

PM KOMPETENSWORKSHOP VATTENKRAFTENS FOU-DAGAR

Den 14/5 - 2019 hölls en workshop i samband med vattenkraftens FoU-dagar. Workshopen hade temat kompetensförsörjning och diskuterade frågan "Vad kan vattenkraftsbranschen göra för att bli en attraktivare arbetsgivare?"

Vi som höll denna workshop heter Alexander Barchin, Navid Sedighi och Theodora Neromylioti, studenter från KTH som alla skriver sina examensarbeten inom området vattenkraft. Ansvarig samordnare för workshopen var Joakim Danke Wiberg, handläggande utredare inom hydrologi och hydraulik på WSP Vattenbyggnad.

Verktyget Mentimeter användes under workshopen där deltagarna som uppskattades till cirka 80 personer fick svara anonymt på 8 frågor kopplade till rekrytering och marknadsföring. Deltagarna fick möjligheten att diskutera i mindre grupper (2-3 personer) och sedan lämna ett svar i Mentimeter antingen gruppvis eller enskilt.

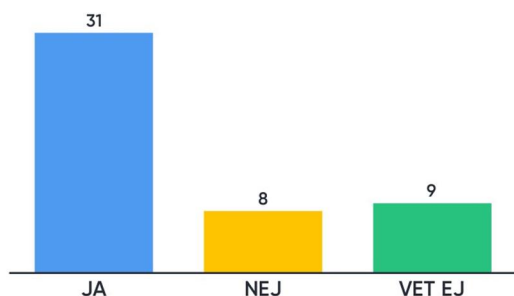
Nedan i kapitel Resultat och diskussion presenteras Mentimeter-resultatet samt en kortare diskussion kring respektive fråga. Slutligen presenteras några slutsatser som sammanfattar workshopen ur arrangörernas perspektiv.

Har ni frågor är ni välkomna att kontakta oss på följande mailadresser:

- joakim.thanke.wiberg@wsp.com
- alexanderbarchin@gmail.com
- navid.sedighi@gmail.com
- th.neromilioti@outlook.com

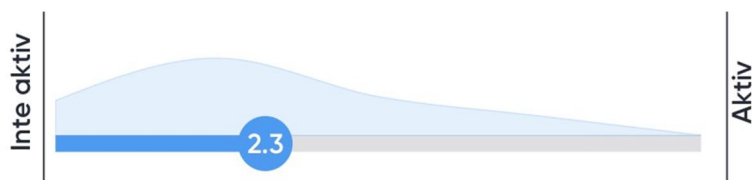
Resultat och diskussion

Upplever ni att vattenkraftsbranschen har svårt att tillsätta lediga positioner med rätt kandidater?



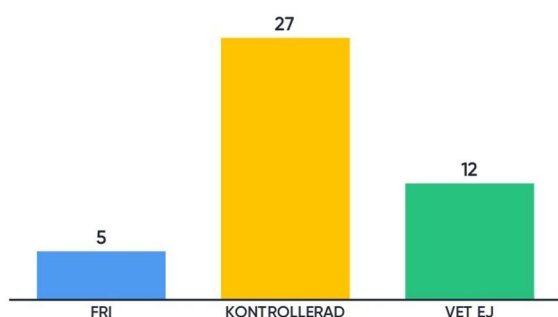
Majoriteten svarade "JA" på den här frågan. 65 % upplever att det är svårt med att tillsätta en tjänst medan 17 % svarade "nej" och 18 % "vet ej". Många företag använder sig av rekryteringsbolag, men det finns eventuellt en tendens till att rekryteringsbolag presenterar fel kandidater för de företag som behöver rekrytera ingenjörer.

Hur aktiv på sociala medier tror ni att vattenkraftsbranschen är?



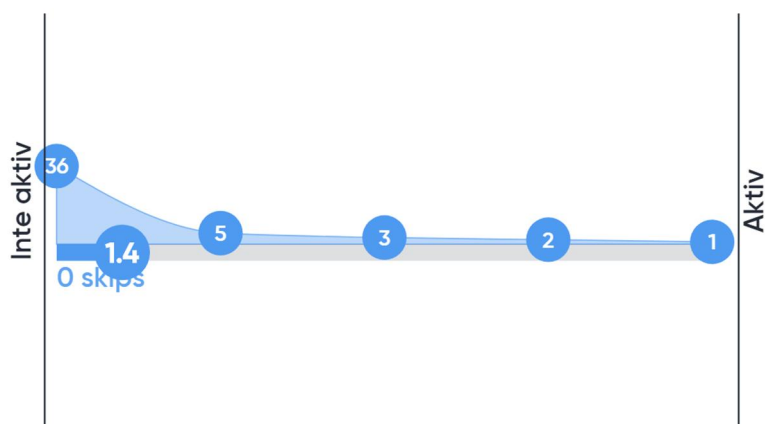
Workshoparrangörerna upplevde detta resultat som förväntat eftersom de inte tyckte sig se vattenkraftsbranschen marknadsföra sig i de sociala medier som studenter nyttjar. Det positiva här är att det finns gott om förbättringspotential.

Är ni "fria" eller "kontrollerade" vid användning av sociala medier i samband med arbetet?



60 % anger att de är kontrollerade i jämförelse mot 10 % som anser sig vara fria. Problemet med ett kontrollerat konto i sociala medier blir att personer utifrån får ta del av det material PR-avdelningen väljer att visa. Innehållet utgörs oftast av väl genomtänkta inlägg i ett mer reklambaserat syfte för att sälja företagets varumärke. Vi och de studentkollegor vi pratat med upplever att ett mer personligt och spontant inlägg väcker mer intresse. Är en stolt över sin bransch ska en få möjlighet att visa upp det anser vi.

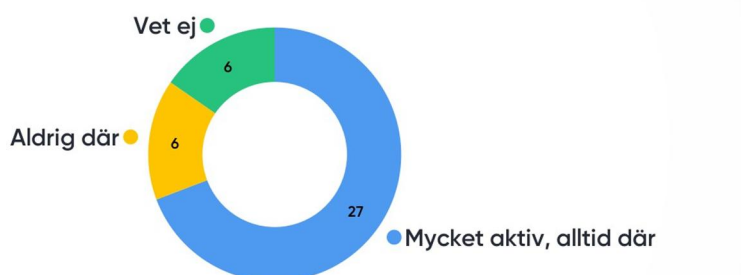
Hur aktiv är du i din yrkesroll på sociala medier?



De flesta, nästan 80 % av deltagarna, svarade att de inte alls är aktiva på sociala medier i samband med deras arbete. Bara en person svarade att den är aktiv. Det är ytterligare en anledning till varför vi studenter och nyexaminerade inte känner till de arbetsuppgifter som finns i branschen och kanske vänder oss bort från den. Här

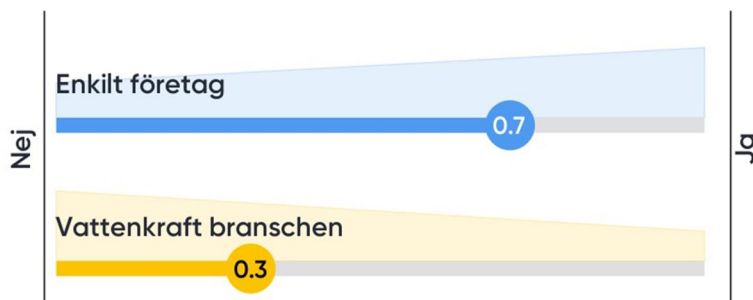
finns mycket inspiration att hämta ifrån de större bolagen inom byggbranschen som har fler aktiva ambassadörer för sin bransch inom sociala medier.

Hur aktivt är ditt företag på studentmässor?



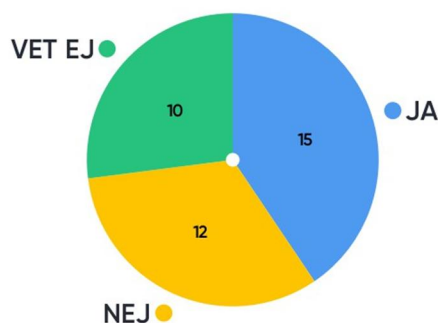
Workshoparrangörerna är mycket positiva till att så många anser att sina företag är delaktiga på studentmässor. Frågan är om företagen framhåller just vattenkraftdelen i monterarna? Ett förslag skulle kunna vara en gemensam monter för vattenkraftsbranschen på en studentmässa, eller någon typ av branschgemensam kraftsamling i samband med mässan.

Har vattenkraftsbranschen gemensamt eller de enskilda företagen event för studenterna hos sig?



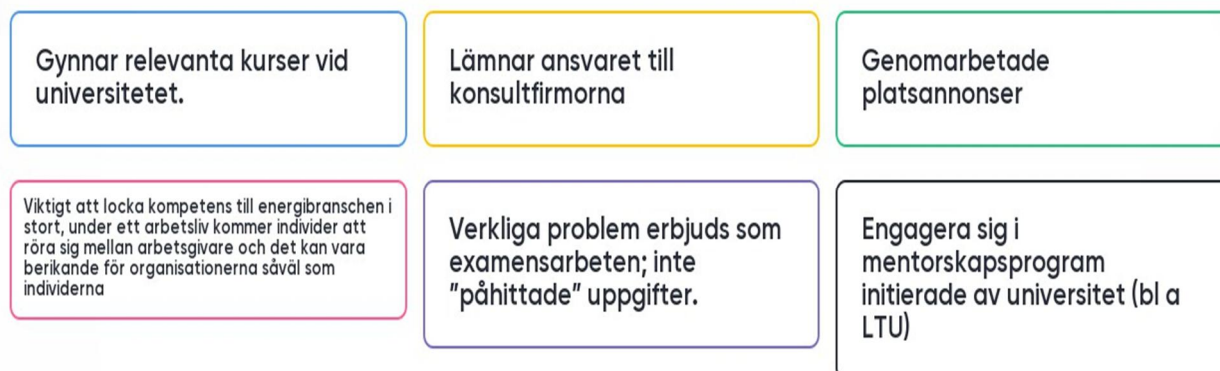
När det kommer till enskilt företag svarade 24 workshopdeltagare att de har studentevenemang hos sig och 12 att de inte har det. Det mer intressanta var att 26 personer svarade på att branschen gemensamt inte har något medan 11 svarade att dem faktiskt har det, vilka bjuds egentligen in till att vara med och arrangera dessa gemensamma event om de nu existerar? Att tänka på vid event för studenter är att försöka hålla det hela mer personligt och att inte bjuda in allt för många studenter i relation till hur många företagsrepresentanter som närvarar.

När ni kommit i kontakt med studenter, känner ni att de besitter den kunskap som behövs för att jobba inom vattenkraftsbranschen?



Ett väldigt intressant resultat tycker workshoparrangörerna. 41 % av deltagarna svarade att studenter har kunskapen som behövs för att kunna jobba inom vattenkraftsbranschen. 32 % svarade att studenterna inte har den nödvändiga kunskapen. Hur lockar man till sig de som har kompetensen men ännu viktigare hur får vi dem att ha kompetensen? Väcka intresset med gästföreläsningar eller lunchföreläsningar? En egen inriktning för vattenkraft med 60 HP på flera ingenjörsutbildningar?

Vad gör vattenkraftsbranschen med er samlade erfarenhet för att locka till sig nya talanger?



Utöver dessa svar från Mentimeter diskuterades bland annat rekrytering via examensarbeten. Att fånga in studenten under examensarbetets gång och inte vänta till efter redovisning är ett sätt att behålla studenten inom branschen. Företagen kan försöka uppmuntra en öppen dialog så att handledaren på företaget får insikt i att studenten letar jobb.

Många av våra studentkollegor har fått jobb på andra företag än där de skrivit examensarbetet. Detta beror på att de vill att företaget ska ta första steget eftersom det är företagen som ska bedöma ens prestation. I väntan på denna bedömning så söks andra jobb.

Det diskuterades även om behovet av resurser. Vissa workshopdeltagare upplever att de tjänster som utlyses via HR-avdelningarna är toppen av isberget i jämförelse mot hur mycket kompetens och resurser som faktiskt behövs. Krävs måhända bättre kommunikation internt inom vissa stora företag i vattenkraftsbranschen?

Slutsatser

Vad kan vattenkraftsbranschen göra för att bli en attraktivare arbetsgivare? Vi som höll i workshopen har dragit några slutsatser som kan ligga till grund för potentiella förbättringsmöjligheter:

- Att ha ett "roterande sociala medier" konto inom företaget där det visas upp arbetsuppgifter och moment under arbetsdagen är ett verktyg för företaget att visa upp sig samtidigt som studenterna får en helhetsbild av vad för olika arbetsuppgifter det finns ute på marknaden.
- Deltagande på arbetsmarknadsdagar är ett viktigt verktyg för företag att visa upp sig och träffa potentiella arbetstagare, dock bör personer med olika kompetenser och roller närvara på dessa event för att lättare kunna visa de närvarande på eventet en helhetsbild av företaget samt vilka typer av arbetsuppgifter och roller som kan tänkas erbjudas. Undvik att lämna över hela ansvaret till HR-personalen när det gäller bemanning under dessa sammanhang.
- När företaget skall bjuda studenter på företagsmingel hos sig kan det vara bra att tänka på att inte bjuda in allt för många studenter då risk finns att studenterna inte får den personliga kontakten de söker. Viktigt att tänka på är också att verkligen se till att alla deltagare kommer till tals då risk finns att någon person som kanske är av potential glöms bort för de kanske är lite blygare än andra.
- Relevanta kurser inom området vattenkraft erbjuds i väldigt låg skala på många universitet och högskolor jämfört med andra områden. Kan det göras satsningar som leder till att högskolor och universitetet erbjuder inriktningar mot vattenkraft?
- Examensarbete är ett utmärkt sätt för företag att lära känna studenterna och få en bild över hur de presterar. Om det inte finns en tjänst tillgänglig borde man försöka att hålla kvar personen inom branschen. Genom att introducera ett bra kontaktnät i början så studenten själv når ut är ett sätt men även genom att rekommendera sina branschkollegor om stunder som utmärker sig positivt även om ens egna företag inte har möjlighet att anställa vederbörande för tillfället.

Stockholm-Globen 2019-08-14

WSP Sverige AB

Joakim Danke Wiberg