

Efterspurgte personlige- og karrierekompetencer hos aftagervirksomheder af dimittender på markedsførings- og handelsøkonom fra Dania

Birgitte Nygaard Alexandersen

Marianne Aardalsbakke

2024-2025

Indholdsfortegnelse

a. Baggrund og undersøgelsens formål	3
b. Metode og undersøgelsesdesign:	4
Dataindsamlingsmetode.....	4
Udvikling af spørgeskema.....	5
Population, stikprøveudvælgelsesmetode og svarprocent.....	6
Undersøgelsens kvalitet.....	7
Forventninger til undersøgelsen.....	7
c. Beskrivende analyse af undersøgelsen	7
Baggrundsspørgsmål og spørgsmål om respondenternes nuværende arbejdsplads.....	8
Efterspurgte konkrete kompetencer	11
Efterspurgte personlige karakteregenskaber	13
Efterspurgte karriereopbyggende kompetencer	14
Prioritering af kompetencer	16
d. Analyse og vurdering af underspørgsmål til problemformuleringen	20
e. Konklusion	21
Bilagsoversigt	22

a. Baggrund og undersøgelsens formål

Der er i de senere mange år kommet et øget politisk fokus på i hvilket omfang vi som videregående uddannelsesinstitution er i stand til at klæde vores studerende på til den praksis de møder som dimittender. Altså har dimittendernes beskæftigelsesegnethed (den danske oversættelse af 'employability') fået større og større opmærksomhed.

Employability er ifølge Andersen og Jacobsen (Andersen, 2017) og Bhagra og Sharma (Bhagra, 2018) først kommet på dagsorden i uddannelsessektoren i det 21. århundrede, som følge af at medarbejdere i dag oftere skifter arbejde end tidligere. Virksomhederne er nu i forhold til tidligere, i mindre omfang villige til at tage ansvar for og investere i træning af deres nye medarbejdere.

Denne ændring kan også ses i Bologna-processen i 1999. Her besluttede undervisningsministrene fra 29 europæiske lande, via The European Higher Education Area (Education, 1999), at formålet med samarbejde skulle være 'at øge underviseres og studerendes mobilitet og fremme beskæftigelsesegnetheden'.

Vi ved fra forskningen, at der helt overordnede er tre typer af kompetencer, der efterspørges af erhvervslivet: Hard skills (faglige kompetencer), soft skills (personlige kompetencer) og career skills (karrierekompetencer). Forskningen viser i øvrigt, at de mest efterspurgte personlige kompetencer ikke er entydige hos aftagerne (virksomhederne) (Madsen, 2020).

World Economic Forum (WEF) undersøger dog hvilke færdigheder og kompetencer, der er de mest efterspurgte globalt i deres rapport 'Future of Jobs' (World Economic Forum, 2023), hvor disse omtales som '21st century skills'. Denne undersøgelse blev første gang gennemført og præsenteret i 2016 og er anerkendt af mange, som kompetencer der efterspørges af arbejdsmarkedet. Undersøgelsen er baseret på respons fra 803 virksomheder, som tilsammen repræsenterer 11,3 millioner medarbejdere i 27 brancher i 45 lande (World Economic Forum, 2023).

Dette projekt vil især fokusere på personlige kompetencer og karrierekompetencer, da de faglige kompetencer varierer fra uddannelse til uddannelse og er givet i studieordningen. Vi undersøger forhold, der implicit ligger i de overordnede læringsmål både for markedsføringsøkonom og handelsøkonom uddannelserne. Det relaterer sig til såvel færdighedsmål, men endnu mere til de overordnede kompetencemål for uddannelserne. Projektet har fokus på dannelseselementet, som er afgørende for at den studerende lykkes med at udøve de faglige kompetencer i erhvervet. Ydermere er projektet særligt relevant i forhold til praktikken og de tilhørende læringsmål på uddannelserne.

I dette forskningsprojekt er vi særligt nysgerrige på at finde ud af:

- i hvilket omfang der er *entydighed* i hvilke personlige kompetencer, der efterspørges hos vores aftagervirksomheder af dimittender på markedsførings- og handelsøkonom fra Erhvervsakademi Dania.
- hvilke *personlige- og karrierekompetencer* der efterspørges hos vores aftagervirksomheder for hhv. handelsøkonom og markedsføringsøkonom,
- hvordan efterspørgslen efter 21st century skills afspejler sig konkret hos vores aftagervirksomheder for hhv. handelsøkonom og markedsføringsøkonom

Dette er vigtig viden, som vi vil kunne drage nytte af i vores arbejde med at gøre vores studerende til 'employable' praktikanter og dimittender. Med viden om ovenstående har vi, på de 2 uddannelser mulighed for at prioritere vores indsats ift. det lokale arbejdsmarked, og skabe en endnu bedre overgang fra

uddannelse til beskæftigelse. Formålet er at fremelske professionel adfærd i erhvervet, således studerende, praktikanter og dimittender fremstår professionelle i relationen med erhvervet.

Projektet forventes også at skabe værdi for Danias aftagervirksomheder på denne måde:

- Mere beskæftigelsesparate praktikanter og dimittender, der har de forventede karrieremæssige og personlige kompetencer.
- Større udbytte af praktiksamarbejde og projektsamarbejde.
- Dimittender med større professionel (herunder både personlig og karrieremæssig) kvalitet
- En afledt effekt kan være at aftagervirksomhederne bliver mere bevidst om hvilke personlige og karrieremæssige kompetencer de søger efter i rekrutteringen.

Et højere niveau i employability hos vores studerende vil alt andet lige skabe værdi for erhvervsakademisektoren, da dimittender vil komme ud med en mere professionel bagage og opleves som studerende af højere kvalitet. Dette vil skabe en større troværdighed og status i sektoren.

b. Metode og undersøgelsesdesign:

Den første fase af projektet startede med at undersøge hvilke forskning vi kunne finde på området, med fokus på DK. Vi tog udgangspunkt i vidensprodukter fra forskningsprojektet 'Employability from day 1' udført på Erhvervsakademi Aarhus. I denne proces erfarede vi at der var gjort et stort stykke arbejde, som vi kunne bygge videre på. Vi dykkede ned i nogle af de mest centrale videnkilder, som blev identificeret i deres litteraturstudie. Desuden læste vi nærmere omkring den forskning, der udføres i forbindelse med undersøgelserne om 21st century skills.

Projektets videnskabsteoretiske udgangspunkt er post positivismen. Herunder arbejder vi ud fra kritisk realisme, meget inspireret af Poppers kritiske rationalisme, men også inspireret af den filosofiske tradition der ligger i pragmatismen.¹

Efter litteraturstudiet endte vi ud med følgende **forskningsspørgsmål** og underspørgsmål:

- **Hvilke personlige- og karrierekompetencer er efterspurgt for dimittender fra markedsførings- og handelsøkonom-uddannelsen?**
 - Hvad er de mest efterspurgt personlige kompetencer?
 - Hvad er de mest efterspurgt karrierekompetencer?
 - Hvordan afspejles efterspørgslen efter 21st century skills (2023) hos vores aftagervirksomheder for hhv. handelsøkonom og markedsføringsøkonom?

Dataindsamlingsmetode

Næste skridt i processen var at udarbejde forskningsdesignet. Vi designede en deskriptiv undersøgelse der tog udgangspunkt i viden tilegnet igennem litteraturstudie. Den valgte undersøgelsesmetode blev besluttet til at omfatte **kvantitative undersøgelse ved hjælp af en survey**. Dette giver mulighed for at generalisere

¹ Pragmatisk baserede forskere tilslutter sig ikke et bestemt videnskabsteoretisk ideal, men har i stedet det ideal at lade problemer og situationer i praksis diktere med hvilke metoder, de skal undersøges, og med hvilke teorier, de skal analyseres, og hvorvidt svaret findes inden for et naturvidenskabeligt, samfundsvidenskabeligt og/eller humanistisk paradigme (Gimmler, 2012).

resultaterne, samt mulighed for at anvende statistiske metoder til analyse og fortolkning. Det gør det også muligt at gennemføre undersøgelsen hurtigere – og det er muligt for andre at replicere undersøgelsen.

Spørgeskemaet blev **distribueret online via e-mails** hvilket igen muliggjorde hurtig distribution og respondenterne havde mulighed for at besvare spørgeskemaet i eget tempo.

Udvikling af spørgeskema

Indholdet i undersøgelsens spørgsmål blev udviklet, dels på baggrund af viden tilegnet igennem tidligere nævnte videnskilder, WEF's rapport 'The future of jobs' (World Economic Forum, 2023), som indeholder de seneste resultater om 21st century skills, og dels på baggrund af Ruth Bridgstock's definition af begrebet, karrierekompetencer (Bridgstock, 2009).

Helt konkret lavede vi spørgsmål omkring personlige- og karriere-kompetencer, med udgangspunkt i de 15 vigtigste kompetencer (core skills 2023) fra WEF's Job Report 2023 s. 38, koblet sammen med de konkrete definerede karrierekompetencer fra artiklen 'The graduate attributes we have overlooked enhancing graduate employability through career management skills'. Tabel 1 viser de kriterier vi endte ud med at ville måle på og stille spørgsmål omkring, grupperet i tre typer af egenskaber/kompetencer: 5 konkrete egenskaber/kompetencer, 9 personlige karakteregenskaber og 4 karriereopbyggende kompetencer.

Tabel 1: Kriterier der blev målt i undersøgelsen

Konkrete egenskaber/ kompetencer	Personlige karakteregenskaber	Karriereopbyggende kompetencer
A. Analytiske evner - evner til at indsamle og analysere data, logisk tænkning, problemløsning og træffe beslutninger B. Kreative evner - evnen til at generere, kommunikere eller anvende opfindsomme ideer, teknikker og perspektiver, ofte i samarbejde med andre C. Systemtænkning – evnen til at have overblik og tænke sammenhænge D. Teknologiske færdigheder - evnen til at bruge, forstå og vurdere teknologi effektivt, sikkert og ansvarlig E. Kunstig Intelligens (AI) og dataanalyse – evnen til at kunne håndtere og se muligheder i AI og dataanalyse	A. Nysgerrig og åben B. Modstandsdygtig, fleksibel og omstillingsparat C. Motiveret D. Pålidelig og detaljeorienteret E. Selvbevidst - Har en positiv, realistisk vurdering af egne evner og færdigheder F. Empatisk og evnen til aktiv lytning G. Evnen til at gå forrest og tage ansvar H. Evnen til at skabe strategiske personlige og professionelle relationer I. Serviceorienteret	A. At have branchekendskab – kende 'spilleregler' i branchen, branche struktur, normer, værdier og kultur B. Kompetencen til at være målrettet i sit karrierevalg C. Kompetencen til løbende at videreudanne sig fagligt og personligt D. Kompetencen til at præsentere sine færdigheder og kompetencer så de fremstår attraktiv for kunder og samarbejdspartnere

Surveyen bestod af 24 lukkede spørgsmål suppleret med mulighed for uddybende kommentarer til hver af de 3 typer af egenskaber/kompetencer og et til undersøgelsen generelt. Spørgeskemaet indledes med multiple-choice spørgsmål der stilles for at få en beskrivelse af respondenterne. Herunder stilles også frekvensspørgsmål mht. antallet af praktikanter virksomhedens har haft de seneste tre år samt hvor tit de har praktikanter. Der blev benyttet vurdering skala ('Importance Rating Scale') for at få respondenterne til at vurdere vigtigheden af de forskellige kompetencer. Dette blev suppleret med 'tvungne rangeringsspørgsmål'

for at kompetencerne/egenskaberne skulle prioriteres i forhold til hinanden. Dette giver et mere nuanceret billede, fordi virksomheder ofte vurderer mange kompetencer som "meget vigtige" og rangeringen tvinger dem til at vælge mellem dem.

Der blev lavet en **pilottest** for at imødekomme u hensigtsmæssigheder i spørgeskemaet. Der var to medlemmer af uddannelsesudvalget for markedsføringsøkonom-uddannelsen, der deltog i denne. Pilottesten blev udsendt pr. mail til medlemmer der havde tilkendegivet, at de ønskede at give feedback på spørgeskemaet. Pilottesten medførte kun et par små justeringer i skemaet.

Population, stikprøveudvælgelsesmetode og svarprocent

Populationen for undersøgelsen er praktikvirksomheder for markedsføringsøkonom- og handelsøkonomuddannelsen på Dania fra de seneste 3 år (gjort op pr. juni 2023). Nedenfor kommer en uddybende beskrivelse af de deltagende virksomheder.

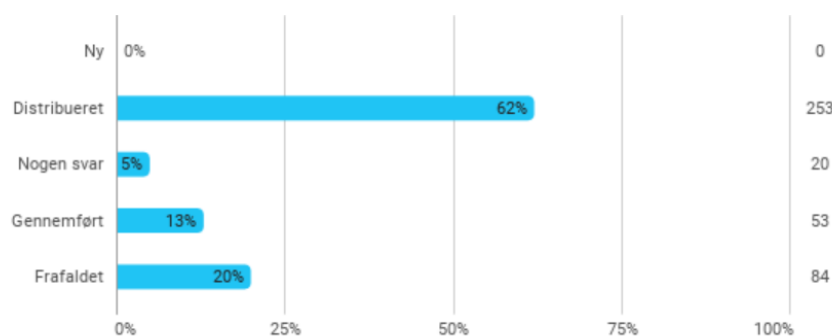
Listen over respondenterne blev trukket fra Danias CRM-system med praktikvirksomheder. Med udgangspunkt i listen gennemførte vi en 'data cleaning' for at undgå redundans og oplagte fejl på listen. Dette endte med en stikprøve på 419 virksomheder, hvor vi gennemfører en **totaltælling**.

93 af de distribuerede e-mails med undersøgelsen kom tilbage med fejlmelding pga. ansættelsesophør eller lignende. 9 respondenter der blev fejlmeldt, blev slettet, og de øvrige 84 kan ses som 'frafaldet' jfr. figur 1. Der blev sendt rykkere ad 3 omgange, og hver gang blev der defineret en deadline for svar.

Det endelige **antal potentielle respondenter er således 326**. I figur 1 vises et overblik over responsen på den distribuerede undersøgelse, hentet fra Survey Exact.

Figur 1 – tabel med oversigt over svar og antal respondenter i undersøgelsen.

Figur 1: Oversigt over populationen



Når vi kigger i tabellen med svar og totalt antal respondenter, så kan vi se at der var en del frafald undervejs. Der var 75 respondenter der besvarede de første 3 spørgsmål, ved spørgsmål 10 var antallet af respondenter nede på 60, og 55 respondenter gennemførte til og med spørgsmål 20. (De sidste 4 spørgsmål handler om deltagelse ved evt. fremtidige undersøgelser.) Vi vælger at inddrage alle svar i vores analyse.

Dette giver således en **korregeret svarprocent på 16,9%**, med **55 respondenter der gennemførte hele undersøgelsen**. En af årsagerne til at undersøgelsen ikke blev gennemført af alle der gik i gang med den,

kunne være at det tog mere tid til at gennemføre end den tid der var angivet i mailen. Vi modtog et svar, der kunne indikere dette.

Vi har brugt **undersøgelsesværktøjet**, Survey Exact, til undersøgelsen.

Svarene på de stillede spørgsmål analyseres med udgangspunkt i **frekvenstabeller**. På baggrund af det lave antal respondenter totalt, er det ikke muligt at lave test for uafhængig eller lignende krydstabuleringsanalyser af de indkomne data, selv om dette var intentionen, da den statistiske usikkerhed ville være alt for høj.

Undersøgelsens kvalitet

For at sikre en højest mulig begrebsvaliditet, blev flere kompetencer/egenskaber uddybet i svarmulighederne, som det ses af tabel 1.

For at sikre en højest mulig reliabilitet blev der spurgt ind til hvilke kompetencer/egenskaber, der blev betragtet som mest attraktive på 3 forskellige måder. Først blev der spurgt ind til hvilke kompetencer/egenskaber respondenter tager i betragtning ved ansættelse af nye medarbejdere indenfor handel, markedsføring og salg. Derefter blev der spurgt ind til vigtigheden af hvert enkelt kriterium. Til sidst skulle respondenter prioritere de 3 grupper af kompetencer/egenskaber (se tabel 1), for derefter til slut at prioritere kriterierne indenfor hver af de 3 kategorier. Den optimale måde at gøre det på, for at undersøge det vi ville undersøge, ville være at respondenter skulle prioritere alle 18 kompetencer/egenskaber op imod hinanden. Dette vurderede vi dog som uhensigtsmæssigt, da det ville blive alt for mange faktorer at skulle prioritere og holde op imod hinanden.

Det faktum at vi anvender alle svar der er givet, selv om respondenter ikke har besvaret alle spørgsmål, kan også betragtes som en svaghed ved undersøgelsen. Men, da vi ikke vil lave statistiske analyser, men udelukkende beskrive de summative resultater vurderes dette til at have mindre betydning for undersøgelsens kvalitet.

Forventninger til undersøgelsen

Ud fra undersøgelsen forventer vi svar på hvilke employability kompetencer (udover de faglige kompetencer), som Danias afgangsvirksomheder efterspørger. Og, vi forventer at der er en overvejende enighed omkring hvilke personlige og karriere kompetencer der er mest efterspurgt. Baggrunden for dette forventede resultat skal findes i litteraturen, der som nævnt viser, at der ikke er enighed blandt afgangsvirksomheder omkring hvilke employability kompetencer, der fører til ansættelse. Dette forskningsprojekt tager dog udgangspunkt i Danmark, som er et lille land, og ansættelse af dimittender fra hhv. handels- og markedsføringsøkonom. Denne afgrænsning gør at vi forventer en større enighed omkring hvilke employability kompetencer, afgrænset til personlige og karriere kompetencer, der fører til ansættelse.

c. Beskrivende analyse af undersøgelsen

I dette afsnit præsenteres de summative besvarelser fra spørgeskemaet. Overskrifterne for afsnittene afspejler strukturen i spørgeskemaet (bilag 1) og svarene på spørgeskemaet findes i bilag 2, som indeholder rapporten med resultaterne fra SurveyExact.

Spørgsmål/udsagn fra spørgeskemaet markeres med *kursiv* i teksten mens de forskellige svarmuligheder præsenteres med *kursiv fed*. Data præsenteres med figurer, som stammer fra selve SurveyXact-rapporten relateret til undersøgelsen.

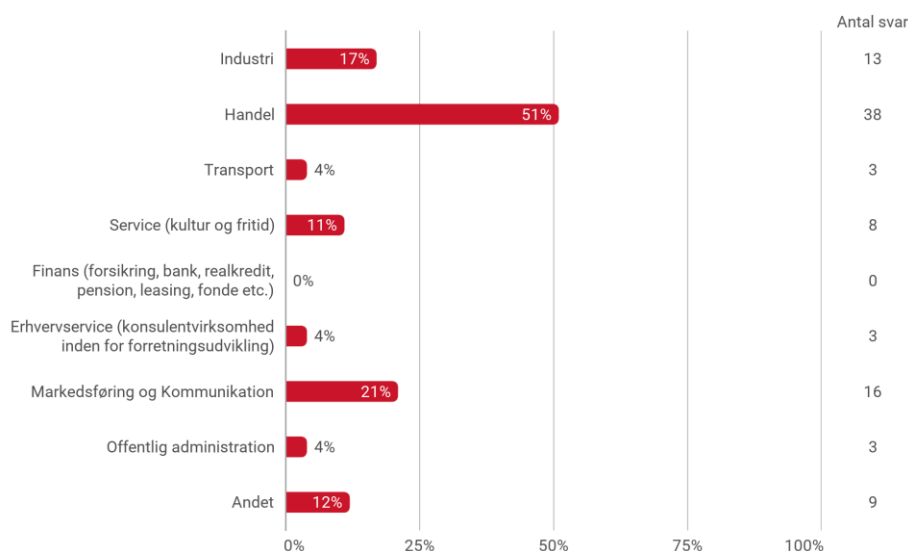
Baggrundsspørgsmål og spørgsmål om respondenternes nuværende arbejdsplads

I dette afsnit behandles spørgsmål fra de første to sektioner i spørgeskemaet. Disse sektioner omfatter respondenternes baggrund samt baggrund for respondenternes arbejdssted/virksomhed, fx branche, region, antal ansatte i virksomheden og historik ift. handelsøkonomstuderende i virksomhedspraktik. Formålet med spørgsmålet er at få indsigt i hvilken type virksomheder stikprøven består i. Tanken var også at disse spørgsmål kunne muliggøre statistiske analyser, hvis antal respondenter havde været højere.

Spørgsmål om virksomheden

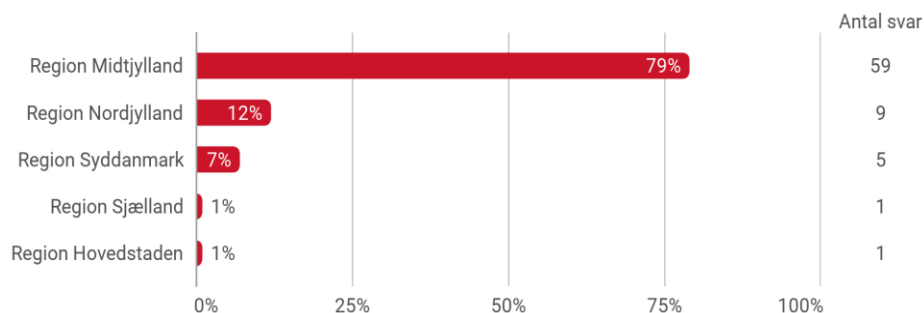
Spørgeskemaet indledes med en række spørgsmål med henblik på baggrundsdata om virksomheden.

Figur 2: Virksomhedsbranche. Spm. 1 - Hvilken branche befinder virksomheden sig i?



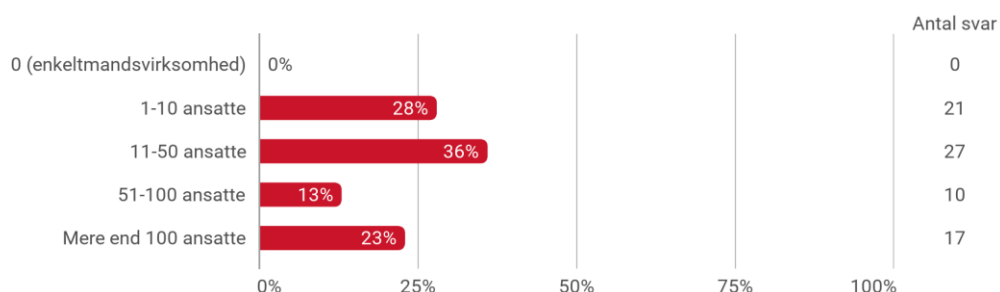
Virksomhederne befinder sig primært i handelsbranchen med 51% af besvarelsene og hhv. markedsføring og kommunikation samt Industri (B2B) kommer ind som nummer to og tre med hhv. 21% og 17%. Enkelte respondenter har uddybet besvarelsen med angivelse af specifik branche. Disse svar fordeler sig med servicebranchen som den største med fem brancheangivelser, industribranchen kommer ind som nummer to med fire angivelser mens der er en angivelse af offentlig administration som branche.

Figur 3: Arbejdssted fordelt på region. Spm. 2 - Hvilken region er dit arbejdssted?



Virksomhederne er for 4/5 deles vedkommende beliggende i region Midtjylland, hvilket var forventeligt da de fleste af vores studerende gennemfører praktik i det lokale eller regionale erhvervsliv – og det er praktikvirksomhederne der udgør stikprøven for undersøgelsen. Region Nordjylland og Region Syd udgør hhv. 12% og 7% af samlede antal arbejdssteder.

Figur 4: Virksomhedsstørrelse. Spm. 3 - Antal ansatte i virksomheden?

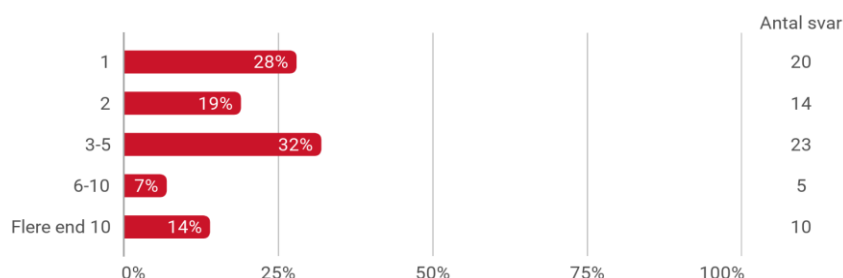


Respondenterne arbejder primært i små og mellemstore virksomheder med 1-50 ansatte (48%) mens næsten en fjerdedel er ansat i store virksomheder med mere end 50 ansatte (27%).

Spørgsmål om praktik

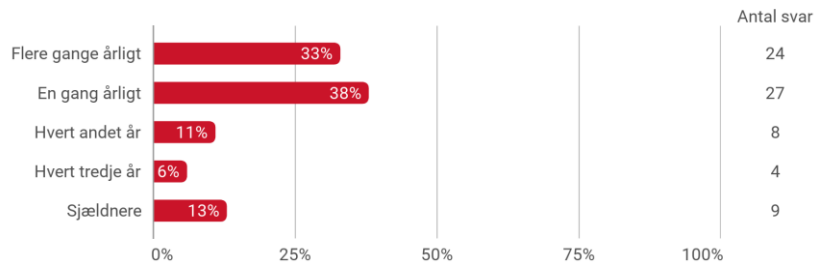
Efter en redegørelse for virksomhedens baggrund følger spørgsmål til virksomhedens brug af praktikanter i ansættelsesforhold, hhv. hvor mange praktikanter inden for salg, markedsføring og handel virksomheden har haft inde for de seneste tre år samt frekvensen af ansættelsesforhold i form af praktikanter på årlig basis.

Figur 5: Spm. 4 - Antal praktikanter i virksomheden inden for salg, markedsføring og handel de seneste tre år



Knap halvdelen af virksomhederne har haft 1-2 praktikanter ansat inden for de seneste tre år (47%), mens en tredjedel af virksomhederne har haft 3-5 praktikanter ansat i samme periode. En mindre gruppe i form af en femtedel af virksomhederne har haft mere end seks praktikanter ansat i samme periode (21%).

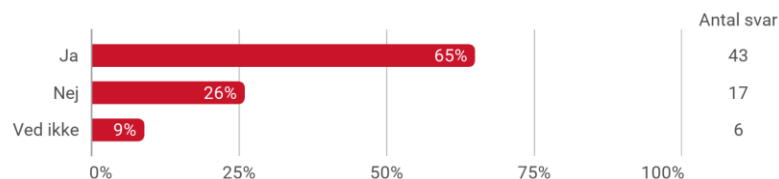
Figur 6: Spm. 5 - Hvor ofte har virksomheden praktikanter (gennemsnitligt) inden for salg, markedsføring og handel?



Langt størstedelen af virksomhederne har praktikanter en eller flere gange årligt (71%) mens et lille mindretal af de adspurgte virksomheder har praktikanter sjældnere end hvert tredje år (13%).

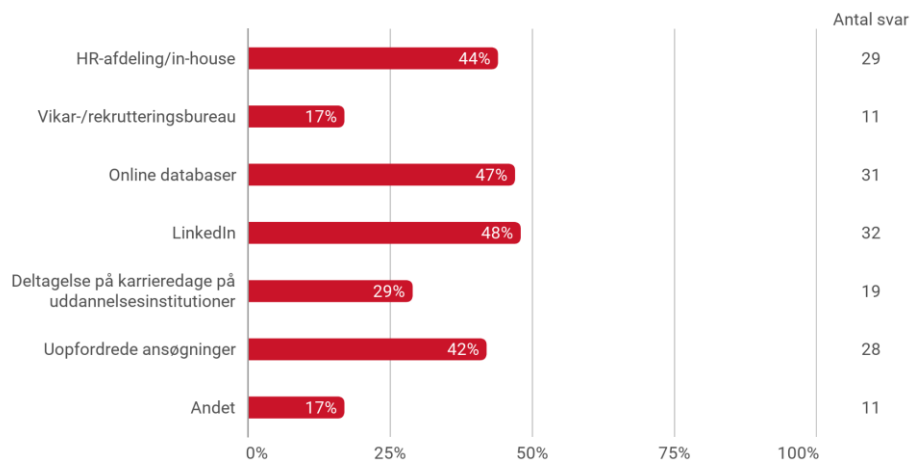
Spørgsmål om rekruttering af medarbejdere generelt (IKKE praktikanter) inden for handel, salg og markedsføring.

Figur 7: Spm. 6 - Har virksomheden tidligere ansat en eller flere medarbejdere med uddannelsen Handelsøkonom eller Markedsføringsøkonom?



Virksomhederne har for 2/3-deles vedkommende erfaring med ansættelse af medarbejdere med en uddannelsesbaggrund som Handels- eller Markedsføringsøkonom. En fjerdedel af de adspurgte har enten ingen erfaring med medarbejdere med denne uddannelsesbaggrund, og 9% kender ikke til uddannelsesbaggrund for ansatte medarbejdere.

Figur 8: Spm. 7 - Hvordan rekrutterer virksomheden nye medarbejdere inden for handel, salg og markedsføring?



Spørgsmålet gav mulighed for at sætte flere krydser, da mange virksomheder benytter flere kanaler i rekrutteringsprocessen.

Som det kan ses af figur 7, rekrutterer virksomhederne i stikprøven nye medarbejdere via LinkedIn, online databaser og uopfordrede ansøgninger med svarprocent på hhv. 48%, 47% og 42%. Rekruttering via deltagelse på karrieredage på uddannelsesinstitutioner udgør 29% af rekrutterede medarbejdere, mens virksomhederne i mindre grad benytter sig af rekrutteringsbureauer eller andre ikke nærmere angivne rekrutteringsformer.

I forhold til svarmuligheden 'HR-afdeling/in-house' anføres, at svaret ikke medtages i analysen, da selve svarmuligheden er uklart formuleret. Svarmuligheden kunne forstås således, at HR-afdelingen står for selve rekrutteringen, og samtidig forstås som 'intern rekruttering' i form af forflytning internt, altså at allerede ansatte medarbejdere i virksomheden ansættes i stillinger. Svaret i form af 29% vurderes dermed ikke validt. Det antages ikke at have indflydelse på svarene ift. de øvrige rekrutteringsmuligheder som følge af muligheden for at sætte flere krydser.

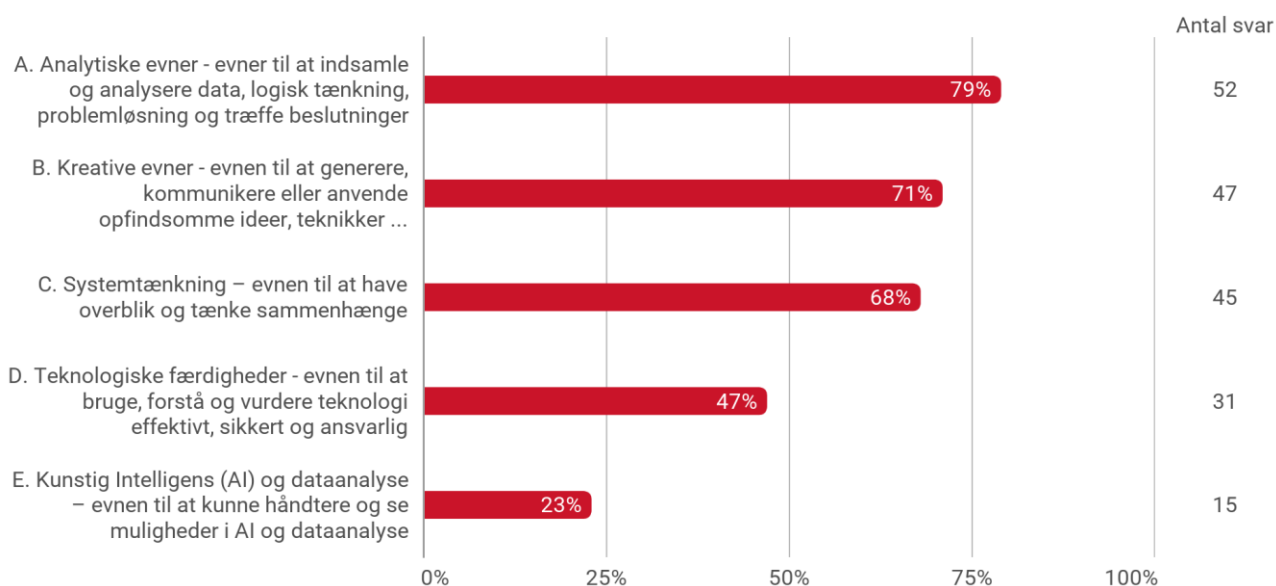
Med muligheden for at sætte flere krydser fordeler ser det ud til at følgende fire metoder benyttes af en stor del af virksomhederne: Online databaser, LinkedIn, deltagelse i karrieredage på uddannelsesinstitutioner samt uopfordrede ansøgninger.

Respondenterne havde mulighed for at svar 'andet' end de opsatte svarmuligheder. Her var der 11 der supplerede at de også benytter andre muligheder. 4 ud af de 11 angiver at rekruttere via netværk. I øvrigt nævnes 'ansættelse af praktikanter', praktikportalen og Dania generelt som rekrutteringskanaler.

Efterspurgte konkrete kompetencer

I dette og de følgende afsnit kommer vi til kernen i besvarelsen af forskningsspørgsmålet. Gennem besvarelsen af de nedenstående spørgsmål får vi svar på hvilke kompetencer og egenskaber respondenterne mener at være bevidste om at de inddrager i overvejelserne ved ansættelser af denne type medarbejdere.

Figur 9: Respons på spm. 8 - Hvilke af nedenstående **konkrete kompetencer tages i betragtning** når du/I ansætter nye medarbejdere inden for handel, markedsføring og salg? (sæt gerne flere krydser)

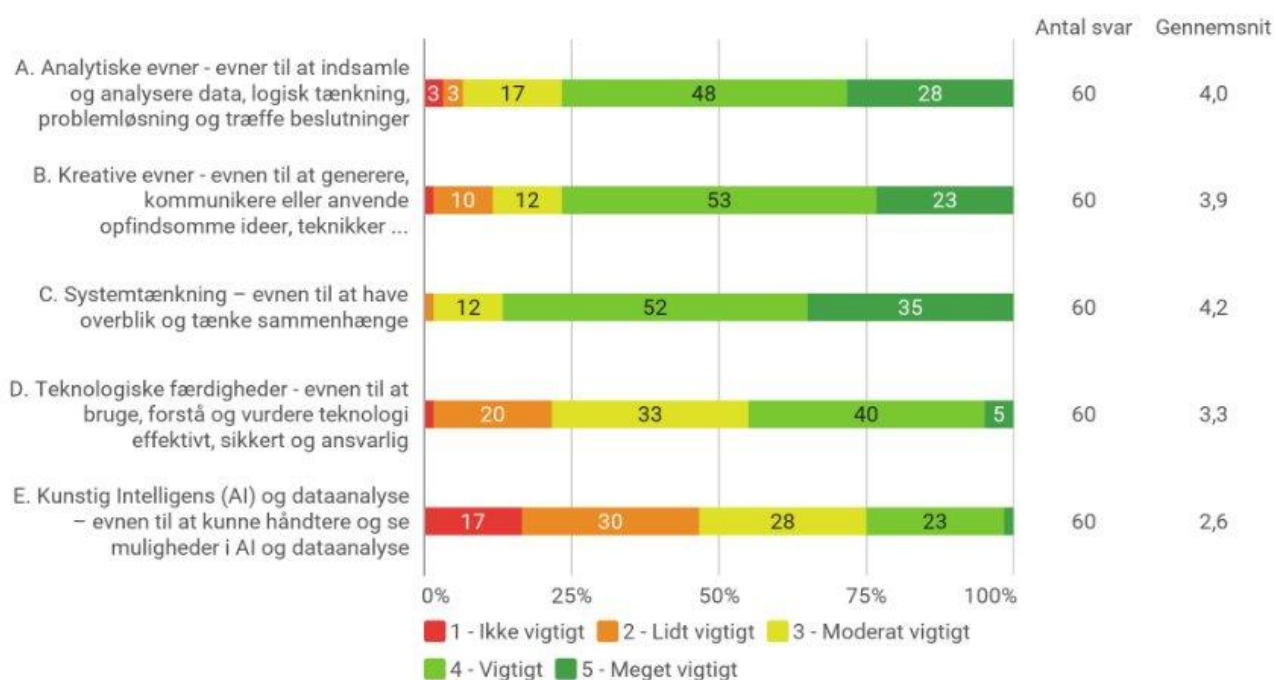


Respondenten har mulighed for at sætte flere kryds i en ikke-prioriteret rækkefølge. Analytiske evner tager førstepladsen som mest efterspurgt konkret kompetence. Ved analytiske evner forstås konkret evnen til at træffe beslutning ud fra dataanalyse, logisk tænkning og problemløsning (79%).

Næst efter på listen står hhv. kreative evner og systemtænkning i betydningen evnen til at bevare overblik og tænke i sammenhænge, hhv. 71% og 68%. Altså er disse tre kognitive orienterede kompetencer klar mest i betragtning ved ansættelser.

Lavest scorer "Evnen til at håndtere og se muligheder i kunstig intelligens og dataanalyse", som blot vægtes med 23%.

Figur 10: Respons på spm. 9 - Hvor vigtig er følgende færdigheder/kompetencer når du ansætter nye medarbejdere indenfor handel, markedsføring og salg – på en skala fra 1-5?



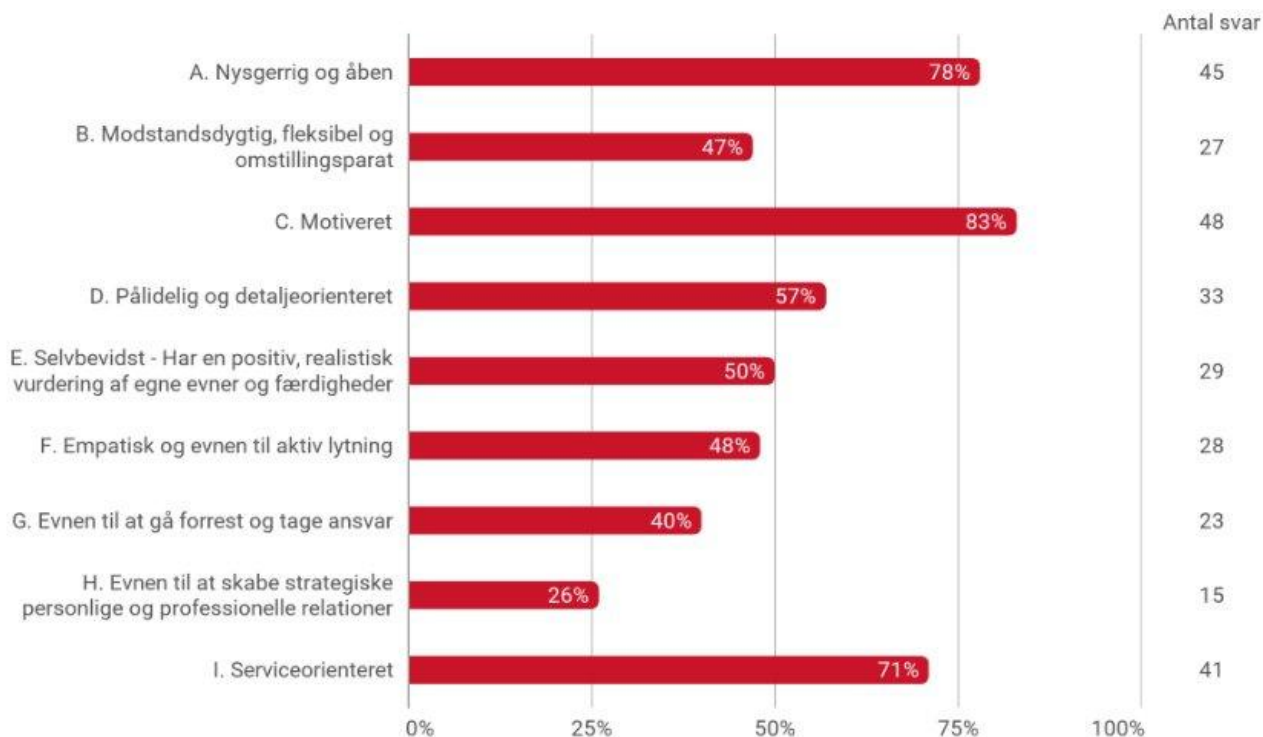
Respondenten blev bedt om at rangere vigtigheden af konkrete kompetencer i forbindelse med ansættelse af nye medarbejdere inden for salg, handel og markedsføring. Her ses, at systemtænkning - evnen til at have overblik og tænke selvstændigt - vægtes højest af de 'konkrete kompetencer', tæt efterfuldt af hhv. analytiske evner og kreative evner. Teknologiske færdigheder og især færdigheder inden kunstig intelligens er mindre vigtige parametre ift. de 3 førstnævnte. Undersøgelsen blev gennemført i 2023, hvilket kan betyde at dette parameter ville kunne betragtes noget anderledes i dag, hvor der er kunstig intelligens

Respondenten blev givet mulighed for at uddybe figur 8 og 9 i et åbent spørgsmål i spm. 10, og her blev kompetencer som 'evnen til løbende at udvikle og omstille' især nævnt som vigtig, ligesom det understreges, at den rette personlighed i forhold til teamet er en meget vigtig parameter.

Hvis man sammenholder svarene på spm. 8 og 9 vises en høj konsistens, selv om systemtænkning får højeste vigtighed og nævnes lidt sjældnere end analytiske og kreative evner. Når systemtænkning efterspørges se det ud til at den er meget vigtig.

Efterspurgte personlige karakteregenskaber

Figur 11: Respons på spm. 11 - 'Hvilke af nedenstående personlige karakteregenskaber tages i betragtning, når du ansætter nye medarbejdere inden for handel, markedsføring og salg? (sæt gerne flere krydser)'

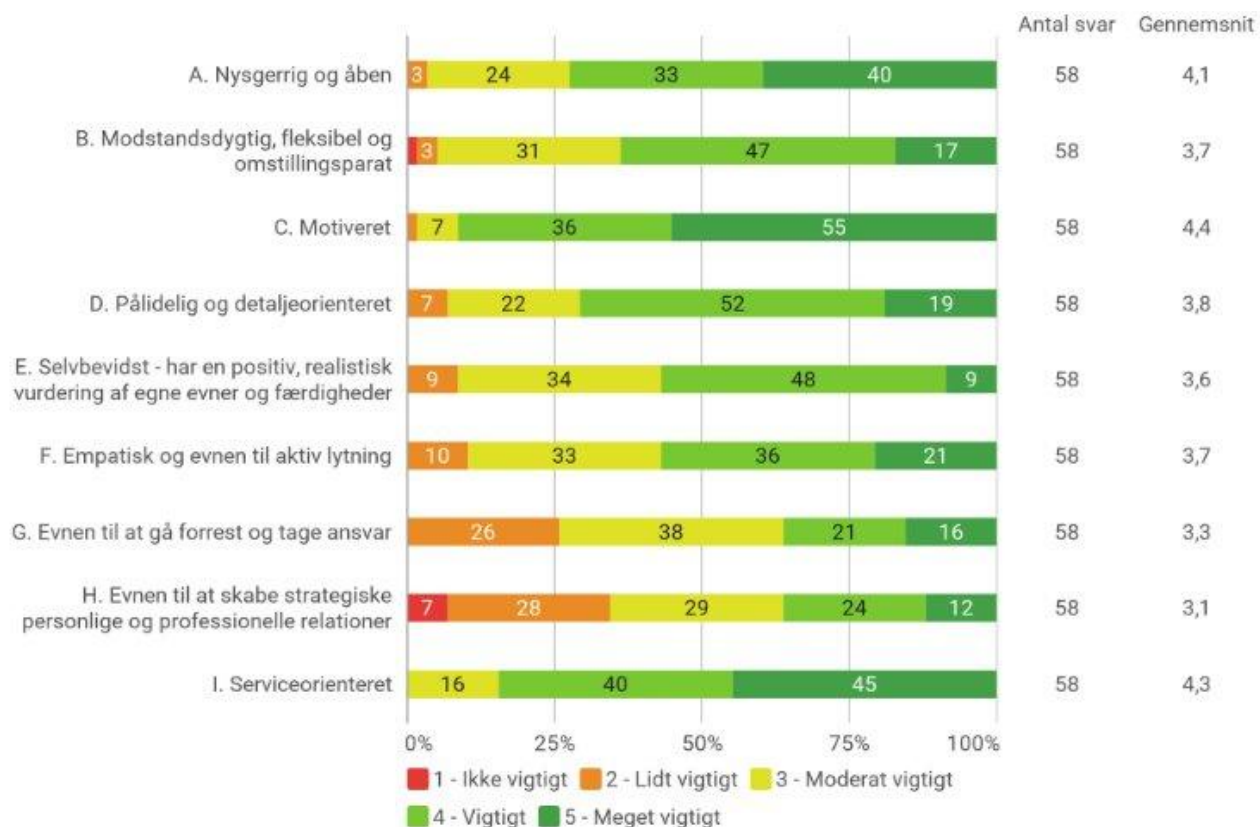


Der blev givet ni svarmuligheder med mulighed for at sætte flere krydser.

Personlige karakteregenskaber der tages i betragtning af flest virksomhederne er, "motiveret", "nysgerrig og åben" samt "serviceorienteret" – hvor hhv. 83% (48), 78% (45) og 71% (41) af virksomheder der har sat kryds ved disse. Derefter kommer i prioriteret rækkefølge egenskaber som "pålidelig og detaljeorienteret", "selvbevidst - med en positiv og realistisk vurdering af egne evner og færdigheder" samt "modstandsdygtig, fleksibel og omstillingsparat" i tillæg til "empatisk og evnen til aktiv lytning".

Mindre vigtigt er medarbejderens evne til at gå forrest og tage ansvar samt evnen til at skabe strategiske personlige og professionelle relationer.

Figur 12: Respons på spm. 12 – 'Hvor vigtig er følgende færdigheder/kompetencer når du ansætter nye medarbejdere indenfor handel, markedsføring og salg – på en skala fra 1-5?'



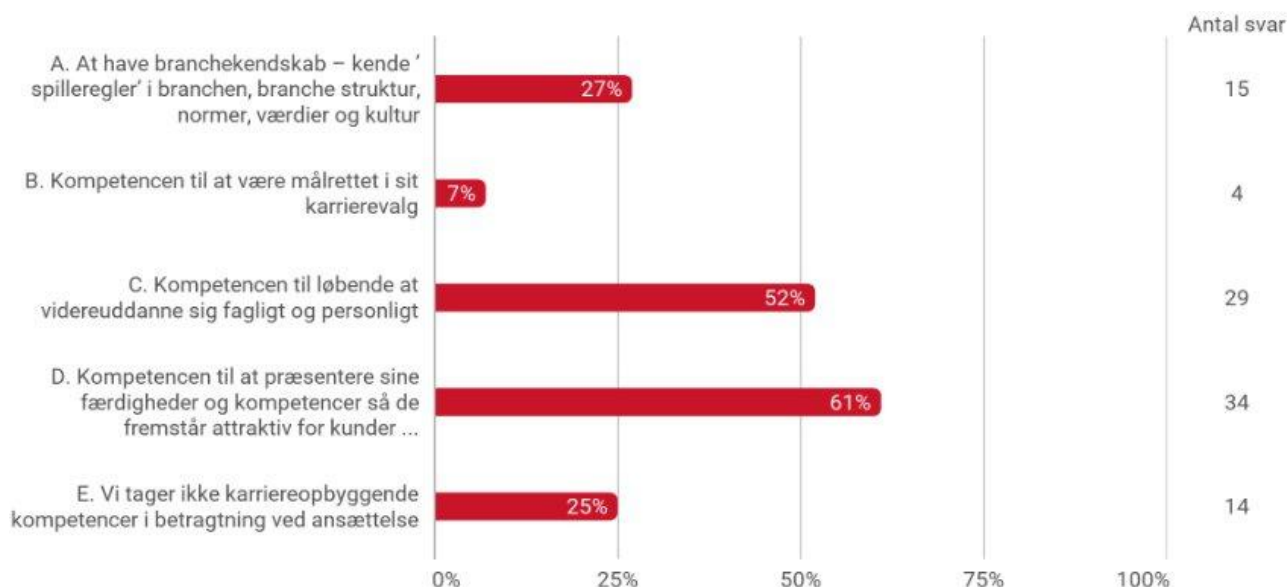
Når virksomhederne skal vurdere vigtigheden af de personlige karakteregenskaber, fremkommer der at 'serviceorienteret' kommer lige i halen af 'motiveret' med værdierne på hhv. 4,2 og 4,4, og 'nysgerrig og åben' vurderes til en gennemsnitlig værdi på 4,1.

Hvis vi sammenholder besvarelsen af spørgsmål 11 og 12, ses et meget konsistent mønster i de karakteregenskaber der tages i betragtning og vurderes vigtigst. 'Evnen til at skabe personlige og professionelle relationer' vurderes mindre vigtigt af virksomhederne, hvilket kan forklares ved at undersøgelsen omhandler dimittender, og dermed nye medarbejdere, som er tidligt i karrieren, hvor strategiske relationer vurderes som knapt så centrale ved ansættelse.

I spm. 13 var der mulighed for eventuelle kommentarer til vigtige 'personlige karakteregenskaber'. Et grundlæggende svar her var, at de personlige karakteregenskaber er vigtige, og at medarbejderen kan lære konkrete faglige egenskaber hen ad vejen.

Efterspurgte karriereopbyggende kompetencer

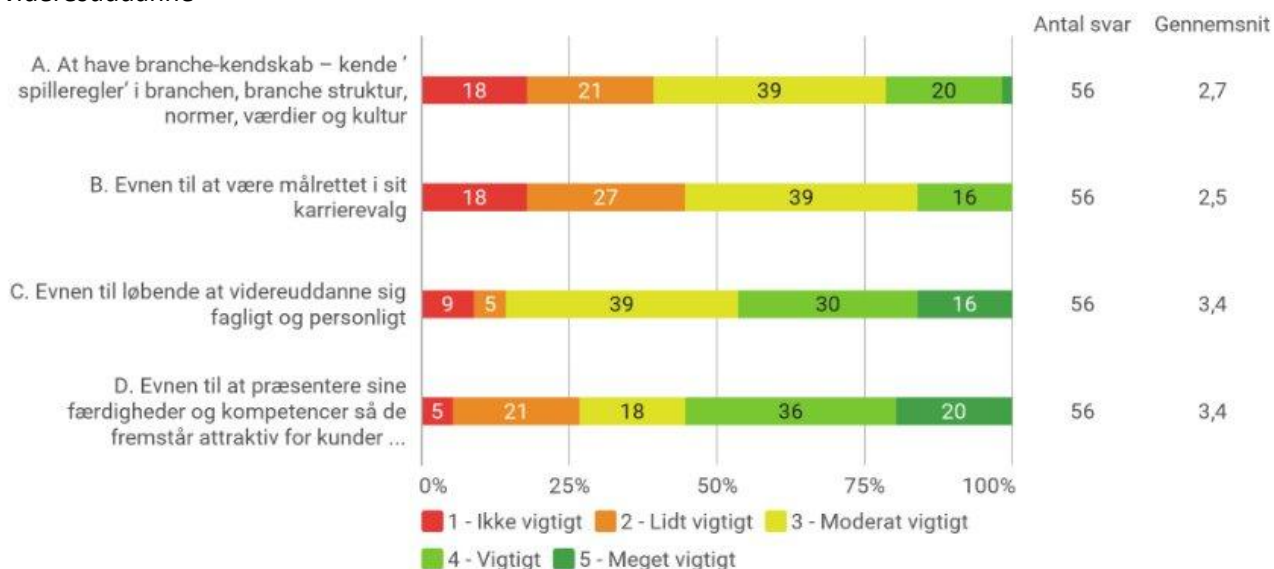
Figur 13: Respons på spm. 14 – 'Hvilke af nedenstående karriereopbyggende KOMPETENCER tages i betragtning, når du ansætter nye medarbejdere inden for handel, salg og markedsføring?'



Tallene for de karriereopbyggende kompetencer der tages i betragtning, ligger generelt noget lavere sammenlignet med både konkrete kompetencer og personlige kompetencer. 'Evnen til at præsentere egne færdigheder og kompetencer' tages i betragtning af flest virksomheder 61% (34), 'evnen til at løbende videreudanne sig nævnes af 52% (29).

Figur 14: Respons på spm. 15 - Hvor vigtig er følgende karriereopbyggende færdigheder når du ansætter nye medarbejdere indenfor handel, markedsføring og salg – på en skala fra 1-5?

videresudanne



Det er de samme karriereopbyggende kompetencer der vurderes vigtigst, som flest virksomheder også overvejer ved nyansættelser – evnen til at præsentere egne færdigheder og kompetencer, og evnen til at løbende at videreudanne sig. Gennemsnitsværdierne viser også her at de ligger lavere end ved spm. 9 og 12, der også måler på vigtighed.

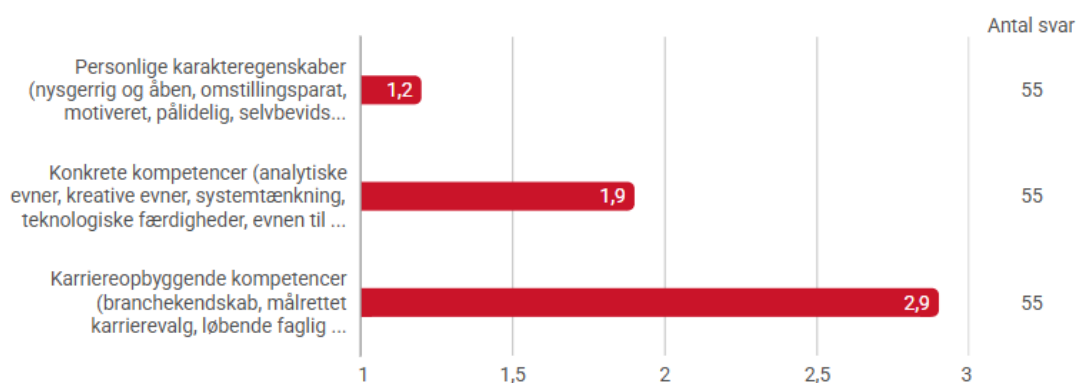
Spørgsmål 16 gav mulighed for eventuelle kommentarer til karriereopbyggende kompetencer. Supplerende kommentarer til vurderingen af karriereopbyggende kompetencer er, at der i besvarelsen er taget udgangspunkt i, at der er tale om et ungt menneske i starten af sin karriere, hvorfor interessen i at tilegne

sig ny viden og nysgerrighed i forhold til at lære vægtes højt. Dette kan hænge sammen med, at undersøgelsen, som tidligere nævnt, omhandler dimittender og dermed nye medarbejdere i begyndelsen af deres karriereforløb, hvor evnen til at lære og udvikle sig vurderes som vigtigere end etableringen af strategiske relationer.

Prioritering af kompetencer

I spørgsmål 17 bliver respondenterne bedt om prioritere de 3 grupper af kompetencer, og responsen kan ses i figur 15.

Figur 15: Prioritering af de tre grupper af kompetencer



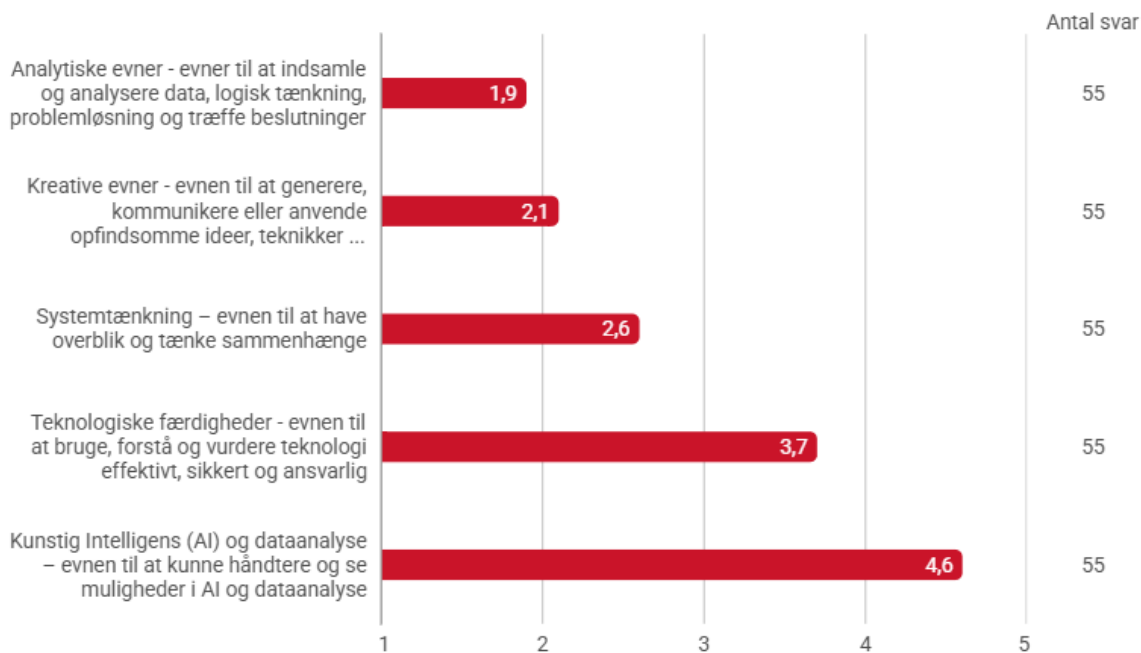
X-aksen: Den gennemsnitlige prioritering af hver af de 3 grupper.

1 = højeste prioritering, 2 = mellemste prioritering, 3 = laveste prioritering

Her prioriteres personlige kompetencer klart højest, hvor karriereopbyggende kompetencer rangeres lavest, mens konkrete kompetencer ligger midt imellem de to øvrige kompetencegrupper. Dette er meget konsistens med respondenternes besvarelse af de øvrige spørgsmål.

I det følgende ses respondenternes rangering af kompetencer indenfor hver af de tre overordnede grupper af kompetencer, som der blev spurgt ind til.

Figur 16: Respons på spm. 18 – prioritering af konkrete kompetencer/egenskaber

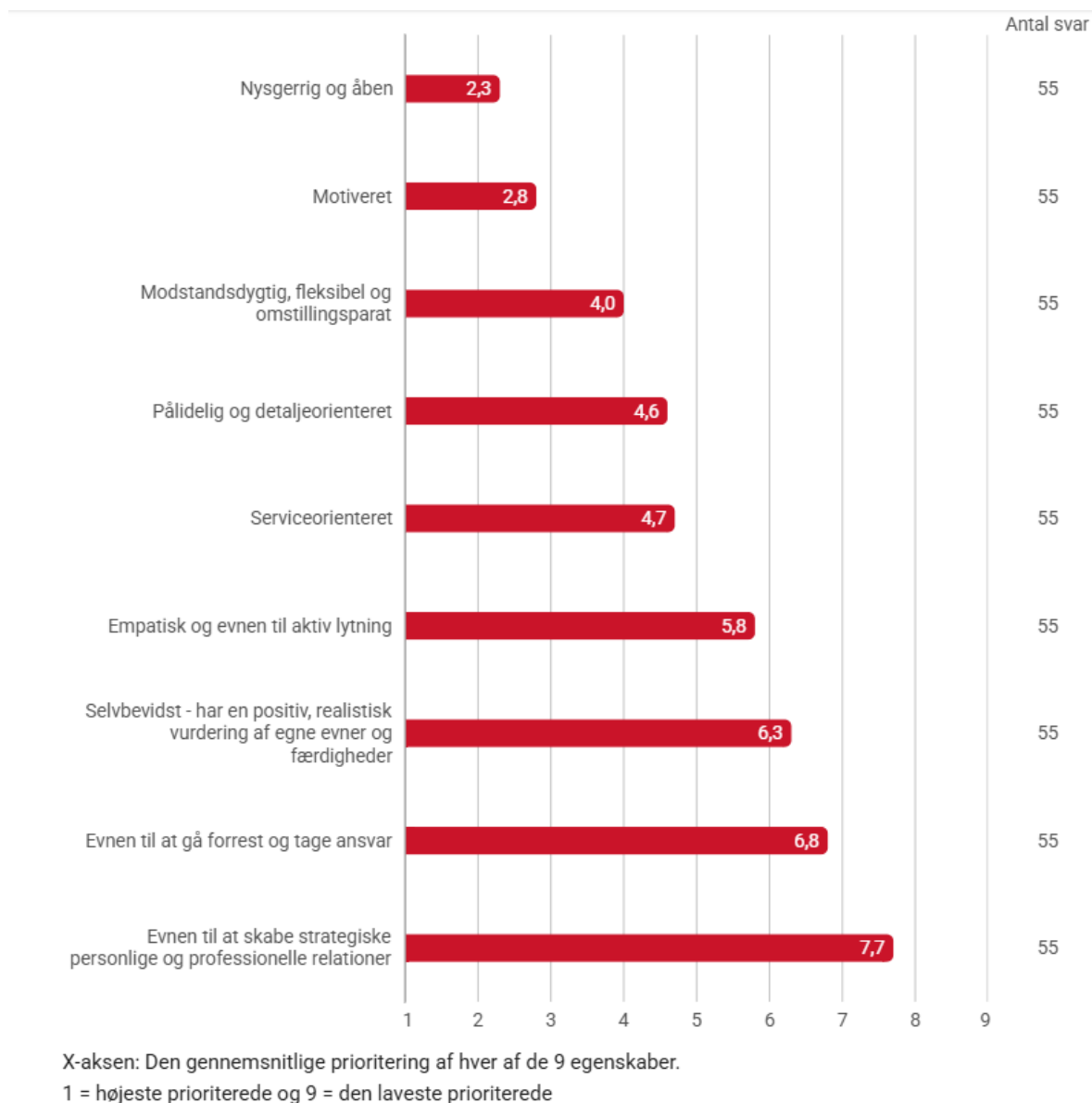


X-aksen: Den gennemsnitlige prioritering af hver af de 5 kompetencer/egenskaber.

1 = højeste prioriterede og 5 = den laveste prioriterede

Her bekræftes det vi kunne se i spm. 8 og 9, hvor de kognitive kompetencer - analytiske evner, kreative evner og systemtænkning - er i top. Altså ses en høj konsistens i svarene. Det eneste der kan nuanceres, er at systemtænkning er højest på Likert-skalaen i spm. 9, og samtidig nr. 3 i rangeringen. Når svaralternativerne alle er vigtige, så kan respondenterne 'tvinges' til et trade off, som så kan spille ind i besvarelsen.

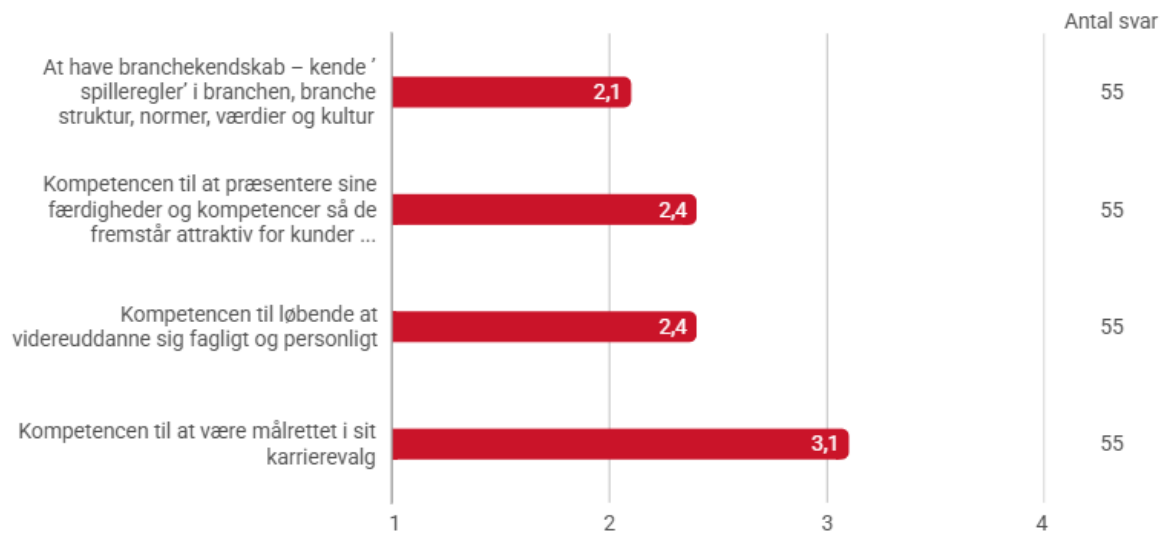
Figur 17: Respons på spm. 19 – prioritering af personlige egenskaber



Her ses at 'motivation' og 'åben og nysgerrig' igen er i top. Altså er disse gennemgående i top i de 3 spørgsmål der vedr. personlige egenskaber (spm. 11, 12 og 19). 'Serviceorientering' ligger nr. 2 på Likert-skalaen i spm. 12, men vurderes alligevel som nr. 3 i rangeringen.

Som nævnt tidligere i forbindelse med spm. 11 og 12, så kan årsagen til den lave prioritering af evnen til at skabe strategiske relationer som knapt så vigtige, da nogle kommentarer tyder på at respondenterne har 'unge/nye' medarbejdere for øje i besvarelsen af spørgeskemaet.

Figur 18: Respons på spm. 20 – prioritering af karriere kompetencer



X-aksen: Den gennemsnitlige prioritering af hver af de 4 kompetencer.

1 = højeste prioriterede og 4 = den laveste prioriterede

Her ses det 'at have branchekendskab' rangeres højest, efterfulgt af 'kompetencen til at præsentere egne færdigheder og kompetencer' og 'kompetence til at løbende videreudanne sig'. Dette adskiller sig fra responsen på spm. 14 og 15, hvor de to sidstnævnte faktorer vurderes af flere og som vigtigere.

Forklaringen kan være at når respondenterne tvinges til at skulle svare, så vælger flere branchekendskab som mere kritisk. Men, generelt kan man sige at disse kompetencer generelt er mindre vigtige end de to øvrige grupper af kompetencer – hvilket kom frem såvel i besvarelsen af spørgsmål 17, hvor de 3 grupper skulle rangeres.

d. Resultater og diskussion

Underspørgsmålene til forskningsspørgsmålet lyder:

- a. Hvad er de mest efterspurgte personlige kompetencer?
- b. Hvad er de mest efterspurgte karrierekompetencer?
- c. Hvordan afspejles efterspørgslen efter 21st century skills hos vores aftagervirksomheder for hhv. handelsøkonom og markedsføringsøkonom?

Underspørgsmål a og b er besvaret i afsnit c. Således mangler der kun at analysere og besvare underspørgsmål c, om hvordan efterspørgslen efter 21st century skills afspejles og praktikvirksomhederne for hhv. handelsøkonom og markedsføringsøkonom.

Overordnet viser vores data en klar efterspørgsel efter 'kognitive kompetencer' og 'self-efficacy' (personlige) kompetencer. Dette er helt på linje med de kompetenceområder World Economic Forum (WEF) fremhæver som mest centrale i deres rapport fra 2023 som er: 'Analytical thinking, creative thinking samt resilience/flexibility, motivation & self-awareness og curiosity & lifelong learning'. I vores undersøgelse ligger analytiske (79%), kreative (71%) og systemtænkning (68%), som nævnt tidligere højt på "tages i betragtning" (spm. 8) og topper også vigtighed (spm. 9: 4,0–4,2).

Med hensyn til personlige egenskaber ligger motivation (4,4), serviceorientering (4,3) og nysgerrighed/åbenhed (4,1) øverst (spm. 12). Dette er også helt i tråd med WEF's betoning af self-efficacy og samarbejdsnære evner som efterspurgte kompetencer.

Et område der adskiller resultaterne når man sammenholder de to undersøgelser, er vurderingen af teknologiske færdigheder, som kun værende moderat vigtigt (3,3) og vurderingen af AI & dataanalyse som mindst vigtigt (2,6) i vores undersøgelse (spm. 9/spm. 18). Her peger WEFs rapport på en forventning om stigende betydning af *technological literacy* og særligt *AI & Big Data* frem mod 2027. Dette kunne være forventeligt, da vores data beskriver den aktuelle efterspørgsel, men WEFs data angiver forventninger for den globale udvikling. Altså kan det tolkes som et udviklingsgab snarere end en uoverensstemmelse.

Man kan konkludere, at screening ved søgning af første job i karrieren indenfor handel/marketing/salg i Danmark vægter kognitive/personlige kompetencer højere end specialiserede data-/AI-kompetencer. På det tidspunkt hvor undersøgelsen blev gennemført kunne man også konkludere, at uddannelserne med fordel kan øge fokus på tech/AI-elementer for at matche WEF's fremskrivning. Men, da undersøgelsen er lavet i 2024, vil billedet formentlig se noget anderledes ud i dag, især taget i betragtning den hastige udvikling der er og har været, både i erhvervet og på uddannelserne.

e. Konklusion

Undersøgelsen viser, at aftagerne vægter **personlige kompetencer** højest, derefter **konkrete** kompetencer, mens **karriereopbyggende** kompetencer samlet set har lavest vægt. Dette kan nuanceres ved at betragte de forskellige typer af evner/kompetencer under de 3 nævnte kompetencer

Inden for de personlige kompetencer topper **motivation**, **serviceorientering** og **nysgerrighed/åbenhed** både i, hvad virksomhederne tager i betragtning, og i deres vurdering af vigtighed.

Blandt de konkrete kompetencer prioriteres **analytiske evner**, **kreative evner** og **systemtænkning** tydeligt; **teknologiske færdigheder** og især **AI/data** vægtes lavere.

For de karriereopbyggende kompetencer vurderes **evnen til at præsentere egne kompetencer** og **løbende videreuddannelse** højest; når man tvinges til at vælge, fremhæves **branchekendskab** som førstevalg, men gruppen har stadig lavere samlet vægt.

Mønstret er konsistent på tværs af målemetoder (vurderingsskala og tvungen rang) og mindre forskydninger kan forklares metodisk.

Der er stærk overensstemmelse mellem den gennemførte undersøgelse og World Economic Forum's 21st-century skills (hvor analytical/creative samt self-efficacy fremhæves som de mest efterspurgte kompetencer). Der ses i øvrigt et udviklingsgab for technological literacy/AI, som forventes at få stigende betydning.

Ovenstående konklusioner kan med fordel tænkes ind i uddannelserne, hvor fokus bør være på at styrke træning og dokumentation af personlige og kognitive kompetencer i praktik og studieordningerne, samt indfase tech/AI, så uddannelserne forbliver relevante og bidrager til de studerendes employability i fremtiden.

Bibliografi

- Andersen, H. L. (2017). *Til dannelse eller nytte? Universitetsuddannelser mellem forskningsbaseret faglighed og relevans for arbejdsmarkedet*. Frydenlund.
- Bhagra, A. &. (2018). Changing paradigm of employability skills in the global business world: A review. *The IUP Journal of Soft Skills*, 12(2), , pp. 7–24.
- Bridgstock, R. (2009, Marts 31). The graduate attributes we've overlooked:. (W. G. Whitsed, Ed.) *Higher Education*, pp. 31-44.
- Education, E. M. (1999). *The Bologna Declaration: Joint declaration of the European Ministers of Education*. Bologna: European Ministers of Education.
- Madsen, H. H. (2020). *Employability From Day One*. Aarhus: Erhvervsakademi Aarhus.
- World Economic Forum. (2023, April 30). *World Economic Forum*. Retrieved from <https://www.weforum.org/>: <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2023/>

Bilagsoversigt

Bilag 1: Spørgeskema med svar – rapport fra Survey Exact