



RAPPORTER OCH PUBLIKATIONER FRÅN HÖGSKOLAN I BORÅS
HÖGSKOLAN I BORÅS REGIONALA BETYDELSE - UR ETT NÄRINGSLIVSPERSPEKTIV

Högskolan i Borås regionala betydelse

- ur ett näringslivsperspektiv

Ylva Alonzo, Hans Holmqvist

2003:1
ISSN
1400-0253







Högskolan i Borås regionala betydelse - ur ett näringslivsperspektiv

Ylva Alonzo, Hans Holmqvist



”Högskolan i Borås regionala betydelse – ur ett näringslivsperspektiv”

Den här undersökningen är en uppföljning av en liknande studie som genomfördes under 1993-1994 och vars resultat presenterades 1995; Högskolans regionala betydelse 1995:1.

Undersökningen har genomförts av Samverkansavdelningen och projektet Campus Sjuhärad vid Gemensamma Förvaltningen vid Högskolan i Borås. Studien ger en bild av situationen i Sjuhärad under 2003 och kan med fördel ligga till grund för fortsatta undersökningar av Högskolan i Borås samspel med sin närregion Sjuhärad.

Intervjuarbetet, sammanställning av resultat och analys av undersökningen har genomförts av handläggare för samverkansfrågor Ylva Alonzo. Utredningsdirektör Hans Holmqvist har initierat undersökningen och bistått med information om föregående studie. Han har medverkat vid planering och genomfört några intervjuer. FoU-handläggare Göran Hellmalm Rozsa och vicerektor för omvärldssamverkan Staffan Löf har ställt upp som bollplank och extra stöd under arbetet.

Avslutningsvis tackar vi de företagsledare som ställt upp och avsatt tid för att svara på frågor och för att framföra sin syn på och åsikt om Högskolan i Borås.

Borås 2003-12-19





Sammanfattning

Syftet med den här undersökningen har varit att belysa hur näringslivet i Sjuhärad uppfattar Högskolan i Borås (HB). Syftet har också varit att skapa en uppfattning om hur näringslivet ser kommande kompetensbehov och hur företagen idag arbetar med kompetensutveckling av den egna personalen. Det resultat som här presenteras skall bl. a. ligga till grund för vidareutveckling av högskolans samverkan med näringslivet i främst Sjuhärad.

Intervjuer har genomförts under 2003 med företagsledare i 54 företag i Sjuhärad.

Vad gäller framtida kompetensområden vid rekrytering beräknar Sjuhäradsföretagen att det största behovet kommer att finnas inom de tekniska områdena (57%). Även ekonomi/marknadsföring/juridik är viktiga områden och beräknas utgöra 36% av rekryteringsbehovet.

Idag har 52% av de intervjuade företagen en bild av HB. En bild som är övergripande positiv. Näringslivet förväntar sig mycket från HB och ser HB som en viktig samhällsaktör. Företagsledarna anser att HB:s placering i Sjuhärad lockar utvecklingsbara företag och att HB bidrar till ett attraktivare klimat i regionen och gynnar företagens kunder positivt.

Drygt hälften av de intervjuade företagsledarna säger sig idag inte få någon information från HB. De efterfrågar regelbunden övergripande information om aktualiteter inom HB. Uppsökande verksamhet och personliga möten är andra områden som HB måste satsa på. Företagsledarna vill att representanter från HB deltar i näringslivsgrupperingar och syns i regionen. Företagsledare vill att HB:s lärare skall besöka företagen och vara mer aktiva i samarbetena.

I princip alla intervjuade företag vill utveckla sitt samarbete med HB. Studien visar att det är en relativt hög andel företag som samarbetar med HB idag och att HB tar många initiativ till samverkan.





Det som däremot måste vidareutvecklas är högskoleövergripande strukturer och rutiner för samarbete med företag. Längre samarbetsavtal mellan högskolan och företag efterfrågas. Med sådana avtal kan goda förutsättningar för högre kvalitet i samarbetet och bättre framförhållning i detsamma skapas. HB bör eftersträva en tydligare kommunikation gentemot näringslivet gällande vilka samarbetsformer som finns och vad företagen har för nytta av samarbetet. Goda exempel måste presenteras och förutsättningar för samarbete måste kommuniceras på ett klart sätt.

HB bör överväga en satsning på kortare föreläsningar som vänder sig till såväl näringslivet som högskolans studenter. Föreläsningarna kan bestå av HB:s forskare som presenterar sin forskning, av lokala näringslivsrepresentanter som föreläser om intressanta fenomen eller av föreläsningar av HB:s gästprofessorer. Syftet med dessa riktade föreläsningar är att öka näringslivets intresse för HB.





Innehåll

Inledning.....	9
Bakgrund.....	9
Sjuhärads näringslivsstruktur och dess utbildningsnivå.....	9
Utbildning – en utmaning i Sjuhärad.....	10
”Framtid i Sjuhärad – strategier för utveckling” och ”Tillväxt i Sjuhärad”.....	11
Vikten av samverkan i Sjuhärad.....	11
”Den Öppna Högskolan”.....	12
Vägen mot universitet.....	13
Campus Sjuhärad.....	13
Högskolans regionala betydelse 1995.....	14
Sjuhärads näringslivs utbildningsstruktur och kompetensbehov 2003	16
Utbildningsstruktur.....	16
Behov av kompetensutveckling av egen personal.....	16
Genomförd kompetensutveckling av befintlig personal de senaste åren.....	16
Strategi för kompetensutveckling inom företaget.....	17
Kompetensområden för framtida rekrytering.....	18
Erfarenheter från senaste årens rekryteringar.....	19
Sjuhärads näringslivs uppfattning om Högskolan i Borås ...	20
Uppfattning om HB som samhällsaktör.....	20
Regional utveckling.....	22
Vägen mot universitet.....	23
Uppfattning om samarbete med HB idag samt önskemål om utveckling.....	23
Studenters examens-/uppsatsarbeten.....	24
Gästföreläsare och fadderverksamhet.....	25
Den personliga kontakten är viktig.....	26
Ett mer strukturerat samarbete efterfrågas.....	26
Utveckla föreläsningstillfällen för bredare publik.....	27
Näringslivsanpassat samarbetsätt och dialog efterfrågas.....	28
Det finns gränser för företagens engagemang.....	29





Information från HB till näringslivet i Sjuhärad och marknadsföring av samarbetsmöjligheter	29
<i>Några uttalanden</i>	30
Slutsatser	32
Akademisk kompetens allt viktigare – särskilt inom de tekniska områdena	32
Struktur i samarbetet med näringslivet – högskolans utmaning framöver	33
Avslutande kommentarer	36
Källförteckning	38
Bilaga I: Intervjufrågor	41





Inledning

Syftet med den här undersökningen är att belysa hur näringslivet i Sjuhärad uppfattar Högskolan i Borås (HB) år 2003. Syftet är också att skapa en uppfattning om hur näringslivet ser på kommande kompetensbehov och hur företagen idag arbetar med kompetensutveckling av den befintliga personalen.

Till Sjuhärad räknas i denna undersökning de geografiska kommunerna Borås, Bollebygd, Mark, Svenljunga, Tranemo och Ulricehamn. Intervjuer har genomförts under 2003 med ett femtiotal företag. Tjugofem av dessa intervjuades för tio år sedan i samband med undersökningen "Högskolans regionala betydelse 1995". Det ytterligare 25-talet företag är utvalda för att komplettera med branschtillhörighet, storlek och geografisk placering.

Resultatet av den här undersökningen skall ligga till grund för vidareutveckling av högskolans samverkan med näringslivet i främst Sjuhärad.

Bakgrund

Dagens högskolor påverkas allt mer av den komplexitet som råder i samhället. För att kunna sätta den här undersökningen i sitt rätta sammanhang – ges här därför en beskrivning av de olika faktorer som har en inverkan på HB's omvärldssamverkan.

Sjuhärads näringslivsstruktur och dess utbildningsnivå

Då den här undersökningen behandlar Sjuhärads näringslivs syn på samverkan med HB kan det vara av värde att först redogöra för Sjuhärads näringslivsstruktur och dess utbildningsnivå.

I Sjuhärad ¹, bor ca 183 300 invånare. Det geografiska läget med närheten till Göteborgsregionen och Landvetter flygplats är en strategisk styrka. Borås är centrum i Sjuhäradsregionen och en knutpunkt för vägar och järnvägar.

¹ Kommunerna Borås, Bollebygd, Mark, Svenljunga, Tranemo och Ulricehamn.





I Sjuhärad finns en lång tradition av företagande och entreprenörskap. Näringslivet är differentierat och det finns många småföretag. Förutsättningar är goda för såväl befintliga företag som för nyföretagare och investerare att utvecklas och växa. Handel och textilindustri utgör den historiska grunden för näringslivet. Fram till 1985 försvann över 15 000 arbeten inom konfektion och textil i Sjuhärad. Ställd inför den sjunkande sysselsättningen inom teko-industrin har bygden visat prov på en stor förmåga till anpassning. Ett mer differentierat näringsliv har utvecklats, bl. a. har verkstads- och elektronikindustrin expanderat kraftigt. I ett nationellt perspektiv finns fortfarande en stark koncentration av postorder och handel i Sjuhärad. Idag räknas Sjuhärad fortfarande som Sveriges centrum för textil och handel med ett starkt inslag av logistik. Inom textilindustrin sker tillverkningen idag i huvudsak i andra länder. Tillverkningsindustrin, främst verkstadsindustrin, är emellertid den dominerande näringsgrenen i Sjuhärad. Andelen förvärsarbetande är betydligt högre än riksgenomsnittet och andelen mindre och medelstora företag är hög. Arbetsmarknaden i Sjuhärad är förhållandevis god. Arbetsmarknaden för Sjuhäradskommunerna är gemensam och inom Sjuhäradsregionen sker en stor pendling. Dock är pendlingen störst till Borås och Göteborg.

Västssverige är utsatt för konkurrens från andra regioner både inom och utom landet. En central fråga är att behålla och rekrytera kompetens till bl. a. näringslivet i Sjuhärad samt att öka inflyttningen till Sjuhärad. Ett ökat behov av högre utbildning och forskning inom näringslivet betyder för Sjuhärads del en förändring av traditioner.²

Utbildning - en utmaning i Sjuhärad

I Västra Götaland studerar färre elever vidare på högskola efter gymnasium än rikssnittet och i Sjuhärad är siffran lägre än i Västra Götaland. Förekomsten av skolor och institutioner för högre utbildning av god kvalitet har stor betydelse för en gynnsam utveckling av en region. Allmänhetens och näringslivet attityder till utbildning har också stor betydelse. En utveckling av forskningskapaciteten vid Högskolan i Borås och dess ambition att bli universitet har bl. a. betydelse för möj-

² Framtid i Sjuhärad – Strategier för utveckling sid 4-5, 20.





ligheten att i ökad utsträckning behålla ungdomar i trakten och att utveckla processer som gynnar såväl tillväxten som högskolan.³

”Framtid i Sjuhärad – strategier för utveckling” och ”Tillväxt i Sjuhärad”

Under hösten 2002 deltog representanter från näringsliv, offentlig sektor och föreningar i hela Sjuhärad i framtagandet av en strategi för tillväxt - ”Framtid i Sjuhärad – Strategier för utveckling”. Strategin är ett underlag för den regionala utvecklingen och skall utgöra en plattform för långsiktiga insatser för att utveckla Sjuhärad till en såväl ekonomiskt som socialt konkurrenskraftig och attraktiv region för människor, organisationer och företag. Ett av de nio områden som behandlas är utbildning och kompetensutveckling inom vilken Högskolan i Borås har en viktig roll. ”En attraktiv högskola som spelar en aktiv roll i den regionala utvecklingen ökar både förmågan att rekrytera studenter till grundutbildning och till kontinuerlig kompetensutveckling. I kontakten med högskolan kan också mer kunskapsintensiva företag utvecklas och nya verksamheter etableras i Sjuhärad.”⁴ Under 2003 togs Sjuhärads regionala tillväxtprogram - ”Tillväxt i Sjuhärad – regionalt tillväxtprogram för Sjuhärad 2004-2007” - fram med utgångspunkt i Sjuhärads strategiplan. Inom tillväxtprogrammet prioriteras bl. a. Campus Sjuhärad och Högskolan i Borås utveckling till professionsuniversitet.

Vikten av samverkan i Sjuhärad

I Strategiplan för Sjuhärad har Sjuhärads aktörer enats om att en avgörande förutsättning för att Sjuhärad självt skall kunna påverka sin ekonomiska och sociala utveckling är att aktörer går samman, utnyttjar sina kompetenser och resurser och samtalar om nya, strategiska och konkreta frågor i nya partnerskap och andra grupperingar. Samverkan kan avse många nivåer och sammanhang. Om tanken på ”agerande partnerskap” ska vinna företräde framför ett ”representerande” måste en förstärkt samverkan stimulera ett engagemang från enskilda personer, företagare, föreningsledare, forskare och lärare, politiker etc, med vilja att delta aktivt. Tillväxt sker genom en samverkan som startar på lokal nivå. Allt fler företag går samman i lokala grupper för att nå sam-

³ Framtid i Sjuhärad – Strategier för utveckling sid 20-21.

⁴ Framtid i Sjuhärad – Strategier för utveckling sid 20.





stämmighet i kontakter med sin kommun och andra myndigheter och utveckla sina företag och inbördes samverkan.⁵

”Den Öppna Högskolan”

Eftersom HB är en statlig myndighet styrs den ytterst av Sveriges regering och riksdag. I regeringens proposition 2001/2:15, Den Öppna Högskolan, som antogs av riksdagen under 2002 beskrivs ett antal olika förslag på hur högskolor skall förhålla sig och arbeta gentemot omvärlden. Detta för att öka högskolans roll i det livslånga lärandet. ”Kunskap och kompetens åldras snabbt i ett föränderligt samhälls- och arbetsliv. Förmågan att lära nytt och att lära om har blivit en basfärdighet. Ett livslångt lärande är, liksom allt lärande, en förutsättning inte bara för demokrati och social integration utan också för samhällets ekonomiska utveckling och tillväxt. --- Den öppna högskolan kan underlätta för individen att använda högskoleutbildningen för ett livslångt lärande. Individens och arbetsmarknadens behov är dynamiska och ständigt föränderliga, vilket gör att förutsättningarna för ett livslångt lärande ständigt måste förändras. En förutsättning för att högskolan skall stärka sin roll i det livslånga lärandet är också att högskolans uppgift att samverka med det omgivande samhället utvecklas.”⁶

Verksamheten vid Sveriges högskolor och universitet styrs av ett regelverk av lagar och förordningar samt genom årliga regleringsbrev från Regeringskansliet/Utbildningsdepartementet. För all utbildning och forskning som sker vid lärosätena är samverkan med det omgivande samhället en prioriterad uppgift. I regleringsbrevet för 2003 mål 2 preciseras att ”universitet och högskolor skall

- informera om sin verksamhet,
- samverka med det omgivande samhället och i ökad utsträckning integrera denna samverkan i utbildning och forskning,
- i sin verksamhet aktivt använda och dra nytta av erfarenheter i det omgivande samhället,
- i ökad utsträckning och i nära samverkan med arbetslivet utforma utbildningar som är attraktiva för studenterna och samtidigt svarar mot arbetsmarknadens behov, nationellt och regionalt samt erbjuda uppdragsutbildning, och

⁵ Framtid i Sjuhärad – Strategier för utveckling sid 12.

⁶ Regeringens proposition 2001/02:15 Den öppna högskolan sid 19.





- utveckla sin roll i det livslånga lärandet, samt i samarbete med andra lärosäten, kommuner och företrädare för arbetsmarknaden utveckla metoder för bedömning av reell kompetens.”⁷

Vägen mot universitet

HB:s samverkan med det omgivande samhället har hitintills främst fokuserats på aktiviteter inom ramen för grundutbildning. Detta bl. a. genom studenter som gjort examensarbeten och uppsatser, genom praktikfall i kurser och fortbildning för personal inom privat och offentlig sektor. Idag satsar HB på att bli Sveriges första moderna professions-universitet. HB skall bygga vidare på de starka professionsutbildningar som idag finns vid högskolan. Grundtanken är att forskningen i hög grad ska bygga på samverkan mellan arbetsplats och högskola där problemområden hämtas från praxis inom näringsliv och offentlig sektor. Ett blivande professionsuniversitet i Sjuhärad kommer att, genom sin unika profil, utgöra ett komplement till övriga universitet i landet. För att kunna genomföra denna satsning och för att kunna utveckla befintliga utbildningar krävs ett starkt samarbete med offentlig sektor och näringsliv i Sjuhärad.

Campus Sjuhärad

Under åren 2002-2005 satsar Högskolan i Borås tillsammans med Sjuhärads kommunalförbund, Västra Götalandsregionen och Statliga delegationen för regional samverkan om högre utbildning extra resurser för att utveckla högskolans samverkan med näringsliv och offentlig sektor i närregionen Sjuhärad. Campus Sjuhärad är ett utvecklingsarbete som bedrivs i projektform. Det är en ny arena för samverkan mellan Sjuhäradsbygdens olika parter. Viktigt är att göra högskolan fysiskt närvarande i alla Sjuhärads kommuner.

Campus Sjuhärads arbete skall leda till verksamheter såväl i högskolans lokaler som i t ex lokala lärcentra och på arbetsplatser i området. Därtill skall fasta nätverk byggas för utbud och bredare efterfrågan av högskolans utbildningar med avsikt att höja Sjuhärads utbildningsnivå.

⁷ Regleringsbrev för budgetåret 2003 avseende anslag till universitet och högskolor m.m. sid 3-4.





Campus Sjuhärads fokus är att skapa ett lagspel för lärande mellan vetenskap, näringsliv och samhälle där aktivt utbyte av erfarenheter, entreprenörskap och skaparkraft premieras.

Detta sker genom

- att utbildning och forskning bedrivs i samverkan med aktörer i närregionen,
- flexibla och kreativa studieformer,
- ett behovsorienterat utbildningsutbud,
- att forskare, lärare och studenter och personer inom näringslivet aktivt byter erfarenheter med varandra. Med näringsliv avses arbetsgivare i kommunen: privata, kommunala och statliga.

Projektet skall underbygga högskolans strävan att uppnå universitetsstatus och långsiktigt hävda högskolan nationellt och internationellt. Högskolan i Borås skall uppfattas som en av Sveriges bästa aktörer att samverka med sin närliggande omgivning.⁸

Högskolans regionala betydelse 1995

I början av 1990-talet genomfördes en undersökning vid Högskolan i Borås för att belysa högskolans regionala betydelse och samverkan med den omgivande regionen Sjuhärad. Undersökningen baserades på tre områden, varav ett behandlar vilken uppfattning Sjuhärads näringsliv och kommuner hade om Högskolan i Borås samt hur de såg på akademiskt utbildad personal och hur de arbetade med kompetensutveckling. Resultatet visade att näringslivet och kommunerna enbart hade "en ytlig och snäv kännedom"⁹ om Högskolan i Borås. Dock hade samtliga aktörer en positiv inställning till högskolan och såg den som en faktor som underlättade rekrytering. Den samverkan som näringslivet och kommunerna hade med högskolan skedde genom studenters examensarbeten hos företagen eller genom att anställda läst fristående kurser vid högskolan. Några näringslivsföreträdare deltog även i styrelser och referensgrupper inom Högskolan i Borås. Ungefär var femte akademiker bland de tillfrågade företagen och var tredje kommunalanställd hade fått sin utbildning vid Högskolan i Borås. Behovet av kompetenshöjning ansågs stort både inom näringslivet och inom kommunerna. Områden som framkom tydligt var språkkunskaper, förmåga till gruppssamverkan och förändringsbenägenhet.¹⁰

⁸ Projektdefinition Campus Sjuhärad

⁹ Holmqvist, Fransson , Sjöholm - Högskolans regionala betydelse.

¹⁰ Holmqvist, Fransson , Sjöholm - Högskolans regionala betydelse sid 3.





Den här undersökningen är en uppföljning på de delar av "Högskolans regionala betydelse 1995" som behandlar vilken uppfattning Sjuhäradets näringsliv hade om HB.





Sjuhärads näringslivs utbildningsstruktur och kompetensbehov 2003

Utbildningsstruktur

Det totala antalet anställda i de intervjuade företagen uppgår till ca 9 500 personer. Av dessa har 13% en akademisk utbildning. Av de med akademisk utbildning har 27% genomfört hela sin utbildning vid Högskolan i Borås. De flesta av de akademiker som finns inom Sjuhärads näringsliv och som kommer från HB, återfinns inom olika ingenjörsområden, framför allt inom logistik och produktion. Andra vanliga områden är ekonomi och marknadsföring.

Behov av kompetensutveckling av egen personal

De vanligaste områdena som företagsledarna nämner som områden där behov finns för kompetensutveckling av den befintliga personalen är inom språk – främst engelska, men även tyska och franska i några fall – samt inom områdena ekonomi/redovisning och kvalitetsarbete. Områden som arbetsledning, marknadsföring och försäljning/affärs-mannaskap är andra områden som tas upp.

Genomförd kompetensutveckling av befintlig personal de senaste åren

På frågan inom vilka områden som företagen genomfört större kompetensutvecklingsinsatser av den befintliga personalen utkristalliserar sig några områden tydligt, nämligen data/IT samt arbetsledning/ledarskap. Även ämnen som språk – främst engelska men även tyska – samt logistik och miljö urskiljer sig. Andra områden som kan nämnas är teknik, arbetsmiljö, projektledning, produktkunskap, försäljning och marknadsföring.

Ca en fjärdedel av den kompetensutveckling som företagen låter sina anställda genomgå består av internutbildning och interna kurser inom koncernen. Drygt en fjärdedel består av kurser och utbildningar köpta hos utbildningsföretag och en fjärdedel består av utbildningar levererade av lärcentra och universitet/högskolor. Av de senare är 30%





av kurserna direkt levererade av HB. Att notera är att företag även köper utbildning för sina anställda via sina leverantörer. Den sista knappa fjärdedelen består av övriga utbildningsanordnare.¹¹

Strategi för kompetensutveckling inom företaget

Den bild som framträder är att de flesta företag satsar på kompetensutveckling av den befintliga personalen i någon utsträckning. Många har en individuell kompetensutvecklingsplan för varje medarbetare och ofta kopplas avstämning av kompetensutvecklingsbehov till årliga utvecklingssamtal. Dock finns det fortfarande en del företag där tiden inte räcker till för kompetensutveckling.

Vid samtal med företagsledare och personalchefer framkommer att det finns olika sätt att se på kompetensutveckling. Givetvis finns den traditionella bilden att en anställd får kompetensutveckling genom att delta i olika kurser och utbildningar. Dock finns det andra synsätt. Ett företags personalchef säger att han anser att akademikers kompetensutveckling i mycket handlar om att omvandla den teoretiska kompetensen till ”praktisk och verklighetsanpassad kompetens”. Detta gör att många av akademikerna i företaget inte själva anser att de ”fått någon kompetensutveckling”. Samma företag arbetar mycket med något de kallar ”cross-function”, vilket innebär att anställda från olika delar av verksamheten under en kortare tid arbetar tillsammans för att gemensamt förbättra effektiviteten och få bättre förståelse för verksamheten i sin helhet. Även detta räknar personalchefen till kompetensutveckling. Ett annat företag nämner att när de har studenter inne i verksamheten i samband med examensarbeten eller uppsatsarbeten, bidrar dessa studenter till att nivån på avdelningen lyfts, bland annat i användandet av IT, rapportskrivning och språk. Detta då studenterna ofta har högre och mer aktuell kompetens inom dessa områden.

En annan företagsrepresentant som intervjuats säger att de anställt egna konsulter som arbetar med internutbildning av personalen då det är mycket svårt att hitta kvalificerad personal. En del av de intervjuade företagen har en lång tradition av internrekrytering och ”växa-inom-

¹¹ T. ex. Svensk Byggindustri, IFP, Landstinget.





företaget” vilket också leder till att de satsar på internutbildning och kompetensutveckling av den befintliga personalen i stor utsträckning. Rent generellt kan sägas att företag som ingår i större koncerner ofta har ett väl utbyggt internutbildningssystem.

Kompetensområden för framtida rekrytering

Inom de kommande tre till fem åren kommer de flesta företag att behöva rekrytera personal. De flesta anser att akademisk kompetens blir allt viktigare i takt med att tekniken inom bl. a. industrin blir allt mer avancerad och företagens kunder är allt mer kompetenta och insatta i förutsättningarna för den tjänst de önskar köpa. Några företagsledare går så långt att de säger att branschen behöver mer akademisk kompetens för att överleva. Bankerna anser generellt att de i princip enbart rekryterar personer med akademisk kompetens vid eventuell nyrekrytering. Något företag ser behovet av akademisk kompetens men anser sig inte kunna betala de löner som akademiker kräver.

Främst är det inom tekniksidan som nya medarbetare kommer efterfrågas inom de kommande tre till fem åren. (Bild 1)

Hela 57% av uttryckt kompetensbehov vid rekrytering återfinns inom detta område. Mest aktuellt är produktionsteknik, logistik och IT/datateknik, men även produktutveckling och produktion ligger högt på listan. Även säljare med främst teknisk baskunskap kommer att behövas enligt de i studien intervjuade företagsledarna. Det andra stora kompetensområdet är ekonomi/marknadsföring/juridik. Sammanlagt står detta området för 36% av det totala kompetensområdet. Här dominerar ekonomi och redovisning kompetensbehovet, men även marknadsföring är en viktig kompetens som företagen kommer att efterfråga framöver. Anledningen till att vård nämns som ett område för kommande kompetensbehov är att två av de intervjuade företagsledarnas företag återfinns inom vårdsektorn.



**Bild 1: Kompetensbehov vid rekrytering de kommande 3-5 åren**

Område	Procent
Teknik	57%
Ekonomi/marknadsföring/juridik/försäljning	36%
Textil	4%
Vård	3%

Erfarenheter från senaste årens rekryteringar

Vid de rekryteringar som företagen gjort under de senaste åren kommer de flesta sökanden från den kommun som företaget ligger i samt dess grannkommuner. I landsbygdskommunerna Tranemo, Svenljunga och Ulricehamn kommer de flesta av de sökande från samma samhälle som företaget är beläget i. Generellt har dessa företag inte svårt att få personal till sin produktion, men däremot har de relativt svårt att rekrytera kompetent personal till ledande poster inom företaget eller till tjänster som kräver specialistkompetens. Detta beroende på företagets geografiska placering med ett visst avstånd till Borås och framför allt Göteborg. De företag som verkar ha lättast att hitta akademisk personal med specialkompetens samt personer till tjänster inom ledande ställning är placerade i Borås och Bollebygdskommuner. Anledningen till detta är enligt företagsledarna själva, att Borås är Västra Götalandsregionens näst största stad samt närheten till Göteborg. Några företag har framhållit den långsamma karriärvägen inom organisationen som en faktor till problemen vid rekrytering, men framförallt för att kunna behålla akademiskt utbildad personal inom organisationen.



Sjuhärads näringslivs uppfattning om Högskolan i Borås

Uppfattning om HB som samhällsaktör

När de intervjuade företagsledarna ombeds beskriva om de har en bild av HB som samhällsaktör har 52% av företagsledarna en bild och en uppfattning om HB. Däremot säger sig knappt en tredjedel eller 29% inte ha någon direkt bild av HB eller ha en begränsad uppfattning om högskolan. (Bild 2)

Bild 2: Andel företagare i Sjuhärad som har/inte har en bild av HB	
Har en bild	52%
Har ingen bild	29%
Ingen kommentar	19%

Merparten av de företagsledare som har en bild av och uppfattning om HB är positiva. De anser att HB intresserar sig för omvärlden och visar vilja att bredda och fördjupa samarbetet med näringslivet. Det finns från HB:s sida en tydlig ambition att knyta ihop utbildningsutbudet med näringslivets behov, enligt ett par företagsledare. Några företagsledare anser också att HB arbetar mer målmedvetet än andra lärosäten med att möta behovet från näringslivet och HB beskrivs som en ”nyfiken, framåt och drivande” högskola med en samarbetsvillig personal. Flera företagsledare anser att HB har genomgått en mycket positiv utveckling de senaste åren och att högskolans öppenhet gentemot omvärlden ökat. Nuvarande rektor verkar enligt flera företagsledare vara bra och målmedveten. Under senare år har satsningen på profilering och specialisering ökat vilket gör att ryktet håller på att ändras till det bättre, menar en företagsledare.



Givetvis finns det även företagsledare som har en något mer negativ bild av HB. Dessa anser att HB är lite anonym i regionen och någon uppfattar HB som en stor och något trög ”administrativ klump”. HB beskrivs även som för komplex och svår att få grepp om. En företagsledare uppfattar att högskolan sitter lite ”i sin glasbur” och att samarbetet med omvärlden måste öka. Ett annat företag uppfattar det som att HB är nöjd med sin situation och inte försöker utveckla sig. Företaget ser HB som en ”introvert” högskola med ett stort brett utbud. I jämförelse med både Karlstads universitet och Högskolan i Jönköping är företagsledaren häpen över att dessa högskolor är mer aktiva än vad HB är i Sjuhäradsregionen.

De flesta företag har ingen åsikt om HB:s status i förhållande till andra lärosäten i Västsverige. Några företagsledare framhåller dock att högskolor generellt har lägre status än etablerade universitet och högskolor, som t. ex. Linköpings universitet och Chalmers tekniska högskola. Något företag har en känsla av att högskolorna lägger ribban lägre än universiteten och andra välkända, etablerade lärosäten vilket i sin tur gör att studenterna har lägre kunskapsnivå när de kommer ut och att utbildningen eventuellt har lägre kvalitet. En uppfattning är att nivån på HB:s kurser är mycket varierande, vilket antas bero på att HB ibland har svårt att rekrytera lärare med rätt kompetens till alla utbildningar. Nivån på utbildningarna och kraven på det som studenterna skall kunna när de är utexaminerade borde höjas. Den praktiska tillämpningen saknas i flera fall och det är den som är viktig enligt flera företagsledare. Det är viktigt för HB att rekrytera bra och kända lärare som dessutom skriver litteratur som helst används av den högskola där de arbetar. Detta gör mycket för det goda ryktet. Flera företagsledare inser att om företagen i Sjuhärad anställer personer med examen från HB på nyckelpositioner och chefstjänster i högre utsträckning än idag – kommer HB automatiskt få ett ännu bättre rykte. Det framhölls även att det är positivt att HB successivt hittar sina specialiteter.



Regional utveckling

När företagsledarna beskrev sin bild av HB som samhällsaktör uttryckte 43% att HB är viktig för Sjuhäradsbygden utveckling. (Bild 3) Utan HB hade Boråsregionen varit en förlorarregion. HB:s utveckling och satsning gynnar tillväxten i regionen. Många uppfattar att HB vill ta del av samhällsutvecklingen på ett aktivt sätt och beskriver HB som en vitaminspruta i Sjuhäradsregionen. För att öka tillväxten i en region är det viktigt att attrahera välutbildade människor och för Sjuhäradsregionen är det imagemässigt viktigt att ha en högskola placerad här, säger företagsledarna. Viktigaste uppgiften är att förse näringslivet med kompetent personal. Högskolan är också viktig indirekt genom att dess närvaro underlättar rekrytering till regionen. HB ger en framtidstro åt bygden.

Bild 3: HB är viktig för Sjuhäradsbygdens utveckling	
Ja	43%
Ingen kommentar	57%

Företagsledarna anser att HB:s placering i Sjuhärad lockar utvecklingsbara företag och att HB bidrar till ett attraktivare klimat i regionen och gynnar företagets kunder. Det faktum att det finns en högskola i Borås höjer statusen på både Borås kommun och Sjuhärad. Stadsbildningen i Borås har gynnats av att fler studenter bor och läser i staden. Högskolan gör att fler människor kommer till Sjuhärad och stannar. Det är viktigt för Sjuhärad att samhället som helhet verkar för att studenterna ska välja att stanna i bygden.

Kunskapen om och förståelsen för akademien har ökat i Sjuhärad under de senaste åren och högskolans närvaro stärker alla nivåer av utbildning. Några företag framförde att det är viktigt att högskolan marknadsför sig på landsbygden för att öka antalet ungdomar som vill läsa vidare efter gymnasiet. De ifrågasatte varför HB inte arbetar i högre grad gentemot Sjuhäradskommunernas lärcentra.



Vägen Mot Universitet

Det var enbart 23% av de intervjuade företagsledarna som berörde och hade en åsikt om HB:s satsning på att bli ett professionsuniversitet. 19% av företagsledarna var positivt inställda till satsningen. (Bild 4) De tror att Sjuhärad kan gynnas ännu mer av att HB blir universitet och att bygden kan ha än mer nytta av HB. En företagsledare talade om den starka entreprenörsandan som finns i regionen och om HB blir universitet kan det lyfta bygden enormt. En högskola/universitet är en stark drivkraft i dagens samhälle. Det skulle vara en enorm vinst om HB kunde bli universitet med professionsinriktning och nischa in sig som Sveriges ”mest näringslivsnära universitet”, som en företagsledare uttryckte det. En annan uttryckte att det är vägen fram till det att HB blir universitet som är det viktiga, inte målet. Ytterligare en åsikt är att universitetsprofilen måste vara mycket specificerad och inte allmänt hållen.

Bild 4: Åsikt om HB:s universitetssatsning	
Bra	19%
Mindre bra/osäker	4%
Ingen kommentar	77%

Uppfattning om samarbete med HB idag samt önskemål om utveckling

Knappt tre fjärdedelar eller 74% av de intervjuade företagsledarna uppger att de eller deras medarbetare samarbetar med HB i någon form. (Bild 5) De vanligaste formerna för samarbete är studenters examens-/uppsatsarbeten på uppdrag av företag, fadderverksamheten vid Institutionen för data- och affärsvetenskap samt att företagsrepresentanter gästföreläser vid HB. När det gäller forskningssamarbete mellan näringslivet och HB, var det enbart två företag (4%) som var involverade. Några företag satsar också strategiskt på att ta emot studiebesök från grupper som läser vid HB. Dessa studiebesök genererar kontakter med studenter inför uppsatser och examensarbeten. De utgör även viktiga marknadsföringstillfällen speciellt för företag i Borås kranskommuner. Några företag framförde önskemål om att studenter skulle



ha praktik i utbildningen. Ett företag tog Högskolan Trollhättan/ Uddevallas satsning Co-op¹² som ett exempel. Företagen etablerar gärna en långsiktig relation med en och samma student.

Bild 5: Andel företag som har samarbete med HB	
Har samarbete	74%
Har inget samarbete	26%

Studenters examens-/uppsatsarbeten i företag

Den vanligaste formen av samarbete mellan företagen i Sjuhärad och Högskolan i Borås är som tidigare nämnts studenters examens- och uppsatsarbeten hos företag. Studien visar att knappt två tredjedelar eller 59% av de företag, vars företagsledare intervjuats, har haft studenter som gjort examens- eller uppsatsarbeten. (Bild 6)

Bild 6: Andel företag som haft studenter från HB som gjort examens-/uppsatsarbeten	
Har haft examens-/uppsatsarbeten	59%
Har inte haft examens-/uppsatsarbeten	41%

Precis som i all samverkan mellan HB och näringslivet skall båda partner tjäna på samarbetet. Att denna typ av samarbete med näringslivet ger studenten något, är mer eller mindre självskrivet. En stor del av de intervjuade företagen talar om vikten av om de kan och har möjlighet att handleda studenten i hans/hennes uppdrag på ett bra sätt. Många företag har vid intervjuerna uttryckt vikten av ömsesidig nytta i samarbeten. I de fall där företagen har uttalat sig gällande examens-/uppsatsarbeten är åsikterna delade om hur mycket själva resultatet av studentens arbete som företaget har glädje av. Tydligt är dock att det inte enbart är själva resultatet av studentens arbete som företagen väger in i bedömningen. Det handlar lika mycket om de nya idéer och de nya vinklingar och metoder som studenten har med sig och använder sig av som varit företagets vinst. Flera företag ser samarbetsperioden med studenten som en lång arbetsintervju med möjlighet att eventuellt direktrekrytera studenten efter studietiden.

¹² Co-op, Cooperative Education, innebär att man under utbildningen varvar teoretiska studier med betalda arbetsperioder på en företag eller annan arbetsplats.



Även om många av de intervjuade företagen är intresserade av samarbete med studenter i form av examens-/uppsatsarbete, framkommer att de upplever svårigheter. Examensarbeten kan vara ganska krävande tidsmässigt då företagen oftast är mycket måna om att ge studenterna god handledning. Om nivån på examensarbetet ligger lite högre än studentens nivå, blir det i realiteten de anställda på företaget som ”gör” arbetet åt studenten, erfar ett av de intervjuade företagen.

Flera av de intervjuade företagsledarna som inte har haft studenter som gjort examens-/uppsatsarbeten hos sig är intresserade men tycker att det är svårt att veta vilka områden som kan vara intressanta för studenterna. Många företag är osäkra och vet inte vad det innebär att ta emot en student. HB borde informera om goda exempel på genomförda samarbeten mellan student och företag samt tydligt redogöra vad som krävs av ett företag som vill få en student som gör examens-/uppsatsarbete. Flera företag säger att om HB vill öka samarbetet med näringslivet gällande t ex examens-/uppsatsarbeten vill företagen bli påmindna när det börjar bli dags för studenterna att börja söka uppdrag så att de kan undersöka om de har något område som kan vara aktuellt för en student att ta sig an.

Gästföreläsare och fadderverksamhet

Andra vanliga samarbetsformer mellan HB och näringslivet i Sjuhärad är den fadderverksamhet som bedrivs vid Institutionen för data- och affärsvetenskap samt att företrädare från näringslivet gästföreläser på HB. Cirka en tredjedel eller 31% av de intervjuade företagen är eller har varit fadderföretag åt studenter inom ekonomi och marknadsföringsprogram vid HB. (Bild 7)

Bild 7: Andel företag som är fadderföretag åt studenter på Institutionen för data- och affärsvetenskap	
Är fadderföretag	31%
Är inte fadderföretag	69%



När det gäller gästföreläsare från näringslivet, uppger drygt en femtedel eller 22% av de intervjuade företagen att de har medarbetare som ger enstaka föreläsningar i HB:s olika kurser. (Bild 8)

Bild 8: Andel av intervjuade företagsledare med medarbetare som gästföreläser på HB	
Gästföreläser på HB	22%
Gästföreläser ej på HB	78%

Den personliga kontakten är viktig

De intervjuade företagsledarna har många åsikter och kommentarer om samarbetet med HB. Flera företagsledare framförde vikten av den personliga kontakten mellan representanter från HB och företagsledningen, något som de saknade helt idag. Företagsledare vill att fler lärare, professorer och prefekter skall få möjlighet att i sin tjänst möta arbetslivet genom deltagande i företagsstyrelser och i expertgrupper knutna till olika företag. Lärarna måste finnas ”i skarpa lägen” ute i arbetslivet.

Högskolan måste vara lyhörd i relationen med företag. En företagsledare framförde en önskan om att ha kontaktpersoner inom HB som han kunde träffa regelbundet för att diskutera företagets utveckling och verksamhetsområdet. Som företagsledare vågar och vill han satsa mer om han känner de personer som han skall samarbeta med. En bättre framförhållning från HB:s sida i kontakten med näringslivet är också något som många företagsledare tar upp som viktigt.

Ett mer strukturerat samarbete efterfrågas

Under intervjuerna har även önskemål framkommit från företag som vill formalisera och strukturera sitt samarbete med HB genom att teckna längre samarbetsavtal. Detta för att företaget skall kunna överblicka sitt engagemang och kunna ha en framförhållning i samarbetet. På detta sätt skulle även den ömsesidiga nyttan med samarbetet tydliggöras och säkerställas.



För att öka HB:s samarbete med näringslivet anser vissa företagsledare att HB borde ha ett högskolecentralt näringslivsråd. En annan idé som framförts är att HB borde ge företag som samarbetar extra mycket med högskolan en hedersomnämning med ”blank skylt på väggen i entrén”.

Flera företag framförde att de vill kunna ha HB som ett bollplank för att testa idéer och få information inom speciella områden. Flera av de intervjuade företagsledarna anser att HB borde lyfta fram de olika typer av samarbete som pågår genom att sammanfatta dessa i korta presentationer som konkret går in på vad samarbetet handlat om. En produktkatalog som presenterar samarbetsmöjligheter och exempel på samarbeten efterfrågas. Ett annat önskemål är att företagen får en skriftlig förfrågan någon gång per år där företaget ombeds markera vilka samarbetsformer som är av intresse. En annan idé som framkommit under intervjuer med företagen är att HB årligen skulle bjuda in företagets kontaktpersoner till ett möte där olika aktuella samarbetsmöjligheter presenterades.

HB borde ha ett informationsmaterial som vänder sig till företag om samarbetsmöjligheter mellan företag och högskola där olika konkreta exempel ges. Ett annat önskemål som framkom är en årlig projektkatalog som vänder sig till studenter där företags aktuella examens-/uppsatstuppdrag presenteras. För företagen är detta ett marknadsföringstillfälle.

Vid intervjuer med företag i Borås kranskommuner, visar det sig att dessa ofta har mindre erfarenhet av samarbete med HB och studenter från HB. Flera företag tycker att det verkar som om studenterna inte känner till företagen utanför Borås. Något som de vill ändra på.

Utveckla föreläsningstillfällena för bredare publik

En stor del av de intervjuade företagsledarna framförde önskemål om att näringslivet skulle få delta på föreläsningar på HB. Föreläsningarna kan dels bestå av lokala föreläsare från t ex näringslivet som pratar om ett engagerande ämne och som kanske själva sponsrar föreläsningen i



marknadsföringssyfte. Dels kan föreläsningarna bestå av kortare (1-2 timmar) presentationer av de forskare som finns vid HB och om den forskning som de bedriver. När HB har gästprofessorer på besök vill även näringslivet ta del av den spjutspetskompetens som de besitter. Även i detta fall är det viktigt att HB har ordentlig framförhållning och informerar i tid.

Näringslivsanpassat samarbetsätt och dialog efterfrågas

Flera företagsledare framförde att HB måste anpassa sig mer till företagens villkor om HB vill att näringslivet skall vara delaktiga i innehållet av utbildningar och professorer. HB använder en alltför akademisk ton i sin dialog vilket ofta gör att näringslivet uppfattar kommunikationen som otydlig och alldeles för abstrakt. En företagsledare preciserar att tron på projekt som HB startar minskar hos näringslivet i och med att bl. a. tidshorisonterna mellan offentlig sektor och privat sektor krockar då privat sektor är van vid kortare ledtider. Samma företag uttrycker en frustration över att även om HB:s ambitionsnivå är god, fungerar inte förmågan att verkställa ordentligt.

En annan företagsledare anser att HB:s ansats är helt rätt gällande kontakter och relationer med näringslivet. Det går inte att jämföra samarbetet mellan HB och näringslivet med Handelshögskolan i Göteborg eller Chalmers tekniska högskolas näringslivssamarbete. Deras samarbete har pågått mycket längre och har en längre tradition. Sjuhärad måste ha tålamod tills dess att den generation som läser på HB idag etablerat sig väl i näringslivet. När tidigare studenter från HB sitter på ledande poster inom företag i Sjuhärad kommer de att vara intresserade av att samarbeta med HB, anser företagsledaren.

Några företagsledare upplever att de har haft svårt att komma i kontakt med rätt person på HB när de sökt kontakt för eventuellt samarbete. Funktioner inom HB liknande kommunernas näringslivssekreterare efterlyses, vilka skulle kunna utgöra företagets naturliga kontakt.



Det finns gränser för företagens engagemang

Näringslivet anser att det är viktigt att HB funderar kring hur det faktum att mer och mer av studenternas utbildning kopplas till näringslivet ska hanteras. Det är ofta några företag i varje kommun som engagerar sig i allt, vilket leder till en stor belastning på dem. Detta är en strategisk fråga som bör diskuteras.

I princip samtliga av de intervjuade företagen vill fortsätta eller utveckla sitt samarbete med HB och flera företag anser att HB:s öppenhet mot näringslivet i grunden är bra. Däremot skall HB vara medveten om att näringslivets kunskap om och vilja att engagera sig i HB:s verksamhet inte skall övervärderas. En företagsledare säger att HB tar många initiativ till samarbete med näringslivet – kanske fler än vad näringslivet tar. Han anser att bollen ligger hos näringslivet just nu och att det handlar om att ”väcka näringslivet”. Några företagsledare poängterade vikten av att rektor syns i staden och sitter med i de grupperingar som finns i staden där beslutsfattare möts. Viss kritik har även framkommit under intervjuerna gällande att många inom HB:s ledning inte bor i Sjuhärad.

Information från HB till näringslivet i Sjuhärad och marknadsföring av samarbetsmöjligheter

När det gäller information från HB till företagen säger knappt hälften av företagsledarna att de får någon form av information från HB idag, antingen från någon specifik institution eller rent generellt. Drygt hälften av företagsledarna anser sig dock inte få någon information alls från HB.

De flesta företagsledare vill ha mer information från HB när det gäller aktuella övergripande frågor som kan vara av intresse för näringslivet. Informationen skall då vara näringslivs Anpassad. De flesta önskar få information i elektronisk form.

En liten del av företagsledarna är helt nöjda med den information de får idag. Några få önskar enbart info inom just sitt område, några vill ha mer uppsökande verksamhet och några vill inte ha mer information än idag.



Några uttalanden:

- ”HB borde satsa på mer uppsökande verksamhet för att upprätthålla relationerna med näringslivet och påminna om bl. a. perioder för t ex examens- och uppsatsarbeten.”
- ”HB:s personal måste vara mer synlig ute ”i verkligheten” och gärna besöka företagareföreningar. Det personliga mötet är viktigt.”
- ”Det är viktigt att företagarna får ett ansikte på den som de har som kontaktperson på HB och att de får en kontaktperson som de kan vända sig till – gärna en regionansvarig/kommunansvarig person på HB som kan hjälpa företaget att hitta rätt inom HB.”
- ”Vid informationssatsningar är det viktigt att materialet är gjort ur företagets perspektiv. Enkelt och tydligt material skall visa hur högskolan kan vara behjälplig för företagen.”
- ”HB måste lära sig att kommunicera med näringslivet på näringslivets språk. För att kunna få en god förankring i näringslivet och för att få näringslivet till samarbete måste HB vara mindre ”akademiska” i sin dialog. HB måste marknadsföra sina studenter – som är den produkt som HB ”säljer”/levererar. HB borde ha några som är ute och pratar för HB samt ”säljer” samarbetsmöjligheter.”
- ”Skulle gärna vilja ha en näringslivsanpassad information i kortversion. Det är viktigt att näringslivet känner till vad som är på gång på HB för de är ju ambassadörer när de pratar med andra företag som ev planerar att etablera sig i regionen och vill veta vilka utbildningsmöjligheter det finns för anställdas barn mm.”
- ”HB måste ha fler ”säljare” ute – fler ansikten som syns på alla olika nätverksträffar och informella möten i Sjuhärad.”



- ”Får information från HB i form av olika inbjudningar. Skulle gärna vilja ha lite mer övergripande information om HB. Information som är framtagen konkret gentemot näringslivet.”
- ”HB borde satsa mer på marknadsföring av föreläsningar som är öppna för allmänheten för att på så vis öppna upp högskolan gentemot personer som annars inte kommer i kontakt med HB.”
Man skall lika gärna kunna ”gå på en föreläsning på HB som gå på bio”, som en företagsledare uttryckte det.





Slutsatser

Att öka samverkan med sin omvärld är en av tre grundläggande uppgifter för Sveriges högskolor och universitet. ¹³ Utöver detta, har HB som en högt prioriterad uppgift att uppnå universitetsstatus med en universitetsprofil som inbegriper ett nära samarbete med privat och offentlig sektor i bl. a. närregionen Sjuhärad. Högskolan satsar tillsammans med Sjuhäradskommunerna, Västra Götalandsregionen och Samverkansdelegationen på att utveckla högskolans samverkan med Sjuhäradsbygden inom projektet Campus Sjuhärad.

För att lyckas med dessa satsningar krävs en dialog och en tydlig bild av samhällets åsikter och förväntningar på HB:s samverkan med sin närregion. HB bedriver idag en mångfasetterad verksamhet tillsammans med en mängd externa aktörer, i bl. a. utbildningsråd, centrumbildningar mm. Som stöd till såväl rektor som samtliga institutioner finns samverkansavdelningen, vars uppgift är att stödja, initiera, marknadsföra och följa upp HB:s omvärldssamverkan.

Syftet med den aktuella undersökningen har varit att belysa hur näringslivet i Sjuhärad uppfattar HB. Syftet har också varit att skapa en uppfattning om hur näringslivet ser på framtida kompetensbehov och hur de idag arbetar med kompetensutveckling av den egna personalen. Det resultat som här presenterats skall ligga till grund för vidareutveckling av högskolans samverkan med näringslivet i främst Sjuhärad.

Akademisk kompetens blir allt viktigare – särskilt inom de tekniska områdena

Samtliga företag i Sjuhärad anser att akademisk kompetens blir allt viktigare inom näringslivet. I början av 90-talet hade ca 7% av de anställda i de 27 företag som ingick i den studien akademisk kompetens och 20% av dessa akademiker hade fått sin utbildning vid HB. ¹⁴ Idag tio år senare har 13% av de intervjuade företagens anställda akademisk utbildning och 27% av dessa har fått sin utbildning vid HB. Det bör observeras att den här undersökningen har utökat antalet intervjuade företag till 54 och att fler mindre företag därmed finns

¹³ De andra två uppgifterna är utbildning och forskning.

¹⁴ Holmqvist, Fransson, Sjöholm - Högskolans regionala betydelse.





med. En faktor som påverkar siffrorna är HB:s unga ålder. Det krävs ett par årtionden innan studenter från HB har fått ledande positioner inom Sjuhärads näringsliv och då ökar rekrytering av personer med utbildning från samma högskola. En annan faktor är att sedan början av 90-talet har HB utvecklat sitt utbildningsutbud med bl. a. ingenjörutbildningar.

För tio år sedan var det främst färdigheter som språkkunskaper, gruppsamverkan och förändringsbenägenhet som var aktuella vid kompetensutveckling av anställda. Idag är fortfarande språk ett av de viktigaste områdena vid sidan av ekonomi/redovisning och kvalitet. Intressant är också att flera företag ser att deras anställda får viss kompetensutveckling då företaget har studenter inne för examens-/uppsatsarbeten. Värt att notera är att en fjärdedel av företagets kompetensutveckling sker via kurser från högskolor antingen i direktkontakt eller via lärcentra. Flera företagsledare har ifrågasatt varför HB inte ger fler kurser lokalt via Sjuhäradsbygdens lärcentra. Den satsning som genomförs inom ramen för Campus Sjuhärad ligger helt i linje med dessa önskemål. HB har tillsammans med föreståndare för Sjuhärads lärcentra tagit fram en metodbok för samarbete HB/lärcentra. Få företag känner idag till att HB även skräddarsyr utbildningar till marknadspris.

Vad gäller framtida kompetensområden vid rekrytering beräknar Sjuhäradsföretagen att det största behovet kommer att finnas inom de tekniska områdena. Hela 57% av rekryteringsbehovet kommer att återfinnas här enligt de intervjuade företagsledarna. Även ekonomi/marknadsföring/juridik är viktiga områden och beräknas utgöra 36% av rekryteringsbehovet.

Struktur i samarbetet med näringslivet – högskolans utmaning framöver

För tio år sedan hade näringslivet i Sjuhärad en ”ytlig och snäv kännedom” om HB. Idag har 52% av de intervjuade företagen en bild av HB, en bild som är övergripande positiv. Näringslivet förväntar sig mycket från HB och ser, precis som andra aktörer i Sjuhärad, HB som





en viktig samhällsaktör. Detta ställer krav på HB och förpliktigar HB till ett ständigt utvecklingsarbete gällande omvärldssamverkan. Högskolan har utvecklats och växt starkt de senaste 10 åren. På grund av den växtvärk som HB lidit av har rutiner för samarbete med omgivande samhälle inte utvecklats i den takt som hade varit nödvändig. Den här undersökningen visar att näringslivet i Sjuhärad är positivt till HB men att det samtidigt ställer krav. HB bör nu ta tillfället i akt och se över sitt samarbete med näringslivet på ett strategiskt plan.

Idag anser sig drygt hälften av alla företagsledare inte få någon information från HB. Den siffran måste ändras. Näringslivet efterfrågar regelbunden övergripande information om aktualiteter inom HB. Här visar undersökningen på ett antal olika exempel. Ett elektroniskt nyhetsbrev med näringslivsanpassad information är ett sådant.

Ett exempel på att HB måste öka informationen till näringslivet är att 29% av de intervjuade företagsledarna säger sig inte ha någon bild av eller mycket dålig kännedom om HB. Att en så liten andel som 23% hade någon kännedom om HB:s viktigaste satsning – vägen mot universitet – visar även det att högskolan har mycket arbete att göra för att kunna nå ut till näringslivet.

Uppsökande verksamhet och personliga möten är andra områden som HB måste satsa på. Företagsledarna vill att representanter från HB deltar i näringslivsgrupperingar och syns i regionen. Det är viktigt för att skapa relationer. Företagsledare vill att HB:s lärare skall besöka företagen och vara mer aktiva i samarbetena.

Det faktum att i princip alla intervjuade företag vill fortsätta och utveckla sitt samarbete med HB är mycket positivt. Studien visar att det är en relativt hög andel företag som samarbetar med HB idag och att HB tar många initiativ till samverkan. Det som däremot måste utvecklas ytterligare är högskoleövergripande strukturer och rutiner för samarbetet med företag. Den kvalitetshandbok för omvärldssamverkan som antogs av HB:s styrelse i december 2002 bör uppdateras, utvecklas och kompletteras. Längre samarbetsavtal mellan högskolan





och företag efterfrågas. Med sådana avtal kan goda förutsättningar för högre kvalitet i samarbetet och bättre framförhållning i detsamma skapas. HB skall eftersträva en tydligare kommunikation gentemot näringslivet gällande vilka samarbetsformer som finns och vad företagen har för nytta av samarbetet. Goda exempel måste presenteras och förutsättningar för samarbete måste kommuniceras på ett klart sätt.

Synpunkten att högskolans tidsuppfattning inte stämmer överens med näringslivets, har framförts av några företagsledare. Detta medför att högskolan ibland uppfattas som svår att samarbeta med. För att underlätta den aspekten i samarbeten är det av vikt att båda parter är medvetna om de olika tidsuppfattningar och verkligheter som finns. Om förväntningar och krav tydliggörs i ett inledande skede kan missuppfattningar undvikas.

HB bör överväga en satsning på kortare föreläsningar som vänder sig till såväl näringslivet som högskolans studenter. Föreläsningarna kan bestå av HB:s forskare som presenterar sin forskning, av lokala näringslivsrepresentanter som föreläser om intressanta fenomen eller av föreläsningar med HB:s gästprofessorer. Syftet med dessa riktade föreläsningar är att öka näringslivets intresse för HB.

De vanligaste samverkansformerna idag är att företag deltar i fadderverksamheten, att studenter gör examens-/uppsatsarbeten hos företagen och att företagsrepresentanter gästföreläser i olika kurser. Det som dock inte är särskilt utvecklat är samarbetet mellan HB:s forskare och företagen. Detta är något som kommer att utvecklas i samband med HB:s satsning på professionsuniversitet, där forskningsarbetet skall ske i samverkan mellan arbetsplats och högskola genom att doktorandens problemområde hämtas från praxis inom bl. a. näringslivet.

En positiv bieffekt av den här undersökningen har varit de kontakter som skapats under intervjuarbetet med företag i Sjuhärad. Ofta har mötet med företagsledarna lett till vidare kontakt med HB i nya examens-/uppsatsuppdrag, fadderverksamhet, gästföreläsare och kontakter med entreprenörsprogram m.m.





Avslutande kommentarer

HB har goda förutsättningar att utveckla samarbetet med näringslivet i Sjuhärad. Företagens intresse för samarbete med HB är stort och förväntningarna är höga. Den kritik som framkommit i den här studien, gällande HB:s kontakt med och information till näringslivet, är dock i mångt och mycket berättigad.

Undersökningen visar behovet av något som eventuellt kan kallas marknadsorganisation inom HB. Samarbetsmöjligheter, skraddarsydda kompetensutvecklingskurser för näringslivet, forskningssamverkan och framförallt vilka utbildningar som finns vid HB och vad studenter som examineras härifrån har för kompetens – allt måste marknadsföras. Näringslivet efterfrågar enligt rapporten personlig kontakt och uppsökande verksamhet. Hur HB på ett effektivt och fungerande sätt kan arbeta med marknadskommunikation bör utredas vidare.

Ett område som HB måste utveckla är generell information till näringslivet. Här visar undersökningen att det är viktigt att en högskoleenhetlig information går ut. Kvalitet framför kvantitet är avgörande. Då kommunikation med näringslivet är mycket viktigt för HB:s satsning på universitetsstatus, torde ett högskoleövergripande grepp gällande information vara nödvändigt att ta under 2004.

Det är tydligt att processen att ta fram en metodbok för samarbete HB/lärcentra i Sjuhärad ligger i linje näringslivets önskemål om mer utlokaliserade kurser. Nästa steg är att finna metoder för att regelbundet undersöka vilket behov av kompetensutveckling som finns i regionen. Detta för att HB i samarbete med Sjuhärads lärcentra skall kunna leverera relevanta utlokaliserade kurser. Detta arbete kommer att inledas under 2004 inom Campus Sjuhärad.

Studien innehåller en stor mängd underlag för att förbättra och organisera HB:s omvärldssamverkan. HB är en mångfasetterad myndighet med starka institutioner. Näringslivet ser dock HB som en sammanhållen enhet, vilket innebär att högskolan utåt även måste agera som *en* aktör. Strukturer och rutiner för samverkan mellan HB och





näringslivet måste utvecklas ytterligare och framför allt implementeras inom HB:s institutioner och enheter. Samverkansavdelningen och projektet Campus Sjuhärad i samarbete med högskolans samtliga enheter och det nystartade rådet för omvärldssamverkan, kommer att få en betydande roll i detta sammanhang.



Källförteckning

- **Den öppna högskolan - Regeringens proposition 2001/02:15**
- **Framtid i Sjuhärad – Strategier för utveckling**, Sjuhärads kommunalförbund, Västra Götalandsregionen, Växtkraft mål 3 Sjuhärad. 2003
- **Högskolans regionala betydelse** – Rapporter och publikationer från Högskolan i Borås 1995:1, Holmqvist Hans, Fransson Anders, Sjöholm Fredrik
- **Projektdefinition Campus Sjuhärad 2003-06-24 version 1**
- **Regeringsbrev för budgetåret 2003 avseende anslag till universitet och högskolor mm.**
Regeringskansliet/Utbildningsdepartementet

- **Intervjuade företag:**

AB Ludvig Svensson

Mårten Blikstad VD,

ACG Nyström AB

Claes-Göran Kareld personalchef

Almedahls-Kinna AB

Reimar Westerlind styrelseordförande

AP & T Presses AB

Tor Ahlbom VD

Borås Wäfveri Interiör AB

Tord Andersson VD

Consilium Components AB

Margareta Fahlberg personalchef

DANA Reklambyrå

Anders Andersson VD

Ekelund, Linneväveriet i Horred AB

Göran Andersson byråledare

Elektroteknik AB IETV

Christer Ekelund styrelseordförande

Ellos AB / Redcats AB

Magnus Carlsson VD

Johnny Eriksson personalchef,

Göran Persson Training & Development

Officer

Elmo Leather AB

Nalle Johansson VD

Eribel Production AB

Carina Salomonsson produktionschef

Ericsson AB

Leif Elmqvist VD

Ernst & Young

Jan Lundgren kontorschef

Flügger AB

Thomas Grönesjö platschef

Fristads AB

Per-Olof Hygren VD

Föreningssparbanken Sjuhärad

Bo Johansson VD,

Stefan Borg tf personalchef



Handelsbanken Borås Stora Torget
Helge Nyberg AB
Horreds Möbel AB
Hultafors AB
Hultafors Hälsocenter AB
Hyssna Limfog AB
ifm electronics AB

IRO AB

Jabo Wood Products AB
Jankar Jan Heintz AB
KPMG
Lager 157
LampGustaf AB
Logistikpartner i Ulricehamn AB
MQ Sweden AB
NetOnNet AB
Nexans IKO Sweden AB

Nordea
NYCE Commerce and
Internet Partner AB
Office Document AB
Parker Hannifin AB:
Mobile Controls Division

Janne Pehrsson stf kontorschef
Björn Nyberg VD
Per-Ola Johansson VD
Bo Jägnefält VD
Tatjana Sivik VD
Lennart Fridén VD
Thomas Jonsson VD,
Hans Eliasson säljare
Stig-Arne Blom VD,
Jan Ågren vVD samt produktionschef
Pär-Ola Persson VD
Jan Jankar VD
Thomas Bohlin platschef
Stefan Palm VD
Lennart Johnsson VD
Jan Holmberg VD
Lars Stenberg VD
Anders Halvarsson VD
Olle Johansson personalchef,
Harry Söderlund ekonomichef
Thomas Nilsson kontorschef

Cenneth Cedergren VD
Claes-Ove Berg VD

Thord Sandberg VD i Mobile Controls
Division,
Hans Ahlström personalchef Parker
Hannifin norden,
Göran Kilbo platschef för Mobile Controls
Division Borås med ansvar för produktion
och utveckling,
Olof Storm personalchef Mobile Controls
Division Boråsfabriken.





Pulsen AB
Rexam Glass Limmared AB

Scandfilter AB
SEB Borås
SP Sveriges Provnings- och
Forskningsinstitut
Sveba-Dahlén AB
Systemservice i Västra Götaland
Teleflex Automotive AB
Teknos AB
Termoventiler i Ulricehamn AB
Texrep AB
Ulfabgruppen AB
Volvo Bussar AB
Westerbergs Badrum AB
Wäst-Bygg AB
Älvsborgs provinssparbank

Vigar Bartholdsson VD
Martin Pettersson administrativ chef,
Jonny Lindberg personalchef
Roland Ohlander VD
Bo Häggström kontorschef

Hans Andersson teknisk direktör
Bengt Gabrielsson VD
Anki Sandström VD
Mattias Andersson personalchef
Tommy Askman VD
Anders Thomasson VD
Bertil Larsson koncernchef
Michael Lindskog verksamhetschef
Toni Fasth platschef
Anders Borg VD
Patrik Ivarsson, VD
Jan Alkmark bankchef



Högskolan i Borås regionala betydelse - ur ett näringslivsperspektiv 2003

Intervjufrågor

- Företagets storlek
- Ägarform
- Etableringsorter
- Export – omfattning
- Organisationsschema

- Antal anställda med grundutbildning vid HB, övriga högskolor/ universitet
- Genomförda personalutbildningar senaste två åren: omfattning, anordnare, innehåll
- Behov av högskoleutbildade, nu och den närmsta treårsperioden
OM JA, - vilken typ av kompetens/utbildning efterfrågas?
OM NEJ, - varför inte högskoleutbildade?

- När tjänst utannonseras – varifrån geografiskt kommer merparten av de sökande?
- Är det svårt att rekrytera personal?

- Hur uppfattar du Högskolan i Borås som samhällsaktör?
- Vilka kontakter har företaget med högskolan idag?
- Vem initierade kontakterna? Företaget/Högskolan/Studenter?
- Hur fungerar dessa kontakter – kan något förbättras från högskolans sida – förslag på hur?
- Upplever företaget att det är de som hjälper högskolan eller att högskolan hjälper dem?
- Vad vet företaget om andra möjligheter till samverkan med högskolan? (forskningsamverkan, besök av forskare, ex-jobb, fadderverksamhet, praktikplats, uppdragsutbildning, gratisföreläsningar, föreläsa själva,...)
- Finns det intresse för ökat samarbete med Högskolan i Borås?





- Samarbetar företaget med andra högskolor/universitet?
- Får företaget regelbundet information från HB?
- I vilken form önskar företaget få information om HB?





HÖGSKOLAN I BORÅS

Högskolan i Borås är en nationell högskola. Högskolans 11 500 studenter kommer från olika delar av Sverige - eftersom flera av utbildningsprogrammen enbart finns i Borås. Högskolan består av sex institutioner inom profilområdena: Biblioteks- och informationsvetenskap, ekonomi/informatik, mode och textil, beteendevetenskap/läro-utbildningar, teknik samt vård och omsorg. Läs mer på högskolans hemsida www.hb.se

TIDIGARE UTGIVNA I SERIEN

- 1* 1994:1; Kampenprojektet 1994
- 2* 1995:1; Högskolans regionala betydelse 1995
- 3* 1995:2; Att arbeta tillsammans - glädje, möda, utveckling 1995
- 4* 1997:1; Electronic media in library work for children and young 1997
- 5* 1997:2; Undervisningsform i förändring 1997
- 6* 1997:3; Det undervisande biblioteket 1997
- 7* 1998:1; Studenten och biblioteket 1998
- 8* 1999:1; New fields for research in the 21st century 1999
- 9* 2000:1; Studieresa till Chile och Uruguay 2000
- 10* 2001:1; Jämställdhet vid Högskolan i Borås - en enkätstudie
- 11* 2001:2 Enkätstudie över studenternas utnyttjande av kulturutbytet i Borås, hösten 2000