

2024-11-06

Upprättad av: Annie Andréasson, Birgitta
Alfraeus, Kommunikation och HR

Dnr: **FO2024/286**



HÖGSKOLAN I BORÅS

Projektrapport, Attraktiv arbetsgivare

Innehållsförteckning

1	Projektets syfte	2
2	Projektets resultat	2
3	Implementering i ordinarie verksamhet.....	5
4	Uppskalning av projektet	6
5	Ekonomisk redovisning	7

1 Projektets syfte

Syftet med projektet är att göra Högskolan i Borås till en än mer attraktiv arbetsgivare. Projektet har kartlagt och analyserat vad som görs idag samt identifiera vilka associationer till Högskolan i Borås som arbetsgivare behöver utvecklas för att attrahera och behålla rätt kompetens.

Utveckling av högskolans arbetsgivarvarumärke ligger i linje med högskolans mål: Det attraktiva lärosätet.

- Formulera hur vi vill uppfattas som arbetsgivare
- Nulägesanalys av högskolan som attraktiv arbetsgivare idag
- Identifiera vilka faktorer som får oss som arbetsgivare att behålla medarbetare
- Identifiera aktiviteter som behöver göras för att anses som attraktiv arbetsgivare av både befintliga och framtida medarbetare
- Kartlägga hur högskolan arbetar idag med att rekrytera nya medarbetare
- Identifiera framgångsfaktorer som vi kan använda i rekryteringsprocessen, så att vi kan attrahera rätt medarbetare
- Ge förslag på indikatorer för mätbar uppföljning för att påvisa utveckling
- Ge förslag på hur högskolan kan arbeta vidare med frågan på ett systematiskt sätt
- Ge förslag på vad högskolan kan arbeta vidare med för att utveckla arbetsgivarvarumärket

2 Projektets resultat

Den nulägesanalys som gjordes utifrån det insamlade materialet, enkäter och därefter analys av Johan Anselmsson, professor i marknadsföring vid Lunds universitet, och Micco Grönholm, varumärkesexpert och lärare på Ekonomihögskolan, Lunds universitet, finns i en separat rapport. Analysen visar att den positiva bilden av högskolan som arbetsgivare visas med bl.a. meningsfulla arbetsuppgifter och att arbeta tillsammans med duktiga kollegor. Det vi behöver förstärka är möjligheten att påverka och delta i beslut, visa vilka förmåner som finns som anställd samt resurser och befogenheter.

Det som överraskade i undersökningen var en tydlig önskan om en bättre psykosocial arbetsmiljö och bättre stämning på arbetsplatsen av undervisande och forskande personal. Frihet under ansvar och möjlighet att påverka sitt eget arbete lyftes däremot inte upp utan kan antas vara något som man tar för givet? Att arbetsmiljön är en faktor för att trivas och utvecklas i är ett stort gemensamt arbete för hela högskolan och inget som kan bedrivas i enskilda kluster. För administrativ personal framkom ett behov och önskan om tydligare karriär- och avancemangsmöjligheter.

Underlaget från nulägesanalysen är viktig i kommande insatser i aktivitetslistan, men också för andra framtida högskoleövergripande utvecklingsprojekt.

Ett förslag på högskolans EVP (Employer Value Proposition), arbetsgivarlöfte, har tagits fram. Arbetsgruppen har valt att göra den till en berättelse och lyder så här:

I en dalgång längs Viskan träffas människor med olika bakgrund, från världens alla hörn, förenade av en törst efter kunskap, förändring och kreativitet. I samma stund du kliver in genom dörrarna kan du påverka. Du förändrar tillsammans med andra – kollegor som ser på vanliga problem ur nya perspektiv, individer som tillåts vara lika ovanliga och vanliga som de faktiskt är och ett samhälle som värdesätter innovation. Vi är ett stort litet lärosäte som slår över vår viktclass, och som hellre tar ett steg framåt än står still.

EVP är den faktor som särskiljer Högskolan i Borås från andra lärosäten. Vårt "why". Detta arbete har sammanförts med högskolans varumärkesarbete och ska användas i högskolans marknadsföringsmaterial men också i det interna arbetet för att stärka "vi"-känslan.

Viktiga komponenter som kom fram i nulägesanalysen är sådant som också kommer att ligga till grund i kommande utvecklingsarbeten. Det kan handla om faktorer som högskolan behöver bli bättre på att synliggöra, det kan exempelvis vara förmåner och karriär. Det handlar exempelvis om meningsfulla arbetsuppgifter, arbeta i team och stämning på arbetsplatsen.

Egentligen skulle projektet startats under 2022 men kom igång först den 1 april 2023. Förutsättningarna för projektet ändrades nämligen under projekttiden, vilket gjort att projektet tagit längre tid än enligt plan. Inledningsvis var det svårt att hitta en projektledare inom organisationen. Efter kontakt med högskolans projektkontor löstes projektledarproblematiken. En extern konsult upphandlades som stöd till den interna projektledaren.

Under våren 2024 fick projektledaren kliva av uppdraget. HR-chef och kommunikationschef har de sista månaderna varit ansvariga. Både HR och Kommunikation har under projekttiden varit underbemannade. Risker som kom fram i riskanalysen "att medarbetare inte får utrymme inom tjänsten p.g.a. underbemanning/akuta frågor besannades med andra ord. Detta har medfört att projektavslutet fått skjutas fram. Däremot har tidsförskjutningen gjort att projektet i slutskedet har kunnat sammanföras med högskolans övergripande varumärkesarbete, vilket gjort att resultatet sannolikt kommer att bli bättre.

Planerad leverabel (L)/ milstolpe (M)	Uppnådd? (ja / nej)	Kommentar
L1 - analys	Ja	Den internationella delen har inte kunnat undersökas som önskats.
L2 - studiebesök	Ja	Omvärldsbevakning och kontakt har genomförts med andra lärosäten. I aktivitetslistan finns plan på besök på Rise.
L3 – fokusgrupp, enkät och workshops	Ja	Vissa workshops fick ställas in pga dåligt intresse.
L4 - dokumentation	Ja	Nulägesanalys och slutrapport.
M1 - nulägesanalys	Ja	Blir underlag för kommande aktivitetsplan.

L5-6-7 – modell - test	Ja	Ta fram EVP. Gemensamt arbete påbörjat mellan HR och Kommunikation.
L 8 - avrapportering	Ja	RLKR
L 9 - sammanställning	Ja	Sammanställa i slutrapport med bifogad aktivitetsplan.
M1 - rapport	Ja	Slutrapport.

3 Implementering i ordinarie verksamhet.

Projektet har undersökt och kommit fram en rad olika faktorer som gör Högskolan i Borås till en attraktiv arbetsgivare, där medarbetare trivs och vill stanna kvar. Det poängterades redan i projektplanen att syftet inte har varit att implementera ett nytt arbetssätt utan det har begränsats till framtida aktiviteter. Tack vare projektet har vikten av samarbete mellan HR och Kommunikation synliggjorts och ingångsats.

Genom nulägesanalys och pågående projektarbete har de båda avdelningarna hittat en samarbetsform och gemensamma utvecklingsområden. Involverade medarbetare har också genom workshop med den externa konsulten inspirerats och sorterat ut de viktigaste kommande aktiviteterna kopplade till att göra högskolan till en attraktiv arbetsgivare. Identifierade områden har blivit aktiviteter i en gemensam aktivitetsplan. En fortsättning blir att hitta sätt där avdelningarna kan effektivisera, samköra och utveckla ett gemensamt arbetssätt.

Aktiviteter har olika dignitet och kräver olika arbetsinsatser. Några av aktiviteterna ingår eller kommer att ingå i avdelningarnas verksamhetsplaner. I en del av aktiviteterna finns mätbar uppföljning.

För att kunna genomföra exempelvis ett långsiktigt och mer genomarbetat arbetsgivarvarumärkesarbete krävs dock ändrade förutsättningar bl.a. mer resurser (både finansiellt/att medarbetare får

utrymme i tjänst/utrymme för utbildning) och en högskoleövergripande dialog. Vissa marknadsföringsinsatser går dock att kopplas in i det pågående varumärkesarbetet.

4 Uppskalning av projektet

Arbetet i projektet har mynnat ut i en gedigen aktivitetsplan. En del av dessa förslag på aktiviteter är högskoleövergripande och kommer att kräva gemensamt arbete över organisationsgränser. Det finns allt från enkla aktiviteter som kräver en liten arbetsinsats men också många som är mer omfattande, högskoleövergripande och tidskrävande. Vi har skrivit in detta i aktivitetslistan.

Nedan är några exempel och förslag på kommande aktiviteter;

- Ett närmare och tydligare samarbete med HR och Kommunikation i följande områden; ledningsstöd, akademistöd, rekrytering nya medarbetare, internkommunikation och arbetsgivarvarumärke.
- Att engagera förebilder för olika insatser kräver tid och engagemang från medarbetare i hela organisationen ex. forskare i högskolans framtida monter på Karriärmässa eller frukostföreläsningar.
- Översyn av kompetens- och karriärutveckling inom högskolan för samtliga medarbetare genom bl.a. förändrat arbetssätt med kompetensförsörjningsplaner.
- Förändringsarbete kring introduktion för nya medarbetare har påbörjats. Exempelvis kommer introduktionen att målgruppsanpassas och den gemensamma introduktionsdagen bli en övergripande välkomstdag.
- Vikten av arbetsmiljö och hur den påverkas av våra befintliga lokaler gör att de förslag som kom fram i tidigare idéprojekt behöver omhändertas och aktualiseras.
- Samverka och inspireras av andra större organisationer.

5 Ekonomisk redovisning

Total kostnad för projektet under perioden 2023–2024 är 754 820 kr. Projektet beviljades 800 000 kr från rektors strategiska medel, vilket innebär kvarvarande medel (överskott) på 45 180 kr.