

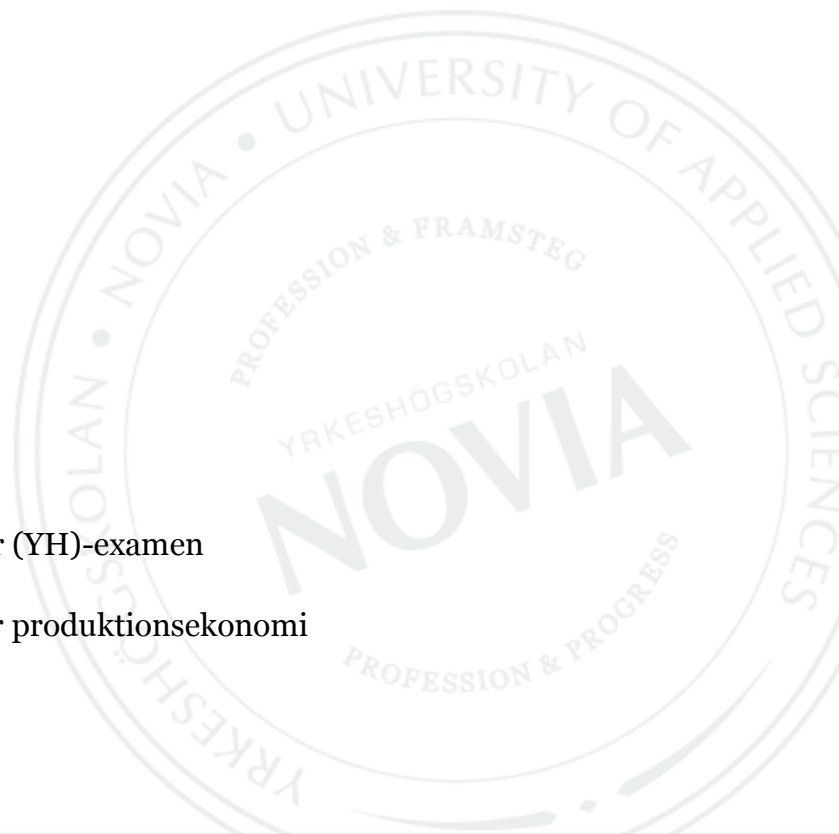
EN FÖRSTA KARTLÄGGNING AV BEHOVET AV EN MERKANTIL YRKESKOLEUTBILDNING I SYDÖSTERBOTTEN

Andreas Bårdén

Examensarbete för ingenjör (YH)-examen

Utbildningsprogrammet för produktionsekonomi

Vasa 2012



LÄRDOMSPROV

Författare: Andreas Bårdén
Utbildningsprogram och ort: Produktionsekonomi, Vasa
Handledare: Cecilia Stenholm, Yrkesakademin i Österbotten
Stefan Granqvist, Yrkeshögskolan Novia

Titel: EN FÖRSTA KARTLÄGGNING AV BEHOVET AV EN MERKANTIL YRKESSKOLEUTBILDNING I SYDÖSTERBOTTEN

Datum: 6.9.2012

Sidantal: 36

Bilagor: 1

ABSTRAKT

I lärdomsprovet görs en ansats att kartlägga behovet av merkonomer och merkonomutbildningen bland företag i Sydösterbotten. Det handlar om att skaffa fram beslutsunderlag för en nyorientering i ett utbildningssammanhang.

En merkonomutbildning är en andra stadiets yrkesutbildning som innefattar en grundexamen inom företagsekonomi. En merkonom studerar – beroende på utbildningsprogram – bland annat ekonomiförvaltning, kontorsservice, försäljningsteknik och kundbetjäning.

Mitt huvudsyfte är att kartlägga behovet av en merkantil yrkesskoleutbildning i Sydösterbotten. Delsyftet är att undersöka vad företag i närregionen ställer för krav och har som önskemål i fråga om en nyutbildad merkonom.

Den empiriska undersökningen utfördes som en enkätstudie där målgruppen var företag i Närpesnejden. Enkätstudien innefattade åtta företag och alla företag besvarade de olika frågeställningarna.

Resultatet av studien visar att det finns ett behov av en merkantil yrkesskoleutbildning i Närpes. Majoriteten av företagen som deltog i undersökningen anger att de har behov av merkonomer i nuläget – och i framtiden.

Språk: svenska

Nyckelord: andra stadiets yrkesutbildning, merkantil utbildning, merkonom, utbildningsprogram, enkätstudie.

BACHELOR'S THESIS

Author: Andreas Bårdén
Degree programme, location: Industrial Engineering and Management, Vaasa
Supervisors: Cecilia Stenholm, Yrkesakademien i Österbotten
Stefan Granqvist, Novia UAS

Title: A FIRST SURVEY OF THE DEMAND FOR A SECONDARY VOCATIONAL EDUCATION IN BUSINESS ADMINISTRATION IN SOUTHERN OSTROBOTHNIA

Date: 6.9.2012 Number of pages: 36 Appendices: 1

ABSTRACT

In this Bachelor's thesis an attempt is made to map the need of a secondary vocational education in business administration among companies in southern Ostrobothnia. The aim is to provide a base for decision-making regarding a reorientation of the contents of an educational program.

The secondary vocational education in business administration includes a basic qualification in business administration. The studies include financial administration, accounting, office services, salesmanship and customer service.

The primary aim is to clarify the need of a secondary vocational education in business administration in southern Ostrobothnia. The secondary aim is to map the demands made by the companies in the region on students obtaining a secondary vocational qualification in business administration.

The empirical study was done in the form of a questionnaire sent to companies in the Närpiö region. Eight companies in Närpiö were interviewed in this study.

The result of the study indicates that there is a demand for a secondary vocational training program in business administration in Närpiö. The majority of the companies taking part in the survey state that they have a present as well as a future need of staff with a secondary vocational qualification in business administration.

Language: Swedish Key words: second degree vocational training, merkonome, business administration, education program, survey.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1	INLEDNING	1
1.1	Syfte	2
1.2	Avgränsning.....	2
1.3	Studiens sammanhang.....	2
1.4	Disposition	2
2	UPPDRAGSGIVAREN	4
3	MERKONOMUTBILDNINGEN I FINLAND I DAGSLÄGET	6
3.1	Allmänt om yrkesutbildning	6
3.2	Merkonomutbildning - grundexamen inom företagsekonomi	6
3.3	Utveckling av utbildningsprogram samt utbildningstillstånd	8
3.4	Kort om nuläget och framtida behov	9
4	METOD	10
4.1	Olika typer av undersökningsmetoder	10
4.2	Val av metod	11
4.3	Målgrupp.....	13
4.4	Intervjuguiden	13
4.5	Genomförande	14
4.6	Svarsprocent och validitet.....	14
5	RESULTAT	15
5.1	Beskrivande statistik	15
5.1.1	Fallstudie 1	19
5.1.2	Fallstudie 2	20
5.1.3	Fallstudie 3	20
5.1.4	Fallstudie 4	22
5.1.5	Fallstudie 5	22

5.1.6	Fallstudie 6	23
5.1.7	Fallstudie 7	24
5.1.8	Fallstudie 8	24
5.2	Min tolkning av fallstudierna.....	25
6	SAMMANFATTNING	28
6.1	Hur nådde jag mitt syfte?.....	28
6.2	Praktisk nytta	28
6.3	Förslag till framtida undersökningar.....	29
7	KÄLLFÖRTECKNING	30
	BILAGOR	1

FÖRTECKNING ÖVER FIGURER OCH TABELLER

Figur 1	Yrkesakademins verksamhetspunkter i Österbotten.....	4
Tabell 1	Årtal när företagen grundades.....	15
Tabell 2	Företagens omsättning.....	16
Tabell 3	Antal anställda i företagen.....	16

1 INLEDNING

Sedan flera år tillbaka har datanomutbildningen brottats med problem såsom *för få sökande, osäkerhet* beträffande eventuell profilering och som en följd av dessa två faktorer, verksamhet ”under lupp”. Dock har man inte så att säga kastat yxan i sjön utan kämpar vidare och det finns allvarliga planer på att en nyorientering ska till. Jag har verkat som lärare tidigare i Vocana, idag Yrkesakademin, inom datanomutbildningen och jag har själv fått examenspapper från datanomutbildningen 2005. Då jag tillfrågades huruvida jag kan bidra med något som utredningsman, tvekade jag inte. Jag tog emot uppdraget och fann att en sådan ”forskning – och forskningsresa” låg helt i linje med vad jag vill. Det bör tilläggas att jag tidigare, nu och då jag blickar framåt, har ett fortsatt intresse av skola och framförallt utbildning och lärande till ungdomen, som jag ser som en del av landets kunskapskapital.

Yrkesakademins beslutfattare hade 2011 i tankarna att man hösten 2012 om möjligt var villiga att starta upp en modifierad variant av den på 2000-talets början så populära, nu nedläggningshotade, datanomutbildningen. Man kan säga att det här var inledningen på den spelplan där resan skulle företas och samtidigt arbetsfält och skådeplats för mitt lärdomsprov.

Utbildningsstyrelsen publicerade 2009 en landsomfattande prognos över behovet av svenskspråkig arbetskraft och utbildning i Finland. Enligt rapporten väntas 3500 arbetsplatser för merkonomer lediganslås fram till år 2020 på grund av pensioneringen av nuvarande arbetstagare. I rapporten har man beaktat sysselsättningsminskningen. I förhållande till antalet nya merkonomstuderanden i dagsläget uppstår det sålunda en *obalans* som kommer att öka utbildningsbehovet kraftigt för denna yrkesgrupp (Backman & Westerholm 2009:193).

Under ett samtal med Cecilia Stenholm, eventuellt den kommande utbildaren på den nya merkonomlinjen vid Yrkesakademin YA:s enhet i Närpes, diskuterades möjligheten att utföra en undersökning bland företag i närregionen med syftet att kartlägga behovet av merkonomer och merkonomutbildningen. En arbetsgrupp som leddes av Stenholm hade under vårterminen 2012 utarbetat underlag och planerat den nya läroplanen för utbildningen, men man önskade att det fanns en undersökning som kunde redogöra vilka behov, mera konkret, det fanns av utbildningen bland näringslivet i närregionen.

1.1 Syfte

Huvudsyftet med lärdomsprovet är att om möjligt kartlägga behovet av en merkantil yrkesskoleutbildning (merkonom) i Sydösterbotten. Delsyftet är att undersöka vad företag i närregionen ställer för krav och har som önskemål av en nyutbildad merkonom. Mina förhoppningar är att uppdragsgivaren skall kunna använda resultatet från denna studie till utformningen av det framtida utbildningsprogrammets mål, innehåll och metoder. Jag vill härigenom ge ett bidrag som underlag för beslutsfattande.

1.2 Avgränsning

Studiens sammanhang är merkonomutbildningen vid Yrkesakademin YA:s enhet i Närpes. Studien är förlagd till kommunen Närpes och den empiriska undersökningen utförs bland företag i närregionen.

1.3 Studiens sammanhang

Mitt lärdomsprov innefattar idéer och tankegångar som klart hänför sig till området affärsutveckling inom företagsekonomi. Det existerar en utbildning i ett skolsammanhang, denna utbildning ”drar inte” tillräckligt bra och man ser sig tvingad till att, om möjligt, ta ny riktning. Mitt lärdomsprov kan kategoriseras som affärsutveckling och framskaffande av beslutsunderlag som skall stöda beslutsfattare, ledare som är ansvariga för en produkts fortsatta verksamhet, möjlig utveckling eller ”nedmontering” av verksamhet.

1.4 Disposition

I kapitel 2 presenteras uppdragsgivaren Yrkesakademin i Österbotten.

I kapitel 3 redogörs kort för yrkesskolestudier i allmänhet och merkonomutbildningen i synnerhet. Vidare i kapitlet behandlas utbildningstillstånd samt tillvägagångssätt för utveckling av utbildningsprogram. Slutligen presenteras en tolkning av nuläget och framtida behov av merkonomer. Kapitlet ska ses som en referensram och fakta som föreligger baserat på en erfarenhet över tid och självfallet med grund i tidigare forskning (tidigare vetande).

Metoddelen behandlas i kapitel 4 och här redogörs först för olika typer av empiriska undersökningsmetoder som senare vägs mot varandra för att hitta ett försvarligt tillvägagångssätt i mitt lärdomsprov.

Resultatet från undersökningen presenteras i kapitel 5. Jag tolkar insamlad data och presenterar resultat samt ger förslag till bland annat utbildningens innehåll.

I kapitel 6 sammanfattas och avslutas lärdomsprovet genom en diskussion av uppnått resultat, praktisk nytta och rekommendationer till framtida kartläggningar, i exempelvis syfte att ytterligare precisera verksamhetens ”rätta kurs”.

2 UPPDRAGSGIVAREN

Lärdomsprovet har utförts för Yrkesakademins YA:s enhet i Närpes. Yrkesakademins i Österbotten, härnäst YA, är en yrkesskola som är verksam i Österbotten i Finland. YA grundades 2009 genom en fusion av tre yrkesutbildande organisationer i Österbotten (Svenska Yrkesinstitutet, Korsnäs Kurscenter och Yrkeskolan Vocana). Yrkeskolan har fasta verksamhetspunkter i Kristinestad, Närpes, Korsnäs, Vasa, Nykarleby, Pedersöre och Jakobstad. YA har idag totalt 2500 studerande och 338 anställda. (Yrkesakademins i Österbotten årsberättelse 2010, 2011 och 2012). Figur 1 visar verksamhetens geografi enligt följande:



Figur 1 Yrkesakademins verksamhetspunkter i Österbotten (Yrkesakademins i Österbotten årsberättelser 2010 och 2011).

YA erbjuder ca 30 olika yrkesutbildningar för både unga och vuxna inom följande utbildningsområden:

- humanistiskt och pedagogiskt område
- kultur
- det samhällsvetenskapliga, företagsekonomiska och administrativa området
- det naturvetenskapliga området
- teknik och kommunikation
- naturbruk och miljöområdet
- social-, hälso- och idrottsområdet
- turism-, kosthålls- och ekonomibranschen.

Förutom *grundexamina* erbjuds också *yrkesinriktade tilläggsutbildningar, kortkurser* och *utbildningar som inte leder till examen*. YA erbjuder också utbildningar och utvecklingstjänster till företag och organisationer (Yrkesakademin i Österbottens webbsidor 30.3.2012).

I kapitel 3 följer en nulägesanalys i fråga om merkonomutbildning och kapitlet tjänar även som en grundläggande referensram där nuläget, utbildningsomgivningen och trender och tendenser är byggstenar för förståelse.

3 MERKONOMUTBILDNINGEN I FINLAND I DAGSLÄGET

I kapitel 3 redogörs i korthet för yrkesutbildning i allmänhet och merkonomutbildning i synnerhet. I avsnitt 3.1 redogörs allmänt om yrkesutbildning och i avsnitt 3.2 redogörs för merkonomutbildning. I avsnitt 3.3 behandlas utbildningstillstånd samt tillvägagångssätt för utveckling av utbildningsprogram. Slutligen presenteras en tolkning av nuläget och framtida behov av merkonomer i avsnitt 3.4.

3.1 Allmänt om yrkesutbildning

En yrkesinriktad grundexamen hör till andra stadiets utbildningsområde och är treårig, 120 studieveckor. En yrkesutbildning består av tre olika delar:

1. yrkesinriktade studier
2. gemensamma studier, till exempel språk, matematik och valfria studier
3. minst 20 studieveckor inläring i arbetslivet (LiA/praktik).

De studerandes kunskaper utvärderas efter varje studiehelhet. Studierna avslutas med ett slutarbete och ett yrkesskicklighetstest. I yrkesskicklighetstestet skall den studerande uppvisa sin yrkesskicklighet i en praktisk arbetssituation som planeras och utvärderas av utbildningsarrangören och representanter från näringslivet. Studierna kan avläggas genom skolstudier eller i form av en läroavtalsutbildning (Utbildningsstyrelsen i Finland 2009:10).

3.2 Merkonomutbildning - grundexamen inom företagsekonomi

Med en merkonomutbildning avses en grundexamen inom företagsekonomi där den studerande lär sig grundläggande kunskaper i företagsverksamhet, administration och företagsekonomi. Typiska arbetsuppgifter efter avlagd examen kan vara kundbetjäning, kontorsrutiner, ekonomi- och dataförvaltnings uppgifter (Utbildningsstyrelsens webbsidor 10.6.2012).

I dagsläget finns det tre olika utbildningsprogram/inriktningar inom merkonomutbildningen i Finland:

1) Utbildningsprogram för ekonomi- och kontorservice

Studier inom programmet för ekonomi- och kontorservice ger den studerande färdigheter att använda olika datasystem för att behandla, analysera och förmedla ett företags eller samfunds information. Den studerande lär sig också utvärdera ett företags ekonomiska situation, samt sköta företagets ekonomiförvaltning till exempel bokföring, beskattning och löneräkning. Typiska arbetsuppgifter efter avlagd examen är ekonomi- och kontorsuppgifter inom näringslivets olika verksamhetsområden (Utbildningsstyrelsens webbsidor 10.6.2012).

2) Utbildningsprogram för informations- och bibliotekstjänster

I samband med studierna i utbildningsprogrammet för informations- och bibliotekstjänster lär sig den studerande att använda olika datasystem inom biblioteksbranschen. Man lär sig använda databassystem för att hjälpa kunder att söka och hitta information på nätverk. Den studerande lär sig också grundläggande datakunskaper. Typiska arbetsplatser efter avlagd examen är allmänna och vetenskapliga bibliotek samt specialbibliotek. Bortsett från bibliotek kan man också arbeta med informationstjänster vid olika företag eller samfund (Utbildningsstyrelsens webbsidor 10.6.2012).

3) Utbildningsprogram för kundbetjäning och försäljning

I utbildningsprogram för kundbetjäning och försäljning lär sig den studerande olika tekniker för att betjäna kunder och sälja produkter eller tjänster enligt behov och lönsamhetsprincip. Den studerande lär sig också grundläggande kunskaper inom marknadsföring, till exempel genom annonsering och information. Efter avlagd examen kan man arbeta inom kundbetjäning, försäljning och marknadsföring (Utbildningsstyrelsens webbsidor 10.6.2012).

Egen reflektion: I ett strikt sammanhang kan man säga att det är bland dessa tre olika program man har att välja ifall man ska bedriva utbildning för merkonomer. Vi vet att skolan i Finland idag finansieras till stor del med offentliga medel och för att erhålla medel, resurser och tillstånd för utbildning krävs bland annat att ifrågavarande skola erhåller och innehar utbildningsstyrelsens konsession, tillstånd för att utbilda. Jag förstår att detta lärdomsprov kunde avslutas här, det vill säga med en presentation med vad som finns, men då det gäller

affärsutveckling och marknadsorientering är det nu som lärdomsprovet börjar – det vill säga att med en viss förståelsebas som grund gå vidare och anta utmaningen att ta in feedback, det vill säga lyssna på vilka behov som finns på marknaden.

3.3 Utveckling av utbildningsprogram samt utbildningstillstånd

Andra stadiets utbildningsprogram utarbetas av utbildningsstyrelsen enligt uppdrag av utbildningsministeriet. Det finns även en så kallad arbetsmarknadsorganisation som består av representanter från näringslivet. Denna grupp av representanter, tillsammans med utbildningsstyrelsen, utvecklar läroplaner till/för utbildningar på yrkes-, yrkeshögskole- och universitetsnivå.

För att kartlägga behovet av en utbildning används statistik och kvantitativa prognoser från den ekonomiska forskningscentralen. Utbildningsstyrelsen har även utvecklat en modell som används vid prognostiseringen av framtida utbildningsbehov. Bland annat Berglund (2011) anser att utbildningsstyrelsens modell gynnar de stora städernas behov medan man bortser från glesbygdens behov.

Det finns möjlighet för en utbildningsanordnare att starta en skräddarsydd utbildning, inom andra stadiet, som svarar mot regionens behov. För att starta en utbildning behövs tillstånd från Landskapsförbundet. Landskapsförbundet kan ge tillstånd för utbildningsanordnaren att starta ett skräddarsytt utbildningsprogram på andra stadiet ifall anordnaren har goda motiveringar och har stort stöd från näringslivet. Därefter får utbildningsprogrammet till en viss del innehålla kurser som uppfyller de regionala behoven (Berglund 2011:30–31).

Berglund (2011) anser att det för det mesta råder strikthet, det vill säga man planerar och anordnar utbildning utifrån statistik och kvantitativa analyser och kanske i mindre utsträckning ”kollar in” marknadens behov. Berglund (2011) lyfter också fram att bygdens och regionens behov kan tjäna till nytta och vara beaktansvärda då det gäller att fatta beslut som berör utbildningsprogram (jfr Berglund 2011). Det är på denna linje jag går, det vill säga mitt lärdomsprov ska beakta marknadens behov (jfr Keller & Kotler 2011).

3.4 Kort om nuläget och framtida behov

Utbildningsstyrelsen publicerade 2009 en landsomfattande prognos över behovet av svenskspråkig arbetskraft och utbildning. Rapporten kartlägger bland annat behovet av merkonomer under tidsperioden 2005–2020. Enligt rapporten minskar antalet arbetsplatser för merkonomer och datanomer (grundexamen inom datateknik) med flera hundra arbetsplatser fram till år 2020. Det beräknas att 4000 arbetsplatser lediganslås fram till år 2020 som följd av pensioneringen. Som en följd av sysselsättningsminskningen och pensioneringen väntas det lediganslås 3500 arbetsplatser för nyutbildade merkonomer under åren 2005–2020. I förhållande till antalet nya merkonomstuderanden i dagsläget uppstår det en *obalans* som kommer att öka utbildningsbehovet kraftigt för denna yrkesgrupp (Backman & Westerholm, 2009:193).

Vidare beskrivs det i prognosen att merkonomerna främst sysselsätts som försäljare, kontorsarbetare, som chefer eller experter inom handelsbranschen eller inom ekonomiförvaltning. En del merkonomer arbetar även som yrkesutövare inom servicearbeten, landtrafik, lagerarbete eller som speditörer. Vid enstaka fall sysselsätts merkonomer inom bibliotekstjänster eller inom den offentliga förvaltningen (Backman & Westerholm, 2009:194).

I Vasa finns ett antal internationella företag och bland annat verkstadskoncernen Wärtsilä redogör för att det finns behov av handelsutbildade inom såväl projektledning som inom försäljning (Rautonen med flera representanter för Wärtsilä 24.8.2012 i Vasa, Vasa Universitet).

Slutligen kan man konstatera att enligt prognosen väntas försäljarnas antal öka och kontors- och bokföringsarbetarnas antal minska fram till år 2020. Personligen anser jag att även om behovet på antalet kontors- och bokföringsarbetare väntas minska, kommer det alltid att finnas ett visst behov av denna typ av merkantilt utbildad personal. För att citera en av respondenterna i min enkätstudie: ”Så länge vi har en ekonomi kommer vi att behöva merkantilt utbildad personal” (Bärdén 2012/NN, augusti 2012).

4 METOD

Målsättningen med metodavsnittet är att presentera hur jag försöker nå mitt huvudsyfte. Det handlar om tillvägagångssätt, insamlande av information, bearbetning av information och analys av information. I detta lärdomsprov är respondenterna bara åtta till antalet och trots att antalet frågor är många ser jag ingen anledning att göra djuplodande statistisk analys. Jag presenterar data närmast i form av tabeller och diagram och någon analytisk statistik i samband av exempelvis sambandsanalys utförs inte i detta lärdomsprov. Min tolkning baserar jag närmast på deskriptiv eller beskrivande statistik.

I kapitel 4, avsnitt 4.1, redogör jag för olika typer av empiriska undersökningsmetoder. I avsnitt 4.2 jämförs olika vetenskapliga undersökningsmetoder med varandra. Målet är att finna en metod som är lämplig för mitt huvudsyfte, studiesammanhanget och lärdomsprovets omfattning. I avsnitt 4.3 presenteras val av målgrupp samt kriterier för valet. I avsnitt 4.4 presenteras kort intervjuguidens uppbyggnad och innehåll. Frågorna i intervjuguiden kan ses i bilaga 1. Frågorna grundar sig på den inledande referensramen som presenterats i kapitel 3. Slutligen beskrivs i korthet genomförandet av intervjustudien i avsnitt 4.5.

4.1 Olika typer av undersökningsmetoder

Andersson (1994:23–28) skriver att när man utför en empirisk undersökning finns det i huvudsak två olika typer av frågemetoder att välja bland såsom 1) muntliga och 2) skriftliga. De muntliga metoderna kan indelas i:

- individuella intervjuer
- telefonintervjuer
- gruppintervjuer.

De skriftliga metoderna kan indelas i följande kategorier:

- enkäter till enskilda
- enkäter i grupp
- postenkäter
- essäer
- dagböcker.

Vidare nämner Andersson (1994:19–20) att det även finns andra metoder än de ovanstående frågemetoderna att tillgå. Andersson (1994) nämner till exempel observationer och datainsamling från skriftliga dokument, register och så vidare. Som ett exempel beskriver Andersson (1994) ett scenario där man gör en undersökning i vad ett förskolebarn gör under dagarna. Som målgrupp har man valt att intervjua dagispersonal och föräldrar, istället för att själv observera barnen. Vidare förklaras att en observationsstudie många gånger kunde ge en korrektare bild av verkligheten än vad informationen från en intervjustudie med barnens föräldrar skulle ge. Detta måste naturligtvis bedömas från fall till fall och slutligen konstaterar Andersson (1994) att *en kombination av metoderna* skulle vara bäst, men att det även förutsätter att man har tillräckligt med tid och resurser att tillämpa de olika metoderna.

4.2 Val av metod

I avsnitt 4.1, se sidan 13, klargjordes att man kan dela in frågemetoderna i muntliga och skriftliga alternativ. De olika alternativen har alla olika för- och nackdelar. Väljer man en muntlig metod är det oftast för att man vill skapa en god kontakt med respondenterna och få möjligheten att med noggrannhet förklara frågorna och analysera svaren (Andersson 1994:24). Som tidigare nämnts kan man ytterligare dela in de muntliga metoderna i individuella-, telefon- och gruppintervjuer. Jag instämmer med Andersson (1994) att resurser, tid och avstånd är avgörande faktorer när man väljer bland de muntliga metoderna.

Bland de skriftliga metoderna nämndes tidigare olika typer av enkäter. Enkäter är, i förhållande till intervjustudier, tidseffektiva. När man väl utformat en frågeenkät kan man nå ut till en stor målgrupp utan att personligen vara närvarande under svarsprocessen. Frågorna i en enkät kan vara utformade med svarsalternativ, strukturerade, till exempel ja- eller nej-frågor, eller med utrymme för detaljerade skriftliga svar. Därtill kan det finnas utrymme för att kommentera frågorna Patel & Davidsson (2008).

När man skall välja metod bör man utgå ifrån de *problem* och de *frågeställningar* man söker svar på. Då jag beaktar huvudsyftet pekar det mesta på att det är antingen en enkätstudie eller en kombination av en enkätstudie följt av en intervjustudie per telefon, som verkar vara att föredra. Bell (2000:119) menar att en stor fördel med intervjumetoden är dess flexibilitet.

Genom att utföra intervjuer har man möjlighet att följa upp respondenternas svar med följdfrågor, idéer och motiv. Genom intervjustudier har man också möjlighet att analysera respondenternas beteende, såsom tonfall, pauser, kroppsspråk och så vidare. Detta är möjligheter som inte finns med enkätstudier (Bell 2000).

En intervju kan anses vara strukturerad, semistrukturerad (halvstrukturerad) eller ostrukturerad beroende på hur man utformar den. Andersson (1994:76) skriver att en starkt strukturerad intervju innebär att alla frågor är bestämda i förväg. Det innebär i praktiken att intervjuaren läser upp frågorna, antecknar svaren samt eventuella förtydliganden kring frågan eller svaren. Andersson (1994) poängterar att nackdelen med denna typ av intervju är att respondenten kan känna sig utfrågad och att man inte ger utrymme för ett naturligt samtal. En fördel är däremot att det kan vara lättare för intervjuaren att tolka och sammanställa svaren.

Motsatsen till ovanstående är en ostrukturerad intervju där man inte följer några strikta riktlinjer, utan i stället låter intervjun löpa fritt i form av ett naturligt samtal. Nackdelen med ostrukturerade intervjuer är att det kan vara svårt för intervjuaren att säkerställa sig om man har behandlat alla frågorna eller om något har glömts bort. En annan nackdel är att det eventuellt kan bli svårare att tolka resultatet av intervjustudien. Fördelen med ostrukturerade intervjuer är att man ger utrymme för en diskussion kring svaren och på så sätt har man kanske större möjlighet att analysera svaren.

Halvstrukturerade intervjuer ger däremot intervjuaren möjligheten att på förväg bestämma vilka frågor och områden som skall behandlas, men ordningsföljden och formuleringen av frågorna kan variera från intervju till intervju och beroende på hur samtalet utvecklas (Andersson 1994:77). I den halvstrukturerade intervjun ställer man respondenterna vissa frågor samtidigt som man ger dem friheten att prata omkring frågorna och reflektera över de tankar som väcks (Bell 2000:122).

Avslutningsvis bör man även ta skevhet, "skewness", i beaktande när man utför intervjustudier. Det finns alltid en risk att skevhet uppstår i resultaten. Bell (2000:123) menar att det är lättare att erkänna det faktum att skevheter förekommer än att försöka eliminera dylika. Vidare nämner Bell (2000) att ifall någon är medveten om att någon har starka åsikter om ett visst område, bör "forskaren" vara extra noggrann med hur frågorna formuleras.

På basis av de resultat som Andersson (1994) och Bell (2000) presenterat, kombinerat med mina egna resonemang kring ett förnuftigt metodval, valde jag att utföra en kvalitativ enkätstudie följt av en intervjustudie per telefon. De i förväg bestämda frågorna ställdes till samtliga respondenter, men intervjun gav även utrymme för diskussion och följdfrågor utöver de i förväg presenterade frågeställningarna, se intervjuguiden i bilaga 1.

4.3 Målgrupp

Undersökningens målgrupp bestod av småföretag, medelstora företag och stora företag i Närpes kommun. Till målgruppen valdes åtta respondenter ut, alla från olika företag. Under intervjuerna med samtliga respondenter kartlades bakgrundsdata om företaget, vad beträffar omsättning, antal anställda och huruvida de har merkonomer anställda i dagsläget.

Vid val av målgrupp uppställdes följande grundkriterier:

- a) Företaget bör finnas beläget i Närpes.
- b) Företaget bör vara verksamt inom en bransch som kan ha behov av merkonomer.
- c) Företaget kan vara en potentiell arbetsgivare till nyutbildade merkonomer.
- d) Respondenten på företaget kan på goda grunder antas sitta på en nyckelposition (ex. personalchef) eller har en djup insikt i näringslivet (ex. högre merkantil utbildning eller lång arbetserfarenhet inom branschen).

4.4 Intervjuguiden

Intervjuguiden finns som bilaga 1. Intervjuguiden innehåller 16 frågor med en blandning av flervalsfrågor och kommentarer. De fyra första frågorna samlar in bakgrundsdata om företaget eller organisationen som svarar på enkäten. Vidare ställs frågor som avser mäta behovet av merkonomer och merkonomutbildning i närregionen. Ett flertal frågor fokuserar på att mäta vilka färdigheter och egenskaper en merkonom bör uppfylla, både vad beträffar sakkunskap och personlighetsdrag. Respondenterna önskas även ge input/rekommendationer på/till utbildningens innehåll, eventuellt också metoder då dessa två begrepp är kopplade till varandra.

4.5 Genomförande

Planeringen inför undersökningen gjordes under vårterminen 2012 och samtliga undersökningar utfördes under tiden maj till augusti 2012. Respondenterna kontaktades per telefon och informerades om lärdomsprovet samt tillfrågades om huruvida de var intresserade att ”ställa upp” i undersökningen. Efter samtalet skickades intervjuguiden ut till respondenterna per e-post eller traditionell post. Respondenterna svarade på frågorna genom att fylla i den bifogade enkäten och returnera den per post eller e-post. När enkäterna hade returnerats kontaktades samtliga respondenter per telefon, alternativt e-post, för eventuella följdfrågor och diskussion. Intervjuerna har sammanfattats i kapitel 5, under rubriken Fallstudie 1-8.

4.6 Svarsprocent och validitet

Undersökningen besvarades av 100 % av företagen. Kvaliteten på svaren var överlag god och jag finner att undersökningen tillfredställande mäter det som undersökningen avser att mäta. Jag anser att undersökningen har validitet, giltighet. Undersökningens tillförlitlighet verkar enligt min åsikt god då det gäller innehållet i de åtta respondenternas svar.

5 RESULTAT

I kapitel 5 presenteras resultaten från undersökningen. Resultaten finns i avsnitt 5.1 och 5.2. Under rubrik 5.1 presenteras beskrivande statistik från samtliga respondenter utifrån det bakgrundsdata de uppgett i de inledande frågorna i intervjuguiden (se intervjuguide, bilaga 1, fråga 1–4), samt statistik över fråga 5, 8, 9, 10, 11 och 16. Därefter presenteras resultaten från kärnfrågorna skilt för varje respondent under en egen rubrik. Kapitlet avslutas med min egen tolkning av resultatet under avsnitt 5.2.

5.1 Beskrivande statistik

I avsnitt 5.1 presenteras samtliga respondenters bakgrundsdata samt statistik gällande fråga 5, 8, 9, 10, 11 och 16 (se bilaga 1).

I tabell 1 presenteras årtalen när företagen som deltog i undersökningen grundades:

Tabell 1 Årtal när företagen grundades

Grundats år	Frekvens	Procent
Före 1960	4	50,00
1961-1980	2	25,00
1981-2000	2	25,00
efter 2001	0	0,0
Totalt	8	100,00

I tabell 2 presenteras företagens omsättning:

Tabell 2 Företagens omsättning

Omsättning, €	Frekvens	Procent
Under 1 milj.	1	12,50
1-6 milj.	4	50,00
7-15 milj.	0	0,0
Över 15 milj.	3	37,50
Totalt	8	100,00

I tabell 3 presenteras antal anställda i företagen:

Tabell 3 Antal anställda i företagen

Antal anställda	Frekvens	Procent
Ingen anställd	0	0,0
1-9 anställda	3	37,50
10-49 anställda	2	25,00
50-250 anställda	1	12,50
Över 250 anställda	2	25,00
Totalt	8	100,00

Av samtliga företag som deltog i intervjustudien hade 87,5 % av företagen merkonomer anställda (det vill säga sju av totalt åtta företag).

Alla företag, 100 %, svarade att de i dagsläget har arbetsuppgifter som kunde vara lämpliga för en merkonom (se bilaga 1, fråga 5). Bland de tre mest förekommande arbetsuppgifter noterades *försäljning*, *administration* och *kundbetjäning*.

87,5 % av företagen anser att det finns behov av en merkantil yrkesskoleutbildning i närregionen (se bilaga 1, fråga 8). Bland de företag som argumenterade för att det finns ett

behov av utbildningen, nämndes bland annat att utbildningen kan bidra till att *säkerställa arbetskraft* till och från regionen. Vidare anser flera företag att utbildningen är *en bra grund* att stå på och kan ge goda möjligheter för *fortsatta studier*. Ett företag påpekar också att merkonom + gymnasieexamen, en så kallad kombinationsexamen, är en perfekt grund inför *fortsatta studier på handelshögskola* eller studier som leder till ekonomie magisterexamen. Det företag, ett företag av åtta, som argumenterar emot utbildningen i regionen anser att Vasa är tillräckligt nära och att man inte behöver erbjuda ytterligare en merkonomutbildning i Närpes. Ett motargument från ett annat företag lyder att en merkonomutbildning i Närpes är att föredra, eftersom det kan vara tryggare om ungdomar i åldern 16–18 år studerar i hemtrakten, i stället för att flytta hemifrån för att studera på annan ort.

På frågan om vilket utbildningsprogram man borde erbjuda i Närpes (se bilaga 1, fråga 9) erhöles följande svar:

- 25 % ”röstar på” alternativ: a) *UP för kundbetjäning och försäljning*
- 25 % ”röstar på” alternativ b) *UP för ekonomi- och kontorservice*
- 50 % röstar på en kombination av alternativ a) och b).

Det här är en intressant frågeställning, majoriteten anser att en kombination av a) och b) skulle vara bäst. Dock finns det en risk att ifall man kombinerar utbildningsprogrammets innehåll, riskerar man att studierna eventuellt kan bli för ytliga inom de olika delområdena. Undersökningen visar dock klart att alternativ c) *UP för informations- och bibliotekstjänst* är uteslutet bland respondenterna. Detta är också ett viktigt resultat.

Vad beträffar företagens behov av merkantilt utbildad personal inom de tre närmaste åren erhöles följande data:

- 50 % av företagen har ett visst, men ospecificerat, behov
- 37,5 % har ett klart behov
- 12,5 % har inget behov alls.

Detta betyder att 87,5 % har behov av merkonomer inom de tre närmaste åren, medan resterande 12,5 % inte har något behov av merkonomer.

Alla företag svarar att de i framtiden kan tänka sig att anställa en merkonom. Ett företag tillägger dock att konkurrensen är hård från till exempel tradenomer (merkantil

yrkeshögskoleutbildning), vars antal ökar, enligt företaget. Vidare nämns också av två företag att erfarenhet är viktig och att det kan vara svårt att söka och antas till jobb hos dem som nyutbildad, ifall man saknar tidigare arbetserfarenhet. Ett företag tillägger också att de värdesätter sociala kunskaper framför utbildningsnivå.

I fråga 16 (se bilaga 1) ombads företagen rangordna vilken utbildningsdel (ämnesgrupp) som bäst skulle komplettera det övriga utbildningsinnehållet. Företagen fick välja bland fyra alternativ, samt kommentera varför, enligt följande:

- a) planering och genomförande av aktiviteter inom marknadskommunikation
- b) planering av verksamhetens lönsamhet
- c) produktrådgivning
- d) systemanskaffning och ibruktagande.

Följande resultat erhöles:

- *Majoriteten* av företagen anser att alternativ *b) planering av verksamhetens lönsamhet* bäst komplimenterar utbildningsinnehållet.
- På andra plats kommer alternativ *a) planering och genomförande av aktiviteter inom marknadskommunikation*.
- Alternativ c) och d) får lika andelar röster och placeras på tredje plats i rangordningen.

Företagen kommenterar bland annat att följande: ”Lönsamheten är A och O inom alla företag” och ”Lönsamheten är viktig och att det är sparsamt med sådant innehåll i utbildningsprogrammet”. Ett företag argumenterar för att lönsamhet och försäljning förekommer dagligen i de flesta företag, medan produktrådgivning och systemanskaffning förekommer mer sällan och kan skötas av utomstående experter.

Bortsett från kärnfrågorna som direkt berör merkonomer och merkonomutbildningen, kartlades även om företagen är intresserade att ingå i ett så kallat ”merkonom yrkesteam” och huruvida företagen kan erbjuda praktikplats till kommande merkonomstuderanden. Denna information, vad beträffar yrkesteam och praktikplatser, överlämnades till Yrkesakademin och presenteras inte i fallstudierna. I fallstudierna (se sidorna 24-30) strävar jag till att presentera det som varje företag svarade, och eftersom företagen är så få så återger jag svaren närmast

ordagrant/äkta och inte i kategoriserad form. Jag ser denna form av presentation i fallstudierna som en styrka. Självfallet kan man inte generalisera resultatet från fallstudierna och påstå att det gäller för alla företag i närregionen. Studien presenterar endast resultatet på basen av ett förhållandevis litet sampel på åtta företag. Företagens namn utelämnas i fallstudierna, men det bakgrundsdata företagen uppgett kommer att presenteras så att man får en tydligare bild av respondenten.

5.1.1 Fallstudie 1

Företag 1 grundades 1975 och har en omsättning i kategorin 1–6 miljoner euro. Företaget har 1–9 personer anställda, varav 3 anställda har merkonomutbildning. De anställda med merkonomutbildning arbetar med *försäljning* och *administration*.

Företaget anser att det finns ett klart behov av anställda med merkonomutbildning. Merkonomer behövs enligt respondenten för följande arbetsuppgifter: administration, bokföring, fakturering, inköp, försäljning och marknadsföring. Vid anställning av en merkonom värdesätter företaget grundläggande kunskaper inom flera merkantila områden. De önskar att merkonomen har bra social kompetens, är arbetsvillig och lojal.

Företaget anser att det finns ett klart behov av en merkantil yrkesskoleutbildning i Sydösterbotten. Av de tre utbildningsprogrammen som finns stipulerade i fråga 9 (se bilaga 1, intervjuguide) anser företaget att UP (= utbildningsprogram) för ekonomi- och kontorsservice borde erbjudas på YA i Närpes. Respondenten tillägger att en kombinationsexamen, merkonom + gymnasieexamen, är en mycket bra grund att stå på ifall man siktar på fortsatta studier vid exempelvis en handelshögskola. Respondenten i fråga hade personligen gått den långa studievägen från gymnasiestudent till merkonom, sedan studerat vidare till tradenom och till sist avlagt en ekonomie magisterexamen vid en handelshögskola. Respondenten tillägger att en merkonomutbildning vid YA, i samarbete med en kombinationsexamen från Närpes Gymnasium, skulle bidra till en betydligt kortare studieväg för framtida ekonomiestuderande.

5.1.2 Fallstudie 2

Företag 2 grundades 1955 och har en omsättning i kategorin 1–6 miljoner euro. Företaget har 1–9 personer anställda, varav 3 personer har merkonomutbildning. De anställda med merkonomutbildning arbetar med *kundbetjäning*, *kundrådgivning* och *försäljning*.

Företaget har ett visst, men ospecificerat, behov av merkonomer. Vid en eventuell anställning skulle företaget värdesätta att merkonomen kan arbeta i team, ha social kompetens, vara utåtriktad, positiv och ha bra sinne för försäljning och kundbetjäning. Företaget värdesätter också lojalitet och att personen är pålitlig.

Respondenten anser att det finns behov av en merkonomutbildning vid YA i Närpes. Vidare förklarar respondenten att ungdomar i 16–18 års ålder, som vill studera handelsämnen på yrkesskolenivå, idag är tvungna att flytta hemifrån eller pendla längre vägar för att studera. Respondenten anser att det är bättre att ungdomarna studerar i hemtrakten i ung ålder och att de sedan har god möjlighet att studera vidare med en merkonomutbildning i bagaget. Man betonar även vikten av en kombinationsexamen (merkonom + studentexamen) som en god grund att studera vidare på.

På frågan om vilken typ av profil/inriktning av merkonomutbildning man borde erbjuda vid YA i Närpes, anser respondenten att en blandning av UP för kundbetjäning och försäljning samt UP för ekonomi- och kontorsservice vore bäst. **Respondenten anser också att man borde träna praktiskt säljarbete i utbildningen.**

Under intervjun nämner respondenten ett intressant iakttagande. Respondenten har noterat att det utexamineras allt fler tradenomer och ekonomer och att det till synes inte finns tillräckligt med arbetsplatser för dessa i hemtrakten. Detta innebär att de tar sig an arbetsuppgifter som tidigare varit typiska för merkonomer. Detta iakttagande diskuteras närmare i avsnitt 5.2.

5.1.3 Fallstudie 3

Företag 3 grundades 1988 och har en omsättning på över 15 miljoner euro. Företaget har 50–250 personer anställda. Bland de anställda finns personer med merkonomutbildning och dessa arbetar dels med kontorsarbete och dels med produktionsarbete.

Typiska arbetsuppgifter för merkonomer på företaget är *kundbetjäning, orderinmatning, reskontra, fakturering, produktionsrapportering* samt *assistera inköpsfunktionen*. Om företaget skulle anställa en merkonom skulle man värdesätta god kundbetjäning och mycket goda språkkunskaper i finska och engelska. Vad beträffar egenskaper värdesätter företaget flexibilitet, noggrannhet, samarbetsförmåga och en positiv inställning till arbetet. Man betonar vikten av att kunna arbeta i ett team och att det är viktigt att en nyanställd passar in i arbetsteamet.

Respondenten anser att det finns behov av en merkonomutbildning i närregionen och att en kombination av UP för kundbetjäning och försäljning samt UP för ekonomi- och kontorsservice skulle vara bäst. Vidare nämner man att företag i närregionen har mycket att lära sig angående kundbetjäning. Respondenten anser också att det finns många företag i regionen och därför finns det också behov av personer med merkantila kunskaper, som till exempel bokföringskunskaper.

Respondenten anser att man borde satsa på att utveckla de studerande som personer/individer och förbereda dem för arbetslivet så att de är beredda och vågar ta sig an utmaningar. Respondenten upprepar även vikten av kundbetjäning. Vad beträffar den ideala merkonomen anser respondenten att denne bör behärska de merkantila grunderna, men att varje företag är olika och har olika behov. Man lär sig de relaterade fördjupade kunskaper på arbetsplatsen. Vidare påpekar respondenten att en ideal merkonom bör ha attityden ”jag vill, jag kan, jag vågar”, då har man en bra förutsättning att lära sig arbetsuppgifterna. Merkonomen förväntas vara noggrann och prata finska obehindrat.

5.1.4 Fallstudie 4

Företag 4 grundades 1991 och har en omsättning under en miljon euro. Företaget har 1–9 personer anställda. Företaget har ingen merkonom anställd, men har i dagsläget arbetsuppgifter som skulle vara lämpliga för en merkonom.

Om företaget skulle rekrytera en merkonom skulle man värdesätta en person med goda insikter i samhällsfunktioner i allmänhet och speciella kunskaper inom *företagsamhet* och *affärsverksamhet* i synnerhet. Merkonomen bör ha grundläggande kunskaper i företagsekonomi och marknadsföring, samt ha social kompetens och språkkunskaper. Vidare förklarar man att man värdesätter en person som är kundorienterad, servicevillig och har förmågan att ”tänka själv”. Man uppskattar personer som har datainsikter och förmågan att organisera.

Respondenten anser att det finns behov av en merkonomutbildning i närregionen. Vidare förklarar man att företag har svårt att rekrytera personer med merkantila kunskaper, servicevilja och framåtanda för arbetsuppgifter som inte kräver högskoleutbildning. Respondenten anser att en kombination av UP för kundbetjäning och service samt UP för ekonomi- och kontorservice skulle motsvara arbetsmarknaden på bästa sätt. Man argumenterar för att företag vill rekrytera personer med breda kunskaper inom de olika merkantila områdena, samt att studier inom försäljning och ekonomi borde gå hand i hand. Respondenten föreslår också att man kunde erbjuda en utbildning som kombinerar merkonom- och datanomutbildningen.

5.1.5 Fallstudie 5

Företag 5 grundades 1902 och har en omsättning i kategorin 1–6 miljoner euro. Företaget har 10–49 personer anställda, varav cirka 20 anställda har merkonomutbildning. De anställda med merkonomutbildning arbetar med *kundbetjäning*, *kundrådgivning*, *försäljning*, *kontorsföreståndare* och *kassafunktionärer*.

Om företaget skulle rekrytera en merkonom värdesätter man social kompetens högt. Respondenten förklarar att eftersom de är ett serviceföretag är förmågan att betjäna kunder är av central betydelse. Vidare värdesätter man försäljningsfärdigheter, data- och språkkunskaper.

Respondenten anser att det inte finns något behov av en merkantil yrkesskoleutbildning i Närpes. Man anser att utbildningsmöjligheten som erbjuds i Vasa förser nejdens behov. Av de tre utbildningsprogrammen som räknas upp i fråga 9 (se bilaga 1) anser man att UP för kundbetjäning och försäljning är det rätta valet. Man tillägger att UP för kundbetjäning och försäljning skulle motsvara företagets egna behov. Vidare betonar respondenten att man värdesätter sociala kunskaper mer än utbildningsnivå.

Respondenten påpekar att man ska träna de blivande merkonomerna i försäljningsfärdigheter och kundbetjäning. Man betonar också att man aldrig kan träna för mycket på olika försäljnings- och kundbetjäningstekniker.

5.1.6 Fallstudie 6

Företag 6 grundades 1331 (kommun/stad) och har en omsättning på över 15 miljoner euro. Företaget har över 250 personer anställda, varav cirka 35 anställda har merkonomutbildning. De anställda med merkonomutbildning arbetar med *bokföring, inköpsreskontra, försäljningsreskontra, löner, kundservice, telefonväxel, materialhantering, tidsbokningar, arkivering, textbehandling* och *övrig administration*.

Vid rekrytering värdesätter företaget personer med samarbetsförmåga, datakunskaper, initiativförmåga och noggrannhet. Personen skall också vara serviceinriktad och kunna arbeta självständigt. Personen ska med fördel ha kännedom om kommunal förvaltning och ha goda språkkunskaper.

Respondenten anser att UP för ekonomi- och kontorsservice motsvarar den profil som regionen har störst behov av. Vidare beskriver man den ideala merkonomen som samarbetsvillig, stresstålig, flexibel, ansvarsfull och att merkonomen har omdöme, det vill säga att personen kan bemöta andra människor väl.

5.1.7 Fallstudie 7

Företag 7 grundades 1951 och har en omsättning på över 15 miljoner euro. Företaget har över 250 personer anställda, varav 8 anställda har merkonomutbildning. De anställda med merkonomutbildning arbetar med bokföring, löner, inköpsreskontra och övriga administrativa uppgifter.

Om företaget skulle anställa en merkonom skulle de värdesätta teoretiska och praktiska färdigheter inom det merkantila området. Personen önskas ha egen initiativförmåga och viljan att komma framåt. Personen bör också vara noggrann, flexibel och ansvarsfull, samt ha social förmåga. Företaget värdesätter också språkkunskaper.

Respondenten anser att det finns ett behov av en merkantil yrkesskoleutbildning i närregionen för att trygga framtidens eventuella behov av arbetskraft på och från orten. Vidare anser man att en kombination av UP för kundbetjäning och försäljning samt UP för ekonomi och kontorsservice skulle vara ett bra utbildningsprogram. Respondenten tillägger att när det gäller utbildningsprogrammets innehåll så ska detta kombinera *teori* med *praktik*. De studerande skall känna till den teoretiska biten för att sedan kunna anpassa sina kunskaper i praktiken. Man betonar också vikten av datakunskaper och anser att merkonomerna bör behärska de vanligaste datorprogrammen, som till exempel Word och Excel.

5.1.8 Fallstudie 8

Företag 8 grundades 1973 och har en omsättning i kategorin 1–6 miljoner euro. Företaget har 10–49 personer anställda, varav 2 anställda har merkonomutbildning. De anställda med merkonomutbildning arbetar med *försäljning* och *reskontra*.

Om företaget skulle rekrytera en merkonom skulle de värdesätta en person med goda språkkunskaper i finska och svenska, både muntligt och skriftligt. Personen ska också behärska de vanligaste datorprogrammen till exempel Word och Excel, samt kunna använda uppdateringsprogram för internetsidor. Personen bör ha grundläggande kunskaper inom marknadsföring och försäljning. Vad beträffar egenskaper värdesätter man att personen är utåtriktad, initiativrik och noggrann.

Respondenten anser att det finns behov av en merkantil yrkesskoleutbildning i närregionen och att YA borde erbjuda UP för kundbetjäning och försäljning. Vidare betonar man att det är viktigt att de studerande lär sig att vara aktiva och ta ansvar. Man önskar att de ska lära sig att det är viktigt med hög arbetsmoral.

Respondenten framför sin tolkning av dagens försäljnings- och merkonomutbildningar och anser att man fokuserar för mycket på småföretag och konsumentinriktad försäljning. Vidare förklarar respondenten att utbildningarna även borde fokusera på B2B, business-to-business = företag till företag, försäljning. Man anser att det är en väsentlig skillnad mellan försäljning, marknadsföring och aftersales, eftermarknadsaktiviteter, till företagskunder jämfört med privatpersoner. Man anser också att en merkonom skall kunna hantera inköpsuppgifter i ett företag och då bör man känna till kostnadskalkyl och prissättning.

5.2 Min tolkning av fallstudierna

I detta avsnitt gör jag en ansats att tolka resultaten av min empiriska studie. Som helhet finner jag att undersökningen lyckats eftersom åtta företag av totalt åtta har svarat på mina frågor. Därtill finner jag att kvaliteten i svaren verkar god och med detta som utgångspunkt gör jag min subjektiva tolkning.

Min tolkning är att det finns ett behov av en merkantil yrkesskoleutbildning i Närpes.

Det är för mig omöjligt att uttala mig om behovets styrka – men – alla företag som deltog i intervjustudien, 100 %, har idag arbetsuppgifter som skulle vara lämpliga för en merkonom. 87,5 % av företagen har mer eller mindre behov av en person med merkantil utbildning inom de närmaste tre åren. Alla företag anser också att de i framtiden kan tänka sig att anställa en nytexaminerad merkonom, men två företag tillägger att även arbetserfarenhet är viktig och det kan således vara svårt för en nytexaminerad att få en anställning hos företagen i fråga.

Enligt de uppgifter som företagen i undersökningen uppgett, kan man tydligt åskådliggöra att de två vanligaste arbetsuppgifterna för en merkonom i dagsläget är:

- **administration**, till exempel bokföring, löner och assisterande uppgifter vid inköpsfunktionen
- **kundbetjäning och försäljning.**

Det här kanske också förklarar varför 50 % av företagen rekommenderar att man borde erbjuda ett utbildningsprogram som kombinerar kundbetjäning och försäljning med ekonomi- och kontorservice.

Vad beträffar företagens förväntningar på en merkonom kan man sammanfattningsvis konstatera att bland de merkantila färdigheterna önskas/förutsätts att:

- Merkonomen skall ha försäljningsfärdigheter och kunna bemöta olika kunder på rätt sätt.
- Merkonomen bör ha grundläggande insikter i flera merkantila områden, så som bokföring, marknadsföring och försäljning.

Vidare kan man tolka att företagen ställer flera krav av merkonomen utöver direkt merkantila färdigheter. De ytterligare kraven är:

- språkrav, merkonomen bör behärska båda de inhemska språken (svenska och finska) i både tal och skrift, kunskaper i engelska ses som en merit
- datakunskap, merkonomen förväntas behärska de vanligaste datorprogrammen, till exempel Microsoft Word, Excel och så vidare
- merkonomen bör vara försäljningsinriktad och kunna bemöta kunder väl
- merkonomen ska kunna arbeta både självständigt och i grupp
- merkonomen är utåtriktad och positivt inställd till arbetet
- vara pålitlig, noggrann och ansvarsfull.

Flera av företagen anser att man borde träna merkonomens försäljningskunskaper i skolan och poängterar samtidigt vikten av god kundbetjäning. Företagen anser också att man skall ha tät kontakt med näringslivet så att utbildningen motsvarar verkligheten. Avslutningsvis anser ett företag att man borde utveckla de studerande som personer/individer och förbereda han/hon för arbetslivet. Man betonar vikten av positiv inställning till arbete och att de nytexaminerade skall våga anta utmaningar i arbetslivet.

Under en av intervjuerna nämner en respondent ett intressant iakttagande. Respondenten har noterat att det utexamineras allt fler tradenomer och ekonomer. Respondenten anser att detta kan bli ett problem för merkonomerna eftersom deras utbildning klassificeras som en lägre

utbildning jämfört med en tradenom- eller ekonomutbildning. Vidare förklarar man att det inte finns tillräckligt med arbetsuppgifter, som motsvarar utbildningsnivån, i närregionen för alla tradenomer och ekonomer. Det kan i sin tur leda till att ekonomerna tar de "högre positionerna" medan tradenomerna tar de typiska merkonomarbetsplatserna. I det här scenariot anser jag personligen inte att merkonomerna är "underkvalificerade", utan snarare att det inte finns tillräckligt med arbetsplatser för alla merkantilt utbildade på högskolenivå. Tyvärr resulterar det här scenariot i att merkonomernas arbetsplatser eventuellt blir färre till fördel för till exempel tradenomerna.

6 SAMMANFATTNING

I kapitel 6 sammanfattar jag mina tankar och resultat i lärdomsprovet. I avsnitt 6.1 redogörs huruvida jag uppfyllde mitt syfte eller inte. I avsnitt 6.2 sammanfattar jag nyttan med lärdomsprovet. Avslutningsvis, i avsnitt 6.3, ger jag förslag som kan vara ämnen eller rubriker för framtida undersökningar med tanke på dels ännu djupare och mera konkret undersökning och dels med tanke på eventuella riktningsskorrigeringar.

6.1 Hur nådde jag mitt syfte?

Huvudsyftet med lärdomsprovet var att om möjligt kartlägga behovet av en merkantil yrkesskoleutbildning i Sydösterbotten. Resultatet från undersökningen bevisar att sju av totalt åtta tillfrågade företag anser att det finns ett behov av en merkonomutbildning i närregionen. Vidare visar studien att alla företag som deltog i undersökningen i dagsläget har arbetsuppgifter som är lämpliga för en merkonom. Sju av åtta företag påstår att de har behov av merkantilt utbildad personal inom de närmaste tre åren. Jag anser att jag uppnådde mitt huvudsyfte med lärdomsprovet.

Mitt delsyfte var att undersöka vad företag i närregionen ställer för krav och har som önskemål av en nyutbildad merkonom. Alla företag som deltog i undersökningen uppgav vilka egenskaper och färdigheter de skulle prioritera/kräva av en nyutexaminerad merkonom, vid en eventuell anställning. Jag anser att jag uppnådde mitt delsyfte med undersökningen.

6.2 Praktisk nytta

För min egen del har detta lärdomsprov medfört många positiva erfarenheter. Jag har bland annat utökat mitt kontaktnätverk bland de företag som deltog i undersökningen. Jag har även fått en insikt i hur man upparbetar underlag och utför empiriska undersökningar. Dessutom har jag fått erfarenhet av hur det går till när man utvecklar ett utbildningsprogram, även om jag inte personligen var inblandad i själva utvecklingsarbetet. Lärdomsprovet har i sin helhet bidragit med kunskaper som jag anser är värdefulla, speciellt eftersom jag i framtiden har planer att arbeta inom utbildningssektorn.

För uppdragsgivarens del anser jag att mitt lärdomsprov har varit till nytta eftersom de har fått bekräftat vad näringslivet ställer för krav på utbildningen. Under lärdomsprovets gång har jag passivt ”marknadsfört” merkonomutbildningen vid YA till de företag som deltog i undersökningen, samt till övriga som varit involverade i mitt arbete. I enkätstudien samlade jag också in uppgifter som är till nytta för uppdragsgivaren, till exempel vilka företag som kan erbjuda praktikplatser till de studerande. Det är i min förhoppning att resultatet av denna studie kan bidra till en utveckling av utbildningsprogrammet som motsvarar näringslivets krav och önskemål.

6.3 Förslag till framtida undersökningar

Det bör noteras att detta lärdomsprov är en relativt småskalig undersökning som riktar sig till ett fåtal små, medelstora och stora företag i Närpes. I framtida undersökningar föreslår jag att man kraftigt breddar antalet företag i målgruppen samt utökar undersökningens geografi till andra närliggande städer/kommuner, till exempel: Kristinestad, Kaskö, Korsnäs och Malax. Slutligen anser jag också att det vore intressant att undersöka hur lockande en merkonomutbildning är bland högstadiestuderande i regionen, samt vilken bild de har av en merkonom och hur de uppfattar utbildningen. En sådan undersökning skulle också fungera som underlag vad beträffar marknadsföring av utbildningsprogrammet.

7 KÄLLFÖRTECKNING

Andersson, Bengt-Erik (1994). *Som man frågar får man svar. En introduktion i intervju- och enkätteknik*. ISBN 91-518-2672-0. Kristianstad: Kristianstads Boktryckeri AB.

Backman, Heidi & Westerholm, Annika (2009). *Yrke 2020. En prognos över behovet av svenskspråkig arbetskraft och yrkes- och högskoleutbildning för svenskspråkiga*. ISBN 978-952-13-4149-6. Helsingfors: Utbildningsstyrelsen.

Bell, Judith (2000). *Introduktion till forskningsmetodik*. ISBN 91-44-01395-7. Lund: Studentlitteratur.

Berglund, Jan (2011). *Utveckling av utbildningsprogram*. Avhandling för högre YH-examen inom utbildningsprogrammet för teknologibaserat ledarskap. Yrkeshögskolan Novia, Vasa.

Keller, K. & Kotler, P. (2011). *Marketing Management*. ISBN 978-0132102926. New Jersey: Prentice Hall.

Utbildningsstyrelsen (2009). *Utbildningen i Finland*. ISBN 978-952-13-4163-2. Helsingfors: Utbildningsstyrelsen

Utbildningsstyrelsens webbsidor. <http://www.oph.fi> (hämtat 22.04.2012)

Patel & Davidson (2011). *Forskningsmetodikens grunder. Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. ISBN 9789144068688. Lund: Studentlitteratur.

Yrkesakademin i Österbottens webbsidor. <http://www.yrkesakademin.fi> (hämtat 20.04.2012)

Yrkesakademin i Österbotten (2011). *Årsberättelse 2010-2011*. <http://www.yrkesakademin.fi> (hämtat 20.04.2012)

INTERVJUGUIDE 1/6

Namn: _____ Företag: _____ Position: _____

Datum: _____

1. När grundades Ert företag/organisation? _____

2. Företagets ungefärliga omsättning i euro

- | | |
|--------------------|---------------------|
| a) under en miljon | c) 7-15 miljoner |
| b) 1-6 miljoner | d) över 15 miljoner |

3. Antalet anställda i företaget

- | | |
|--------------------|-----------------------|
| a) ingen anställd | d) 50-250 anställda |
| b) 1-9 anställda | e) Över 250 anställda |
| c) 10-49 anställda | |

4. Jobbar det några merkonomer på det här företaget?

Ja/Nej

Om ja, hur många? _____

Vilka arbetsuppgifter har de?

5. Finns det i dagsläget arbetsuppgifter som kunde vara lämpliga för en merkonom/person med merkantil utbildning?

Ja/Nej

Beskriv i korthet vad det är för typ av arbetsuppgifter

6. Ifall Ni skulle anställa en merkonom, vilka **färdigheter** och **egenskaper** skulle Ni värdesätta med tanke på den anställningen? **Svara så utförligt som möjligt.**

7. Vilka färdigheter utöver direkt merkantila kunskaper finner ni skulle vara **rekommendabla** i Ert företag för en merkonomutbildad?

8. Finns det behov av en merkantil yrkesskoleutbildning i Sydösterbotten? Dina åsikter!

Ja/Nej

9. Scenario: Ifall det finns tre olika typer/profileringar av utbildningsprogram för merkonomer, vilket utbildningsprogram anser Ni man borde erbjuda på YA i Närpes och **varför**?

De tre olika utbildningsprogrammen:

- a) UP för kundbetjäning och försäljning
- b) UP för ekonomi- och kontorsservice
- c) UP för informations- och bibliotekstjänst
- d) något annat, varför?

10. Hur ser Ert behov ut av merkantilt utbildad personal inom de tre närmaste åren?

- a) Inget behov alls
- b) Ett visst behov, men ospecificerat
- c) Ett klart behov

11. Kan ni i framtiden tänka er att anställa en nyutbildad merkonom?

Ja/Nej

12. Om Ni tillfrågades att bidra med input till den nya utbildningen, vad skulle Ni Då framföra? Kommentera vad Ni tycker man borde satsa på och varför.

13. Kan ni erbjuda praktikplats (LIA) till en merkonomstuderande?

Ja/Nej

Om nej, varför inte?

14. Är ni intresserad att ingå i merkonom/datanom yrketeamet?

Ja/Nej

15. Kan Ni i korthet beskriva vilka kunskaper och egenskaper en merkonom borde besitta?

Hurdan är den **ideala** merkonomen?

16. Diskussionsfråga

I dagsläget innehåller utbildningsprogrammet för merkonomer följande delar:

- Kundservice, 20 sv (sv=studieveckor)
- Butiksservice- och försäljning, 20 sv
- Visuellt säljarbete, 20 sv
- Elektronisk handel, 10 sv
- Multimedia, 10 sv (Studier i multimedia innebär i korthet att den studerande lär sig att använda datorprogram för att förmedla budskap i form av text, bild, video, ljud etc.)
- Utbildningsprogrammet innehåller också obligatoriska ämnen (matematik, språk osv.) och praktikperioder

För att komplettera utbildningsprogrammet finns det ytterligare fyra delar att välja bland:

1. Planering och genomförande av aktiviteter inom marknads-kommunikation, 10 sv
Den studerande lär sig:
 - deltar i upprättande av planer för åtgärder eller kampanjer inom produktområdet eller kundansvarsområdet
 - deltar i förberedelserna inför och genomförandet av projektet
 - utför efterföljande åtgärder för projektet
 - följer framgången för åtgärderna eller kampanjen
2. Planering av verksamhetens lönsamhet, 10 sv
Den studerande
 - Beräknar de kostnader som produkten medför
 - Prissätter produkten
 - Deltar i budgeteringsprocessen
 - Jämför det faktiska resultatet med budgeten

3. Produktrådgivning, 10 sv

Den studerande

- planerar och förbereder produktpresentations-, försäljnings- och rådgivningsevenemang
- presenterar och säljer produkter samt ger kunderna råd när det gäller inköp och användning av produkterna
- utformar erbjudanden och tar emot beställningar
- följer resultatet av arbetet

4. Systemanskaffning och ibruktagande, 10 sv

De som avlägger examensdelen kan

- Identifiera de vanligaste hårdvaukomponenterna i en dator
- Känna till olika typer av operativsystem
- Felsöka och åtgärda mindre fel i en dators hårdvara
- Felsöka och åtgärda problem som uppstått på mjukvarusidan
- Kostnadsplanera införskaffning av datorer, kringutrustning och programvara
- Känna till begrepp inom datorkommunikation som kommunikationsmodeller, protokoll och dess innebörd

Vilken av följande delar anser Ni bäst kompletterar utbildningen? Rangordna alternativen

Rangordning (1-4):

Planering och genomförande av aktiviteter inom marknadskommunikation	_____
Planering av verksamhetens lönsamhet	_____
Produktrådgivning	_____
Systemanskaffning och ibruktagande	_____

Varför?

Tack för Era svar!