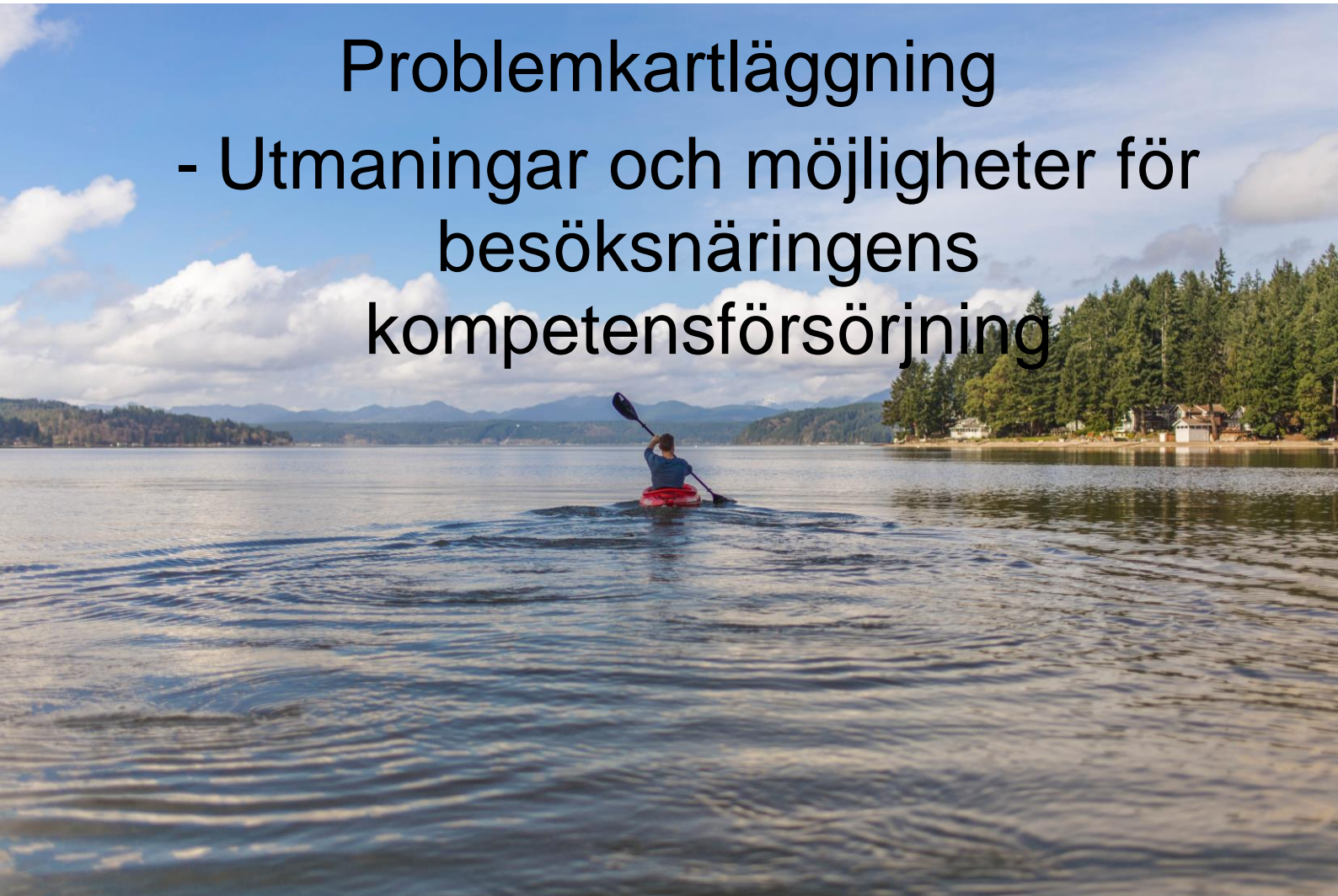


Problemkartläggning

- Utmaningar och möjligheter för besöksnäringens kompetensförsörjning



RAPPORTEN BESTÄLLD AV



Innehåll

Förord	3
Sammanfattning.....	4
1. Bakgrund	5
2. Syfte, metod och material.....	6
3. Problem i besöksnäringen	8
4. Problem i utbildningssystemet.....	11
4.1 Utbildningsutbud	11
4.2 Kompetensutveckling	14
5. Matchningsproblem	15
5.1 Systemet för matchning.....	15
5.2 Övergripande matchningsproblematik.....	15
5.3 Besöksnäringens utbildade tar jobb i andra branscher	16
5.4 Vilket slags kompetens värdesätts?	16
6. Kontextuella problem.....	17
7. Slutsatser och reflektioner	23
8. Källförteckning	26
8.1 Skriftliga källor	26
8.2 Intervjuer.....	29
9. Bilaga 1: Besöksnäringens branscher.....	30

Förord

Sweco har av Tillväxtverket fått i uppdrag att beskriva förutsättningarna och ge förslag med syfte att nå en förbättrad kompetensförsörjning i besöksnäringen. Arbetet är en del av Tillväxtverkets regeringsuppdrag som syftar till att bidra till en hållbar besöksnäring. Uppdraget är sprunget ur arbetet inom Myndighetsgruppen för besöksnäringen samt i dialog med regionala främjare och branschen. Rapporten är en del i en serie underlag samt en sammanfattande syntesrapport med förslag på åtgärder. Samtliga underlag finns tillgängliga på Tillväxtverkets hemsida.

Rapporten är beställd av Tillväxtverket. Analys och slutsatser i rapporten är författarens.

Sammanfattning

I denna delstudie har Sweco tagit fram en grundläggande kartläggning av problemen med kompetensförsörjningen i besöksnäringen, med företagens behovsbild som utgångspunkt. Den baseras på en bredd av skriftliga källor samt på genomförda intervjuer med aktörer kopplade till besöksnäringens branschorganisationer, regionala främjarorganisationer, universitet och besöksnäringens företag.

Besöksnäringen är en personalintensiv näring och viktig jobbskapare. Den erbjuder arbetstillfällen i ett stort antal delbranscher, för personer med olika kompetenser och utbildningsnivåer. Det råder idag stor kompetensbrist i flera yrken och i många geografier inom besöksnäringen. Problemen med kompetensförsörjning lyfts fram som ett stort hinder för tillväxt och ökad konkurrenskraft.

En av besöksnäringens största utmaningar är den bristande attraktiviteten i många slags jobb inom näringen, till exempel problem kopplade till branschens attraktivitet och villkor ur ett medarbetarperspektiv, så som obekväma arbetstider, stress, deltidsanställningar och säsongarbete. Bilden som framträder är den av en instegs- och genomgångsbransch, med otydliga karriärvägar där det är svårt att göra karriär via högre utbildning, och där människor (särskilt unga) jobbar i några år för att sedan söka sig vidare.

Ett antal problem har identifierats kopplade till utbildningssystemet samt till behoven av kompetensutveckling. Besöksnäringen har en mycket bred rekryteringsbas och kompetensförsörjningen är främst kopplad till gymnasieutbildningar och specifika yrkesutbildningar. Ökat antal utbildningsplatser samt en starkare samverkan mellan utbildningssystemet och näringen efterfrågas, för att öka tillgången på arbetskraft och höja utbildningarnas kvalitet och relevans. Besöksnäringen ligger även generellt sett efter andra branscher vad gäller kompetensutveckling för befintliga medarbetare.

Bristande matchning är ett problem som präglar svensk arbetsmarknad generellt, även besöksnäringen. Många som påbörjar en utbildning inom hotell och restaurang väljer att ta anställning i andra branscher. Endast ett fåtal av de som går besöksnäringens utbildningar arbetar sedan i branschen. Bristande matchning är nära kopplad till branschens attraktivitet.

På den svenska arbetsmarknaden råder även hård konkurrens om stora delar av arbetskraften, och genom sin bredd konkurrerar besöksnäringen med andra branscher som kan erbjuda bättre anställningsvillkor. Näringen har överlag påverkats starkt av coronapandemin, som tvingade anställda att söka jobb i andra branscher – där många valt att stanna.

Besöksnäringen erbjuder intressanta, utmanande och meningsfulla arbetsuppgifter, en lärorik miljö och möjlighet till personlig utveckling. Samtidigt är branschen behäftad med en rad problem, såväl interna som omvärldsrelaterade, som påverkar dess förmåga att rekrytera och behålla personal. I denna rapport har problemen kartlagts och kategoriserats, som ett underlag för fortsatt arbete med att prioritera vilka orsaker och problem som realistiskt skulle kunna åtgärdas, samt av vilka aktörer detta kan och bör göras.

1. Bakgrund

Inom ramen för regeringens strategi för en hållbar turism och växande besöksnäring som beslutades hösten 2021, har Tillväxtverket fått i uppdrag att genomföra åtgärder under 2022 för att bidra till att nå målen i strategin. Strategin pekar ut ett antal prioriterade områden där jobb och kompetens ingår. Kompetensförsörjning är en central faktor för besöksnäringen som är en personalintensiv näring och viktig jobbskapare. Den erbjuder arbetstillfällen i flera delbranscher, för olika kompetenser och olika utbildningsnivåer. Besöksnäringen omfattas av branscher inom följande områden: resa, bo, äta, göra och handla (se bilaga 1).

Det råder idag stor kompetensbrist i flera yrken och i många geografiska områden inom näringen. Kompetensförsörjningen lyfts fram som ett stort hinder för tillväxt och ökad konkurrenskraft.

Tillväxtverket samarbetar på ett strukturerat sätt med nationella statliga myndigheter och bolag med uppdrag av relevans för turism och besöksnäring. Samverkan mellan myndigheter och statliga bolag sker i Myndighetsgruppen för turism och besöksnäring med 16 medverkande myndigheter/bolag samt SKR. Inom ramen för det samarbetet har man identifierat behov av analyser avseende det korta och långa perspektivet på näringens kompetensförsörjning.

Tillväxtverket samarbetar även med regionala funktioner inom turism och besöksnäring i form av fristående turistorganisationer eller som en del av regionförvaltningarna i Sveriges regioner. Samverkan mellan nationella och regionala aktörer sker främst i nätverket *Smartare tillsammans* med medverkan från 21 regionala turism- och besöksnäringssfunktioner, Tillväxtverket och Visit Sweden. Gruppen har kommit fram till att det finns behov av att utveckla den gemensamma nämnaren och en naturlig logik för att hitta aktiviteter som bidrar till att stärka näringen och göra den mer attraktiv och konkurrenskraftig.

Inom ramen för ovan samarbeten och utifrån Tillväxtverkets roll att ta fram och sprida kunskap om turismens utveckling har parterna identifierat behovet av ökad kunskap kring grundläggande förutsättningar och nuläget för besöksnäringens kompetensförsörjning.

Det är mot denna bakgrund Tillväxtverket nu vill utveckla kunskapen om, och förståelsen för, besöksnäringens kompetensförsörjning. Föreliggande rapport är en del i detta arbete. Sweco har på uppdrag av Tillväxtverket gjort en sammanställning av de problem som identifierats i relation till besöksnäringens kompetensförsörjning.

2. Syfte, metod och material

I denna delstudie har Sweco tagit fram en grundläggande översikt av problemen med kompetensförsörjningen i besöksnäringen, med företagens behovsbild som utgångspunkt.

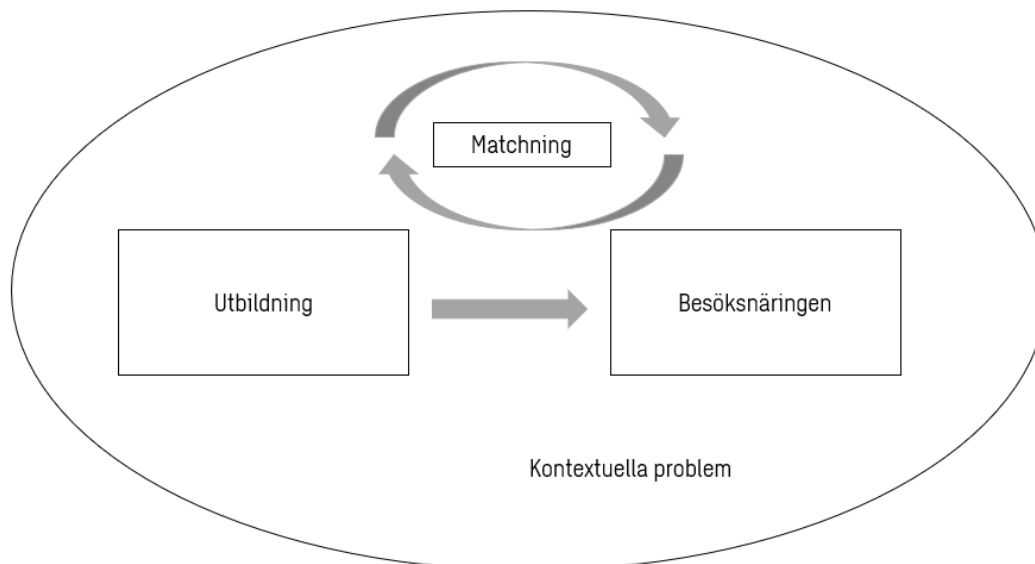
Ett 30-tal skriftliga källor har genomlysts. Målsättningen har varit att med en bredd av källor, som exempelvis Statliga offentliga utredningar (SOU), Arbetsförmedlingen, Tillväxtverket, Trafikverket, Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällsfrågor, Trafikföretagen, Region Sörmland, Visita samt forskningsrapporter, ge en övergripande bild av besöksnäringens kompetensförsörjning. Sweco har även genomfört intervjuer med sex aktörer kopplade till besöksnäringens branschorganisationer, regionala främjarorganisationer, universitet och besöksnäringens företag. En bredd av aktörer och geografier har eftersträvat i urvalet, som redovisas i kapitel 8.2. Problemen som presenteras är de som framkommit i det skriftliga materialet och i intervjuerna.

I denna undersökning har vi valt att kategorisera problemen enligt nedan. Vi har även satt in dem i en modell som synliggör deras relation till varandra. Systemet för besöksnäringens kompetensförsörjning består av tre huvudsakliga komponenter: utbildningssystemet, besöksnäringen och matchningen dem emellan. Problemen som identifierats i denna rapport kan placeras i någon av dessa delar. Det har även framkommit problem som ligger utanför detta system, och som här kategoriseras som kontextuella problem. Det behöver också poängteras att de i rapporten beskrivna problemen skiljer sig åt mellan besöksnäringens branscher samt geografiskt över landet.

Materialet har organiserats enligt följande:

- Problem i besöksnäringen – Många av de problem som identifierats finns inom branschen, till exempel bristande attraktivitet och arbetsvillkor.
- Problem i utbildningssystemet – I detta avsnitt beskrivs problem kopplade till utbildningssystemet samt till behoven av kompetensutveckling. Utbildningar mot besöksnäringens yrken finns i många former och på flera nivåer, till exempel på gymnasieskolan, högskolan och yrkeshögskolan, men även arbetsmarknadsutbildningar i Arbetsförmedlingens regi och kortare företagsinterna utbildningar etc.
- Matchningsproblem – Bristande matchning är en problematik som präglar svensk arbetsmarknad överlag, så även besöksnäringen. Systemet för matchning bygger på kunskap om både utbildningssystemet och branschens kompetensbehov. Men i systemet ingår också aktörer som aktivt försöker få matchningen att fungera bättre.
- Kontextuella problem – Dessa är problem som ligger utanför besöksnäringens system för kompetensförsörjning men som likväl starkt påverkar branschens möjligheter att rekrytera den kvalitet och kvantitet av kompetens som behövs. Kontextuella problem är svåra för systemets aktörer att påverka.

Figur 1. Besöksnäringens kompetensförsörjning består av tre komponenter; utbildning, besöksnäringen och matchningen. Utanför systemet ligger kontextuella problem, som är svåra att påverka, med likväl i hög grad påverkar besöksnäringens kompetensförsörjning.



3. Problem i besöksnäringen

En av besöksnäringens största utmaningar är den bristande attraktiviteten hos många slags jobb inom näringen. I rapporter från Tillväxtverket (2018) och Besöksnäringens forsknings- och utvecklingsfond (BFUF 2019 och 2021) beskrivs hur arbetet ofta innebär obekväma arbetstider, stress, deltidsanställningar och säsongsarbete.¹

Arbetet är ofta fysiskt krävande. En undersökning genomförd av Hotell- och Restaurangfacket (2017) visar att 92 procent av hotellstädarna lever med värk som kan kopplas till arbetet och att 72 procent upplever mycket stress på jobbet.² Arbetsmiljöverket har i arbetsmiljöundersökningar visat att arbetstagare i restaurangbranschen i högre grad än i andra branscher upplever att de är uttrötade efter jobbet.³

Förutsättningar som dessa gör det svårt för arbetsgivare inom besöksnäringen att konkurrera med andra sektorer som kan erbjuda attraktivare arbetstider, bättre arbetsmiljö och större utvecklingsmöjligheter. Särskilt handeln samt hotell och restaurang har förhållandevis låga lönenivåer och otydliga karriärvägar. Deltidsarbete, ofta 50-75 procent, är vanligt förekommande.⁴

Winn Hotel Group beskriver i en intervju i tidningen Besöksliv att många, särskilt unga, ser besöksnäringen som en "plantskola" där de bara stannar en kortare tid eller jobbar extra i.⁵ Enligt BFUF (2019) är det en bransch som anses lätt att komma in i och rolig att arbeta i under en period, men inte en bransch för ett långt arbetsliv. En drivkraft för att ta ett arbete inom besöksnäringen är kanske inte i första hand att göra karriär, utan snarare möjligheterna till ett rikt socialt liv, arbete på en attraktiv plats och ett roligt jobb.⁶

Att besöksnäringen i hög grad betraktas som instegsjobb på arbetsmarknaden särskilt för unga och/eller utrikesfödda – enkla jobb med obekväma arbetstider, låg lön och fysisk påfrestning – försvårar möjligheterna till en hållbar kompetensförsörjning. Som Region Sörmland beskriver i en rapport (2022) blir det inte bara svårt att locka ungdomar till branschen: ungdomarna tenderar även att bromsas av sina föräldrar.⁷ Denna bild bekräftas av Åberg (2017), som skriver att:

¹ Not Sweco: Skillnaderna är dock stora mellan företaget, mellan delbranscher och mellan olika geografier inom besöksnäringen.

² Hotell- och restaurangfacket (2017). *Schyssta städvillkor?*

³ Arbetsmiljöverket. <https://www.av.se/globalassets/filer/arbetsmiljoarbete-och-inspektioner/upphandling/restaurangbranschen-folder.pdf?hl=restaurang> Länk hämtad 221220.

⁴ BFUF (2019). *Karriär i besöksnäringen. En studie av rörlighet och karriärvägar inom svensk besöksnäring*. BFUF (2021). *Attraktiva arbetsgivare. Employer branding I besöksnäringen*. <http://itu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1526957/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23. https://bfuf.se/wp-content/uploads/2019/03/Rorlighet_karriarvagor_11_04_webb.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

Tillväxtverket (2018). *Vardag och framtid för turismföretagen*. Rapport 0250. <https://tillvaxtverket.se/download/18.5c941007162f6338fa5b8a72/1525440231341/0250%20Vardag%20och%20framtid%20f%C3%B6r%20turismf%C3%B6retagen.pdf> Länk hämtad 2022-11-29.

⁵ Besöksliv (2021-03-26). *Flexibel framtid i arbetslivet*. <https://www.besoksliv.se/reportage/flexibel-framtid-i-arbetslivet/> Länk hämtad 2022-11-23.

⁶ BFUF (2019). *Karriär i besöksnäringen. En studie av rörlighet och karriärvägar inom svensk besöksnäring*. https://bfuf.se/wp-content/uploads/2019/03/Rorlighet_karriarvagor_11_04_webb.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

⁷ Region Sörmland (2022). Förstudierapport. Operativ förstudie branschforum turismindustrin.

De låga trösklar som ibland presenteras som en fördel med turismjobb undergräver snarare sektorn genom att man har svårt att attrahera utbildad personal och lider av hög personalomsättning. Trösklarna är låga åt båda håll, både för den som vill in och för den som lämnar.⁸

Vidare består besöksnäringen till viss del av det som brukar benämnas genomgångsbranscher, där en del företag har en personalomsättning på 40-45 procent varje år. Detta medför, enligt BFUF (2021) samt betänkandet *Ett land att besöka* (SOU 2017:95), höga kostnader för rekrytering och återkommande behov av att lära upp ny personal. I delar av branschen är dessutom säsongen kort, vilket ytterligare förstärker svårigheterna att anställa, behålla och utveckla kompetens.⁹

Här kan företag med ett starkt varumärke och en tydlig *employer branding* ha lättare att attrahera arbetskraft. I BFUF:s (2021) rapport rekommenderas företag att arbeta med detta slags varumärkesbyggande genom att till exempel skapa en positiv social arbetsmiljö, erbjuda vidareutbildning och variation i arbetet, kommunicera företagets värderingar och stärka jobbets attraktivitet genom ny teknik och innovation.¹⁰

Som exempel på ett starkt varumärke kan nämnas Skistar i Åre/Vemdalen, som har cirka 60 procent återkommande säsongsarbetare. Personer som tidigare säsongsarbetat och vidareutbildat sig kommer ofta tillbaka. I en intervju med Jämtland Härjedalen Turism säger Sebastian Thomasson på Skistar Åre att gemenskapen är en viktig faktor:

När vi ställer frågan om varför de återkommer svarar 65 procent att den största orsaken är gemenskapen i gänget, vi-känslan. Vid de tillfällen vi söker personal till mer seniora tjänster, är det de som har tidigare erfarenhet hos oss och som pluggat vidare som är otroligt attraktiva. När de dyker upp i rekryteringsprocessen är det riktigt häftigt och en bekräftelse på att de trivdes.¹¹

Det goda exemplet från Åre till trots, upplevs karriärvägarna inom besöksnäringen ofta vara otydliga. Inom besöksnäringen och bland dess anställda förekommer även en klivenhet, både till möjligheten att göra karriär och till begreppet karriär som sådant. Till exempel beskrivs ofta den interna vägen inom ett företag, eller inom en delsektor av besöksnäringen, som en typisk karriärväg inom exempelvis hotell- och restaurangbranschen.¹²

⁸ Kajsa G. Åberg (2017). *Anyone could do that. Nordic perspectives on competence in tourism*. Umeå Universitet, GERUM 2017:4. <http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1144705/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

⁹ BFUF (2021). *Attraktiva arbetsgivare. Employer branding I besöksnäringen*. <http://tu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1526957/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23. Statens offentliga utredningar (SOU 2017:95). *Ett land att besöka. En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring*. http://www.sou.gov.se/wp-content/uploads/2017/12/SOU-2017_95-webb.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

¹⁰ BFUF (2021). *Attraktiva arbetsgivare. Employer branding I besöksnäringen*. <http://tu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1526957/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

¹¹ Jämtland Härjedalen Turism (2022-09-05). "Skistarmodellen" – för rekrytering och kompetensförsörjning. <https://jht.se/skistarmodellen-for-rekrytering-och-kompetensforsorjning/> Länk hämtad 2022-11-23.

¹² BFUF (2019). *Karriär i besöksnäringen. En studie av rörlighet och karriärvägar inom svensk besöksnäring*. https://bfuf.se/wp-content/uploads/2019/03/Rorlighet_karriarvagor_11_04_webb.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

Statens offentliga utredningar (SOU 2017:95). *Ett land att besöka. En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring*. http://www.sou.gov.se/wp-content/uploads/2017/12/SOU-2017_95-webb.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

Det finns även stora geografiska skillnader vad gäller kompetensförsörjningen. Åberg (2017) visar att de flesta personer med besöksnäringens utbildning finns i mer urbana regioner, medan kommunerna med störst andel arbetstillfällen inom näringen finns i landets mer glesbefolkade delar. Dessutom har besöksnäringens anställda jämförelsevis lägre utbildningsnivå i storstäder, medan det omvända gäller i mer glesbefolkade kommuner. Åberg menar därför att diskussionen om besöksnäringens utbildningsnivåer snarare är en geografisk än en sektoriell fråga.¹³

Vidare finns det skillnader mellan företag av olika storlek. Småföretag utgör en stor andel av det totala antalet företag i besöksnäringen. De har ofta behov av höjd generell kompetensnivå, exempelvis i mer allmänna frågor rörande affärsmässighet, företagande och tillväxt. Större företag har däremot i högre grad utmaningar kopplade till kompetensförsörjning i termer av att rekrytera och behålla rätt personer och kompetens.¹⁴

Det anses även vara svårt att göra karriär via högre utbildning. Förvisso kan en individ rekryteras till en högre position från en annan bransch eller med annan utbildning. Men det förekommer en syn att internt förvärvade förmågor är en viktig förutsättning för att kunna arbeta i näringen. Det finns därför en oro inom besöksnäringen över att låg utbildningsnivå riskerar att betraktas som en norm.¹⁵ Åberg (2017) skriver:

Idag har branschen hög personalomsättning och många faktorer som talar emot att söka sig dit, såsom låga löner, obekväma arbetstider och oklara möjligheter för karriär... En utmaning är då att skapa incitament för de som rekryterats till turismen att stanna där.¹⁶

¹³ Kajsa G. Åberg (2017). *Anyone could do that. Nordic perspectives on competence in tourism*. Umeå Universitet, GERUM 2017:4. <http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1144705/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

¹⁴ Tillväxtverket (2016). *Kompetensförsörjning och kompetensbehov inom svensk besöksnäring*. Rapport 0197. https://tillvaxtverket.se/download/18.448d2df3160e422a573b787c/1516609938333/Kompetensf%C3%B6rs%C3%B6rjning%20och%20kompetensbehov%20inom%20svensk%20bes%C3%B6ksn%C3%A4ring_Rapport%200197_final.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

¹⁵ BFUF (2019). *Karriär i besöksnäringen. En studie av rörlighet och karriärvägar inom svensk besöksnäring*. https://bfuf.se/wp-content/uploads/2019/03/Rorlighet_karriarvagor_11_04_webb.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

Statens offentliga utredningar (SOU 2017:95). *Ett land att besöka. En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring*. http://www.sou.gov.se/wp-content/uploads/2017/12/SOU-2017_95-webb.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

¹⁶ Kajsa G. Åberg (2017). *Anyone could do that. Nordic perspectives on competence in tourism*. Umeå Universitet, GERUM 2017:4. <http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1144705/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

4. Problem i utbildningssystemet

Utbildningsutbudet är ytterligare en av nyckelfaktorerna bakom närings kompetensförsörjningsutmaningar. Eftersom besöksnäringen inrymmer en stor bredd av branscher, är bilden här skiftande.

Besöksnäringen har en mycket bred rekryteringsbas. I betänkandet Ett land att besöka (SOU 2017:95) samt i BFUF:s rapport Karriär i besöksnäringen (2019) beskrivs att kompetensförsörjningen främst är kopplad till gymnasieutbildningar och specifika yrkesutbildningar. Näringen är delvis med och tar fram utbildningar, men det framgår brett i det studerade materialet att samverkan mellan utbildningssystemet och näringen behöver stärkas. En del företag uppger att de hellre rekryterar från andra program än yrkesprogrammen. Andra satsar på att (åtminstone i vissa lägen) locka unga utan utbildning till näringen och lära upp dem.

Samtidigt beskriver många företag inom besöksnäringen att högre utbildning blivit allt viktigare, men att det avgörande inte är mer utbildning i termer av utbildningsår eller utbildningsnivåer – utbildningars inriktning och kvalitet har däremot stor betydelse för kompetensförsörjningen.¹⁷ Som exempel anges behov av inslag inom högre utbildning som tydligt kopplar till näringslivet, praktik som en del i högre utbildning samt stärkt samverkan mellan näringsliv och utbildningssystemet.¹⁸

4.1 Utbildningsutbud

Inom besöksnäringen finns en hög efterfrågan på personer med gymnasie- eller yrkeshögskoleutbildning, och besöksnäringens aktörer medverkar i bland annat nationella programråd för att ge råd till Skolverket i frågor som rör yrkesutbildning på gymnasial nivå.¹⁹

Tillväxtverket har tidigare (2017) bedömt att de gymnasiala utbildningarna hade rätt inriktning, men att eleverna var för få för att svara upp mot närings behov. De elever som examinerades fick i stor utsträckning arbete direkt, och slutsatsen var att fler behöver motiveras till att välja gymnasiala utbildningar och yrkeshögskoleutbildningar med besöksnäringinriktning.²⁰

Sörmlands Turismutveckling AB (STUA) anordnade hösten 2022 en branschträff med fokus på kompetensförsörjning inom besöksnäringen, med representanter från bland annat näringslivet, utbildning, Arbetsförmedlingen och regionen. Branschen är överens om att högre kvalitet och fler platser till

¹⁷ BFUF (2019). *Karriär i besöksnäringen. En studie av rörlighet och karriärvägar inom svensk besöksnäring*. https://bfuf.se/wp-content/uploads/2019/03/Rorlighet_karriarvagor_11_04_webb.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

Statens offentliga utredningar (SOU 2017:95). *Ett land att besöka. En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring*. http://www.sou.gov.se/wp-content/uploads/2017/12/SOU-2017_95-webb.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

¹⁸ I SOU (2017:95) hänvisas till Tillväxtverket (2014). *Företagens villkor och verklighet 2014*. Info 0563. https://tillvaxtverket.se/download/18_a48a52e155169e594d4c3c/1465462637927/F%C3%B6retagens%20villkor%20och%20verklighet%202014.pdf Länk hämtad 221219.

¹⁹ Skolverket (2022). *Nationella programråd för yrkesutbildning på gymnasial nivå*. <https://www.skolverket.se/om-oss/organisation/nationella-programrad-for-yrkesutbildning-pa-gymnasial-niva> Länk hämtad 221219.

²⁰ Tillväxtverket (2017). *Utbildningar riktade mot turism. Nationell kartläggning*. Rapport 0211. https://tillvaxtverket.se/download/18_1ccec71644fb94f746abcb/1530863907083/Rapport%200211_112-1.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

yrkesförberedande gymnasieutbildningar är viktigt för att öka antalet anställningsbara. STUA skriver:

I dagsläget motsvarar inte antalet gymnasieplatser turismindustrins behov, trots att en yrkesutbildning är det största kravet för en anställning i branschen.²¹

En liknande bild framträder i Jämtland Härjedalen Turisms kompetensbarometer (2021), där cirka en tredjedel av de deltagande företagen anser att det saknas utbildningar för besöksnäringen. I undersökningen framgår att det ofta är grundläggande områden som ekonomi, marknadsföring och ledarskap som efterfrågas.²²

Även bransch- och arbetsgivarorganisationen Transportföretagen (2022) menar att antalet utbildningsplatser är för få:

Antalet elever på transportnäringens gymnasieutbildningar (har) utvecklats positivt under senare år. Men alla som vill gå utbildningarna får inte möjligheten då det inte finns tillräckligt många utbildningsplatser.²³

I en rapport från Trafikverket (2021) framgår att det råder brist på utbildningsplatser inom järnvägsbranschen, och att det är otydligt för unga människor att de kan söka sig till utbildningar som ger arbete inom branschen. Här är dessutom kvinnor underrepresenterade i de flesta delområden.²⁴

En annan faktor som försvårar kompetensförsörjningen är att vissa gymnasieutbildningar som leder till hotell- och restaurangyrken inte ger högskolebehörighet, vilket gör dem mindre attraktiva. Från och med höstterminen 2023 kommer alla nationella yrkesprogram i gymnasieskolan att ge grundläggande högskolebehörighet, vilket förväntas öka söktrycket.²⁵ Per Lydmar, ordförande i Visita Stockholm, säger:

Många ungdomar vet inte vad de vill göra på längre sikt och vill kunna välja karriär längre fram. Därför stängs dörren till vår bransch när vi så tidigt som på högstadiet tvingar eleverna att välja. Vi ser ju att dessa utbildningar förlorar i elever idag, så därför är det mycket positivt att det nu kommer att ske en förändring som gör det möjligt att återigen få högskolebehörighet.²⁶

Transportföretagen (2022) framhåller att arbetsmarknadsutbildningar i Arbetsförmedlingens regi är en mycket viktig källa till kompetens för flera delbranscher inom transportnäringen. Det förekommer emellertid att

²¹ Region Sörmland (2022). Förstudierapport. Operativ förstudie branschforum turismindustrin.

²² Jämtland Härjedalen Turism (2021-06-21). *Kompetensbarometern i JH juni 2021*. <https://jht.se/kompetensbarometern-i-jh-juni-2021/> Länk hämtad 2022-11-23.

²³ Transportföretagen (2022). *Transportnäringen och framtidens arbetsmarknad*. <https://www.transportforetagen.se/om-oss/rapporter/rapporter-om-kompetensforsorjning/> Länk hämtad 2022-11-23.

²⁴ Trafikverket (2021). *Kompetensförsörjning i infrastrukturbranschen - Underlagsrapport till Förslag till nationell plan för transportinfrastrukturen 2022–2033*. Publikationsnummer 2021:220. <http://trafikverket.diva-portal.org/smash/get/diva2:1615338/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

²⁵ Svenskt näringsliv (2022-02-16). *Hotell- och restaurangbranschen vittnar om svårigheter att hitta rätt kompetens*. https://www.svensktnaringsliv.se/regioner/stockholm/hotell-och-restaurangbranschen-vittnar-om-svarigheter-att-hitta-r_1181480.html Länk hämtad 2022-11-23. Regeringskansliet (2022-02-01). *Ökade möjligheter till grundläggande behörighet på yrkesprogram*. <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/proposition/2022/02/prop.-20212294/> Länk hämtad 2022-11-29.

²⁶ Svenskt näringsliv (2022-02-16). *Hotell- och restaurangbranschen vittnar om svårigheter att hitta rätt kompetens*. https://www.svensktnaringsliv.se/regioner/stockholm/hotell-och-restaurangbranschen-vittnar-om-svarigheter-att-hitta-r_1181480.html Länk hämtad 2022-11-23.

upphandlingar av utbildningsplatser överklagas, vilket försenar utbildningar och anses drabba näringsens kompetensförsörjning. Transportföretagen menar att omställningssystemet som introduceras hösten 2022 behöver innehålla utbildningar som motsvarar företagens efterfrågan.

De efterfrågar även ökade resurser till fortbildning av lärare inom gymnasieskolan och komvux/yrkesvux för att hålla jämna steg med teknikutvecklingen. Att vuxenutbildningen i stor utsträckning är lokalt och regionalt styrd anses innebära en risk att utbildningssatsningar överlappar varandra eller brister i kvalitet.²⁷

Besöksnäringens aktörer är även aktiva i att ta fram och utveckla kvalitetssäkring av en del komvux/yrkesvux-utbildningar och gymnasieutbildningar. De har bland annat tagit fram ett antal valideringsmodeller för yrken i branscherna. I dag finns modeller för att validera kock, butikssäljare, servering och hotellkonferens. Validering (utveckling, kvalitetssäkring samt främjande av validering i arbetslivet) är dock relativt kostsamt och näringsens aktörer ser behov av att utveckla en långsiktig modell för validering.²⁸

Utveckling, kvalitetssäkring och främjande av validering i arbetslivet förutsätter en stabil och långsiktig finansiering.

Andra insatser som efterfrågas är att höja kännedomen om yrkesutbildningar samt att involvera branschen ännu mer i utbildning på alla nivåer för att säkerställa att utbildningarna matchar företagens behov. Ökad certifiering av yrkesutbildningar på gymnasienivå efterfrågas också, både som kvalitetssäkring och för att höja utbildningarnas attraktivitet.²⁹

Som detta avsnitt har visat, är bilden av utbildningssystemet mångfacetterad. Så här resonerar en regional främjandeaktör kring utbildningssystemet och utbildningsbehoven:

Vi behöver inte fler utbildningar utan kanske färre med högre kvalitet som motsvarar näringsens behov och som är attraktiva för eleverna.

När vi frågar företagen om de saknar någon utbildning så svarar de ibland att de saknar utbildningar som redan finns. Alltså känner de inte till utbudet av utbildningar. Närmare dialog mellan utbildningar och näringsliv är alltså nyckeln. Det faller på till exempel destinationsbolagen att vara länken, då småföretagen inte har detta högst på sin agenda.

Och tillägger:

Utbildningarna måste matcha näringsens behov, men ibland har företagen svårt att förmedla sina behov – [de har] svårt att bedöma sina framtida behov av kompetens och utbildningar i ett övergripande perspektiv. Och många företagare premierar att "gå den långa vägen" i stället för utbildning.

²⁷ Transportföretagen (2022). *Transportnäringen och framtidens arbetsmarknad*. <https://www.transportforetagen.se/om-oss/rapporter/rapporter-om-kompetensforsorjning/> Länk hämtad 2022-11-23.

²⁸ Statens offentliga utredningar (SOU 2017:95). *Ett land att besöka. En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring*. http://www.sou.gov.se/wp-content/uploads/2017/12/SOU-2017_95-webb.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

²⁹ Region Sörmland (2022). *Förstudierapport. Operativ förstudie branschforum turismindustrin*

4.2 Kompetensutveckling

Utöver ny personal med rätt kompetens behövs kompetensutveckling för befintliga anställda/företagsägare. Det kan handla om alltifrån generell affärsmässig kompetens, kompetens för att möta nya utmaningar (till exempel inom internationalisering och digitalisering) till branschspecifika behov inom till exempel ledarskap, bokningssystem och validering.³⁰

Besöksnäringen anses generellt ligga efter vad gäller insatser för kompetensutveckling av befintliga medarbetare. En undersökning från SCB (2018) visar till exempel att det är en låg andel anställda inom hotell- och restaurangbranschen som deltar i kurser, jämfört med samtliga branscher.³¹ Även inom handeln är det en signifikant lägre andel av de anställda som deltar i kurser än genomsnittet på arbetsmarknaden, vilket beskrivs i en rapport från Handels (2018).³²

Från företagets sida menar många att branschen måste göras mer attraktiv för att locka medarbetare på en arbetsmarknad där många branscher konkurrerar om arbetskraften. Branschen behöver bli bättre på att utveckla den befintliga personalen.³³ Fia Westerberg, Head of People and Culture på Winn Hotel Group, säger:

*Besöksnäringen ligger efter när det gäller att kompetensutveckla sina medarbetare ... Vi måste bli bättre på att låta medarbetarna utvecklas inom branschen och erbjuda nya karriärmöjligheter internt. Och det räcker inte att skicka personalen på utbildning en gång per år, utan kompetens är en färskvara som vi måste jobba med konstant.*³⁴

I detta sammanhang menar Åberg (2017) i sin avhandling att begreppen kunskap och kompetens är viktiga att diskutera när det gäller besöksnäringens arbetskraft:

*De låga [utbildnings-] nivåerna ... refererar till formell kunskap även om det är en kompetens av annat slag som anses vara mest användbar inom servicesektorn i stort och turismen i synnerhet. Dessutom har majoriteten av de med turismspecifik utbildning i Sverige läst den på lägre akademisk nivå, såsom gymnasiet. Detta gör att de har låga formella nivåer men samtidigt direkt relevant kunskap. Relevansen i att diskutera kunskapsbehoven inom turism i termer av utbildningsnivåer kan därmed ifrågasättas.*³⁵

³⁰ Statens offentliga utredningar (SOU 2017:95). *Ett land att besöka. En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring.* http://www.sou.gov.se/wp-content/uploads/2017/12/SOU-2017_95-webb.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

³¹ SCB (2018). *Vuxnas deltagande i utbildning – personalutbildning och andra former av utbildning.* Temarapport 2018:1

³² Handels (2018). *En kompetens handel. Omställning och kompetensförsörjning i handeln.* Handels rapporter 2018:1.

³³ Besöksliv (2021-03-26). *Flexibel framtid i arbetslivet.* <https://www.besoksliv.se/reportage/flexibel-framtid-i-arbetslivet/> Länk hämtad 2022-11-23.

³⁴ Besöksliv (2021-03-26). *Flexibel framtid i arbetslivet.* <https://www.besoksliv.se/reportage/flexibel-framtid-i-arbetslivet/> Länk hämtad 2022-11-23.

³⁵ Kajsa G. Åberg (2017). *Anyone could do that. Nordic perspectives on competence in tourism.* Umeå Universitet, GERUM 2017:4. <http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1144705/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

5. Matchningsproblem

Att matcha det nuvarande utbildningssystemets volymer och kvalitet till arbetsmarknadens behov är svårt. Och det är ännu svårare om siktet är inställt på arbetsmarknadens framtida behov. Så är fallet även när det gäller besöksnäringens nuvarande och framtida behov. Det är därför inte förvånande att många av de identifierade problemen kan relateras till matchning.

5.1 Systemet för matchning

Systemet för matchning består av flera olika delar. För det första bygger det på kunskap och prognoser. Flera organisationer arbetar med att ta fram kunskapsunderlag kring vilka kunskaper och kompetenser som behövs nu och i framtiden, samt vilka konsekvenser detta skulle få för utbildningssystemets volymer. Kunskapsunderlagen skickar signaler till utbildningsanordnare kring vilka utbildningarna som skulle behöva expandera. De kan också utgöra ett underlag för informerade utbildningsval för potentiella studenter. Denna styrning via kunskap är dock att betrakta som "mjuk".

Som komplement till detta finns utbildningsaktörer med särskilt ansvar att utbilda mot brister som uppstått på arbetsmarknaden, till exempel Arbetsförmedlingen och Myndigheten för yrkeshögskolan (som särskilt verkar för att utbildningarna tillgodoser arbetslivets behov av kompetens).

I särskilda fall kan regeringen gå in och via regleringsbrev instruera till exempel högskolor att bygga ut specifika utbildningar. Vidare har Riksdagen under 2022 beslutat om ändringar i skollagen, som kommer att ställa krav på att kommuner samverkar och väger in arbetsmarknadens behov när utbildningar inom gymnasieskolan och komvux på gymnasial nivå planeras.³⁶ Men på en övergripande nivå är styrningen av det svenska systemet för matchning mjukt och bygger i huvudsak på studenters intresse för olika utbildningar och yrken.

5.2 Övergripande matchningsproblematik

Enligt Arbetsförmedlingen (2022) råder en övergripande matchningsproblematik på den svenska arbetsmarknaden. Antalet långtidsarbetslösa ökade under pandemin och det fanns redan många inskrivna arbetslösa som inte fått arbete trots flera år med stark efterfrågan på arbetskraft. De arbetssökandes kompetenser matchar inte arbetsgivarnas efterfrågan. Strukturomvandlingens allt högre krav på yrkesutbildning kan komma att förvärra situationen ytterligare och arbetssökande med kort utbildning riskerar att fastna i arbetslöshet och få en ännu svårare situation på arbetsmarknaden.³⁷ Samtidigt finns inom besöksnäringen när detta skrivs (nov-22) cirka 6-7 000 lediga jobb som i flertalet fall inte kräver några särskilda förkunskaper, utan där man lär sig på arbetsplatsen.³⁸

³⁶ Skolverket (2022). *Regional planering och dimensionering av gymnasial utbildning*. <https://www.skolverket.se/skolutveckling/anordna-och-administrera-utbildning/anordna-utbildning-pa-gymnasieniva/anordna-utbildning-pa-gymnasial-niva/regional-planering-och-dimensionering-av-gymnasial-utbildning> Länk hämtad 230117.

³⁷ Arbetsförmedlingen (2022). *Arbetsmarknadsutsikterna våren 2022*. Utvecklingen på arbetsmarknaden 2022-2023. Arbetsförmedlingen analys 2022:13 <https://mb.cision.com/Public/1326/3585467/be16930ccd6032e6.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

³⁸ Sweco (oktober 2022). Intervju med branschföreträdare.

5.3 Besöksnäringens utbildade tar jobb i andra branscher

Utöver den allmänna problematiken på arbetsmarknaden har ett antal matchningsproblem identifierats för besöksnäringen. Ett av dessa är att många studenter som påbörjar en yrkes- eller vuxenutbildning inom hotell och restaurang sedermera väljer att ta anställning i andra branscher än besöksnäringen. Att de väljer att inte ta arbete inom näringen betecknar BFUF (2022) som *"ett glapp, ett fel i matchningen"*³⁹, vilket åtminstone delvis torde kunna förklaras av besöksnäringens bristande attraktivitet som arbetsplats.⁴⁰

Åberg (2017) presenterar en likartad bild: endast ett fåtal av de som går specifika besöksnäringens utbildningar återfinns sedan i branschen. Däremot har många som arbetar i branschen helt andra utbildningar. En orsak är enligt Åberg att det i praktiken är en stor skillnad mellan de kunskapskrav som återfinns inom turismforskningen (*turismspecifik insikt*) och vad som ofta prioriteras vid rekryteringar (*förståelse för lokala/regionala nätverk, vara en förtroendeingivande person*).⁴¹ Denna bild bekräftas av Janstad & Norrsén (2019). Deras studie visar att även om den tekniska utvecklingen och globaliseringen ställer allt högre krav på kunskap och kompetens, finns det ett glapp mellan besöksnäringens kompetensbehov och akademisk turismutbildning.⁴²

5.4 Vilket slags kompetens värdesätts?

Åberg (2017) menar vidare att eftersom besöksnäringen har många faktorer som begränsar dess attraktivitet (löner, arbetsvillkor med flera), är det en stor utmaning att skapa incitament för personalen att stanna kvar. Därför föreslås att synen på besöksnäringens kompetenskrav bör omformuleras, från att alltför ensidigt fokusera på de *låga akademiska kunskapskraven* till att i högre grad framhålla värdet av *förmågan att navigera socialt och med bred kompetens*. Åberg skriver:

*Praktisk och uppgiftsspecifik utbildning ges ju främst i yrkesutbildande gymnasieprogram, lärlingsutbildningar etc men dessa anses ofta just vara på låg utbildningsnivå. De ger dock en hög nivå av kunnande. I sitt sammanhang. Intressant vore att snarare mäta nivå av kunskapens relevans än dess längd.*⁴³

Att uppvärdera det praktiska kunnandet som behövs i servicesituationer, som inte kan läras genom teoretisk utbildning men som är nödvändigt inom besöksnäringen, kan vara ett sätt att stärka besöksnäringens attraktivitet och

³⁹ BFUF. *I besöksnäringens "nya normala" – hur värderas turismutbildning?*
<https://bfuf.se/projekt/the-new-normal-and-the-changing-value-of-tourism-education/> Länk hämtad 2022-11-23.

⁴⁰ Swecos bedömning, jfr. avsnittet om branschens attraktivitet.

⁴¹ Kajsa G. Åberg (2017). *Anyone could do that. Nordic perspectives on competence in tourism*. Umeå Universitet, GERUM 2017:4. <http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1144705/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

⁴² Peter Janstad & Klas Norrsén (2019). *Vilken funktion har en akademisk turismutbildning i besöksnäringen*. Mittuniversitetet. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1330914/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

⁴³ Mail från Kajsa Åberg till Sweco, 221128.

möjlighet att både rekrytera och behålla sina anställda.⁴⁴ Även detta är en form av matchning – mellan kunskap, kompetens och behov.⁴⁵

6. Kontextuella problem

Flera av de identifierade problemen ligger utanför både utbildningssystemet och besöksnäringen. Dessa benämnes här kontextuella problem. De kan svårligen påverkas av branschen och utbildningsanordnarna men är likväl viktiga för förståelsen för branschens kompetensförsörjningsutmaningar.

Besöksnäringen är personalintensiv och består av ett system där anställda i flera branscher tillsammans erbjuder ett paket och en helhet till gästen.⁴⁶ Denna bredd av arbetskraft innebär att besöksnäringen i hög grad påverkas av utvecklingen på arbetsmarknaden som helhet.

I Arbetsförmedlingens rapport Arbetsmarknadsutsikterna våren 2022 beskrivs en starkt ökad efterfrågan på arbetskraft på bred front under 2021 och inledningen av 2022. Yrken inom områden som i stor utsträckning påverkats av pandemin, däribland besöksnäringen, kan därför få det fortsatt svårt att rekrytera personal. Läget kan bli särskilt utmanande inom yrkesområden där det redan innan pandemin rådde stor efterfrågan på arbetskraft, exempelvis inom hotell och restaurang.

Enligt Arbetsförmedlingens bedömning (våren 2022) kan utvecklingen med ökad sysselsättning och minskad arbetslöshet fortsätta in i 2023, om än i en avtagande takt då konjunkturen väntas mattas av framöver. Samtidigt finns risken att kompetensförsörjningsproblemen i många branscher håller tillbaka jobbtillväxten.⁴⁷ Hösten 2022 bedömer Arbetsförmedlingen att den globala inbromsningen och tilltagande lågkonjunkturen i Sverige medför ökad arbetslöshet under 2023 och 2024, men att bristen på efterfrågade kompetenser består.⁴⁸

I Arbetsförmedlingens yrkesprognos i juni 2021 för de kommande fem åren bedöms jobbomöjligheterna fram till 2026 vara goda på flera delar av arbetsmarknaden. Utbildning är och kommer att bli en allt viktigare faktor för att få ett arbete. Fullföljd gymnasieutbildning är oftast ett grundkrav på svensk arbetsmarknad, och i många branscher tillkommer krav på yrkes- eller högskoleutbildning. Bland de yrken som ofta kräver gymnasieutbildning återfinns en rad yrken inom besöksnäringen, exempelvis kockar, kallskänkor, hovmästare och servitörer.⁴⁹ Rekryteringssvårigheterna finns inom fler branscher kopplade till besöksnäringen. Till exempel beskriver Trafikverket i en

⁴⁴ Kajsa G. Åberg (2017). *Anyone could do that. Nordic perspectives on competence in tourism*. Umeå Universitet, GERUM 2017:4. <http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1144705/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

⁴⁵ Swecos slutsats.

⁴⁶ Region Sörmland (2022). *Förstudierapport. Operativ förstudie branschforum turismindustrin*

⁴⁷ Arbetsförmedlingen (2022). *Arbetsmarknadsutsikterna våren 2022. Utvecklingen på arbetsmarknaden 2022-2023. Arbetsförmedlingen analys 2022:13* <https://mb.cision.com/Public/1326/3585467/be16930ccd6032e6.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

⁴⁸ Arbetsförmedlingen (2022). *Arbetsmarknadsutsikterna hösten 2022. Utvecklingen på arbetsmarknaden 2022-2024*. <https://mb.cision.com/Public/1326/3684068/bee45f3fdeb31f7.pdf> Länk hämtad 230117.

⁴⁹ Arbetsförmedlingen (2021-06-29). *Ny prognos: här finns jobben 2026*. <https://arbetsformedlingen.se/om-oss/press/pressmeddelanden?id=5F7B2437BB2A75E9> Länk hämtad 2022-11-23.

rapport från 2021 att det även inom transportsektorn råder brist på arbetskraft, exempelvis lokförare, och mycket talar för att behoven av resurser och kompetens inom transportområdet kommer att öka.⁵⁰

I en rapport från 2016 visar Tillväxtverket att besöksnäringens stora spännvidd över branscher medför behov av utbildningskompetens inom ett brett fält, allt från ren hanverksmässighet till it, ekonomi, juridik, ledarkompetens och hållbarhet. Branschens kompetensbehov är således uppdelad i både yrkesspecifik och generell kompetens. Yrkesspecifik kompetens innefattar till exempel kockar, köks-/restaurangbiträden och servitörer, övrig livsmedelsförädling (exempelvis bagare, konditorer) och receptionister, samt personal till genomförande av utomhusaktiviteter, naturupplevelser och naturturism. Till generell yrkeskompetens hör exempelvis internationellt sälj, kommunikation och marknadsföring, konceptutveckling, produktutveckling, ledarskap, arbetsledning och projektledning, bemötande, service och värdskap.⁵¹

Det breda kompetensbehovet exemplifieras i en kartläggning genomförd av Jämtland Härjedalen Turism (se Figur 2). Här listas de etthundra vanligaste yrkena inom besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. De mörkröda (t.ex. kock, liftskötare, servitör, se figur nedan) är direkta yrken inom näringen och de vita (till exempel produktutvecklare, biluthyrare, lavintekniker) är semidirekta. De yrken som markeras med grått (till exempel grafisk formgivare, blåljuspersonal, frisör) är yrken som vid första anblick kanske inte brukar räknas in i besöksnäringen, men som är helt avgörande för att turismen i regionen ska fungera.

Den stora spännvidden i behovet av kompetens innebär att besöksnäringen konkurrerar med många andra branscher, som ofta kan erbjuda bättre villkor. Och även om det enskilda företaget är en attraktiv arbetsgivare som verkar på en attraktiv plats, kan andra slags problem försvåra rekrytering. En företagsföreträdare beskriver:

När vi söker folk till högre positioner, till exempel chefer, så har vi många ansökningar. Det är alltså inte kompetensbrist men det är svårt med kompetensförsörjningen ändå – för branschen matchar inte löneläget för dessa kompetenser, bostäderna på orten är dyra, det är brist på förskoleplatser. Alltså: det är svårt att få alla nödvändiga delar i en rekrytering på plats. Därför samverkar vi med kommunen i många frågor.

Bristen på arbetskraft slår brett mot branschen. Enligt Visita (2021) och Region Sörmland (2022) hindrar den företag från att växa och kan också innebära att besöksnäringens företag tvingas tacka nej till större evenemang, justera menyerna och tvingats välja mellan att ha öppet för lunch eller middag. De mest yrkesskickliga är en förutsättning för att skapa jobb i flera steg – vid brist på utbildade kockar och servicepersonal anställs inte heller biträden eller utbildad

⁵⁰ Trafikverket (2021). Kompetensförsörjning i infrastrukturbranschen - Underlagsrapport till Förslag till nationell plan för transportinfrastrukturen 2022–2033. Publikationsnummer 2021:220. <http://trafikverket.diva-portal.org/smash/get/diva2:1615338/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

⁵¹ Tillväxtverket (2016). Kompetensförsörjning och kompetensbehov inom svensk besöksnäring. Rapport 0197. https://tillvaxtverket.se/download/18.448d2df3160e422a573b787c/1516609938333/Kompetensf%C3%B6rs%C3%B6rjning%20och%20kompetensbehov%20inom%20svensk%20bes%C3%B6ksn%C3%A4ring_Rapport%200197_final.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

personal i samma utsträckning. Det finns även exempel på att företag behövt begränsa sina öppettider, eller rentav stänga sin verksamhet.^{52 53}

Figur 2. 100 jobb inom besöksnäringen i Jämtland Härjedalen⁵⁴



Fastän problemen med hård konkurrens och övergripande kompetensbrist är generella över landet finns även geografiska skillnader. Som exempel bedöms att de gröna industrisatsningarna i Norrbotten kommer att öka efterfrågan på arbetskraft. Detta i en region där arbetslöshetsnivåerna redan är bland de lägsta i Sverige. Här finns en risk att industrin i kraft av höga lönenivåer kommer att ytterligare försvåra andra näringars, till exempel besöksnäringens, tillgång på arbetskraft.⁵⁵ En regional branschföreträdare säger:

Det finns för få att anställa! Alla branscher skriker efter folk här i regionen.

Besöksnäringens företag har starkt varierande möjligheter att påverka sin kompetensförsörjning. ETOUR (Mittuniversitetet) visade i en studie från 2014 att dessa skillnader kan bero på faktorer som geografiskt läge, organisation och företagskultur. Som exempel lyfts "det exklusiva storstadshotellet" vars låga personalomsättning, status och symbolvärde medför att kompetensförsörjningen i realiteten inte behöver vara något problem. Omvänt kan hotell i glesbygd ha ett säsonsberoende som gör det svårt att rekrytera personal (särskilt på helårsbasis), vilket kan försvåra möjligheterna att utveckla

⁵² Besöksliv (2021-08-19). *Coronakrisen har också blivit en kompetenskris*.

<https://www.besoksliv.se/nyheter/coronakrisen-har-ocksa-blivit-en-kompetenskris/> Länk hämtad 2022-11-23

⁵³ Region Sörmland (2022). Förstudierapport. Operativ förstudie branschforum turismindustrin

⁵⁴ Jämtland Härjedalen Turism (2021-05-21). *100 jobb inom besöksnäringen i Jämtland Härjedalen*.
<https://jht.se/100-jobb-inom-besoksnaringen-i-jamtland-harjedalen/> Länk hämtad 2022-11-29.

⁵⁵ Oxford Research (2021). *Behovet av kompetenser när industrin blir grön*.

<https://utvecklanorrbotten.se/media/lzciolp/behovet-av-kompetenser-n%C3%A4r-industrin-blir-gr%C3%B6n.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

verksamheten.⁵⁶ En företagsföreträdare beskriver hur de arbetar för att hantera situationen:

Vi har haft brist på tekniska kompetenser (elektriker, mekaniker) sedan länge. Nu har vi fyllt alla platser. Dessa nyckelkompetenser, som inte är så många, de helårsanställer vi.

Enligt Visita (hösten 2021) upplever medlemsföretagen det som svårast att rekrytera kockar/kallskänkor, följt av restaurang- och kökschefer/köksmästare/souschefer samt hovmästare/servitörer/bartender. Både på kort och lång sikt finns behov av rekrytering av dessa yrkesgrupper. Medlemsföretagen bedömde hösten 2021 att de behövde utöka antalet kockar/kallskänkor med 41 procent inom sex månader, jämfört med antalet helårsanställda. Läget hösten 2021 försvårades emellertid av pandemin med fortsatt osäkra förhållanden. Därefter har 2022 präglats av krig i Europa, kraftigt stigande inflation och fortsatt stor instabilitet. Dessa omvärldsfaktorer försvårar rekryteringen till en i nuläget osäker näring.⁵⁷

Svenskt näringsliv och Visita beskriver (hösten 2021) att många branscher, exempelvis transportnäringen, hotell/restaurang och delar av handeln, har haft en väldigt svår situation under pandemin. Många anställda tvingades lämna branscherna och söka nya jobb, vilket ytterligare försvårar möjligheterna att rekrytera personal med den utbildning och erfarenhet som behövs. Utmaningen med kompetensbrist är således störst där behovet av återhämtning är som störst. Coronakrisen har, för att använda Visitas ord, ”*också blivit en kompetenskris*.”⁵⁸ En branschföreträdare säger:

Numerärt är branschen nästan tillbaka på förpandemiska nivåer, räknat i antal medarbetare. Men skillnaden är att många inte har den erfarenheten som företagen behöver. Och det är brist på erfarna medarbetare. Det här innebär att mer av utbildningen i praktiken vältras över på företagen. Det gör det svårare att ta emot unga och nyanlända.

En företagsföreträdare ger en liknande bild:

Vi har samma volym av jobbansökningar sedan många år, men ser nu en förskjutning i vilka som söker. Historiskt har vi haft en större spridning i åldrar bland de sökande men de som söker nu är väldigt unga (19-20) – detta är en pandemieffekt. Vi måste därför lägga mer fokus på basala saker när vi introducerar nya medarbetare.

En regional främjandeaktör fyller i:

Vi ser att personer som tidigare stannade kvar på hemorten och valde att jobba i besöksnäringen, de har under pandemin sökt sig till industrin i grannkommunerna – och där stannar de.

⁵⁶ Kristina Zampoukos (2014). *Kompetensförsörjning, arbetskraftsörslighet och innovationsförmåga – fallstudier av tre hotellföretag*. ETOUR, Mittuniversitetet. https://www.miun.se/siteassets/forskning/center-och-institut/etour/publikationer/etour-rapport-2014-5_kompetensforsorjningpdf Länk hämtad 2022-11-23.

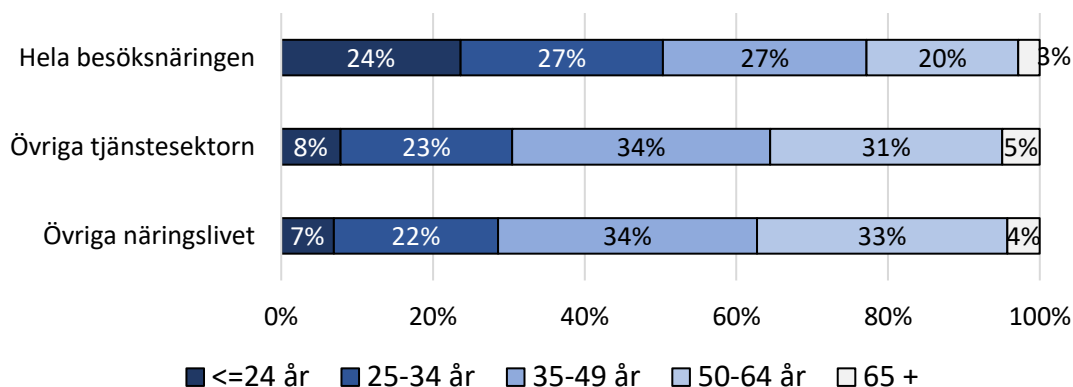
⁵⁷ Region Sörmland (2022). Förstudierapport. *Operativ förstudie branschforum turismindustrin*

⁵⁸ Besöksliv (2021-08-19). *Coronakrisen har också blivit en kompetenskris*. <https://www.besoksliv.se/nyheter/coronakrisen-har-ocksa-blivit-en-kompetenskris/> Länk hämtad 2022-11-23

Svenskt näringsliv (2021-10-22) *Kompetensbristen – en tickande bomb*. https://www.svensktnaringsliv.se/regioner/vastra-gotaland/kompetensbristen-en-tickande-bomb_1175729.html Länk hämtad 2022-11-23.

Det arbetar fler yngre i besöksnäringen än i övriga tjänstesektorn. Som visas i Figur 3 är andelen unga under 25 år cirka tre gånger högre än i övriga tjänstesektorn och i näringslivet som helhet.

Figur 3 Åldersfördelning inom besöksnäringen, övriga tjänstesektorn respektive övriga näringslivet år 2020⁵⁹ (SCB)



En undersökning genomförd av Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällsfrågor (MUCF), riktad till 6 000 slumpmässigt utvalda unga i åldern 16–29 år, visar att det blivit vanligare bland unga att prioritera trygga och förutsägbara anställningar samt att kunna kombinera sitt arbete med familjeliv och fritid.⁶⁰ I en undersökning genomförd av Academic Work och Kantar Sifo framkommer att unga (akademiker) värderar relativt allmänna saker som trevliga kollegor och bra arbetsmiljö, bra lön samt intressanta och utmanande arbetsuppgifter, högt.⁶¹

En liknande bild framträder i en undersökning genomförd av Institutet för Näringslivsforskning (IFN) och Institutet för Social Forskning (SOFI). Den visar att fler ungdomar under pandemin, jämfört med tidigare, sökte sig till utbildningar som de upplever ger trygga anställningar, goda arbetsutsikter och högre löner.⁶² Samma slags faktorer – trevlig miljö och trevliga kollegor, hög lön samt möjlighet till balans mellan arbetsliv och fritid/familjeliv är enligt undersökningen Ungdomsfokus de viktigaste faktorerna när 15-29-åringar väljer var de vill arbeta.⁶³

Sett till att medelåldern bland de som arbetar inom besöksnäringen är förhållandevis låg, är det i frågan om kompetensförsörjning väsentligt att förstå denna målgrupp. Deras preferenser är svåra att påverka, men företag och

⁵⁹ SCB, bearbetning Sweco

⁶⁰ MUCF (2019). *Unga med attityd. Arbete & Arbetsmarknad*.
https://www.mucf.se/sites/default/files/2019/09/unga_med_attityd_2019_del_2_arbete_och_arbetsmarknad.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

⁶¹ Academic Work (2019). *Young Professional Attraction Index. Sverige 2019*.

⁶² Research Institute of Industrial Economics (2021). IFN Working Paper No. 1420, 2021. From Epidemic to Pandemic: Did the COVID-19 Outbreak Affect High School Program Choices in Sweden? Aino-Maija Aalto, Dagmar Müller and J. Lucas Tilley.

⁶³ Rasmussen Analys och Konungens stiftelse Ungt Ledarskap (2022). *Ungdomsfokus 2022*.
<https://www.ungtledarskap.cdn.triggerfish.cloud/uploads/2022/03/Ungdomsfokus-2022.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

andra aktörer i branschen kan ha nytta av att förstå och, i den mån det är möjligt, anpassa sig för att bättre möta/matcha dem.

Samlad kommentar

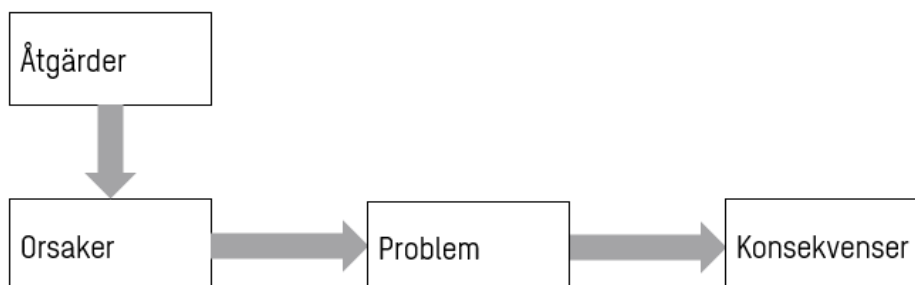
Den potentiella arbetskraften, dess behov och preferenser, är en del i det pussel som sammantaget skapar kompetensförsörjning. Och facit finns redan tillhanda: besöksnäringen är i hög grad beroende av unga människor som arbetskraft, men alltför få av dem väljer att ta jobb inom näringen samtidigt som det dessutom råder brist på erfaren arbetskraft. Det står klart att få väljer att stanna kvar i besöksnäringen längre fram i livet – redan efter 25 års ålder är det betydligt färre som arbetar i besöksnäringen än i andra branscher.

Besöksnäringen erbjuder intressanta, utmanande och meningsfulla arbetsuppgifter, en lärorik miljö och möjlighet till personlig utveckling. Men det faktum att unga människor förefaller värdera god arbetsmiljö, bra lön och möjlighet att kombinera arbete och fritid/familjeliv – förutsättningar som inte brukar förknippas med besöksnäringen – samtidigt som äldre i hög grad lämnar branschen manar till eftertanke: kan besöksnäringen matcha det som efterfrågas av den presumtiva arbetskraften?

7. Slutsatser och reflektioner

Alla problem har orsaker och konsekvenser, så även kompetensförsörjningsproblemet. I en kausal kedja har de en tydlig relation till varandra, vilket illustreras i den konceptuella figuren nedan. Problemen som identifierats i denna rapport är i hög grad en blandning mellan orsaker och problem. Besöksnäringens bristande attraktivitet, relativt andra branscher, kan till exempel ses som en orsak till att för få personer söker sig dit och en orsak till att många snabbt lämnar branschen. En konsekvens av det kan till exempel vara att företag inte kan expandera eller tvingas ha begränsade öppettider, med minskad lönsamhet som följd. Ett sådant resonemang kan också hjälpa vid utformningen av effektiva åtgärder, så att åtgärderna riktas mot orsakerna snarare än att direkt riktas mot problemet.

Figur 4 Konceptuell skiss över sambandet mellan orsaker, problem, konsekvenser och åtgärder



I de genomgångna rapporterna och de utförda intervjuerna framkommer flera problem avseende branschens kompetensförsörjning. Dessa problem har grupperats i fyra kategorier. En fördel med att gruppera problemen på detta sätt är att det relativt tydligt pekar på vilka aktörer som skulle kunna bidra till problemens lösningar. I den mån problemen har realistiska lösningar är den samlade bedömningen att problemen som hör hemma i branschen och i dess företag bäst kan lösas inom branschen. Problemen som ligger i utbildningssystemet löses mest realistisk i utbildningssystemet i dialog med branschen och dess företrädare.

De kontextuella problemen, som alltså ligger utanför besöksnäringens kompetensförsörjningssystem, är svåra att påverka. Den stora efterfrågan på personal inom många branscher är en försvårande omständighet för besöksnäringen. Denna typ av problem är snarare något som väl utformade åtgärdsförslag måste förhålla sig till för att kunna få effekt.

Problem i besöksnäringen

I arbetet med denna rapport framträder i intervjuer och skriftliga källor en på många sätt positiv bild av att arbeta inom besöksnäringen. Här sätter många, ofta unga och/eller utrikesfödda, sin första fot på arbetsmarknaden. De jobbar några år (eller säsonger/kvällar/helger) i en bransch som är lärorik, på många sätt rolig att jobba i, där de får möta människor och ge service och upplevelser. Ofta finns jobben på en attraktiv plats (t.ex. fjällen) eller på ett attraktivt företag (till exempel den stora hotellkedjan). De får ett mångsidigt, kreativt arbete, ofta i en internationellt präglad miljö. De får värdefulla erfarenheter att ta med sig i sitt fortsatta yrkesliv.

Om unga även fortsättningsvis kommer att stå för en stor andel av näringsens sysselsatta (och inget i det genomgångna materialet tyder på annat) finns det anledning att beakta gruppens preferenser på arbetsmarknaden, för att i den mån det är möjligt stärka näringsens konkurrenskraft gentemot andra branscher.

De många positiva aspekterna till trots är det tydligt, att en av de största utmaningar är att höja attraktiviteten för jobben i besöksnäringen. Arbetsvillkor i form av säsongsarbete, deltidsarbete, stress och obekväma arbetstider må vara mer acceptabla för vissa grupper av anställda (unga exempelvis). Men de bidrar även till att branschen för många blir en genomgångsbransch, med hög personalomsättning, höga kostnader för att rekrytera och introducera, samt en konstant "urlakning" av kompetens som följd. Näringsens problem kan således sammanfattas i:

- Bristande attraktivitet avseende villkor
- Instegsjobb och/eller genomgångsjobb med personal som lämnar branschen snabbt
- Låg värdering av utbildning
- Pandemin har dränerat branschen på erfaren personal

Problem i utbildningssystemet

Utbildningar mot besöksnäringens yrken finns i många former och på flera nivåer, till exempel på gymnasieskolan, högskolan och yrkeshögskolan, men även arbetsmarknadsutbildningar i Arbetsförmedlingens regi och kortare företagsinterna utbildningar etc. Bilden som framträder i de genomgångna rapporterna är att det behövs fler utbildningsplatser och att utbildningens kvalitet behöver öka för att locka fler sökande. Men vad är "kvalitet" och kvalitet för vem? För individen som står i begrepp att börja studera? Eller för besöksnäringensföretaget, som är i behov att anställa? Problemen kopplade till utbildningssystemet kan sammanfattas i:

- För få sökande till gymnasiets yrkesprogram
- För få platser inom till exempel transportutbildning
- Utbildningens kvalitet och relevans
- Besöksnäringen ligger efter andra branscher avseende kompetensutveckling på arbetsplatsen

Matchningsproblem

Det finns en matchningsproblematik på arbetsmarknaden i stort, och besöksnäringen är inget undantag. För att kunna uppnå en bättre matchning behövs kunskap om både utbildningssystemet och branschens kompetensbehov avseende både kvantitet och kvalitet. Och eftersom utbildning sker mot en framtida arbetsmarknad behövs dessutom kunskap om branschens framtida behov. Långa prognoser är för de flesta yrken/kompetenser svåra att göra. Och ytterst är en bättre fungerande matchning helt beroende av potentiella studenters och arbetstagares intresse av att söka sig till besöksnäringen. Orsaken till vad som kan se ut som ett matchningsproblem kan alltså mycket väl ligga i utbildningarnas och yrkenas attraktivitet.

Dessa problem kan sammanfattas i:

- Det finns ingen central aktör med översikt över både branschen behov och utbildningarnas innehåll och volymer
- Hög arbetslöshet, samtidigt allmän arbetskraftsbrist
- Många som utbildar sig med inriktning mot besöksnäringen tar jobb i andra branscher

Kontextuella problem

Det faktum att besöksnäringen är personalintensiv och har ett brett behov av kompetens, ofta med gymnasieutbildning, innebär att näringen konkurrerar med en rad andra branscher om samma arbetskraft. I coronapandemins kölvatten har problemen förvärrats. Om unga även fortsättningsvis kommer att stå för en stor andel av näringens sysselsatta kan det finnas anledning att beakta gruppens preferenser på arbetsmarknaden, för att i den mån det är möjligt stärka näringens konkurrenskraft gentemot andra branscher. Att näringen förknippas med låga trösklar – "*Anyone could do that*"⁶⁴ – kan å ena sidan underlätta rekrytering, å andra sidan innebära att utbildade människor väljer att arbeta i branscher som upplevs ge bättre möjligheter till utveckling. De kontextuella problemen kan sammanfattas i:

- Stor allmän efterfrågan på arbetskraft
- Besöksnäringen konkurrerar med många andra branscher om samma arbetskraft
- Branschen behöver matcha människors preferenser vid val av arbete

Vägen framåt

Denna rapport har kartlagt de problem avseende besöksnäringens kompetensförsörjning som lyfts i skriftliga källor och i de intervjuer vi genomfört. Det blir en lång lista med problem, som i själva verket är en blandning av problem och orsaker. Ambitionen i denna rapport stannar vid denna kartläggning och kategorisering av problemen. Vi hoppas att detta kan utgöra ett underlag för ett fortsatt arbete att prioritera vilka orsaker och problem som realistiskt skulle kunna åtgärdas, och av vilka aktörer detta kan och bör göras.

⁶⁴ Kajsa G. Åberg (2017). *Anyone could do that. Nordic perspectives on competence in tourism*. Umeå Universitet, GERUM 2017:4. <http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1144705/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

8. Källförteckning

8.1 Skriftliga källor

Academic Work (2019). *Young Professional Attraction Index*. Sverige 2019.

Aino-Maija Aalto, Dagmar Müller and J. Lucas Tilley.(2021). *From Epidemic to Pandemic: Did the COVID-19 Outbreak Affect High School Program Choices in Sweden?* IFN Working Paper No. 1420, 2021. Research Institute of Industrial Economics

Arbetsförmedlingen (2022). *Arbetsmarknadsutsikterna hösten 2022. Utvecklingen på arbetsmarknaden 2022-2024*. Arbetsförmedlingen analys 2022:18. <https://mb.cision.com/Public/1326/3684068/bee445f3fdeb31f7.pdf>
Länk hämtad 230117.

Arbetsförmedlingen (2022). *Arbetsmarknadsutsikterna våren 2022. Utvecklingen på arbetsmarknaden 2022-2023*. Arbetsförmedlingen analys 2022:13. <https://mb.cision.com/Public/1326/3585467/be16930ccd6032e6.pdf>
Länk hämtad 2022-11-23.

Arbetsförmedlingen (2021-06-29). *Ny prognos: här finns jobben 2026*. <https://arbetsformedlingen.se/om-oss/press/pressmeddelanden?id=5F7B2437BB2A75E9> Länk hämtad 2022-11-23.

Arbetsmiljöverket. <https://www.av.se/globalassets/filer/arbetsmiljoarbete-och-inspektioner/upphandling/restaurangbranschen-folder.pdf?hl=restaurang> Länk hämtad 221220.

Besöksliv (2021-08-19). *Coronakrisen har också blivit en kompetenskris*. <https://www.besoksliv.se/nyheter/coronakrisen-har-ocksa-blivit-en-kompetenskris/> Länk hämtad 2022-11-23

Besöksliv (2021-03-26). *Flexibel framtid i arbetslivet*. <https://www.besoksliv.se/reportage/flexibel-framtid-i-arbetslivet/> Länk hämtad 2022-11-23.

BFUF (2021). *Attraktiva arbetsgivare. Employer branding I besöksnäringen*. <http://tu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1526957/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

BFUF (2019). *Karriär i besöksnäringen. En studie av rörlighet och karriärvägar inom svensk besöksnäring*. https://bfuf.se/wp-content/uploads/2019/03/Rorlighet_karriarvagar_11_04_webb.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

BFUF. I besöksnäringens "nya normala" – hur värderas turismutbildning? <https://bfuf.se/projekt/the-new-normal-and-the-changing-value-of-tourism-education/> Länk hämtad 2022-11-23.

Handels (2018). *En kompetens handel. Omställning och kompetensförsörjning i handeln*. Handels rapporter 2018:1.

Hotell- och restaurangfacket (2017). *Schyssta städvillkor? Hotell- och restaurangfackets undersökning om hotellstädares arbetsmiljö 2017*. https://www.hrf.net/app/uploads/2018/03/Rapport_Enk%C3%A4t-hotellst%C3%A4dare-2017.pdf Länk hämtad 221220.

Jämtland Härjedalen Turism (2022-09-05). *"Skistarmodellen" – för rekrytering och kompetensförsörjning*. <https://jht.se/skistarmodellen-for-rekrytering-och-kompetensforsorjning/> Länk hämtad 2022-11-23.

Jämtland Härjedalen Turism (2021-06-21). *Kompetensbarometern i JH juni 2021*. <https://jht.se/kompetensbarometern-i-jh-juni-2021/> Länk hämtad 2022-11-23.

Jämtland Härjedalen Turism (2021-05-21). *100 jobb inom besöksnäringen i Jämtland Härjedalen*. <https://jht.se/100-jobb-inom-besoksnaringen-i-jamtland-harjedalen/> Länk hämtad 2022-11-29.

Kajsa G. Åberg (2017). *Anyone could do that. Nordic perspectives on competence in tourism*. Umeå Universitet, GERUM 2017:4. <http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1144705/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

Kristina Zampoukos (2014). *Kompetensförsörjning, arbetskraftsrörlighet och innovationsförmåga – fallstudier av tre hotellföretag*. ETOUR, Mittuniversitetet. https://www.miun.se/siteassets/forskning/center-och-institut/etour/publikationer/etour-rapport-2014-5_kompetensforsorjningpdf Länk hämtad 2022-11-23.

MUCF (2019). *Unga med attityd. Arbete & Arbetsmarknad*. https://www.mucf.se/sites/default/files/2019/09/unga_med_attityd_2019_del_2_arbete_och_arbetsmarknad.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

Oxford Research (2021). *Behovet av kompetenser när industrin blir grön*. <https://utvecklanorbotten.se/media/lzcioelp/behovet-av-kompetenser-n%C3%A4r-industrin-blir-gr%C3%B6n.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

Peter Janstad & Klas Norssén (2019). *Vilken funktion har en akademisk turismutbildning i besöksnäringen*. Mittuniversitetet. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1330914/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

Rasmussen Analys och Konungens stiftelse Ungt Ledarskap (2022). *Ungdomsfokus 2022*. <https://www.ungtledarskap.cdn.triggerfish.cloud/uploads/2022/03/Ungdomsfokus-2022.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

Regeringskansliet (2022-02-01). *Ökade möjligheter till grundläggande behörighet på yrkesprogram*. <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/proposition/2022/02/prop.-20212294/> Länk hämtad 2022-11-29.

Region Sörmland (2022). *Förstudierapport. Operativ förstudie branschforum turismindustrin*.

SCB (2018). *Vuxnas deltagande i utbildning – personalutbildning och andra former av utbildning*. Temarapport 2018:1.

Skolverket (2022). *Regional planering och dimensionering av gymnasial utbildning*. <https://www.skolverket.se/skolutveckling/anordna-och-administrera-utbildning/anordna-utbildning-pa-gymnasieniva/anordna-utbildning-pa-gymnasial-niva/regional-planering-och-dimensionering-av-gymnasial-utbildning> Länk hämtad 230117.

Statens offentliga utredningar (SOU 2017:95). *Ett land att besöka. En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring*. http://www.sou.gov.se/wp-content/uploads/2017/12/SOU-2017_95-webb.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

Svenskt näringsliv (2022-02-16). *Hotell- och restaurangbranschen vittnar om svårigheter att hitta rätt kompetens.*

https://www.svensktnaringsliv.se/regioner/stockholm/hotell-och-restaurangbranschen-vittnar-om-svarigheter-att-hitta-r_1181480.html Länk hämtad 2022-11-23.

Svenskt näringsliv (2021-10-22) *Kompetensbristen – en tickande bomb.*

https://www.svensktnaringsliv.se/regioner/vastra-gotaland/kompetensbristen-en-tickande-bomb_1175729.html Länk hämtad 2022-11-23.

Tillväxtverket (2022). *Turismräkenskaperna.*

<https://tillvaxtverket.se/statistik/turism/turismrakenskaperna.html> Länk hämtad 2023-01-16.

Tillväxtverket (2018). *Vardag och framtid för turismföretagen.* Rapport 0250.

<https://tillvaxtverket.se/download/18.5c941007162f6338fa5b8a72/1525440231341/0250%20Vardag%20och%20framtid%20f%C3%B6r%20turismf%C3%B6retagen.pdf> Länk hämtad 2022-11-29.

Tillväxtverket (2017). *Utbildningar riktade mot turism. Nationell kartläggning.*

Rapport 0211.

https://tillvaxtverket.se/download/18.1ccecdd71644fb94f746abcb/1530863907083/Rapport%200211_1122-1.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

Tillväxtverket (2016). *Kompetensförsörjning och kompetensbehov inom svensk besöksnäring.* Rapport 0197.

https://tillvaxtverket.se/download/18.448d2df3160e422a573b787c/1516609938333/Kompetensf%C3%B6rs%C3%B6rjning%20och%20kompetensbehov%20inom%20svensk%20bes%C3%B6ksn%C3%A4ring_Rapport%200197_final.pdf Länk hämtad 2022-11-23.

Tillväxtverket (2014). *Företagens villkor och verklighet 2014.* Info 0563.

<https://tillvaxtverket.se/download/18.a48a52e155169e594d4c3c/1465462637927/F%C3%B6retagens%20villkor%20och%20verklighet%202014.pdf> Länk hämtad 221219.

Trafikverket (2021). *Kompetensförsörjning i infrastrukturbranschen -*

Underlagsrapport till Förslag till nationell plan för transportinfrastrukturen 2022–2033. Publikationsnummer 2021:220. <http://trafikverket.diva-portal.org/smash/get/diva2:1615338/FULLTEXT01.pdf> Länk hämtad 2022-11-23.

Transportföretagen (2022). *Transportnäringen och framtidens arbetsmarknad.*

<https://www.transportforetagen.se/om-oss/rapporter/rapporter-om-kompetensforsorjning/> Länk hämtad 2022-11-23.

8.2 Intervjuer

Sweco har intervjuat 6 representanter för följande organisationer med koppling till besöksnäringen. I texten redovisade citat är i vissa fall sammandrag av ett längre resonemang under intervjun.

- Jämtland Härjedalen Turism
- Luleå tekniska universitet (LTU)
- Skistar
- Swedish Lapland Visitors Board
- Sörmlands Turismutveckling AB (STUA)
- Visita

9. Bilaga 1: Besöksnäringens branscher

Besöksnäringen är en bred näring med många olika branscher. I denna rapport har vi valt att använda de branscher som ingår i de nationella turismräkenskaperna och handel. Turismräkenskaperna är de nationella räkenskaper som syftar till att beskriva turismens påverkan på Sveriges ekonomi och sysselsättning.⁶⁵ Handel har också inkluderats eftersom turismen bidrar till en betydande del av handelns omsättning. Sammanlagt är det 13 olika branscher (Tabell 1) och avgränsas med hjälp av Standard för svensk näringsgrensindelning (SNI 2007).

Att analysera och redovisa samtliga turismbranscher (som besöksnäringens branscher benämnes i statistiksammanhang) skulle bli svårt och sannolikt svårtolkat. Vi har därför valt att dela in turismbranscherna i större kategorier enligt Tabell 1 Branschindelning nedan. Övriga näringslivet kategoriserar vi in i övriga tjänstesektorn⁶⁶ och i övriga näringslivet.

Tabell 1 Branschindelning

Turismbransch	Kategori
Logiverksamhet	Bo
Kultur och nöje	Göra
Sport och fritid	Göra
Järnvägstransport	Resa
Vägtransport	Resa
Sjöfart	Resa
Lufttransport	Resa
Uthyrning och leasing av motorfordon	Resa
Resebyrå- och researrangörsverksamhet	Resa
Restaurang och caféverksamhet	Äta
Dagligvaruhandel	Handla
Drivmedelshandel	Handla
Sällanköpsvaruhandel	Handla

⁶⁵ Mer information om turismräkenskaperna finns på [Tillväxtverkets hemsida](#).

⁶⁶ Tjänstesektorn definierar vi som SNI sektion G-S exklusive K och O