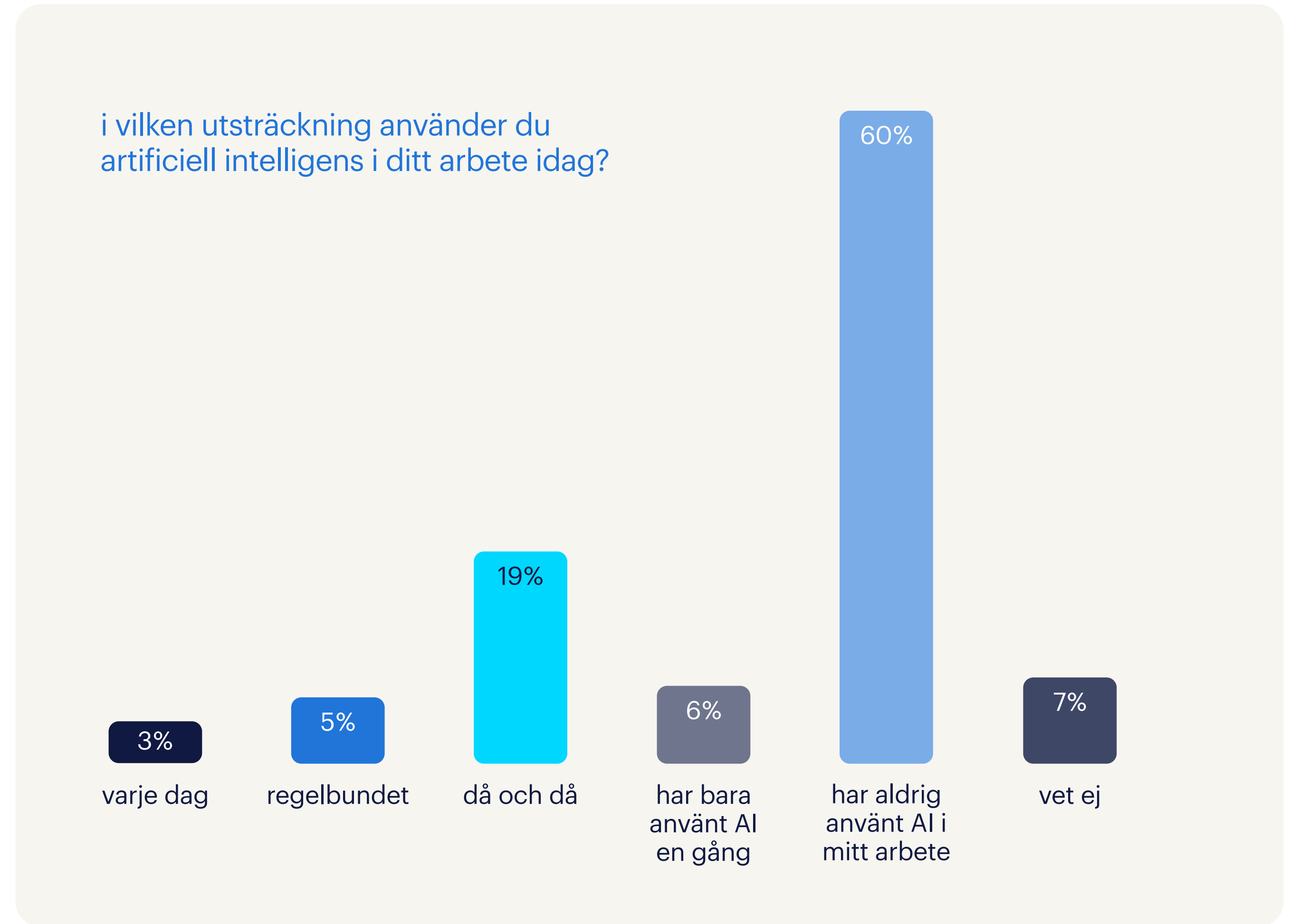


årets djupdykningar: artificiell intelligens.

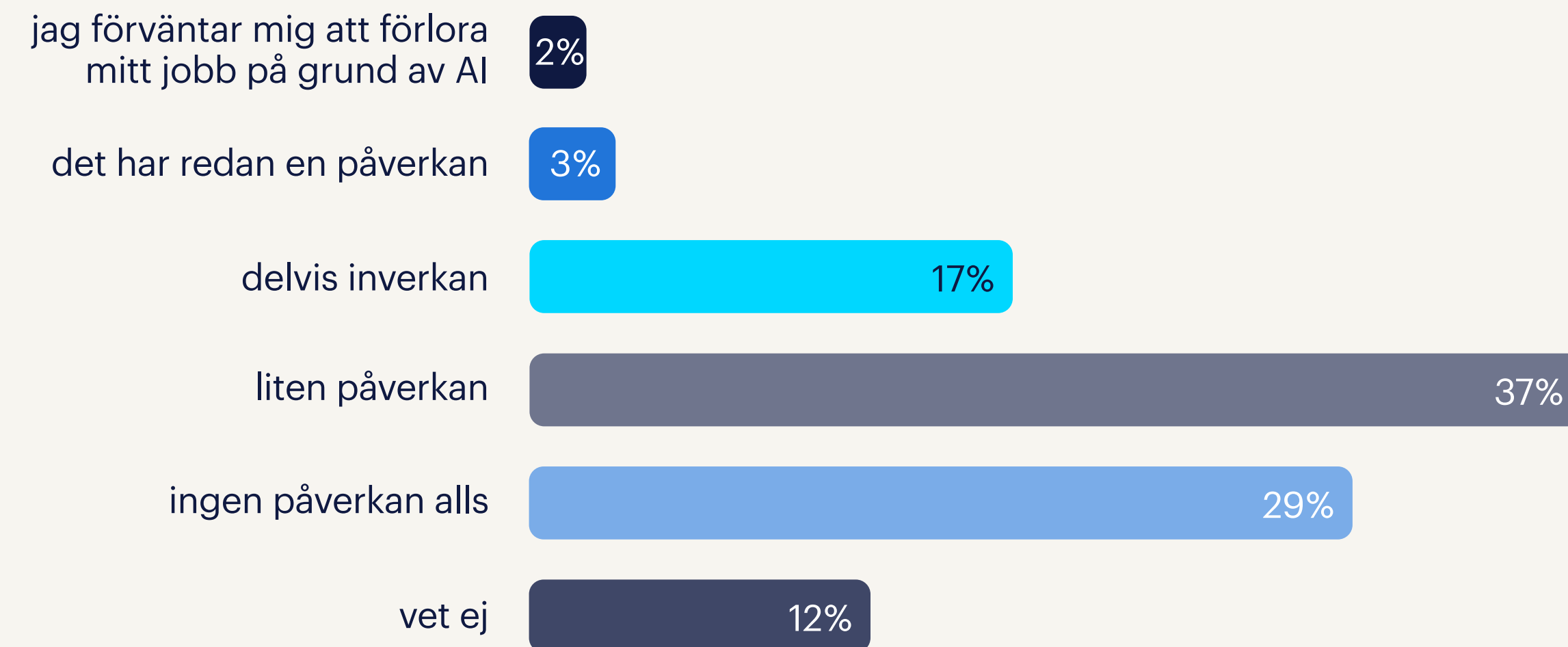
AI blir ett allt vanligare inslag på många arbetsplatser och det diskuteras flitigt vilken inverkan det kan komma att ha på framtidens yrkesroller.

Omkring 8% av den svenska arbetskraften använder redan AI på regelbunden basis. Här är skillnaderna stora mellan åldersgrupperna där generation Z är de som använder det i högst utsträckning (15%) och baby boomers i lägst (4%). Kvinnor (65%), baby boomers (74%) och lågutbildade (68%) uppger i högst utsträckning att de aldrig använt AI i sitt arbete.

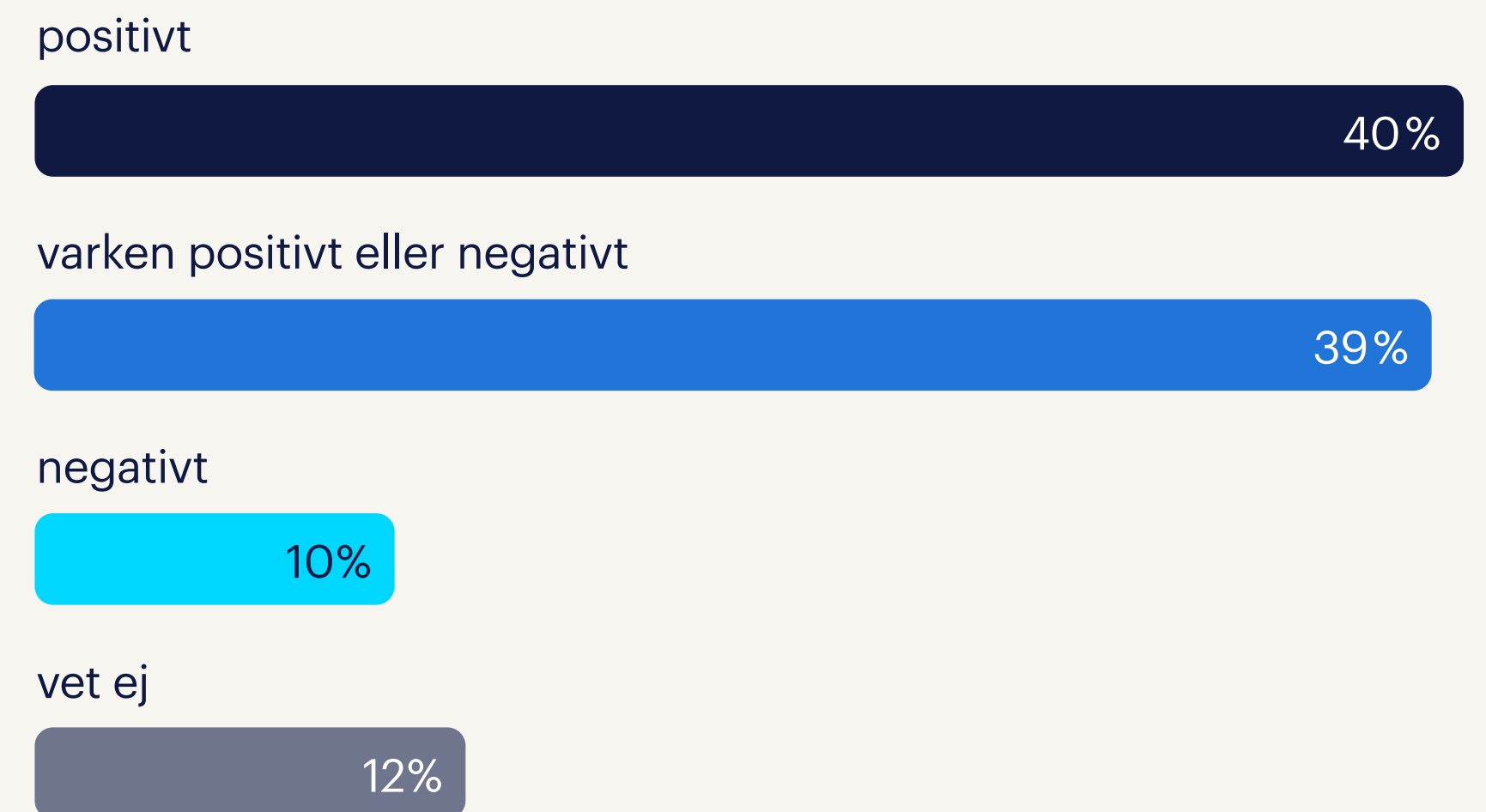
Långt över hälften (59%) av svenska talanger förväntar sig att AI kommer att ha en inverkan på deras jobb under de kommande fem åren men få (2%) är oroliga att förlora jobbet på grund av det. Av de som tror att AI kommer att ha en inverkan på deras jobb uppger 40% att de tror att det kommer att påverka deras arbetstillfredsställelse positivt. Bland generationerna är det generation Z som är minst positiv (33%). En av tio (11%) i denna grupp uppger samtidigt att de tror att AI kommer att ha en negativ inverkan på deras arbetstillfredsställelse, vilket är högst efter boomers där 12% uppger detta.



förväntar du dig att artificiell intelligens kommer att påverka ditt jobb under de kommande fem åren?



hur förväntar du dig att AI kommer att påverka din arbetstillfredsställelse?





sammanfattning.

När vi summerar årets REBR står det klart att lön och förmåner är fortsatt viktigt för svenska talanger och att föregående års trendbrott har beförästs. Lika tydligt är det att det finns ett gap mellan vad talangerna vill ha och vad de uppfattar att arbetsgivarna i Sverige erbjuder.

En annan röd tråd som går genom årets rapport är de skillnader vi ser mellan kvinnor och män. Genomgående förväntar sig kvinnor mer av sina arbetsgivare och upplever i högre utsträckning att dessa förväntningar inte möts. Vi ser också, inte helt oväntat, skillnader mellan de olika generationerna och vad de värdesätter.

Dessa skillnader i demografi belyser vikten av att arbeta aktivt med ditt värdeerbjudande och att säkerställa att det tilltalar alla de talanger du vill attrahera. Därtill är transparens i kommunikationen en avgörande faktor. I en tid där frågor som rättvisa och inkludering är mer aktuella än någonsin blir det här viktiga fokusområden för dig som arbetsgivare att belysa och arbeta aktivt med.

Som vi inledde årets rapport med är det en utmanande arbetsmarknad vi verkar på. I dessa tider är det ingen arbetsgivare som har råd att inte tänka på sitt employer brand och därmed ta risken att gå miste om värdefull kompetens.

Låt insikterna från årets rapport guida din verksamhet i ert arbete med att forma och kommunicera ett attraktivt värdeerbjudande och employer brand, för att attrahera och behålla talangerna ni behöver och för att förbli konkurrenskraftiga.



om randstad.

Med verksamhet på 39 marknader är Randstad en global ledare för talanger, med visionen att vara världens mest rättvisa och specialiserade talangföretag. Som en partner för talanger och genom våra fyra specialiseringar hjälper vi våra kunder att hitta rätt kompetens i en värld som präglas av kompetensbrist. Samtidigt hjälper vi människor att säkra rätt jobb, utveckla relevant kompetens och hitta tillhörighet i arbetslivet.

För mer information, besök www.randstad.se