



Myndigheten för yrkeshögskolan

Ekonomi, administration och försäljning

Områdesanalys och inriktning | 2020



Inledning

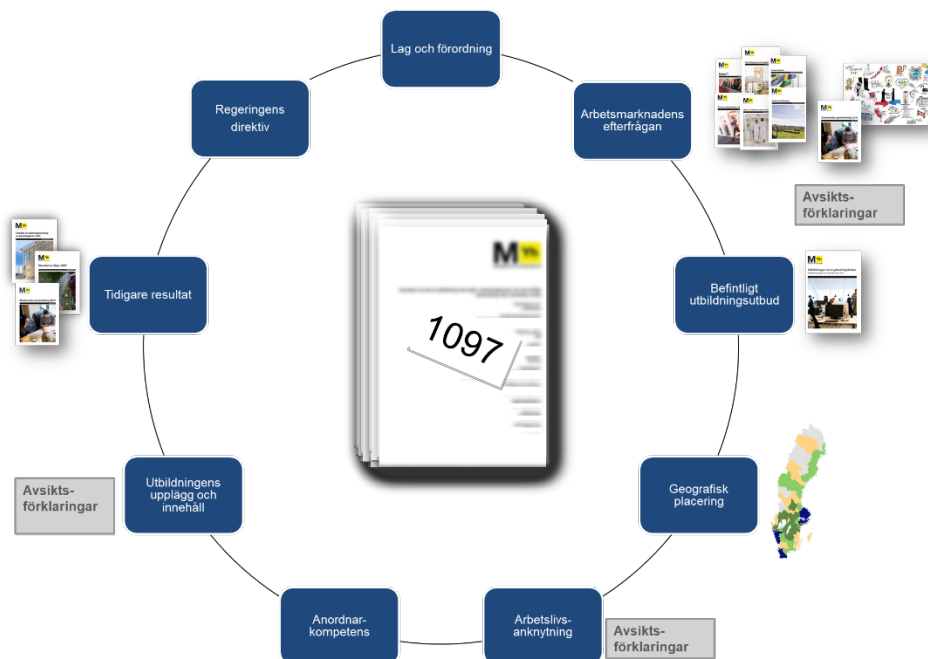
Myndigheten för yrkeshögskolan (MYH) har i uppdrag av regeringen att analysera arbetsmarknadens behov av utbildningar inom yrkeshögskolan. I denna rapport presenteras en analys av de omvärldssignaler som identifierats för området och som kan komma att påverka kompetensbehoven inom området framöver.

Syftet med analyserna

Områdesanalyserna syftar till att på ett övergripande sätt belysa och analysera faktorer som kan komma att påverka kompetensbehoven inom ett analysområde och att identifiera framtida kompetensbehov som efterfrågas från yrkeshögskolan. Områdesanalyser har tidigare år tagits fram med koppling till utbildningsområdena Data/IT, Ekonomi, administration och försäljning, Hälso- och sjukvård, Samhällsbyggnad, Teknik samt Transporttjänster.

Analysen är tänkt att användas som ett kompletterande och stödjande material till ansöknings- och bedömningsprocessen. Detta hänger samman med att analyserna endast beskriver efterfrågan på en övergripande nivå med en viss koppling till redan beviljat utbud av utbildningar inom yrkeshögskolan, medan vi i bedömningen av en ansökan tar hänsyn till många fler faktorer än just efterfrågan. I den bedömningen tar vi också hänsyn till arbetslivsanknytning, anordnarkompetens, utbildningens upplägg och innehåll, tidigare resultat, lämplig regional placering, redan beviljat utbud med mera.

Detta betyder alltså att även om vi i våra analyser identifierat områden som är efterfrågade, betyder det inte per automatik att vi kommer att bevilja ansökningar inom dessa områden. (Se illustration nedan av hur analyserna kan kopplas till ansöknings- och bedömningsprocessen).



Insamlingsmetod och källor

Insamlingen av omvärldsinformation som ligger till grund för analyserna sker löpande under hela året. Källorna är branschorganisationer samt andra relevanta källor som har bäring på området, till exempel bevakning av hemsidor, sökord, söksträngar, rapporter med mera. Även statistik såsom till exempel pensionsavgångar och sysselsättningsutveckling vägs in i de fall det bedöms relevant.

Vi träffar berörda branschorganisationer med viss regelbundenhet för att diskutera efterfrågebilden och stämma av hur väl utbildningsutbudet möter efterfrågan. Även denna information blir en värdefull input i områdesanalyserna. Branscherna kvalitetssäkrar också analyserna.

Trenden består: Ökande digitalisering och automatisering - konsultation blir allt viktigare

I takt med att digitaliseringen påverkar allt fler delbranscher som kan kopplas till utbildningsområdet ekonomi, administration och försäljning förändras yrkesrollerna och därmed också kompetensbehoven. Den genomgående trenden är att Artificiell intelligens (AI) kan utföra mer och mer av standardiserade och repetitiva arbetsuppgifter. Därmed behövs inte den kompetensen hos personalen på samma sätt som tidigare. Fokus läggs i stället på sälj, kundmötet, konsultation och dataanalys. I denna områdesanalys berörs några av de delbranscher som ingår i området, nämligen handel/e-handel, marknadsföring, företagsförsäljning, redovisning, lön, inköp och upphandling samt bank och finans.

Innehållet och slutsatserna i denna rapport grundar sig på det analysarbete som utfördes innan coronavirusets utbrott. Vilka konsekvenserna blir på 3-5 års sikt är i dagsläget svårt att förutse. Det är den tidshorisont som vi jobbar med vid framtagandet av områdesanalyserna.

E-handeln växer fortfarande, hållbarhet blir allt viktigare och värderingsdriven handel kommer allt mer

Som svar på den pågående digitaliseringen inom handeln och den växande e-handeln växer nya affärsmodeller fram. Den fysiska butiken blir mer digital och e-handeln nyttjar till exempel pop-up-butiker för att få till det fysiska mötet med kunden. Amazons inträde på den svenska marknaden kan komma att påverka och sätta ytterligare press på de fysiska butikerna, men samtidigt ge ytterligare uppsving för e-handeln. Även andra branscher såsom transport, logistik och förpackningsutveckling påverkas av den växande e-handeln då det behöver växa fram lösningar som möter denna. Det är fortfarande oklart i vilken mån Brexit kommer att påverka utvecklingen av den framtida e-handeln. Hållbarhetstänk blir allt viktigare och fler och fler handlare ser att satsningar på hållbarhet också leder till lönsamhet. Dessutom kommer värderingsdriven handel att spela allt större roll. Framtida kompetensbehov inom handel och e-handel består i ett förändrat innehåll genom ny teknik, nya datasystem och nya tekniska hjälpmedel. Nya kompetenser som efterfrågas inom handel och e-handel finns inom webbutveckling, dataanalys och digital marknadsföring/Marketing Automation.

Marknadsföring alltmer digitaliserad och värderingsdriven - nya kompetenser efterfrågas

I takt med att Artificiell intelligens (AI) används alltmer inom marknadsföringen blir AI-driven marknadsföring och Marketing Automation allt viktigare. Genom att använda stora mängder data kan marknadsföringen personaliseras och affärsnytta kan skapas på ett helt annat sätt än tidigare. På det sättet kan personalen lägga tid på kreativitet och beslutsfattande. Digitala marknadsförare är efterfrågade nu och några år framåt, men det finns experter inom marknadsföring som förutspår att yrkesrollen kommer att försvinna på sikt. Däremot blir värderingsdriven marknadsföring allt viktigare framöver.

Företags säljare fortsatt efterfrågade

Efterfrågan på företags säljare påverkas av det ekonomiska läget, konjunkturers upp- och nedgångar och hur exporten ser ut. När till exempel tillverkningsindustrins orderingångar går ner kommer efterfrågan på säljare att gå ner och vice versa. Efterfrågan påverkas också av kommande pensionsavgångar. Digitaliseringen gör att även försäljning som sker Business-to-Business (B2B) styrs mer och mer mot e-handel, även om utvecklingen där går långsammare än inom Business-to-Consumer (B2C). Nya kompetensbehov inom företagsförsäljning kan därför komma att växa fram.

Efterfrågan på inköpare och upphandlare består

Värdet på den offentliga upphandlingen uppgår till 706 miljarder kronor årligen. E-handelns utveckling, konjunkturläget och digitalisering får påverkan på inköps- och upphandlingsområdet. Kommande pensionsavgångar kan också komma att påverka området. Det pågår insatser för att utveckla den offentliga upphandlingen och det har även kommit en del lagförändringar som påverkar området. Yrkesrollen inköpare och upphandlare blir alltmer komplex och eftergymnasial utbildning efterfrågas mer och mer.

Fortsatt efterfrågan inom redovisning

På redovisningsområdet sker fortsatt digitalisering och automatisering. Yrkesrollen redovisningsekonom/redovisningskonsult blir mer och mer konsultativ och ställs om till en mer rådgivande roll. Det finns en fortsatt efterfrågan på kompetensen. Redovisningsbranschen har också blivit mer renodlad inom just redovisning.

Kvalificerad kompetens inom lönehantering efterfrågas

Löneområdet blir alltmer automatiserat och yrkesrollen lönekonsult blir alltmer konsultativ. Den nya lagen om arbetsgivardeklaration (AGI) kan komma att öka efterfrågan på kvalificerad kompetens inom löneområdet.

Utvecklingen inom bank och finans kräver ny kompetens

Bank- och finansbranschen påverkas till stor del av digitaliseringen. Detta får till följd att fler och fler kontor stängs och personal har fått gå. Dessutom frigörs mer och mer tid genom digitalisering för att kunna möta kunden. Kunderna ställer högre krav på analys och rådgivning. Det går bra för bolag inom Fintech, det vill säga IT-teknologi inom finansvärlden.

Rapporten en omarbetad version av förra årets rapport

Denna rapport är en delvis omarbetad version av 2019 års rapport. Mycket av innehållet fanns redan 2019 men samtliga avsnitt har reviderats och uppdaterats med ny information när så bedömts vara aktuellt. Detta har till viss del även påverkat slutsatserna som följer efter respektive avsnitt, framför allt under rubrikerna Konsekvenser och Inriktning.

Förklaring av begrepp

I rapporten samlas slutsatserna i ett matrisssystem. Där används följande begrepp:

Strategisk påverkan avser i vilken utsträckning vi bedömer att trenden/händelsen/tendensen kan komma att påverka utbildningar inom yrkeshögskolan.

Brådskande/Ej brådskande avser på vilken sikt vi bedömer att trenden/händelsen/tendensen kan komma att påverka utbildningar inom yrkeshögskolan.

De olika symbolerna i matrisen anger hur vi bedömer att trenden/händelsen/tendensen kan komma att påverka branschen/samhället.

Varje avsnitt avslutas med en kort analys och slutsats uppdelad i fyra delar:

Konsekvenser avser vilka effekter trenden/händelsen/tendensen kan komma att få på det framtida kompetensbehovet.

Drivkrafter avser de faktorer som driver på utvecklingen.

Motkrafter avser de faktorer som motverkar utvecklingen.

Inriktning avser MYH:s inriktning inom området.





Tilltagande trend

E-handeln växer fortfarande, hållbarhet blir allt viktigare och värderingsdriven handel kommer allt mer

Som svar på den pågående digitaliseringen inom handeln och den växande e-handeln växer nya affärsmodeller fram. Den fysiska butiken blir mer digital och e-handeln nyttjar till exempel pop-up-butiker för att få till det fysiska mötet med kunden. Amazons inträde på den svenska marknaden kan komma att påverka och sätta ytterligare press på de fysiska butikerna, men samtidigt ge ytterligare uppsving för e-handeln. Även andra branscher såsom transport, logistik och förpackningsutveckling påverkas av den växande e-handeln då det behöver växa fram lösningar som möter denna. Det är fortfarande oklart i vilken mån Brexit kommer att påverka utvecklingen av den framtida e-handeln. Hållbarhetstänk blir allt viktigare och fler och fler handlare ser att satsningar på hållbarhet också leder till lönsamhet. Dessutom kommer värderingsdriven handel att spela allt större roll. Framtida kompetensbehov inom handel och e-handel består i ett förändrat innehåll genom ny teknik, nya datasystem och nya tekniska hjälpmedel. Nya kompetenser som efterfrågas inom handel och e-handel finns inom webbutveckling, dataanalys och digital marknadsföring/Marketing Automation.

Förändrade affärsmodeller för att möta digitaliseringen av handeln

Totalt omsätter den svenska e-handeln 87 miljarder kronor, vilket är tio procent av den totala handeln. Det visar rapporten "e-barometern 2019" från Postnord, HUI Research och Svensk Digital Handel. Totalt sett tillkom närmare tio miljarder kronor till den svenska e-handeln under 2019. E-handeln svarade därmed för 55 procent av den totala tillväxten i sällanköpsvaruhandeln. Prognosen för 2020 är att e-handeln kommer att växa med drygt 11 procent och uppgå till cirka 97 miljarder kronor.

[Handelsbarometern](#) från januari 2020 visar på en lägre framtidstro. Det är försäljningen inom såväl butiker som e-handel bidrar till att framtidsindikatorn minskade i januari. Förväntningarna på lönsamhet och antal anställda föll också i januari. Butikernas förväntningar om antalet anställda minskade med 3,7 enheter till index 86,5 i januari. E-handlarnas förväntningar minskade med 0,5 enheter till index 106,2 under samma period. Butikernas förväntningar om lönsamhet minskade med tre enheter till index 90,3 i januari. E-handlarnas lönsamhetsförväntningar minskade med 1,1 enheter till index 94,4 under samma period. Butikernas förväntningar om försäljning minskade med 6,7 enheter till index 92,9 i januari. E-handlarnas försäljningsförväntningar minskade med 1,2 enheter till index 119,0 under samma period.

Den pågående digitaliseringen i samhället blir allt tydligare inom handeln. Detaljhandeln genomgår nu samma digitala resa som musik, film och paketresor har gjort och konsumenterna ställer om rekordsnabbt. I takt med att fysiska butiker stänger efterfrågas ny kompetens för att kunna tävla om kunderna på nätet. Handelns snabba digitala omställning under de senaste åren har slagit hårt mot stora delar av handeln. En stor drivkraft bakom skiftet är att fler konsumenter handlar via nätet. Trots att e-handeln utgjorde cirka en tiondel av försäljningen under 2019, stod den för hela tillväxten inom sällanköpshandeln, samtidigt som butikshandeln för första gången uppvisade negativ tillväxt.

Rapporten "[Handelns struktur och utveckling](#)" visar på tydliga förändringar inom detaljhandeln. Antalet fristående butiker blir färre samtidigt som de kedjeanslutna butikerna ökar något både i antal och i omsättning. Detta betyder att företagen blir färre men större. Majoriteten av butikerna i detaljhandeln är kedjor och står för 84 procent av omsättningen i butikshandeln. Minskningen av butiker har framförallt skett bland fristående butiker inom dagligvaruhandeln.

I Handelsrådets rapport "[Handelns digitalisering och förändrade affärsmodeller](#)" identifieras fyra delar som hänger samman och som digitaliseras på olika sätt: utbytesprocesserna, aktörerna, platserna och erbjudandena. Genom att dessa delar digitaliseras och blir alltmer ihopkopplade påverkar det alla former av handel. Det finns styrkor hos de fysiska butikerna som utmanas av digitaliseringen men också kan förstärkas och bli viktigare i en ökande digitalisering. Digitaliseringen av de fysiska butikerna innebär att de blir en del av e-handelns infrastruktur såsom till exempel konsumenternas ökade användning av mobila digitala tekniker och ett ökat inslag av digitala tekniker i butikerna. Utifrån styrkorna hos den fysiska butiken och hur de påverkas av digitaliseringen identifieras fem butiksformat som kan komma att växa fram:

- *Närportalen* – en form av utlämningsställe med kombinerad butik som är belägen nära hemmet eller arbetsplatsen.
- *Fullfilmentcentralen* – en butik där man skär bort kostnader som vanligen är förknippade med en fysisk butik och gör det till en butik där man framför allt hämtar sina varor.
- *Hybriden* – den "digitaliserade fysiska butiken". Här sker en tydlig sammanblandning mellan fysiskt och digitalt och stor användning av digitala tekniker i hela butiken för att förstärka butiksoplevelsen.
- *Digital pop-up* liknar andra pop-up-butiker i meningen att de är temporära handelsplatser, men med ett större inslag av digital teknik.
- *Inspirationsbutiken* förstärker den fysiska butikens fördelar och gör mer av det som e-handeln inte kan eller har svårt att erbjuda, till exempel att kunna testa produkter, få rådgivning, provsmaka produkter med mera.

Svensk handel räknar med att var tredje krona kommer att spenderas på nätet 2025. Skiftet kan innebära att dagens butikslokaler kommer att se annorlunda ut i framtiden. Fokus kommer att ligga mer på upplevelser. Ett exempel på detta är butiksconceptet The Lobby i centrala Stockholm. Där finns en cavabar, plats för att spela in podcasts och möjlighet för mindre kända varumärken att hyra ytor på kort kontrakt. Framtidens fysiska butik kommer oftare bli en scen för olika typer av evenemang menar Annelie Gullström, som är affärsutvecklingschef på The Lobby. Hon tror också att underhållning, kultur och hälsa är de områden som kommer att få större plats i shoppingstråken.

Enligt en rapport från Credit Suisse stängdes 6 000 butiker i Storbritannien under 2017 till följd av den ökade e-handeln. I USA räknar man med att vart fjärde köpcentrum har stängt år 2022. Jonas Arnberg, VD för HUI Research, menar dock att samma sak inte behöver hända i Sverige. Detta då det i USA redan från början finns större handelsyta per person och att jämförelsen därför inte blir relevant. Stadskärnorna väntas förbli attraktiva platser att vistas i, medan köpcentrum kan få det tuffare.

Framtidens fysiska mötesplats

Den pågående teknikutvecklingen, globaliseringen och urbaniseringen påverkar och omformar såväl handel och besöksnäring som platserna där människor vill leva, arbeta, mötas och besöka. Människors behov, beteenden och konsumtionsmönster förändras. Detta påverkar därmed även förutsättningarna för handelsföretag och anställda. Under många århundraden var marknaden centralt placerad i ett samhälle och dess huvudsakliga funktion var handel. Sedan 1970-talet har det skett en strukturomvandling som har påverkat handelns roll i stadskärnan. Handeln finns alltmer i externa handelsområden. Det är framförallt mindre städer som påverkats av detta då etableringen av externa handelsplatser tränger undan butiker i mindre städers stadskärnor. Den konkurrens som uppstår och risken att stadskärnan utarmas över tid ökar. En dyster bild målas upp i media av hur stadskärnor i mindre städer förfaller till följd av de stora externa handelsområdena.

Besöksnäringens forsknings- och utvecklingsfond (BFUF) och Handelsrådet har tagit fram rapporten "[En perfekt plats](#)". Av rapporten framgår att det finns fem huvudsakliga faktorer som kan förklara vad som gör en stadskärna attraktiv trots urbanisering och etablerande av externa handelsområden: Stadens läge, stadens funktion och karaktär, samspel och samarbete, relation mellan utbudet i stadskärnan och det externa handelsområdet samt det lokala engagemanget. Vidare lyfts fem centrala framgångsfaktorer för framtidens fysiska mötesplats:

Att sätta människan i centrum

Människor dras till platser där sinnen får berikas, där allt inte är färdigt och där det finns möjlighet att upptäcka nya saker och där det finns möjlighet att mötas. Människor, entreprenörer, medarbetare och besökare ska vilja satsa och investera sin tid, kapital och kreativitet. Medarbetare inom handel och besöksnäring bidrar till att göra en plats mer attraktiv genom professionella servicemöten.

Hitta platsens identitet, historia, själ och nya drivkrafter

Det måste finnas en röd tråd i all planering av själva platsen så att platsen får sin egen, tydliga identitet. Detta avser både utveckling och underhåll av destinationer, platser, mötesplatser och bostadsområden. Genom att bättre förmedla vad som är unikt med just den här platsen går det att skapa platsunika upplevelser.

Satsa på platsens kvalitet

Genom att få mötesplatsen så komplett och innehållsrik som möjligt vill människor som bor där stanna kvar och långväga besökare komma dit. Platser för konsumtion, upplevelser och konstnärlig kreativitet förutsätter en flexibel användning av stadsområdet. En stad eller mötesplats som erbjuder effektiva möten, är trivsamt, tillgängligt och flexibelt, blir därmed attraktiv. På platsen finns till exempel en blandning av funktioner som handel, hotell, restaurang, nöje, kontor och bostäder.

Skapa nya och tidiga samarbeten och testbäddar

En viktig framgångsfaktor för att skapa en attraktiv plats är att sammanföra intressenter från olika sektorer som tillsammans planerar hur platsen ska utformas. Därför behövs stadsplanerare och fastighetsägare tillsammans med entreprenörer och innovatörer inom mat, dryck, handel, kreativa näringar, nöjen, ideella verksamheter samt forskare.

Förstärk och öka värdet via digitalisering

Genom att använda ny teknik kan både upplevelsen av och värdet på den fysiska mötesplatsen förstärkas. Det behövs väl genomtänkta strategier för digitalisering.

I rapporten konstateras vidare att externa handelsplatser generellt sett har en negativ effekt på de företag som finns i stadskärnan i mindre städer. Rapporten visar att:

- Företag i småstäders stadskärnor har haft en negativ utveckling, medan företag i externa handelsområden utvecklats positivt sedan sekelskiftet.
- Företag i småstäder utan externa handelsområden har generellt utvecklats mer positivt jämfört med företag i småstäder med externa handelsområden.
- Handel och kommersiell service i stadskärnor har haft en negativ utveckling, medan omsättningen för företag inom hotell- och restaurangbranschen i genomsnitt ökar.
- Etablering av externa handelsområden har lett till minskad omsättning för företag i småstadens stadskärna. Sysselsättningen har inte anpassats till den minskande omsättningen, vilket innebär att arbetskraftens produktivitet har minskat.
- Vissa småstäder har klarat konkurrensen från externa handelsområden bättre än andra, men majoriteten av småstäderna kämpar för att utveckla sin stadskärna och göra den mer attraktiv.
- Flera faktorer påverkar hur småstäders stadskärna utvecklas. Vissa faktorer går inte att påverka, som till exempel det geografiska läget. Andra faktorer, såsom hur stadskärna och extern handel kan komplettera varandra och hur samarbete mellan offentliga och privata aktörer kan se ut, är möjliga att förändra för att skapa en mer attraktiv stadskärna i de mindre städerna.

Digitala betalningar

Utvecklingen mot ett allt mer kontantlöst samhälle fortsätter och allt fler digitala betalningar tas fram. På den svenska marknaden är det drygt 80 procent av alla transaktioner i den fysiska handeln som görs med kort. Prognosen är att 90 procent av alla betalningar kommer att vara digitala 2020. Såväl kontaktlösa kortbetalningar som mobiltelefonbetalningar bygger på de etablerade kortnätverkens infrastruktur.

Även betalningar som Swish utvecklas. Dessutom gör Riksbanken en utvärdering av e-kronan. Under 2018 kom också det nya betaltjänstdirektivet (PSD2) på plats i Sverige. Syftet med direktivet är att öppna upp för fler aktörer inom betalmarknaden i Sverige. Rapporten "[Svensk e-handel 2019](#)" visar att faktura är det näst vanligaste betalsättet. Swish blir ett mer och mer vanligt betalningssätt och går nu upp på andra plats. Vanligast är kortbetalning.

IT&Telekomföretagen har tillsammans med bland annat Svensk Handel, Skatteverket och leverantörer av kassaregister, betalterminaler och elektroniska kvitton tagit fram en enhetlig standard för att föra över kvittoinformation digitalt. Den enhetliga standarden, som blev klar i februari 2018, ger både handel och kunder möjligheten att hantera kvittoinformation på ett enklare sätt. Samtidigt besparas miljön då dagens 1,7 miljarder kvitton som skrivs ut motsvarar cirka 60 000 träd. Det blir också lättare för kunden att både spara och hitta sina kvitton. Digitala kvitton är numera också godkända som underlag i redovisningen och därmed frigörs också tid för företagen.

Hållbarhetsarbetet inom handeln får tydligare genomslag

Hållbarhet får ett allt tydligare genomslag i handelsbranschen. "[Svensk handels hållbarhetsundersökning 2018](#)", som baseras på svar från 1 393 medlemsföretag inom Svensk Handel och 1 009 konsumenter, visar att nästan fyra av fem handelsföretag arbetar aktivt med hållbarhetsfrågor. Av dessa uppger över hälften att de arbetade mer med hållbarhetsfrågor under 2018 jämfört med ett år tidigare. Företagens arbete med frågorna har ett ökat fokus på att utveckla en cirkulär ekonomi. Det kan till exempel handla om att tillverka återvinningsbara råvaror som inte ger upphov till restprodukter och avfall. Ett framträdande drag i företagets arbete är ett ökat fokus på att utveckla en cirkulär ekonomi, det vill säga att tillverka återvinningsbara varor som inte ger upphov till restprodukter och avfall. Konsumenterna anser att det som är viktigast för ett e-handelsföretag att prioritera är att förebygga och minska avfall samt öka återanvändning och återvinning. Detta ligger i linje med vad företagen fokuserar på då 75 procent av företagen arbetar aktivt med att förbättra hanteringen av avfall och återvinning.

Hållbarhetsfrågor får också ett allt större fokus i takt med att ny infrastruktur och logistik växer fram parallellt med e-handelns utveckling. Hållbara leveranser har under de senaste åren blivit en allt viktigare fråga för konsumenterna. Av "[e-barometern 2019](#)" framgår att 80 procent av e-handelskonsumenterna är villiga att vänta 1-2 dagar längre för att få sin vara levererad på ett miljövänligt sätt. Rapporten visar också på att andelen e-handlare som inte alls arbetar med hållbarhet i leveransledet har minskat sedan förra årets mätning, från 23 procent till 15 procent. Merparten av e-handlarna arbetar med hållbarhet på något sätt. Vanligast är att använda återvinningsbara förpackningsmaterial i sina leveranser. De åtgärder som ökat mest sedan förra årets mätning är att minska pappersutskick och att reducera mängden förpackningsmaterial och onödig luft i paketen.

Enligt undersökningen "[Framtidens hållbaraste varumärken](#)" svarar över hälften av alla svenskar mellan 18-35 år att de kan tänka sig att välja bort företag som de inte anser agerar hållbart. Hela 83 procent tycker dessutom att företagen har ansvaret för att skapa ett mer hållbart samhälle.

Värderingsdriven marknadsföring och handel

Även värderingsdriven marknadsföring med kopplingen till handel och e-handel kommer att bli viktig framöver. Afdhel Aziz som är en av världens ledande experter inom "brand purpose" kom nyligen ut med boken "Good is the new cool". Han menar att "Purpose is the new digital". Det är en revolution som redan nu förändrar det som styr handeln av idag. Se mer om värderingsdriven marknadsföring i kapitlet om marknadsföring.

Brexit kan komma att påverka sysselsättningen inom handeln

Stockholms Handelskammare och Oxford Economics har räknat på den svenska kostnaden för Storbritanniens utträde ur EU (Brexit). Om Storbritannien och EU inte kommer överens om ett nytt frihandelsavtal och det därmed blir en hård Brexit, beräknas Sveriges BNP minska med 18 miljarder kronor. Vidare förväntas det leda till 8 200 förlorade arbetstillfällen, varav 2 100 i Stockholm. Slutsatserna är att en hård Brexit skulle vara mycket kännbar för svensk ekonomi.

I "[e-barometern 2019](#)" går att läsa att de svenska e-handelsföretagen inte förefaller vara omedelbart påverkade av Brexit. Andelen företag som uppgav Storbritannien som sin största utlandsmarknad uppgick till endast två procent. Det kan vara så att det är konsumenterna som påverkas mer av Brexit eftersom Storbritannien är ett av de mest populära importländerna av e-handelsvaror till Sverige. Konsekvenserna av Brexit är ännu inte helt tydliga för den svenska e-handeln och det är först 2021 som det kan komma att bli regelförändringar. Ett nytt avtal kan

göra det dyrare att handla då det kan tillkomma till exempel moms efter utträdet. Dessutom kan det tillkomma juridiska förändringar, som att till exempel EU:s juridiska regelverk upphör att gälla, vilket i sin tur kan leda till att den administrativa bördan blir för stor och vissa avstår att handla med Storbritannien.

Amazons inträde kan få konsekvenser för den svenska handeln och e-handeln

Under 2018 började det finnas tecken på att Amazon höll på att etablera sig i Sverige. Tecken som visade på detta är att de nu har startat ett svenskt betalbolag och ansökt om att få tillhandahålla betaltjänster i Sverige. Bolag som erbjuder alltifrån e-handel med livsmedel, streamad film och musik ska ha inlett rekryteringsprocesser med flera e-handelskunniga personer i Sverige. Enligt Amazons egen sajt har e-handlare med bas i Sverige redan möjlighet att motta betalningar via Amazon Pay. Än så länge har inte Amazon etablerat sig i Sverige på det sätt man förväntat sig.

Handelsrådet och HUI Research publicerade i april 2018 rapporten "[Vad händer när Amazon kommer?](#)" Den visar att böcker, elektronik och leksaker är de detaljhandelsbranscher som kommer att drabbas hårdast när Amazon bestämmer sig för att satsa i Sverige. Dessa branscher är också de som redan har pressats hårt av digitaliseringen. Jonas Arnberg, VD på HUI research, menar att mat, möbler och mode samt starkt nischade aktörer antagligen kommer att klara sig bättre. Rapportens slutsats blir att detaljhandeln koncentreras till färre och större aktörer och att e-handelsplattformar tar större del av kakan när konsumenterna går direkt till sajter som exempelvis Amazon och Zalando, istället för att gå via sökmotorer som Google. Men det finns inte bara plats på plan för de största, internationella företagen. Aktörer som har ett nischat sortiment, god service, lokala produkter och som kan ge vägledning i varudjungeln kan stå sig bra i konkurrensen.

Rapporten visar vidare på att digitaliseringen och den internationalisering och ökade konkurrens denna medför, kommer att förändra hur den svenska handeln ser ut, hur butiker planeras, hur köpcentrum byggs, hur stadskärnor utvecklas och också hur jobben utvecklas. Den tekniska utvecklingen leder till att det nya detaljhandelslandskapet blir globalt. Internationella företag såsom Amazon, Alibaba och Zalando säljer till svenska konsumenter samtidigt som svenska företag får en chans att nå en global marknad. På detta sätt blir det också en helt ny konkurrens för svenska kedjor som har sin bas i fysisk butik och inte kommit så långt med sina digitala strategier. Även om den största delen av försäljningen inom handeln än så länge sker i fysiska butiker så sker tillväxten online. Den fysiska handeln sätts därför under ytterligare press. Aktörerna inom detaljhandeln behöver se över sitt butiksbestånd och sortiment för att ha en plats på marknaden även i framtiden. Rapporten visar att det är den fysiska handeln som är den stora förloraren i och med att Amazons inträde på den svenska marknaden troligen kommer att lyfta e-handelns tillväxt ytterligare.

Amazons förväntade intåg i Sverige beskrivs ofta som ett hot mot svensk detaljhandel, men Handelsrådets VD Andreas Hedlund menar att Amazon samtidigt kan vara en väg ut i exportvärlden för svenska handelsföretag som via e-handelsplattformen kan hitta nya marknader.

Kommer alltmer e-handel ske med röststyrning framöver?

Röststyrning är en teknik som utvecklas snabbt. Josefin Rosén är expert inom Artificiell intelligens (AI) hos SAS Institute. Hon menar att vi kommer att spara mycket tid genom att prata med mjukvaran. Det går att se att trenden går mot mer röststyrning och Natural language processing gränssnitt blir allt vanligare. Data är en central del i detta och ju mer data och interaktioner som finns inövade desto bättre och smartare blir röststyrningen. Josefin Rosén

säger att de röststyrningssystem som kommit längst idag är Google. Men också Amazons Alexa ligger långt fram vad gäller röststyrda AI-applikationer i hemmet. I takt med att allt fler börjar använda Alexa blir systemet bättre och bättre. Ju mer data som finns desto mer finns att träna systemen och algoritmerna på. Endast två procent använder röstassistenten Amazon Alexa för e-handelsköp. Det rapporterar ehandel.se med hänvisning till nättidningen The Information.

För något år sedan lanserades Google Assistant på svenska. Det går numera till exempel att prata trafikläget med SJ och med Mon-Ica om recept. Nu när Google Assistant lanserar sin röstassistent på svenska börjar företag även i Sverige hoppa på trenden. Det går långsamt framåt och än så länge går det inte att se att röststyrning har fått stort genomslag i Sverige med koppling till handel.

Transport, logistik och förpackning blir viktiga ingredienser i framtidens e-handel

Den växande e-handeln påverkar inte bara våra köpbeteenden utan också logistiksystemen och städernas utformning. Det visar Swecos rapport "[Signed, Sealed, Delivered – Analysing the Impact of E-commerce on Urban Areas](#)". Enligt rapporten ökar e-handels omsättning med 10–15 procent per år, något som kraftigt påverkar detaljhandelns distributionskedjor.

Robert Sommar, som är godstransportexpert på Sweco och en av författarna till rapporten, säger att generationen som har vuxit upp med att handla online nu når sin mest köpkraftiga ålder. Städer, distributionslösningar eller logistiksystem är inte anpassade efter beteendet. För att klara den ökande e-handeln behöver strukturen av lager, terminaler och utlämningsställen förändras.

Den ökande e-handeln ställer också nya krav på våra livsmedelsförpackningar. "[Tetra Pak Index 2019](#)" visar att förpackning och återvinningsbarhet är avgörande. Nästan fyra av fem konsumenter globalt är villiga att betala mer för miljösmyarta mat- och dryckesförpackningar.

Förpackningar kommer att spela en viktig men annorlunda roll när nu e-handeln med livsmedel växer. Smart förpackningsteknik, med till exempel digitalt utskrivna koder, kommer att innebära nya möjligheter för e-handlare och varumärken, menar Tetra Pak.

"[Tetra Pak Index 2018](#)" visade på fyra viktiga trender som påverkar e-livsmedelshandelns tillväxt:

1. *Enkelhet* – Den framtida konsumenten är tidspressad och vill att det ska vara så enkelt som möjligt att e-handla. Här finns enligt undersökningen viktiga möjligheter i enkel påfyllning av produkter, varumärkesidentitet och praktiska förpackningar.
2. *Teknik och prestanda* – Leveranskedjorna kommer att fortsätta att förändras av olika tekniska lösningar. I undersökningen pekades särskilt identifiering via radiofrekvens och robotteknik ut då de ökar effektiviteten och tydligheten. Det förväntas bli mycket snabba leveranser på så kort tid som tio minuter senast 2025. Detta gör att konsumenterna kommer att handla mindre mängd men oftare.
3. *Hållbarhet* – Restriktioner för plast och medvetenheten om kretsloppsekonomin kommer att fortsätta att öka och återvinning kommer att bli allt viktigare. Konsumenter vill veta om varumärken "gör rätt".
4. *Personligt och unikt* – Anpassning av produkter och en personanpassad konsumentprocess kommer att bli viktiga differentierande faktorer i framtiden. E-handlare kommer att nyttja konsumentdata för att personanpassa erbjudanden, bygga relationer samt göra produktutveckling.

Digitaliseringens påverkan på framtida sysselsättning och kompetensbehov i handeln

Stark digitalisering och en kraftigt växande e-handel har gjort att antalet jobb i branschen har ökat snabbt. Trots det visar rapporten "[Hur påverkar digitaliseringen framtida sysselsättning och kompetensbehov i handeln? En bedömning av utvecklingen 2015-2030](#)" att majoriteten av de anställda menar att de inte alls påverkats av detta i sitt dagliga arbete. I den minoritet som upplevt att det påverkat arbetets innehåll är det endast 13 procent som tydligt framfört att arbetsuppgifter automatiserats och försvunnit helt. Den stora gruppen anger att digitaliseringen har medfört ett förändrat innehåll i arbetsuppgifterna genom ny teknik, nya datasystem eller nya tekniska hjälpmedel. En mindre grupp har också påtalat att helt nya jobb och arbetsuppgifter har tillkommit. Studien tonar ned förändringstakten men visar också på att handeln genomgår ett skifte genom digitaliseringen.

Handelsbranschen genomgår stora förändringar och en snabb utveckling genom automatisering och digitalisering. Branschens tillväxt sker i hög grad på nätet och konkurrensen är global och stenhård. Köpcentrum och gallerior står inför stora utmaningar om de ska klara av att vara konkurrenskraftiga framöver. Detta gör att arbetet inom handeln lika mycket handlar om IT och logistik, som att bemöta kunder och att sälja varor. Om handeln ska hänga med i den snabba utvecklingen måste ny kompetens rekryteras och befintlig personal kompetensutvecklas.

I takt med att handeln möter en allt mer komplex och konkurrensutsatt värld ökar kraven på personalen och deras kompetens. Digitaliseringen inom handeln medför enorma förändringar, inte minst för de fysiska butikerna. För att möta den digitala konkurrensen måste den fysiska butiken gå från att vara en plats kunden måste besöka till att bli en plats kunden vill besöka. Det görs inte av sig självt, utan arbetet måste göras av personalen och för att göra sitt jobb bättre än i dag måste personalen bli bättre än i dag. Tiden med allt-i-allo personal är förbi, det som gäller nu är specialister med spetskompetens. Det som efterfrågas är bland annat butikskommunikatörer som vet hur en butik ska inredas för att maximera försäljningen, bagare som bakar brödet på plats och dataanalytiker som prognostiserar försäljningen.

Svensk handels rapport "[Läget i handeln](#)" visar att digitaliseringen inom handeln också leder till en ökad efterfrågan på spetskompetens inom IT-området. I rapporten lyfter Svensk handel fram vikten av mer forskning och utveckling inom big data, maskininlärning och röststyrning. De menar också att det efterfrågas spetskompetens inom logistikområdet för att bland annat kunna optimera lager- och transportflöden. De effekter som digitaliseringen medför på kompetensbehovet inom handeln förstärks genom Amazons kommande inträde på den svenska arbetsmarknaden. De anställda behöver inte bara kunna hantera sälj utan måste också behärska olika digitala verktyg och system. Dessutom är konsumenterna mer pålästa när de kommer in i den fysiska butiken, vilket i sin tur ställer högre krav på det personliga mötet mellan säljare och potentiell kund. Det kommer också att efterfrågas specialister inom dataanalys, webbutveckling och digital marknadsföring/Marketing Automation.

Utbildningar inom yrkeshögskolan

Utbildningar som kan kopplas till handel och e-handel finns inom flera olika inriktningar inom yrkeshögskolan. Dessa är till exempel utbildningar inom affärsutveckling, e-commerce, digital marknadsföring, webbutveckling, inköp, företagsförsäljning, förpackningsutveckling, logistik, utbildningar inom tull, butiksledare, visual merchandisers, apotekstekniker och optikerassistenter.

De största inriktningarna är utbildningar inom företagsförsäljning, digital marknadsföring, inköp, utbildningar inom e-handel samt utbildningar till affärsutvecklare. En annan stor inriktning inom yrkeshögskolan är webbutvecklare, men här är det få utbildningar som har inriktat sig mot just e-handel. Det finns också en del logistikutbildningar, men endast en som är inriktad mot handel.

KONSEKVENSER

- Kompetensbehov som växer fram till följd av digitaliseringen och den ökade e-handeln finns inom dataanalys, webbutveckling samt Marketing Automation. Kompetensbehov finns också inom logistik.
- Kunden idag är tack vare digitaliseringen väldigt påläst när hen kommer in i den fysiska butiken. Att arbeta i den fysiska handeln blir därför en mer och mer kvalificerad roll. Det krävs också kunskaper att kunna arbeta med både fysisk handel och e-handel (omnikanal) för att kunna möta konkurrensen från e-handeln.
- Kompetens inom värderingsdriven marknadsföring kommer att bli efterfrågade.

DRIVKRAFTER

- Digitaliseringen driver på utvecklingen inom både handel och e-handel.
- Värderingsdriven marknadsföring och kommunikation kan driva på utvecklingen.

INRIKTNING

- MYH kommer att följa utvecklingen av e-handeln och fysiska handeln.
- MYH kommer att följa utvecklingen av vilka kompetenser som efterfrågas i den fysiska handeln och inom omnikanal. Utbildningar som är riktade mot den fysiska handeln kan behöva anpassas för att kunna möta digitaliseringen. Detta kan till exempel röra visual merchandisers och butiksledare som behöver ha kunskap i omnikanal.
- MYH:s bedömning är att det redan beviljade utbudet av utbildningsplatser inom handel och e-handel är tillräckligt stort i förhållande till efterfrågan och bör fyllas på i takt med att platser avslutas. Detta innebär att utbildningsplatser per år bör bevaras på samma nivå som tidigare.

MOTKRAFTER

- Storbritanniens utträde ur EU skulle kunna bromsa utvecklingen av e-handeln.
- Bristen på hållbara transporter kan motverka utvecklingen.



Tilltagande trend

Marknadsföring alltmer digitaliserad och värderingsdriven – nya kompetenser efterfrågas

I takt med att Artificiell intelligens (AI) används alltmer inom marknadsföringen blir AI-driven marknadsföring och Marketing Automation allt viktigare. Genom att använda stora mängder data kan marknadsföringen personaliseras och affärsnytta kan skapas på ett helt annat sätt än tidigare. På det sättet kan personalen lägga tid på kreativitet och beslutsfattande. Digitala marknadsförare är efterfrågade nu och några år framåt, men det finns experter inom marknadsföring som förutspår att yrkesrollen kommer att försvinna på sikt. Däremot blir värderingsdriven marknadsföring allt viktigare framöver.

Framtidens marknadsavdelning påverkas av AI

AI:s intåg i marknadsföringen går snabbare än man tidigare har trott. Inom marknadsföringen ser vi det här hända redan nu. Enligt Bisnodes digitala marknadschef Madeleine Lindgren är AI-driven marknadsföring, eller AI Marketing, här för att stanna. Hon menar att det är mer än bara ett buzzword eftersom det förenklar och effektiviserar arbetet. Marknadsavdelningen kan spara extremt mycket tid och göra bättre val och ett bättre jobb. Det förutsätter personligt innehåll så att det går att arbeta med riktad marknadsföring i rätt tid och på rätt plats. Men vi kommer inte hinna med att hantera och analysera all den data som finns i dag och det är här AI kommer in.

Magnus Unemyr är konsult inom AI och författare till boken "Data-driven Marketing with Artificial Intelligence". Han instämmer och säger att det är en disruptiv teknologi som förändrar allt i grunden. Processer som tidigare bara kunde utföras manuellt och primärt optimerades med magkänsla eller gissningar blir nu automatiserade och datadrivna, med självlärande algoritmer som ger affärsinsikter vi tidigare inte kunde hitta.

För framtidens marknadsavdelning innebär detta stora fördelar, men det kommer ställas nya sorters krav. Marknadschefens jobb består i att vara duktig på att samla och tolka data. Med andra ord förändras marknadschefens jobb rätt radikalt och nya kompetenser blir viktiga i denna roll. Från humankunskap till teknikkunskap, säger Henrik Blomgren som är doktor i marknadsföring inom Business-to-business (B2B) på Kungliga tekniska högskolan (KTH). I gengäld kommer tekniken, som fortfarande befinner sig i en kraftig expansionsfas, både kunna automatisera repetitiva uppgifter och hitta mönster och trender i kunddata. Resultatet blir att medarbetarna kan fokusera på beslutsfattande och kreativitet.

AI har blivit ett allt viktigare verktyg för att kunna analysera stora mängder data och tillhandahålla skräddarsydda erbjudanden, så kallad personalisering. Av rapporten "[Context is Everything](#)" framgår att nästan nio av tio företag i Norden i större utsträckning än tidigare prioriterar satsningar på personalisering, samtidigt som knappt en fjärdedel är nöjda med sin nuvarande kompetens inom området. Undersökningen visar även att 72 procent har påbörjat rekrytering av ny kompetens som ska säkerställa att AI kan användas på bästa sätt. Kunskaper inom IT, dataanalys och kundtjänst är det som nordiska företag rankar som viktigast vid nyrekrytering. Genom AI är det idag möjligt att snabbt få rätt insikter från stora mängder data. Sex av tio av de nordiska företagen i undersökningen uppger att de i dag inte har möjlighet att analysera data tillräckligt snabbt. Knappt hälften anger också att General Data Protection Regulation (GDPR) i någon mån har försvårat för ytterligare personalisering. Företagen i Norden ser på AI som mer än bara en ny teknik och fokuserar även på kompetenser som ska

stärka kundupplevelsen samt att säkerställa en korrekt behandling av kunddata.

Marketing Technology växer och kompetens efterfrågas

Enligt rapporten "[Martech: 2020 and beyond](#)" är den globala investeringen i Marketing Technology (Martech) 121 miljarder dollar. Detta är en ökning med 22 procent sedan förra året. 43 procent av respondenterna förväntar sig att öka sina investeringar på området på ett års sikt. Av rapporten "[Martech Report 2019](#)" framgår att många företag fortfarande saknar den kompetens de behöver. De saknar analytiker och kompetens inom Sökmotoroptimering, sökmotormarknadsföring och Marketing Automation. Undersökningen "[Swedish Martech Landscape 2019](#)" visar att det finns 154 Martech-företag i Sverige. Den största andelen av företagen är inriktade mot handel och försäljning.

Enligt företaget RTB House kommer de viktigaste trenderna inom Martech under 2020 att vara Artificiell intelligens (AI), personalisering och videomarknadsföring. Dessutom förutspås så kallad programmatisk marknadsföring växa sig starkare. Denna typ av marknadsföring innebär att automatisera beslutsprocessen vid reklamköp genom att rikta annonserna mot rätt målgrupp i realtid. På detta sätt kan företag både snabbt och effektivt nå ut till konsumenterna på ett kostnadseffektivt sätt.

Två branscher som växer snabbt är e-handel och sociala medier. Ett exempel på detta är Instagram som under 2019 lanserade Instagram Checkout. Här kan användare slutföra köp direkt på plattformen. E-handlare menar att detta kan minimera risken att konsumenter avbryter ett köp eftersom de inte behöver byta app för att slutföra köpet.

I rapporten "[The State of Marketing Automation 2019](#)" framgår att användningen av Marketing Automation (MA) har blivit normen. Från dess uppkomst som ett verktyg för storskaliga B2B-företag har tekniken börjat tillämpas i mindre B2B-företag och även företag inom B2C. Drygt hälften av marknadsförarna använder MA-mjukvara. Av rapporten framgår också att marknadsföringsbudgetar förväntas öka. Nästan två tredjedelar av marknadsförarna angav att de planerade att spendera mer pengar på marknadsföring det kommande året och 28 procent planerar att investera i en ny mjukvara för marknadsföring. Detta varierar mycket beroende på bransch då 48 procent av företagen inom finansbranschen avser att investera medan 19 procent investerar i detta i tillverkningsindustrin.

Det är dock bara hälften av företagen i undersökningen som anger att de använder MA idag. Detta tyder på att det finns mer arbete att göras för att använda MA som ett sätt att öka kundnyttan och vinstmaximeringen. Rapporten visar att det finns brist på expertkunskaper inom data och analys, vilket gör att möjligheten att börja tillämpa MA går långsammare.

Värderingsdriven marknadsföring blir allt viktigare

Att involvera kunderna så mycket som möjligt för att bygga ett starkt varumärke är framgångsrikt. Man kan säga att community blir den nya omni-kanalen. Ett starkt engagerat community som består av kunder är en nyckelfaktor för framtida framgång. Det hör även ihop med Human-to-Human (H2H) som man idag pratar om i stället för Business-to-Business (B2B) eller Business-to-Consumer (B2C).

Värderingsdriven marknadsföring handlar om att berätta om vad företaget tror på och vilka värderingar det står för. Det handlar också om att involvera potentiella kunder i ett community. Här kan de potentiella kunderna vara de första som får testa produkter eller får vara med att utveckla produkter. Det är också viktigt i sammanhanget att det finns möjlighet att träffas rent fysiskt. Detta kan göras genom att bygga upp en pop-up-butik eller skapa andra events och att företagaren själv dyker upp och träffar sin community på riktigt.

Kantars studie "Purpose 2020" visar att värderingsdrivna varumärken med upplevd positiv påverkan tilltalar potentiella kunder mer. Värderingsdrivna varumärken växer enligt studien dubbelt så snabbt som sina konkurrenter. Studien visar vidare hur viktigt det är för varumärkesmarknadsföring att återspegla ett meningsfullt syfte utöver det rent kommersiella för att få kontakt med potentiella konsumenter. Värderingar som förknippas med ett varumärke ger en långsiktig konkurrensfördel. Resultatet i studien ligger också i linje med andra studier som visar att generationerna millenials (födda 1980-1995) och generation Z (födda 1995-2015) har ökade förväntningar på att varumärken tar en offentlig ståndpunkt i sociala och politiska frågor.

Nya kompetenser efterfrågas

En undersökning av rekryteringsbolaget Bohmans Nätverk visar att kulturkurator, technovator och konceptdirigent är yrkesroller som vi kommer att få se alltmer av på framtidens arbetsmarknad. Digitala analytiker eller CEO-specialister däremot riskerar att robotar tar över deras jobb. I en alltmer komplex omvärld där medielandskapet är fragmenterat och där IT och marknad smälter ihop, krävs nya kompetenser som kan förstå och utnyttja de nya möjligheter som uppstår. Erik Haglöf, som är VD på Bohmans Nätverk, säger att de företag som genomgått en digital transformering kan arbeta mer kundorienterat än förut. Det kräver dock att de måste ha kompetens att arbeta på ett nytt sätt, mer tvärfunktionellt och innovativt. Han säger också att de nya yrkena uppstår för att svara upp mot de behoven.

Det finns också de som förutspår att digitala marknadsförare går en mörk framtid till mötes. Detta gör bland annat marknadsföringsgurun Seth Godin. Han menar att det är en kompetens som företagen skriker efter just nu och att digitala marknadsförare på kort tid blivit en av de mest efterfrågade yrkesgrupperna i Sverige. Men enligt Godin kommer yrket som det är utformat i dag att försvinna.

Några tydliga tendenser på arbetsmarknaden inom marknadsföringsområdet är att det blir en ökad specialisering och att gränser alltmer suddas ut mellan traditionella avdelningar som marknad, kommunikation och teknik. Det säger Marie Sommar, VD för Marknadsföreningen Stockholm. Dessutom växer nya roller fram tack vare digitaliseringen. Här handlar det bland annat om analytiker, UX-designers och specialister inom Customer Relationship Management (CRM) och Customer Experience (CX). En annan roll som kommer att förbli efterfrågad är varumärkesspecialist. Detta hänger samman med att varumärket blir allt viktigare i takt med att företag och erbjudanden blir mer transparenta och jämförbara i en digital värld. Här blir även värderingsdriven marknadsföring en viktig ingrediens.

Utbildningar inom yrkeshögskolan

Inom yrkeshögskolan finns totalt sett 2 375 beviljade utbildningsplatser med utbildningsinriktning marknadsförare som kommer att avslutas mellan åren 2020–2024. Det årliga utflödet är mellan 750 och 800 utbildningsplatser. I inriktningen finns utbildningar inom digital analys, digital marknadsföring och Marketing Automation.

KONSEKVENSER

- Genom att digitaliseringen har slagit igenom efterfrågas alltmer kompetens inom digital marknadsföring, analys samt specialister som arbetar med kundupplevelsen.
- Värderingsdriven marknadsföring kommer att leda till kompetensbehov inom varumärkesbyggande.

DRIVKRAFTER

- Digitaliseringen är en stark drivkraft inom marknadsföringsområdet. Det blir allt vanligare med Marketing Automation och AI för att göra marknadsföringen så effektiv som möjligt.
- Utvecklingen av e-handeln driver på efterfrågan på kompetens inom digital marknadsföring.
- Det blir allt viktigare att känna en tillhörighet, att tillhöra en grupp som har samma värderingar. Detta driver också på framväxten av värderingsdriven marknadsföring.

INRIKTNING

- MYH:s inriktning är att fortsätta bevaka utvecklingen inom Marketing Automation och värderingsdriven marknadsföring.
- MYH:s bedömning är att det redan beviljade utbudet av utbildningsplatser inom marknadsföring är tillräckligt stort i förhållande till efterfrågan och bör fyllas på i takt med att platser avslutas. Detta innebär att utbildningsplatserna per år bör bevaras på samma nivå som tidigare.

MOTKRAFTER

- En motkraft skulle kunna vara GDPR, som i viss mån försvårar hanteringen av data i samband med personalisering.
- En annan motkraft är bristen på kompetens inom digital marknadsföring, vilket kan leda till att utvecklingen blir långsammare.



Oförändrad trend

Företagssäljare fortsatt efterfrågade

Efterfrågan på företagssäljare påverkas av det ekonomiska läget, konjunktorens upp- och nedgångar och hur exporten ser ut. När till exempel tillverkningsindustrins ordergångar går ner kommer efterfrågan på säljare att gå ner och vice versa. Efterfrågan påverkas också av kommande pensionsavgångar. Digitaliseringen gör att även försäljning som sker Business-to-Business (B2B) styrs mer och mer mot e-handel, även om utvecklingen där går långsammare än inom Business-to-Consumer (B2C). Nya kompetensbehov inom företagsförsäljning kan därför komma att växa fram.

Efterfrågan på företagssäljare påverkas av det ekonomiska läget, konjunktorens upp- och nedgångar och hur exporten ser ut. När till exempel tillverkningsindustrins ordergångar går ner kommer efterfrågan på säljare att gå ner och vice versa. Sett till antalet anställda ökade yrket företagssäljare stadigt under tidsperioden 2010 till 2014. Sedan har yrket minskat med cirka 6 300 anställda. 2018 syntes dock en viss uppgång då antalet anställda ökade från 89 900 till 90 300 jämfört med året innan. I branscherna handel, transport och magasinering samt företagstjänster är nedgången i antalet anställda tydligast. Tillverkning och utvinning har däremot haft en stadig ökning i antalet anställda sedan 2010 men fick en viss nedgång 2015. Antalet anställda i denna näringsgren låg under 2018 på ungefär samma nivå som 2015.

Företag vill handla som privatpersoner – nya utmaningar för e-handeln

E-handeln kan ha en stor potential inom B2B, men det finns utmaningar som behöver hanteras för att utvecklingen verkligen ska ta fart. Det visar rapporten "[Convert 2019](#)" där Collector Bank analyserat den svenska e-handeln. Även om e-handel inom B2B blir allt vanligare vänder sig många företag till aktörer inom B2C för att handla online. Anledningarna är flera enligt Josef Bosaeus, Client Executive på Collector Bank. Dels beror det på att de säljande företagen inte erbjuder e-handel, i andra fall kan orsaken vara att e-handelslösningen inte lever upp till köparens krav. Josef Bosaeus menar att för att lyckas med e-handel måste det vara enkelt. Sex av tio småföretag ser för stora hinder för att göra sina inköp på nätet. De mest framträdande hindren är komplicerad kundregistrering och betalningsprocessen. Han säger vidare att skälet till att utvecklingen inte kommit längre kan vara att många företag fortfarande föredrar att handla på traditionellt sätt. Ungefär hälften av företagen som ingår i undersökningen uppger att merparten av inköpen sker via telefon och lika stor andel gör majoriteten av sina inköp i fysiska butiker. Fyra av fem av de tillfrågade företagen i partihandeln erbjuder inte e-handel idag. För att den digitala B2B-handeln ska få en chans att fortsätta utvecklas behöver de säljande företagen anpassa sig efter sina kunders förändrade beteende.

Jonas Ogvall är ansvarig för Collectors rapport om digitaliseringen av B2B-försäljningen. Han menar att frågan om hur man ska hantera digitaliseringen är en av detaljhandelns absolut största frågor just nu. Bland de företag som arbetar inom B2B är det en fjärdedel som har e-handel. Enligt undersökningen "[Convert 2019](#)" som Collector Bank har gjort tror ungefär en fjärdedel av partihandelsbolagen att de inte kommer att utveckla e-handel som ny försäljningskanal. Digitaliseringen av B2B-försäljningen ligger långt efter digitaliseringen i konsumenthandeln. Även bland de företag som kommit igång med e-handel är det bara ungefär en sjättedel av omsättningen som kommer från digitala kanaler.

Jonas Ogvall säger vidare att många inom företagshandeln tror att kunderna vill handla som de alltid har gjort. Han menar att utvecklingen på konsumentsidan visar att argumentet inte håller. Risken är att företag som för det resonemanget riskerar att bli utsatta för konkurrens från digitala uppstickare. Dessutom kan företaget gå miste om en exportmöjlighet genom att inte ha e-handel.

En stor anledning till att förändringen i företagshandeln inte går snabbare är att kompetens saknas. För att nå ut på nätet krävs dessutom ganska stora investeringar och det är inte självklart att de återbetalar sig med en gång.

Efterfrågan på företagssäljare kvarstår

Utbildning.se har gjort en granskning av 1 800 jobbannonser för Key Account Managers och Account Managers för att kartlägga de mest efterfrågade säljkompetenserna 2019. Kartläggningen visar att en stjärnsäljares viktigaste kompetens är stark drivkraft. Andra viktiga faktorer är att vara social, självständig, resultatinriktad och positiv för att vara het på arbetsmarknaden.

Jan Zetterström, förbundsordförande på Säljarnas riksförbund menar dock att man i jobbannonserna velat skapa en idealbild av säljare. Men han ser inte drivet som det viktigaste utan att man är självständig.

Det som krävs för att bli en framgångsrik säljare är att ha mycket kunskap. Kunderna är idag pålästa och kunniga samtidigt som prissättningen är gränsöverskridande via nätet. Kunden har möjlighet att kolla upp om erbjudandet står sig mot konkurrenternas. En duktig säljare blir mer av en rådgivare och hjälper kunden till ett köpbeslut snarare än säljer.

[Arbetsförmedlingens yrkeskompass](#) visar att företagssäljare kommer ha goda möjligheter till arbete på fem års sikt. [Svenskt näringslivs rekryteringsenkät 2018](#) visar att det har varit svårt att rekrytera säljare till tjänstesektorn, industrisektorn, transportsektorn samt inom handel, hotell och restaurang. I Manpowers undersökning "[Talent Shortage Survey](#)" från 2020 framgår att säljare är ett av de mest efterfrågade yrkena.

Enligt Statistiska centralbyråns (SCB) yrkesregister fanns cirka 90 300 företagssäljare år 2018. 45 procent av de anställda i yrket fanns i näringsgrenen handel, 16 procent inom tillverkning och utvinning, 14 procent inom företagstjänster och 11 procent inom information och kommunikation. Det fanns ungefär 6 500 anställda eller sju procent i åldersgruppen 60–64 år 2018. I näringsgrenarna tillverkning och utvinning samt handel fanns 4 500 av de anställda i den åldersgruppen.

Utbildningar inom yrkeshögskolan

Det finns 3 174 beviljade utbildningsplatser inom företagsförsäljning som avslutas mellan åren 2020 och 2024. Det årliga utflödet ligger på ungefär 800 utbildningsplatser.

KONSEKVENSER

- Det ekonomiska lägets inverkan på området är stort, vilket påverkar hur kompetensbehovet kommer att se ut.
- Företagssäljare behöver anpassa sig mot e-handel inom B2B, vilket ger upphov till nya kompetensbehov.

DRIVKRAFTER

- En högkonjunktur och utökning av exporten är faktorer som driver på efterfrågan på företagssäljare.
- Efterfrågan drivs också på av pensionsavgångar, i den mån pensionsavgångar kommer att ersättas.

INRIKTNING

- MYH:s bedömning är att det redan beviljade utbudet av utbildningsplatser inom företagsförsäljning är tillräckligt stort i förhållande till efterfrågan och bör fyllas på i takt med att platser avslutas. Detta innebär att utbildningsplatserna per år bör bevaras på samma nivå som tidigare.
- MYH kommer att fortsätta följa utvecklingen av e-handel inom B2B. Utbildningar inom företagsförsäljning kan framöver behöva anpassas för att möta denna utveckling.

MOTKRAFTER

- En lågkonjunktur och minskad export kan göra att efterfrågan på företagssäljare kan komma att minska.



Oförändrad trend

Efterfrågan på inköpare och upphandlare består

Värdet på den offentliga upphandlingen uppgår till 706 miljarder kronor årligen. E-handelns utveckling, konjunkturläget och digitalisering får påverkan på inköps- och upphandlingsområdet. Kommande pensionsavgångar kan också komma att påverka området. Det pågår insatser för att utveckla den offentliga upphandlingen och det har även kommit en del lagförändringar som påverkar området. Yrkesrollen inköpare och upphandlare blir alltmer komplex och eftergymnasial utbildning efterfrågas mer och mer.

I Upphandlingsmyndighetens rapport "[Statistik om offentlig upphandling 2019](#)" framgår att värdet av den offentliga upphandlingen i Sverige beräknas till cirka 706 miljarder kronor årligen. Detta motsvarar ungefär 17 procent av bruttonationalprodukten (BNP) till baspris exklusive moms. Siffrorna avser de upphandlingspliktiga inköpen. De upphandlingspliktiga inköpen avser de inköp som omfattas av upphandlingslagarna och som borde ha upphandlats, oavsett om detta skett i praktiken eller inte. Alla offentliga inköp är inte upphandlingspliktiga och dessutom omfattar upphandlingslagarna inte bara inköp som görs med offentliga medel. 2018 var det över 18 500 upphandlingar som annonserades. Fyra av tio avsåg anläggningsarbete. Samma siffror gällde för ramavtal. Knappt 4 100 organisationer omfattades av upphandlingslagarna. I rapporten framkom också att:

- antalet utannonserade upphandlingar i princip var oförändrat
- det genomsnittliga antalet anbudsgivare per upphandling hade minskat under flera år men har ökat något 2018.
- andelen överprövade upphandlingar minskade från 7,1 procent till 6,1 procent mellan 2017 och 2018.

Innan 2018 har antalet anbudsgivare minskat årligen, men siffran för 2018 visade på en ökning jämfört med 2017. I genomsnitt lämnade 4,3 anbudsgivare anbud per upphandling 2018.

Satsningar på utveckling av upphandlingsområdet

En nationell upphandlingsstrategi

Som ett led i arbetet med att utveckla de offentliga upphandlingarna tog regeringen för några år sedan fram en nationell upphandlingsstrategi. Den innehåller tips och råd om hur upphandlande myndigheter och enheter kan arbeta för att utveckla sitt strategiska arbete med offentliga inköp. Strategin vänder sig främst till företrädare för de statliga myndigheterna. Det är dock kommuner och regioner som står för huvuddelen av de offentliga inköpen i Sverige. Regeringen vill verka för att även företrädare för kommuner och regioner tar fram styrande dokument för att förverkliga inriktningsmålen och regeringens mål med den offentliga upphandlingen i sina verksamheter. Sveriges offentliga inköpare (SOI) menar att den nationella upphandlingsstrategin kan driva fram efterfrågan på kompetens inom nya områden.

Upphandlingsmyndigheten har under de två senaste åren följt upp och utvärderat förändringsarbetet i offentlig sektor utifrån den nationella upphandlingsstrategin. Uppföljningarna visar att inköps- och upphandlingsfunktionerna har påbörjat arbetet med att strukturera sina inköpsfunktioner på ett strategiskt sätt. Styrdokument som behandlar inköpsfrågor finns i många fall. De offentliga inköpen utgör 17 procent av BNP i Sverige. Det finns därför en stor potential att diskutera inköpens bidrag för att lösa olika utmaningar i samhället. Det kan till exempel handla om att nå mål inom exempelvis hållbarhetsområdet.

Förenklingsutredningen

Regeringen tillsatte i juni 2017 en särskild utredning, [Möjligt, tillåtet och tillgängligt \(SOU 2018:44\)](#), den så kallade Förenklingsutredningen, för att utreda hur regelverket kan göras enklare och mer flexibelt. Utredningen skulle se över de nationella bestämmelserna om upphandling, det vill säga de bestämmelser som inte styrs av EU-direktiven. Utredaren skulle också se över frågor som rör överprövning av upphandlingar. I juni 2018 presenterade Förenklingsutredningen sitt slutbetänkande. Beroende på vad som beslutas kan det komma att påverka framtida kompetensbehov. Lagändringarna föreslogs träda i kraft den 1 juli 2019, men har inte införts ännu.

Ny förvaltningslag medförde ändringar av upphandlingslagarna

Den 1 juli 2018 trädde den nya förvaltningslagen i kraft. Lagen ska tillämpas i fler situationer än tidigare, eftersom begränsningen till myndighetsutövning i tillämpningsområdet tas bort. Med anledning av den nya förvaltningslagen föreslår regeringen vissa följdändringar i ett antal lagar, bland annat i upphandlingslagstiftningen. I upphandlingslagarna, det vill säga Lagen om offentlig upphandling (LOU), Lagen om upphandling inom försörjningssektorerna (LUF), Lagen om upphandling av koncessioner (LUK) och Lagen om upphandling på försvars- och säkerhetsområdet (LUFS), införs därför bestämmelser som anger att upphandlande myndigheter och enheter inte behöver tillämpa delarna om partsinsyn och kommunikation i den nya förvaltningslagen.

Lag om elektroniska fakturor

Utvecklingen går alltmer mot e-handel Business-to-Business (B2B) och här får e-fakturor sitt intåg. Lag (2018:1277) om elektroniska fakturor till följd av offentlig upphandling trädde i kraft 1 april 2019. Lagen införde ett EU-direktiv som innebär att man ska använda elektronisk fakturering vid offentlig upphandling. Den kommer att gälla fakturor som är resultatet av upphandlingar som påbörjats efter det datumet. E-fakturor möjliggör också ett mycket mer detaljerat underlag, vilket i sin tur kan analyseras och förvandlas till affärsnytta.

Riksdagsbeslut om statistikansvar

Regeringen föreslår en [ny lag om upphandlingsstatistik](#) och revideringar i flera lagar som rör upphandling. Syftet med förslaget är att det ska finnas bättre nationell statistik om upphandling och innebär att samtliga upphandlingar i Sverige ska annonseras genom registrerade annonsdatabaser. Det kommer också att bli obligatoriskt med så kallad efterannonsering för alla upphandlingar. Den nya lagen om upphandlingsstatistik föreslås börja gälla den 1 juli 2020. Ändringarna i lagarna om upphandling börjar gälla den 1 januari 2021.

Hållbarhet, kundfokusering och Employer Branding viktiga trender på inköpsområdet

Sveriges Inköps- och Logistikförbund (SILF):s [Tendrapport 2019](#) visar på betydelsen av digitalisering, hållbarhet och ett fokus på att mäta kunden snarare än den enskilda produkten. Den trend som ligger i topp är att använda etiska standarder och uppförandekod gentemot leverantörer. Hållbarhet blir allt viktigare för både företag och kunder och då blir det också viktigt att använda detta. En annan trend som nu finns med på topp-tio-listan är att skapa ett attraktivt Employer Brand. Den trend som verkar sjunka totalt sett, och som i den senaste mätningen inte hamnar bland de tio största trenderna, är kategoristyrning.

SILF menar att detta kan bero på att många företag och organisationer är långt framme med just kategoristyrning och att de ser det som ett ordinarie arbetssätt. Kategoristyrning innebär att man arbetar strategiskt med ett visst segment för att i slutändan göra bättre affärer. Kategoristyrning hamnar dock långt upp bland trenderna när det gäller offentlig sektor.

Framtida efterfrågan på kompetens inom inköp och upphandling

Precis som inom företagsförsäljning påverkas inköpsområdet av konjunktorens upp- och nedgångar. Även e-handelns utveckling påverkar efterfrågan inom strategiskt inköp, då inköpskompetens efterfrågas där.

Enligt Statistiska centralbyrån (SCB) fanns cirka 19 300 anställda inköpare och upphandlare 2018. Antalet anställda har ökat med cirka 1 850 anställda mellan åren 2014 och 2018. Andelen anställda i åldersgruppen 60–64 år är åtta procent eller 1 500 av de anställda. Antalet anställda i denna åldersgrupp har legat på samma nivå sedan 2014. Den åldersgrupp som ökat mest sedan 2014 är 25–39- åringarna som har ökat med 670 anställda. Även åldersgruppen 50–54 år har ökat med cirka 600 anställda, vilket gör att det på lite längre sikt kan bli stora pensionsavgångar. I åldersgruppen 60–64 år finns 35 procent av de anställda inom näringsgrenen tillverkning och utvinning, 21 procent inom handel och 14 procent inom offentlig förvaltning och försvar.

Arbetsförmedlingen bedömer i sin yrkeskompass att yrket inköpare och upphandlare på fem års sikt kommer att ha goda möjligheter till arbete. De bedömer också att den tekniska utvecklingen och digitaliseringen medför att det blir allt högre kompetenskrav och att arbetsgivare ofta kräver en eftergymnasial utbildning från högskola eller universitet inom exempelvis teknik, ekonomi eller juridik. Sveriges offentliga inköpare (SOI) uppger att utbildade från yrkeshögskolan också behövs i branschen för att komplettera utbildade inom högskola eller universitet. De menar vidare att automatiserade processer och Artificiell intelligens (AI) gör att det går att arbeta med data på ett helt annat sätt än tidigare. Till exempel kan marknadsanalyser göras med hjälp av en AI. Den strategiska inköparen/upphandlaren kan istället lägga sin tid på förhandlingar, möten och så vidare.

Rollen som offentlig inköpare blir alltmer komplex. I takt med ökande krav höjs också kompetensbehoven. För att tydliggöra rollens breda kompetensbehov har Sveriges offentliga inköpare (SOI) tagit fram en [kompetensprofil för offentliga inköpare](#). Kompetensprofilen är baserad på tretton områden som en offentlig inköpare bör behärska. Profilen utgår från verksamhetens behov och vilar på affärsmässighet och områden som strategiutveckling, ledarskap och digital utveckling. De kompetensområden som lyfts fram i kompetensprofilen är affärsmässighet, marknads- och omvärldsanalys, strategiutveckling, förhandling, juridik, projektledning, ledarskap och förändringsledning, kravställning, sak- och omvärldskunskap, ekonomi och kalkylering, analytisk förmåga, kommunikativ förmåga samt digitalisering och IT-baserade arbetssätt.

Utbildningar inom yrkeshögskolan

Inom yrkeshögskolan finns totalt sett 2 259 beviljade utbildningsplatser i inriktningen inköp och upphandling som kommer att avslutas mellan åren 2020–2024. Det årliga utflödet ligger på ungefär 700 utbildningsplatser.

KONSEKVENSER

- Inom upphandlingsområdet behövs kompetens som omfattar hela inköps- och upphandlingsprocessen. Det kan handla om behovs- och marknadsanalys, lagar och regler, utvärdering av anbud, kontraktutformning, uppföljning och kvalitet i inköpen.
- Yrkesrollen inköpare och upphandlare blir alltmer komplex och eftergymnasial utbildning efterfrågas alltmer.

DRIVKRAFTER

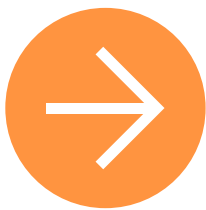
- Regeringen gör insatser på upphandlingsområdet genom både en nationell upphandlingsstrategi och genom olika utredningar på området.
- Upphandlare finns i flera olika branscher och efterfrågan kommer att drivas på av hur utvecklingen ser ut i dessa.

INRIKTNING

- MYH:s bedömning är att det redan beviljade utbudet av utbildningsplatser inom inköpare och upphandlare är tillräckligt stort i förhållande till efterfrågan och bör fyllas på i takt med att platser avslutas. Detta innebär att utbildningsplatserna per år bör bevaras på samma nivå som tidigare.

MOTKRAFTER

- Konjunktorens upp- och nedgångar kommer att påverka hur det går för inköparna, framförallt inom den privata sektorn.



Oförändrad trend

Fortsatt efterfrågan inom redovisning

På redovisningsområdet sker fortsatt digitalisering och automatisering. Yrkesrollen redovisningsekonom/redovisningskonsult blir mer och mer konsultativ och ställs om till en mer rådgivande roll. Det finns en fortsatt efterfrågan på kompetensen. Redovisningsbranschen har också blivit mer renodlad inom just redovisning.

Ekonomer påverkas av automatisering och robotisering

Arbetet med robotisering påverkar ekonomer i allt högre grad, men robotarna gör än så länge de tråkiga slentrianjobben. Nationalekonomen Stefan Fölster menar att de digitala lösningarna i första vändan inte slår ut befintlig personal utan kompletterar dessa. Han pekar på att det är ekonomjobb i mellanlönesegmenten, såsom till exempel redovisningskonsult som fortsätter att automatiseras. Jobb som kräver ökad komplexitet med inslag av juridik och data växer. Ekonomens roll blir mer att övervaka datorns jobb och tolka och analysera att den tolkat rätt. Datorn kan inte ta egna initiativ, göra något irrationellt eller utföra arbeten som kräver sociala färdigheter.

Förändringarna inom redovisning, revision, bank- och finanssektorn är redan här, samtidigt som teknikutvecklingen öppnar för nya jobb. Enligt Ulrika Wallén, utredare på Civilekonomerna, har de nya jobben blivit mer komplexa. Yrkesrollerna är inte lika tydliga som tidigare. Ekonomer som förut konkurrerade med varandra om arbetstillfällen konkurrerar nu även med andra yrkesgrupper såsom systemvetare, ingenjörer, jurister och IT-specialister. Arbetsgivarna ställer krav på kompetenser som att kommunicera, utöva ledarskap, identifiera problem och hitta lösningar, när de rekryterar medarbetare. Det handlar om multikompetens där det är mer fokus på att ekonomer ska ha en akademisk utbildning eller ekonomutbildning med kompletterande kompetenser och personliga egenskaper. Utöver ekonomi efterfrågas kunskaper i att till exempel kunna arbeta strategiskt med IT-system.

Enligt arbetsmarknadsekonom Li Jansson, som analyserar hur arbetsmarknad och arbete förändras, tillkommer många jobb för ekonomer. Hon menar att digitaliseringen leder till ökat företagande och att behoven av exempelvis redovisningsekonomer kan tänkas öka. Vidare säger hon att det också är viktigt att förstå vilka ekonomiska vinster som uppstår genom digitaliseringen. Här behövs nationalekonomerna för att analysera den nya ekonomin.

Catrine Backman, som hjälper företag att modernisera ineffektiva processer och skapa förändring, menar att det behövs en ny typ av kompetens. Det handlar om att kravställa vad man vill att en robot ska räkna fram. Hon menar vidare att en ekonomiassistent eller någon som i dag arbetar nära en robot har höjt sig markant kunskapsmässigt och blir efterfrågad på arbetsmarknaden. Vad gäller ekonomifunktioner som kan ersättas av robotar så handlar det om att ersätta repetitiva uppgifter.

Branschorganisationen för revisorer, redovisningskonsulter, skatterådgivare, lönekonulter och specialister (FAR) och branschorganisationen för redovisning och lön (Srf-konsulterna) menar att, även om processer automatiseras och yrkesrollen förändras till att bli mer konsultativ, är det viktigt att ha kunskaper i och förståelse för själva hantverket inom redovisning.

Omställning sker till verksamhet inom rådgivning

En studie från branschorganisationen [Regnskap Norge](#) visar att 45 procent av de uppgifter som redovisningskonsulten idag utför kommer att ersättas med avancerad teknik inom fyra år. En mer [uppdaterad studie](#) från samma företag visar att en av fyra respondenter idag använder

avancerad teknik, vilket gör att 22 procent av arbetsuppgifterna automatiserats helt eller delvis. Hälften av respondenterna svarade att de inte använder avancerad teknik ännu, men tror att den kommer att implementeras fullt ut inom cirka fyra år. De tror också att 42 procent av deras arbetsuppgifter kommer att vara helt eller delvis automatiserade. Studien visar dock att bokföringsföretag som använt avancerad teknik har ungefär samma arbetskraftskostnader, lönsamhet och i genomsnitt lika många uppdrag per anställd som alla andra.

Sebastian Toro, som är grundare av konsultföretaget New Innovation och specialiserad på robotisering, säger att det tidigare var rutinjobb och standardiserade processer inom till exempel bokföring som togs över av robotar. Nu fortsätter utvecklingen med robotisering och automatisering mot mer avancerade ekonomiska processer. Han säger att grundtekniken har funnits länge och att när maskininlärningen eller Artificiell intelligens (AI) mognar och implementeras i robotiseringen kommer det att ske stora förändringar. Robotiseringen gör det möjligt för den kommande automationsrevolutionen. Han förutspår att vi kommer att se mer av den om tre till fem år. Sebastian Toro understryker att bolagens drivkraft att implementera robotisering inte syftar till att göra sig av med personal utan att det handlar om att frigöra tid från manuellt och repetitivt arbete och istället lägga tid på mer värdeskapande aktiviteter. Redovisningskonsulten kommer således inte att stå utan jobb, utan yrkesrollen kommer att förändras till att mer fokusera på värdeskapande uppgifter.

En undersökning från januari 2019 från programvaruföretaget Visma, som bygger på enkätsvar från drygt 3 000 redovisningskonsulter, visar att var tredje redovisningsbyrå i Sverige lägger mer tid på rådgivning i dag än de gjorde för två år sedan. Var tionde har uppdaterat kunderbudandet och många tror att efterfrågan på rådgivning kommer att fortsätta öka. Samtidigt har ungefär varannan byrå inte vidtagit några åtgärder för att hänga med i omställningen mot mer rådgivning. Bara var femte byrå svarar att den är helt och hållet rustad för att möta trenden inom redovisningsbranschen med ökad rådgivning.

Enligt en undersökning av McKinsey uppger endast en av tio företagsledare att deras finans- och ekonomiavdelningar använder automatiseringsteknik såsom Robotic Process Automation (RPA) och maskininlärning. Endast fem procent av respondenterna i undersökningen menar att avkastningen som digitalisering och automation genererat under de senaste 12 månaderna varit stor. Siffran är låg i dagsläget, men automatisering kommer att påverka ekonomifunktionen alltmer. Automation och maskininlärning möjliggör en förbättring av ekonomifunktionen, genom att automatisera de uppgifter som tar mest tid. Några områden där automatisering och maskininlärning kan strukturera om ekonomifunktionen är automatiserade kontoavstämningar, smidigare bokslut, leverans av bättre och snabbare analyser och insikter. Genom automatisering kan tiden i stället läggas på att arbeta mer med rådgivning.

Vismas [digitaliseringsindex 2019](#) visar att företag som har en hög digitaliseringsgrad har en högre lönsamhet per anställd jämfört med de företag som har en lägre digitaliseringsgrad. Av undersökningen framgår också att användningen av digitala lösningar fortsätter att öka. Det är dock få företag som digitaliserar fullt ut så lösningar som underlättar och minskar risken för fel och förseningar i verksamheten prioriteras vid digitalisering. Detta kan handla om till exempel tidrapportering och attester.

Under 2019 lanserade Srf-konsulterna titeln Srf-certifierad affärsrådgivare. Detta gjordes för att tydliggöra redovisningskonsultens roll som rådgivare. Certifieringen innebär att affärsrådgivarna får ett kvitto på att de kan vara kundens bollplank i viktiga affärsbeslut som exempelvis "inriktning, pris och volym, kalkyler över investeringar, budgetering, utformning av vinstdelningssystem och liknande områden som påverkar kundföretagens lönsamhet och likviditet", skriver Srf-konsulterna i ett pressmeddelande.

Riskkapitalbolag ger sig in på redovisningsmarknaden

Revisions- och rådgivningsbranschen är under starkt omvandlingstryck. Flera av de stora revisionsbyråerna säljer redovisningsdelen till riskkapitalbolag. Några exempel på detta under 2018 är IK Invests köp av PwC:s affärsområde för redovisning och Altor som köpte 75 procent av LRF konsult. Jan Söderqvist, som är revisions- och redovisningsexpert på Visma, säger att riskkapitalbolagen ser möjligheter att göra vinster på att branschen är ineffektiv. När det gäller de två aktuella fallen är det verksamheter som kommit ganska långt i utvecklingen. Han menar vidare att ett stort problem i branschen är att många företag sätter igång digitaliseringen men ändrar inte sin affärsmodell. Det betyder att man fortsätter ta betalt per timme och när arbetstiden minskar till följd av automatiseringen effektiviserar man bort marginalerna och arbetar mer. Det är framförallt de mellanstora byråerna som är hotade eftersom de inte växer. De hittar inte kvalificerad personal med rätt kompetens och får därmed svårt att ställa om. Söderqvist säger att företagen, i stället för att anställa ytterligare en ekonom, borde anställa administratörer, säljare och personal med marknadskompetens. Detta då det finns vinster att hämta hem för den som kan ersätta personal med AI och låta personalen arbeta med rådgivning i stället. Kunderna har andra förväntningar idag och kraven från dem börjar bli allt större. Vismas enkäter visar att majoriteten av alla kunder tycker att redovisningen i sig inte har något värde för kunden utan de vill prata om mål och framtid.

Fortsatt efterfrågan på redovisningsekonomer/redovisningskonsulter

Flera av de stora företagen inom revision och redovisning avser att rekrytera personal det närmaste året. Detta beror på ett breddat tjänsteutbud, digitalisering och ökad efterfrågan inom rådgivning. Revisions- och rådgivningsföretaget Ernst & Young (EY) planerar att anställa 600 nya medarbetare under 2020, Grant Thornton avser att rekrytera mellan 200-300, Deloitte planerar att nyrekrytera drygt 300 personer. BDO ser också behov av att rekrytera, framförallt på områden som kopplas till teknisk utveckling. KPMG ser en ökad rekrytering på områden inom AI och cybersäkerhet. Johan Pegelow, som är HR-direktör på EY i Sverige, säger att rekryteringsbehovet påverkas av kundernas behov samtidigt som EY har ett stort framtidsfokus och ser nya kompetensbehov kopplat till bland annat ökad digitalisering. PwC:s personaldirektör Katarina Roddar menar att det finns ett ökande rekryteringsbehov, både vad gäller nyrekrytering och vad gäller kompetensutveckling för befintlig personal. Byråerna ser ett fortsatt ökande behov av kompetenser inom IT-revision, kvalificerad redovisning, teknisk kompetens samt hållbarhet och affärsrådgivning.

Srf-konsulterna menar i sitt [öppna brev till Myndigheten för yrkeshögskolan](#) att det finns ett stort behov av kvalificerade redovisningskonsulter. Samtidigt genomgår redovisningsbranschen en stor förändring både vad gäller teknisk utveckling och därtill en tydligare gränsdragning mellan redovisning och revision. Srf-konsulterna menar vidare att det också finns stora pensionsavgångar framöver. Srf-konsulterna lyfter också fram att behovet av fortbildning av redan yrkesverksamma är mycket viktigt för att möta de förändringar som redovisningsbranschen står inför.

Enligt Statistiska centralbyråns (SCB) yrkesregister fanns 26 793 anställda i yrket redovisningsekonom 2018, varav nio procent fanns i åldersgruppen 60-64 år. Antalet redovisningsekonomer ökade med 2 280 anställda mellan åren 2014 och 2018. Anställda i åldersgruppen 25-39 år har ökat med 570 anställda medan åldersgruppen 60-64 år har ökat med 181 anställda under samma tidsperiod. Den åldersgrupp som ökat mest är 50-54 år, som ökade med 1 067 anställda. Det fanns också 1 938 egenföretagare i åldersgruppen 20-64 år, varav 534 är i åldern 60-64 år. Därutöver fanns det ytterligare 1 633 egenföretagare i åldersgruppen 65-74 år. Enligt Arbetsförmedlingens yrkeskompass kommer yrket att vara i balans på fem års sikt.

Utbildningar inom yrkeshögskolan

Det finns cirka 4 500 beviljade utbildningsplatser inom redovisning som avslutas mellan åren 2020 och 2024. Det årliga utflödet ligger på ungefär 1 100 utbildningsplatser.

KONSEKVENSER

- Redovisningsbranschen påverkas och kommer att påverkas starkt av digitalisering och automatisering. Detta leder till minskad efterfrågan på kompetens inom redovisning.
- Det kan däremot komma att bli mer efterfrågan på andra typer av tjänster. De nya tjänsterna går mer mot konsultation, analys och prognos, vilket gör att det framtida kompetensbehovet kommer att fokuseras på dessa delar.

DRIVKRAFTER

- Teknikutvecklingen möjliggör digitaliseringen och driver på utvecklingen. Frågan är bara hur snabbt automatiserade processer kommer att införas och hur snabbt yrkesrollen redovisningsekonom/redovisningskonsult kommer att förändras mot att vara mer konsultativ.
- En specialisering mot redovisning hos bolagen skulle kunna påskynda processen med digitalisering och automatisering.

INRIKTNING

- MYH kommer att följa utvecklingen av digitaliseringens inverkan på redovisningsbranschen i allmänhet och redovisningskonsulterna i synnerhet. Utbildningarna kan behöva förändras till sitt innehåll för att möta utvecklingen.
- MYH:s bedömning är att det redan beviljade utbudet av utbildningsplatser inom redovisning är tillräckligt stort i förhållande till efterfrågan och bör fyllas på i takt med att platser avslutas. Detta innebär att utbildningsplatserna per år bör bevaras på samma nivå som tidigare.

MOTKRAFTER

- Digitalisering och automatisering förutsätter också att företagen arbetar i den riktningen. Avsaknaden av digitalisering och automatisering kan medföra att omställningen mot mer rådgivning är långsammare.



Oförändrad trend

Kvalificerad kompetens inom lönehantering efterfrågas

Löneområdet blir alltmer automatiserat och yrkesrollen lönekonsult blir alltmer konsultativ. Den nya lagen om arbetsgivardeklaration (AGI) kan komma att öka efterfrågan på kvalificerad kompetens inom löneområdet.

I MYH:s områdesanalys för [Ekonomi, administration och försäljning 2019](#) beskrevs att yrkesrollen lönekonsult står inför framtida förändringar till följd av automatisering och digitalisering. Behovet av löneassistenter minskar samtidigt som det finns ett stort behov av kvalificerad lönekompetens. Vissa av arbetsuppgifterna kan automatiseras på sikt, vilket frigör utrymme för analys och ett mer proaktivt och konsultativt arbetssätt. För att kunna arbeta på detta sätt krävs att man har förståelse för den verksamhet och de villkor som gäller. Kompetensnivån i yrket behöver därför höjas. Branschorganisationen för revisorer, redovisningskonsulter, skatterådgivare, lönekonsulter och specialister (FAR) och branschorganisationen inom redovisning och lön (Srf-konsulterna) framhåller att den komplexa löneprocessen i kombination med allt mer omfattande lagar och regler på området ökar kraven på yrket. Utvecklingen fortsätter i samma riktning som tidigare.

FAR och Srf-konsulterna menar att, även om processer automatiseras och yrkesrollen förändras till att bli mer konsultativ, är det viktigt att ha kunskaper i och förståelse för själva hantverket inom lönehantering.

Ny lag om arbetsgivardeklaration införs

Den nya lagen om arbetsgivardeklaration (AGI) infördes under 2018 och började gälla fullt ut i januari 2019. Införandet innebar att företag skulle rapportera arbetsgivardeklaration med uppgifter om skatt, lön och förmåner på individnivå varje månad till Skatteverket. Det är en stor förändring för alla arbetsgivare men det kan också leda till en mer effektiv löneadministration. Detta då arbetsgivarna får en mer jämn arbetsbelastning över året i stället för resurskrävande arbetstoppar vid årsskiftet. Flera arbetsmoment på löneavdelningen kommer i och med AGI att försvinna. Informationsflödet till myndigheter underlättas genom att vissa myndigheter får direktåtkomst till anställdas uppgifter via Skatteverkets portal och den anställda kan hämta intyg för exempelvis bolån direkt via Mina sidor på Skatteverket. Införandet av AGI är den mest omfattande förändringen Skatteverket genomför på flera år. Införandet av den nya lagen skulle kunna leda till att byråerna får fler lönekunder. Detta då implementeringen av AGI kräver att löneprocessen inom organisationen säkras upp.

Riskkapitalbolag köper upp lönedelen av revisionsbyråerna

I avsnittet om redovisning går att läsa att revisionsbyråerna har sålt redovisningsdelen till riskkapitalbolag. De har gjort samma sak på lönesidan. Exempel på detta är KPMG som sålt redovisnings- och löneverksamheten till Aspia. Även PwC:s affärsområde Business Services ingår numera i Aspia.

Framtida kompetensbehov

Enligt Statistiska centralbyråns (SCB) yrkesregister fanns 14 441 anställda lönekonsulter 2018. Antalet anställda lönekonsulter ökade med 816 anställda mellan åren 2014 och 2018. Det är i åldersgruppen 25–39 år som antalet anställda ökat mest under tidsperioden 2014–2018. Denna åldersgrupp har ökat med 1 038 anställda under tidsperioden, samtidigt som åldersgruppen 60–64 år har minskat med 199 anställda under samma tidsperiod. Det fylls därmed på fler yngre i yrket än de som snart kommer att gå i pension. I åldersgruppen 25–39 år fanns 3 982

anställda, medan det i åldersgruppen 60–64 år fanns 1 743 anställda.

Srf-konsulterna uttrycker i sitt [öppna brev till Myndigheten för yrkeshögskolan](#) en fortsatt stor efterfrågan på personer med rätt lönekompetens. Av brevet framgår att lönebranschen genomgår en stor förändring och att det framtida kompetensbehovet ser annorlunda ut än för ett antal år sedan. Det handlar om förändringar i struktur, teknik och regelverk som påverkar både samhället och de som arbetar med löneprocessen. De menar också att Industri 4.0 fokuserar på samspelet mellan människor, organisation och teknik som utvecklas med automatisering och digitalisering. Kompetens behövs som kan hantera mycket information och vikten av att kunna analysera data kommer att bli ännu viktigare. Ett konsultativt, proaktivt arbetssätt är det som efterfrågas. Lönekonsulten förväntas skapa ett mervärde åt företagen. Lönesystemen innehåller viktig information om de anställda. De kommande stora förändringarna i löneprocessen gällande rapportering och utbyte av information innebär också att det ställs högre krav på att göra rätt från början. Detta gynnar företagets affär och lönsamhet. Srf-konsulterna menar vidare att den moderna löneprocessen i kombination med allt mer komplexa lagar och regler, nya teknikmöjligheter såsom robotisering och ökad globalisering ställer ökade krav på löneyrket, vilket även tydliggör rollens mångsidighet. Lönekonsulten förväntas idag arbeta processinriktat och skapa mervärde åt företagen, då lönesystemen innehåller viktig information om de flesta företags viktigaste resurs, de anställda.

Utbildningar inom yrkeshögskolan

Det finns 2 160 beviljade utbildningsplatser inom lön som avslutas mellan åren 2020 och 2023. Det årliga utflödet ligger på ungefär 500 utbildningsplatser.

KONSEKVENSER

- Lönekonsultbranschen blir alltmer automatiserad. Det blir istället mer efterfrågan på konsultation, vilket gör att det kommer att krävas mer kompetens inom detta område.
- Implementeringen av AGI kräver att löneprocessen inom organisationen säkras, vilket kan få som konsekvens att företagen efterfrågar ännu mer kvalificerade lönekonsulter.

DRIVKRAFTER

- Digitaliseringen driver på utvecklingen och frågan är bara hur snabbt automatiserade processer kommer att införas. Troligen kommer automatiseringen ske snabbare på lönesidan än på redovisningssidan.
- Ny lagstiftning såsom till exempel införandet av AGI driver på utvecklingen inom området.

INRIKTNING

- MYH kommer att följa utvecklingen av digitaliseringens inverkan på lönekonsultbranschen och lönekonsulternas roll. På sikt kan utbildningarna behöva förändras till sitt innehåll för att möta utvecklingen.
- MYH:s bedömning är att det redan beviljade utbudet av utbildningsplatser inom lön är något större än efterfrågan. Detta innebär att utbildningsplatserna per år kan komma att minska något framöver.

MOTKRAFTER

- Digitalisering och automatisering förutsätter också att företagen arbetar i den riktningen. Avsaknaden av digitalisering och automatisering kan medföra att omställningen mot mer rådgivning är långsammare.



Oförändrad trend

Utvecklingen inom bank och finans kräver ny kompetens

Bank- och finansbranschen påverkas till stor del av digitaliseringen. Detta får till följd att fler och fler kontor stängs och personal har fått gå. Dessutom frigörs mer och mer tid genom digitalisering för att kunna möta kunden. Kunderna ställer högre krav på analys och rådgivning. Det går bra för bolag inom Fintech, det vill säga IT-teknologi inom finansvärlden.

Bank- och finansbranschen påverkas till stor del av digitaliseringen. Allt fler anställda inom branschen oroar sig för att deras kunskaper inte ska räcka till när den ökande digitaliseringen ändrar på arbetets innehåll och rutiner. Samtidigt ställs det allt högre krav på regelefterlevnad. Jobben i finanssektorn har minskat under lång tid. Under de senaste tio åren har antalet svenska bankkontor minskat från runt 2 000 till 1 600. Antalet anställda hos de fyra storbankerna har under samma period reducerats med cirka 17 000, vilket innebär att vart femte bankjobb har försvunnit under ett decennium. Mycket av pappersarbetet har försvunnit i takt med digitaliseringens framfart inom exempelvis lånehantering. Många enklare bankärenden som tidigare utfördes vid ett personligt besök på bankkontoret sköts idag direkt i mobilen.

Kärnan till den drastiska förändringen är den ökade digitaliseringen. Enkla och användarvänliga tjänster såsom Bank-Id och Swish leder till att kunden numera gör det mesta på egen hand. Det är därmed också kunden som alltmer ställer krav på smarta och användarvänliga produkter, en ökad tillgänglighet och bättre service.

Den förändrade kravbilden har på sätt och vis även inneburit en revolution för dem som jobbar på bankerna. En del av detta handlar om förändrade arbetssätt. Allt fler processer går från manuell till digital hantering och ute på de större arbetsplatserna talar man ofta om det agila arbetssättet, vilket innebär att personalen jobbar i olika projekt och rör sig mellan arbetsområden och ibland även avdelningar. Det ställs högre krav på de anställda att vara digitala, anpassningsbara och att ta ett större eget ansvar för att utvecklas i sin roll.

Claire Ingram Bogusz är forskare på Handelshögskolan i Stockholm. Hon har bland annat tittat närmare på hur digitaliseringen i olika led påverkar den traditionella bankverksamheten. I takt med att kunderna kan göra allt mer själva och processer automatiseras kommer behovet av personal att minska. Hon menar att det finns ett mindre behov av många traditionella kontorsjobb, bland annat inom administration och kundtjänst. Redan nu har till exempel bolåneansökningsprocesser blivit alltmer automatiserade och pappersarbetet minskar. Många kommer därför förlora sina jobb som en följd av automatisering och digitalisering, samtidigt som det kommer att skapa en massa nya yrkesroller.

Bankerna själva menar att den främsta anledningen till kontorsnedläggningar är ett förändrat kundbehov. Fler och fler kunder sköter sina bankärenden digitalt eller via telefonbanken. Samtidigt som storbankerna förklarar stängningarna med ett mer digitalt kundbehov efterfrågar också fler kunder personlig rådgivning kring mer komplexa frågor, som exempelvis bolån. Många av bankerna har sett detta som en anledning till att slå ihop kontor för att samla och bredda kompetensen på en central plats, i stället för utspritt på flera orter. Mats Olsson, som är Handelsbankens presstalesperson, säger att de har valt att använda det utrymme som digitaliseringen skapar till att ha mer tid till att faktiskt träffa och möta kunden. De har koncentrerat sina resurser till några kontor där det finns störst efterfrågan.

Det går bra för Fintechbolagen

Fintech är ett samlingsbegrepp för den senaste IT-teknologin inom finansvärlden. Fintech-bolag är specialiserade aktörer som kombinerar finansiella tjänster med mjukvaruteknik. Rapporten "[Stockholm Fintech Report 2018](#)" från Handelshögskolan i Stockholm visar att investeringarna i svenska bolag är bland de högsta i Europa. Michal Gromek, forskare vid Handelshögskolan i Stockholm, menar att finans- och teknologibranscherna måste jobba ännu mer tillsammans.

Rapporten visar att få kontanter i omlopp och en stor vana av elektroniska betalningar leder till att svenska fintech-bolag är på uppgång. Fintechbolagen har blivit allt mer komplexa. Till en början fokuserade de på nationella transaktioner medan de nu vill ta över fler delar av finanstjänstmarknaden. Detta kan till exempel röra sig om att erbjuda internationella transaktioner och låta kunder föra över och ta emot pengar från varandra. Bland annat öppnar det nya betaltjänstdirektivet Payment Services Directive 2 (PSD2) för detta. Direktivet gör att banker behöver öppna upp sin data för fintechbolag. Michal Gromek tror att det här gör att fintechbolagens utveckling kommer att fortsätta och att de får ett större behov av fler och mixade kompetenser.

Banker möter ny konkurrens och måste agera på kundernas ökande förväntningar

Utöver traditionella utmaningar står bankerna nu inför nya former av konkurrens: öppna finansiella ekosystem eller Open Banking, det vill säga att aktörer öppnar upp och byter information med varandra. Kärnan i Open Banking är möjligheten att koppla samman affärsmodeller som tillsammans utgör ett nytt ekosystem som bidrar med mervärde för kunderna, ny teknik och växande förväntningar från sina kunder. Detta visar "[World Retail Banking Report 2019](#)" (WRBR 2019) som presenterades i september 2019 av Capgemini och Efma.

Den globala rapporten visar att:

- 75 procent av kunderna med övergripande teknikkunskaper använder minst en finansiell produkt från BigTech, det vill säga teknikföretag som Apple, Google, Amazon och Facebook
- Kostnader, användarvänlighet och snabbare service är de främsta anledningarna till varför kunder väljer finansiella produkter från andra aktörer än banker
- Fler än 80 procent av de kunder som eventuellt kommer att byta bank det närmaste året använder i dag betalningar, kort och produkter kopplade till bankkonto från BigTechs och andra bankutmanare
- Anpassningen till Open Banking har hittills gått trögt och endast 33 procent av bankcheferna uppger att implementeringen varit effektiv.

Traditionella gränser mellan olika branscher suddas ut och bankerna står därmed inför en ökad konkurrens från icke-traditionella företag som inriktar sig på nischer inom bankernas värdekedja. Detta gör att bankerna behöver lägga sitt fokus på hur de kan erbjuda bästa möjliga kundupplevelse i sina kanaler. Det finns några storbanker som etablerat så kallade acceleratorprogram för Fintechs och där finns redan etablerade samarbeten. Några exempel på detta är samarbeten med banken och ett tredjepartsföretag som läser av kundens abonnemangskostnader för att sedan föreslå ett billigare alternativ, tjänster som förenklar bokföring och automatiserar kassaflödeshanteringen för företagskunder samt mikrospårningar som gör sparandet roligare för unga. Klas Rutberg, Open Banking-expert på Capgemini Invent, tror att vi kommer att få se mer av denna typ av samarbeten framöver.

De flesta banker ser också att det finns outnyttjade möjligheter för en mer strategisk användning av data för att förbättra kundupplevelsen. Bankcheferna uppger att de planerar att använda kunddata för att skapa bättre kundresor, utveckla relationsbaserad prissättning, bygga lojalitetsprogram samt skapa produkter och tjänster anpassade efter kundens livscykel.

Användarupplevelsen driver på satsningar inom AI

En ny kartläggning från IPsoft bland 100 beslutsfattare på svenska storbolag och myndigheter visar att nio av tio har påbörjat satsningar på AI-projekt. Drivkrafterna bakom organisationernas AI-satsningar är effektivare bolag (61 procent) och användarupplevelse (56 procent) Inom bank, finans och försäkring arbetar 41 procent av de tillfrågade svenska bolagen redan aktivt med AI. En undersökning från Financial Times, som intervjuat internationella storbanker om digital transformation och AI, visar att 17 av de 18 tillfrågade bankerna redan använder AI i sin kundkommunikation via digitala kollegor, virtuella assistenter och chatbottar. Framtidsfokus ligger på att använda kognitivt avancerad AI som kan sköta dialoger och interaktioner, som efterliknar människors kommunikation.

Efterfrågad kompetens i finansbranschen

Arbetsförmedlingen bedömer i yrkeskompassen att finansmarknaden kommer att präglas av hård konkurrens om jobben de kommande fem åren. Detta gäller för banktjänstemän, finansanalytiker och investeringsrådgivare. Bland annat är det digitaliseringen som driver på denna utveckling, då vissa arbetsuppgifter sköts av robotar i dag. Det kommer att behövas nya kompetenser inom branschen.

Den digitala utvecklingen gör att storbankerna framöver kommer att leta efter helt andra kompetenser än inom finansanalys. I finansbranschen blir det alltmer vanligt att ha en annan bakgrund än en traditionell utbildning som civilekonom. Helen Lundvigsson som är ansvarig för rekrytering inom SEB menar att digitaliseringen innebär att de inom några år kommer att behöva nyanställa många User Experience Designerns (UX). Detta för att kunderna ska få en bra upplevelse av IT-produkter och tjänster som banken lanserar kontinuerligt i sina mobilappar.

Swedish Fintech Association har tagit fram rapporten "[Swedish Fintech report 2020](#)". Den visar att Fintech är en växande bransch och hela 96 procent av de undersökta medlemsföretagen planerar att expandera sin verksamhet under de kommande fem åren. Rapporten visar också att möjligheten att kunna rekrytera rätt kompetens till sitt bolag är avgörande för att det ska kunna utvecklas och växa. Den kompetens som är svårast att hitta är teknisk specialistkompetens. Detta kan handla om mjukvarutvecklare och programmerare. I Fintechbranschen är det också viktigt med utvecklare som har kunskap om det finansiella systemet och finansmarknad.

Utbildningar inom yrkeshögskolan

Det finns 350 beviljade utbildningsplatser inom bank och finans som avslutas mellan åren 2020 och 2023. Det årliga utflödet ligger på ungefär 100 utbildningsplatser.

KONSEKVENSER

- I takt med att mer och mer uppgifter digitaliseras och automatiseras kommer ny kompetens att efterfrågas. Bland annat kommer mjukvaruutvecklare, programmerare och UX-designers att efterfrågas.

DRIVKRAFTER

- Digitaliseringen driver på utvecklingen i branschen. Genom digitaliseringen slår sig Fintech in på bank- och finansområdet och blir en allt mer vanlig spelare.

INRIKTNING

- MYH:s bedömning är att det redan beviljade utbudet av utbildningsplatser inom bank- och finans är tillräckligt stort i förhållande till efterfrågan och bör fyllas på i takt med att platser avslutas. Detta innebär att utbildningsplatserna per år bör bevaras på samma nivå som tidigare.

MOTKRAFTER

- Den rådande bristen på IT-kompetens kan få en bromsande effekt på utvecklingen.

Källförteckning

E-handeln växer fortfarande, hållbarhet blir allt viktigare och värderingsdriven handel kommer allt mer

Postnord, Svensk digital handel och HUI Research (2018) *e-barometern årsrapport 2019*

Svensk handel (2020) *Handelsbarometern januari 2020*

HUI Research på uppdrag av Handelsrådet (2019) *Handels struktur och utveckling*

Svensk handel (2018) *Svensk handels hållbarhetsundersökning Starkt ökat intresse hos konsumenterna – och handelsföretagen är redo*

Handelsrådet (2017) *Handels digitalisering och förändrade affärer*

Handelsrådet och HUI research (2018) *Vad händer när Amazon kommer?*

Stockholms handelskammare (2018) *8,200 lost jobs the cost of Brexit for Sweden and Stockholm*

Sweco (2018) *Signed, Sealed, Delivered – Analysing the Impact of E- commerce on Urban Areas*

Handelsanställdas förbund (2018) *Hur påverkar digitaliseringen framtida sysselsättning och kompetensbehov i handeln? En bedömning av utvecklingen 2015-2030*

Tetra pak group (2018) *The Tetra Pak Index 2018*

Tetra pak group (2019) *The Tetra Pak Index 2019*

DIBS (2019) *Svensk e-handel 2019*

Kantar (2020) *Purpose 2020*

Ungdomsbarometern och Jung Relations (2019) *Framtidens hållbaraste varumärken*

Nets (2019) *Svensk e-handel 2019*

Handelsrådet och Besöksnäringens forsknings- och utvecklingsfond (2020) *En perfekt plats Rapport från forskningsprogrammet Framtidens fysiska mötesplats*

Tekniskt kunnande viktigt för framtida jobb inom handeln. 2018. DN.se

<https://www.dn.se/ekonomi/tekniskt-kunnande-viktigt-for-framtida-jobb-inom-handeln/>

Hämtad 2020-02-26

Utan konkurrens blir vi sårbara. 2018. Svenskhandel.se

<https://www.svenskhandel.se/nyhetscenter/debattartiklar/2018/utan-konkurrens-blir-vi-sarbara/>

Hämtad 2020-02-26

Standard för elektroniska kvitton framtagen. 2018. itot.se

<https://www.itot.se/2018/06/standard-elektroniska-kvitton-framtagen/>

Hämtad 2020-02-26

I framtiden kommer all e-handel att ske med röststyrning. 2018. Market.se

<https://www.market.se/premium/ai-experten-i-framtiden-kommer-all-e-handel-att-ske-med-roststyrning>

Hämtad 2020-02-26

Amazon startar svenskt betalbolag. 2018. Digital.di.se

<https://digital.di.se/artikel/amazon-startar-svenskt-betalbolag>

Hämtad 2020-02-26

Tetra Pak Index 2018: Ökande e-handel med livsmedel ställer krav på nya smarta förpackningar. 2018. Tetrapak.com

<http://tetrapak.com/se/about/newsarchive/tetra-pak-index-2018>

Hämtad 2020-02-26

Så kommer shoppingstråken förändras med e-handeln. 2018. Dn.se

<https://www.dn.se/ekonomi/sa-kommer-shoppingstraken-forandras-med-e-handeln/>

Hämtad 2020-02-26

Få använder Amazon Alexa för att shoppa. 2018. Dhandel.se

<https://dhandel.se/fa-anvander-amazon-alexa-for-att-shoppa/>

Hämtad 2020-02-26

Handelns delningsekonomi – delad personal är dubbel personal. 2018. Storesupport.se

<https://storesupport.se/handelns-delningsekonomi-delad-personal-ar-dubbel-personal/>

Hämtad 2020-02-26

Storföretagen hoppar på direkt nu när Google kan prata svenska. 2018.

Computersweden.se

https://computersweden.idg.se/2.2683/1.705654/sj-hm-ica-google-assistant?utm_source=dmdelivery&utm_medium=email&utm_campaign=Internetworld%20veckobrev%202017%202018-08-20%2010%3A19%3A17

Hämtad 2020-02-26

E-handel endast hos 2 av 10 bolag: "Många i startgroparna". 2018. Ehandel.se

<http://www.ehandel.se/E-handel-endast-hos-2-av-10-bolag-Manga-i-startgroparna,13932.html>

Hämtad 2020-02-26

Kompetensförsörjning är en ödesfråga. 2018. Dagenshandel.se

https://www.dagenshandel.se/article/view/626741/kompetensforsorjning_ar_en_odesfrag_a?ref=rss

Hämtad 2020-02-26

Marknadsföring alltmer digitaliserad och värderingsdriven – nya kompetenser efterfrågas

BDO (2020) *Martech: 2020 and beyond*

SWEDMA (2019) *Martech Report 2019*

Kantar (2020) *Purpose 2020*

Adobe (2019) *Context is everything*

London Research och Act-On (2019) *The State of Marketing Automation 2019*

Marknadsautomatisering och affärsutveckling. 2017. Dagensanalys.se

https://www.dagensanalys.se/2017/08/marknadsautomatisering-och-affarsutveckling/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Dagensanalys+%28Dagensanalys.se%29

Hämtad 2020-03-03

Digitala marknadsförare går en mörk framtid till mötes. 2018. Veckans affärer.

<https://www.va.se/nyheter/2018/01/30/guruns-varning-digitala-marknadsforare-kommer-att-fa-sin-lon-halverad--och-sedan-halverad-igen/>

Hämtad 2020-03-03

Artificiell intelligens revolutionerar marknadsföringen. 2018. Realtid.se

<https://www.realtid.se/branschnytt/artificiell-intelligens-revolutionerar-marknadsforingen>

Hämtad 2020-03-03

Här är de nya jobben – och här är de som försvinner. 2018. Dagensanalys.se

https://www.dagensanalys.se/2018/05/har-ar-de-nya-jobben-och-har-ar-de-som-forsvinner/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Dagensanalys+%28Dagensanalys.se%29

Hämtad 2020-03-03

Nordiska företag genomför stora satsningar på artificiell intelligens. 2018. Dagensanalys.se

https://www.dagensanalys.se/2018/11/nordiska-foretag-genomfor-stora-satsningar-pa-artificiell-intelligens/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Dagensanalys+%28Dagensanalys.se%29

Hämtad 2020-03-03

Nya roller inom marknadsföring. 2019. Civilekonomen.se

https://www.civilekonomen.se/aktuellt/nya-roller-inom-marknadsforing/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Civilekonomen+%28Civilekonomen+-+Allt+inne%C3%A5II%29

Hämtad 2020-03-03

Viktigaste martech-trenderna 2020. Dagensanalys.se

<https://www.dagensanalys.se/2020/01/viktigaste-martech-trenderna-2020/>

Hämtad 2020-03-03

Företagssäljare fortsatt efterfrågade

Arbetsförmedlingen (2020) Yrkeskompassen

Statistiska centralbyrån, yrkesregistret

Manpower group (2020) *Talent Shortage Survey 2020 Closing the Skills Gap: What Workers Want*

Svenskt näringsliv (2018) *Rekryteringsenkäten 2018 Jobbskaparna larmar! Kompetensbristen ökar*

Så effektiviserar och motiverar e-handel B2B sälj-team. 2018. Nordicwebteam.se

<https://nordicwebteam.se/blog/item/sa-motiverar-ehandel-b2b-saljare/>

Hämtad 2020-03-08

6 vanliga fallgropar inom e-handel B2B. 2018. Va.se

<https://www.va.se/nyheter/2018/03/23/6-vanliga-fallgropar-inom-ehandel-b2b-owilli/>

Hämtad 2020-03-08

Nya utmaningar för e-handeln: Därför vill företag handla som privatpersoner. 2018. Va.se

<https://www.va.se/nyheter/2018/06/18/nya-utmaningar-for-e-handeln-darfor-vill-foretag-handla-som-privatpersoner-owilli/>

Hämtad 2020-03-08

Konkurrenskraft viktigaste faktorn för att vinna exportaffärer. 2018. News.cision.com

<http://news.cision.com/se/ab-svensk-exportkredit/r/konkurrenskraft-viktigaste-faktorn-for-att-vinna-exportaffarer,c2549879>

Hämtad 2020-03-08

Topp 20: hetaste kompetenserna för säljare 2019. 2019. Pressmeddelande från Utbildning.se

<http://www.mynewsdesk.com/se/utbildning/pressreleases/topp-20-hetaste-kompetenserna-foer-saeljare-2019-2944983>

Hämtad 2020-03-08

Trögt för företagen som missat digitaliseringsvågen. 2018. Di.se
<https://www.di.se/nyheter/trogt-for-foretagen-som-missat-digitaliseringsvagen/>
Hämtad 2020-03-08

Efterfrågan på inköpare och upphandlare består

Upphandlingsmyndigheten (2020) *Trendens – Utvecklingen på upphandlingsområdet 2019*

Regeringskansliet, Finansdepartementet (2016) *Nationella upphandlingsstrategin*

Regeringskansliet, Finansdepartementet (2019) *Finansutskottets betänkande 2019/20:FiU16, Statistik på upphandlingsområdet*

Statens offentliga utredningar (2018) *Möjligt, tillåtet och tillgängligt – förslag till enklare och flexibla upphandlingsregler och vissa regler om överprövningsmål, SOU 2018:44*

Sveriges Inköps- och Logistikförbund (2019) *Trendrapport 2019*

Arbetsförmedlingen (2020) *Yrkeskompassen*

Statistiska centralbyrån, yrkesregistret

Sveriges offentliga inköpare (2019) *Framtidens offentliga inköpare – En kompetensprofil från SOI*

Förenklingsutredningens betänkande remitteras. 2018. Regeringen.se

<https://www.regeringen.se/artiklar/2018/09/forenklingsutredningens-betankande-remitteras/>

Hämtad 2020-03-09

Kompetens inom upphandling identifieras. 2018. SOI.se

<http://www.soi.se/aktuellt/2018/oktober/ordforanden-sept-2018>

Hämtad 2020-03-09

Hänt under året. 2019. Upphandlingsmyndigheten.se

<https://www.upphandlingsmyndigheten.se/verktyg/trendens/2018/hant-under-aret/>

Hämtad 2020-03-09

Fortsatt efterfrågan inom redovisning

Arbetsförmedlingen (2020) *Yrkeskompassen*

Statistiska centralbyrån, yrkesregistret

Regeringen, (Prop. 2017/18:149) *En ändamålsenlig bokföring och redovisning*

Visma (2020) *Digitaliseringsindex*

Slik vurderes de mest brukte regnskapssystemene i 2017. 2017. Regnskapnorge.no
<https://www.regnskapnorge.no/faget/artikler/bransjeaktuelt/slik-vurderes-de-mest-brukte-regnskapssystemene-i-2017/>
Hämtad 2020-03-04

Profesjonelle brukere sin vurdering av egne regnskapssystemer i 2018. 2018. Gpokenomi.nu
<https://www.gpokenomi.no/2018/12/12/profesjonelle-brukere-sin-vurdering-av-egne-regnskapssystemer-i-2018/>
Hämtad 2020-03-04

EY laddar för rekryteringsvåg. 2020. Realtid.se
<https://www.realtid.se/ey-laddar-rekryteringsvag>
Hämtad 2020-03-04

Stort rekryteringsbehov bland redovisningsbyråerna. 2020. Realtid.se
<https://www.realtid.se/stort-rekryteringsbehov-bland-revisionsbyraerna>
Hämtad 2020-03-04

Srf konsulterna lanserar ny titel – Certifierad Affärsrådgivare. 2019. Revisionsvarlden.se
<https://revisionsvarlden.se/srf-konsulterna-lanserar-ny-titel-certifierad-affarsradgivare/>
Hämtad 2020-03-04

Så förbättrar maskininlärning ekonomifunktionen. 2019. Realtid.se
<https://www.realtid.se/debatt/sa-forbatttrar-maskininlarning-ekonomifunktionen>
Hämtad 2020-03-04

PwC säljer hela redovisningsdelen till PE-bolag. 2018. Revisionsvarlden.se
<https://revisionsvarlden.se/pwc-saljer-hela-redovisningsdelen-till-pe-bolag/>
Hämtad 2020-03-04

PwC säljer affärsområdet Business Services. 2018. Realtid.se
<https://www.realtid.se/pwc-saljer-affarsområdet-business-services>
Hämtad 2020-03-04

Varför säljer PwC av redovisningsdelen? 2018. Tidningenbalans.se
<https://www.tidningenbalans.se/nyheter/varfor-saljer-pwc-av-redovisningen/>
Hämtad 2020-03-04

Därför söker sig riskkapitalet till redovisningsbranschen. 2018. Realtid.se
<https://www.realtid.se/darfor-soker-sig-riskkapitalet-till-redovisningsbranschen>
Hämtad 2020-03-04

Din kollega – en robot? 2018. Civilekonomen.se
<https://www.civilekonomen.se/aktuellt/din-kollega-en-robot/>
Hämtad 2020-03-04

Många vill anställa robotens kollegor. 2018. Civilekonomen.se
[https://www.civilekonomen.se/aktuellt/manga-vill-anstalla-robotens-kollegor/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed:+Civilekonomen+\(Civilekonomen+-+Allt+inne%C3%A5ll\)](https://www.civilekonomen.se/aktuellt/manga-vill-anstalla-robotens-kollegor/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed:+Civilekonomen+(Civilekonomen+-+Allt+inne%C3%A5ll))
Hämtad 2020-03-04

KPMG säljer sin verksamhet inom redovisning och lön. 2018. Far.se
<https://www.far.se/nyheter/2018/juni/kpmg-saljer-sin-verksamhet-inom-redovisning-och-lon/>
Hämtad 2020-03-04

KPMG säljer löneadministrationen. 2018. Civilekonomen.se
[https://www.civilekonomen.se/aktuellt/kpmg-saljer-loneadministrationen/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed:+Civilekonomen+\(Civilekonomen+-+Allt+inne%C3%A5ll\)](https://www.civilekonomen.se/aktuellt/kpmg-saljer-loneadministrationen/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed:+Civilekonomen+(Civilekonomen+-+Allt+inne%C3%A5ll))
Hämtad 2020-03-04

Avancerade ekonomyrken på tur att förändras. 2018. Civilekonomen.se
<https://www.civilekonomen.se/aktuellt/avancerade-ekonomiyrken-pa-tur-att-forandras/>
Hämtad 2020-03-04

Öppet brev till YH-myndigheten: Stor efterfrågan på redovisningskonsulter. 2020. Tidningenkonsulten.se
<https://www.tidningenkonsulten.se/artiklar/oppet-brev-till-yh-myndigheten-stor-efterfragan-pa-redovisningskonsulter/>
Hämtad 2020-03-04

Den digitala revolutionen handlar om kunskap. 2018. Revisionsvarlden.se
<https://revisionsvarlden.se/den-digitala-revolutionen-handlar-om-kunskap/>
Hämtad 2020-03-04

Ny undersökning: Redovisningsbyråer ser ökad efterfrågan på rådgivning. 2019. media.visma.se
<https://media.visma.se/pressreleases/ny-undersokning-redovisningsbyraer-ser-oekad-efterfraagan-paa-raadgivning-2835413>
Hämtad 2020-03-04

Kvalificerad kompetens inom lönehantering efterfrågas

Arbetsförmedlingen (2020) Yrkeskompassen

Statistiska centralbyrån, yrkesregistret

Nya deklarationsregler lyft för lönekonsulter. 2017. Tidningenbalans.se

<https://www.tidningenbalans.se/nyheter/nya-deklarationsregler-lyft-for-lonekonsulter/>

Hämtad 2020-03-04

PwC säljer affärsområdet Business Services. 2018. Realtid.se

<https://www.realtid.se/pwc-saljer-affarsområdet-business-services>

Hämtad 2020-03-04

PwC säljer hela redovisningsdelen till PE-bolag. 2018. Revisionsvarlden.se

<https://revisionsvarlden.se/pwc-saljer-hela-redovisningsdelen-till-pe-bolag/>

Hämtad 2020-03-04

Redo att lämna månadsvis arbetsgivardeklaration på individnivå? 2018.

Mynewsdesk.com

https://www.mynewsdesk.com/se/hogia/blog_posts/redo-att-laemna-maanadsvis-arbetsgivardeklaration-paa-individnivaa-69105

Hämtad 2020-03-04

Fortsatt god efterfrågan på löne- och redovisningsadministratörer. 2018.

Tidningenkonsulten.se

<https://www.tidningenkonsulten.se/artiklar/lon/fortsatt-god-efterfragan-pa-lone-och-redovisningsadministratorer/>

Hämtad 2020-03-04

KPMG säljer sin verksamhet inom redovisning och lön. 2018. Far.se

<https://www.far.se/nyheter/2018/juni/kpmg-saljer-sin-verksamhet-inom-redovisning-och-lon/>

Hämtad 2020-03-04

KPMG säljer redovisningsdelen till IK Investment Partners. 2018. Revisionsvarlden.se

<https://revisionsvarlden.se/kpmg-saljer-redovisningsdelen-till-ik-investment-partners/>

Hämtad 2020-03-04

KPMG säljer löneadministrationen. 2018. Civilekonomen.se

[https://www.civilekonomen.se/aktuellt/kpmg-saljer-loneadministrationen/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed:+Civilekonomen+\(Civilekonomen+-+Allt+inne%C3%A5ll\)](https://www.civilekonomen.se/aktuellt/kpmg-saljer-loneadministrationen/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed:+Civilekonomen+(Civilekonomen+-+Allt+inne%C3%A5ll))

Hämtad 2020-03-04

"Mötet med kunden viktigare än digitalisering". 2018. Revisionsvarlden.se

<https://revisionsvarlden.se/motet-med-kunden-viktigare-an-digitalisering/>

Hämtad 2020-03-04

Öppet brev till YH-myndigheten: Högre krav på lönekompetens. 2020.

Tidningenkonsulten.se

https://www.tidningenkonsulten.se/artiklar/oppet-brev-till-yh-myndigheten-hogre-krav-pa-lonekompetens/?utm_campaign=unspecified&utm_content=unspecified&utm_medium=email&utm_source=apsis-anp-3

Hämtad 2020-03-04

Utvecklingen inom bank och finans kräver ny kompetens

Arbetsförmedlingen (2020) Yrkeskompassen

Swedish Fintech Association (2020) *Fintech rapport 2020 Möjligheter och utmaningar för en ny bransch*

Svensk finansiell teknik på frammarsch. 2018. Dn.se

<https://www.dn.se/ekonomi/svensk-finansiell-teknik-pa-frammarsch/>

Hämtad 2020-03-18

Bättre samarbete behövs när svensk fintech växer. 2018. Civilekonomen.se

[https://www.civilekonomen.se/aktuellt/battre-samarbete-behovs-nar-svensk-fintech-vaxer/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed:+Civilekonomen+\(Civilekonomen+-+Allt+inne%C3%A5ll\)](https://www.civilekonomen.se/aktuellt/battre-samarbete-behovs-nar-svensk-fintech-vaxer/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed:+Civilekonomen+(Civilekonomen+-+Allt+inne%C3%A5ll))

Hämtad 2020-03-18

Digitaliseringens baksida. 2018. Finansliv.se

<https://www.finansliv.se/artikel/digitaliseringens-baksida/>

Hämtad 2020-03-18

Vem blir kvar när branschen förändras? 2018. Finansliv.se

<https://www.finansliv.se/artikel/vem-blir-kvar-nar-branschen-forandras/>

Hämtad 2020-03-18

Storbankernas kontor fortsätter stänga. 2018. Dn.se

<https://www.dn.se/ekonomi/storbankernas-kontor-fortsatter-stanga/>

Hämtad 2020-03-18

Banker möter ny konkurrens och måste agera på kundernas ökande förväntningar. 2018. Pressmeddelande från Capgemini.

http://www.mynewsdesk.com/se/Capgemini/pressreleases/banker-moeter-ny-konkurrens-och-maaste-agera-paa-kundernas-oekande-foervaentningar-2707121?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=Alert&utm_content=pressrelease

Hämtad 2020-03-18

Kognition, matte – så får du in en fot i finansbranschen. 2018. Svd.se

<https://www.svd.se/kognition-matte--sa-far-du-in-en-fot-i-finansbranschen>

Hämtad 2020-03-18

Användarupplevelsen driver på satsningar inom AI. 2019. Dagensanalys.se

https://www.dagensanalys.se/2019/01/anvandarupplevelsen-driver-pa-satsningar-inom-ai/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Dagensanalys+%28Dagensanalys.se%29

Hämtad 2020-03-18

Hård konkurrens om finansjobb. 2019. Civilekonomen.se

[https://www.civilekonomen.se/aktuellt/hard-konkurrens-om-finansjobb/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed:+Civilekonomen+\(Civilekonomen+-+Allt+inne%C3%A5ll\)](https://www.civilekonomen.se/aktuellt/hard-konkurrens-om-finansjobb/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed:+Civilekonomen+(Civilekonomen+-+Allt+inne%C3%A5ll))

Hämtad 2020-03-18

Rätt kompetens i rätt tid.



Myndigheten för yrkeshögskolan

Myndigheten för yrkeshögskolan
Box 145, 721 05 Västerås
www.myh.se