



Yrkeshögskolan

RAPPORT 2023

Områdesanalys: Företagsförsäljning och marknadsföring



Myndigheten för yrkeshögskolan

Innehållsförteckning

Inledning	3
Innehåll.....	4
Yrkeshögskolans utbildningsinriktningar.....	4
Avstämningar.....	4
Yrkeshögskolans statistik.....	5
Bedömning av platsernas utveckling.....	5
Företagsförsäljning och marknadsföring	6
Utfall ansökan 2022.....	7
Resultat från genomförda utbildningar.....	9
Efterfrågan på kompetens på 3–5 års sikt.....	11
Regionalt utbud och regional efterfrågan.....	16
Bedömning av utvecklingen för nya platser på 3–5 års sikt.....	20
Definitioner	21

Inledning

Det här är ett analysunderlag som visar hur myndigheten ser på utbildningarnas resultat, efterfrågan på kompetens och utvecklingen av utbildningsplatser inom en viss utbildningsinriktning – eller en gruppering av utbildningsinriktningar som har en koppling till varandra.

I underlaget presenteras statistik avseende pågående och beviljade utbildningsplatser, resultat för en utbildningsinriktning, eller en gruppering av utbildningsinriktningar samt information om efterfrågan. Varje presentation avslutas med en bedömning av hur myndigheten ser på utvecklingen av utbildningsplatser inom en viss utbildningsinriktning de kommande 3–5 åren och hur många platser som kan beviljas i kommande ansökan.

Bedömningen bygger på en avvägning av vad som är rimligt att bevilja utifrån en rad faktorer, där de tre främsta är

- det ekonomiska utrymme som myndigheten beräknar ha för att bevilja statsbidrag och särskilda medel för programmen
- dimensionering av redan beviljade platser och pågående utbildningar
- efterfrågan på kompetens.

Det bör understrykas, att det kan finnas skillnader gentemot bedömningen och den efterfrågan på kompetens som finns. Myndigheten har begränsade medel och en mängd prioriteringar måste göras mellan samtliga utbildningsinriktningar. Det kan innebära att efterfrågan inte kan matchas med motsvarande antal utbildningsplatser. Andra faktorer kan också påverka och som leder till att det inte är rimligt att genomföra en ökning av en utbildningsinriktning.

Enligt förordningen (2011:1162) med instruktion för Myndigheten för yrkeshögskolan ska myndigheten analysera arbetsmarknadens behov av utbildningar inom yrkeshögskolan.

Målsättningen med områdesanalysen är att bidra till ökad transparens och tydlighet. Underlaget kan både hänvisas till inför det att en ansökan öppnar och vid bedömning och kan förhoppningsvis bidra till att skapa en röd tråd från den enskilda ansökan till myndighetens beslut. Det är värt att understryka att bedömningen av en utbildningsansökan väger in fler faktorer än just områdesanalyserna.

Innehåll

Strukturen är densamma för samtliga områdesanalyser. Varje områdesanalys innehåller följande information:

- utfall av årets ansökan och det nya utbildningsutbudet
- resultat från genomförda utbildningar
- beskrivning av efterfrågan på 3–5 års sikt
- regionalt utbud och regional efterfrågan
- bedömning av nya platser med avslut per år.

Yrkeshögskolans utbildningsinriktningar

Det finns drygt 200 utbildningsinriktningar inom yrkeshögskolan. Till varje utbildningsinriktning hör en SUN-kod som myndigheten har tagit fram genom att utgå från Svensk utbildningsnomenklatur (SUN). All statistik som presenteras är uppbyggd efter detta system.

Varje utbildningsinriktning leder till en yrkesroll eller flera närliggande yrkesroller. Det finns också utbildningsinriktningar som kategoriseras som "övriga" utbildningsinriktningar. Dessa övriga SUN-koder kan innehålla både specifika utbildningar för vilka det av någon anledning saknas en dedikerad inriktning, eller mer obestämbara utbildningar som inte passar in i några av de andra SUN-koderna.

Antalet utbildningsinriktningar kan förändras över tid. Myndigheten kan ta bort eller lägga till SUN-koder beroende på utvecklingen på arbetsmarknaden.

Avstämningar

I framtagandet av denna områdesanalys har avstämningar skett med olika berörda branscher eller andra relevanta aktörer som kan bidra till att ge en samlad bild av efterfrågan på kompetens på nationell och regional nivå.

Yrkeshögskolans statistik

Det finns en hel del statistik om yrkeshögskolan och för den som vill veta mer hänvisas till myh.se och scb.se.

Här presenteras endast en begränsad del och det statistiska underlaget som tas upp är

- statistik över pågående och beviljade utbildningsplatser per utbildningsinriktning
- examensgrad från avslutade utbildningar per utbildningsinriktning
- andel i arbete från avslutade utbildningar per utbildningsinriktning
- arbetets överensstämmelse med utbildningen per utbildningsinriktning
- utnyttjade platser per utbildningsinriktning.

Statistik över pågående och beviljade utbildningsplatser utgör en grund för dimensionering av nya utbildningsplatser. Det som är särskilt relevant att visa i detta sammanhang är statistik över platser per slutår, för att illustrera vilket utflöde av kompetens som utbildningarna kan bidra med per år om alla beviljade platser utnyttjas.

Statistiken visar också var i landet beviljade utbildningar är placerade. Utbildningar inom yrkeshögskolan ska ha en utifrån arbetslivet lämplig regional placering och den regionala efterfrågan är en viktig aspekt vid beviljandet av nya platser.

Examensgrad, andel i arbete, arbetets överensstämmelse med utbildningen samt utnyttjade platser är alla olika sätt att mäta utbildningarnas resultat per utbildningsinriktning.

Bedömning av platsernas utveckling

Det nya underlaget avslutas med en bedömning av hur antalet platser per utbildningsinriktning kommer att utvecklas på 3–5 års sikt och hur många platser som kan beviljas i kommande ansökan.

Bedömningen är inte ett facit över hur det kommer att bli. Antalet platser kan komma att bli lägre eller högre än bedömningen. Det beror på en mängd faktorer så som bedömning av ansökningar, förändringar i vår omvärld och hur mycket statsbidrag eller särskilda medel som kan fördelas mellan alla utbildningsinriktningar.

Företagsförsäljning och marknadsföring

Denna områdesanalys omfattar de utbildningsinriktningar inom yrkeshögskolan som bidrar till kompetensförsörjningen inom företagsförsäljning och marknadsföring.

Företagsförsäljning	SUN-KOD 341zg
Företagsförsäljning mot it	SUN-KOD 341zh
Företagsförsäljning mot övriga branscher/marknader	SUN-KOD 341zl
Marknadsföring	SUN-KOD 342za
Digital analys/ market automation	SUN-KOD 342zc
Marknadskommunikation/ koordinator	SUN-KOD 342zd
Övriga utbildningar marknadsföring	SUN-KOD 342zy

Utfall ansökan 2022

Utbildningsinriktning	Ansökningar	Beviljade ansökningar
Företagsförsäljning	18	7
Företagsförsäljning mot it	5	3
Företagsförsäljning mot övriga branscher/marknader	2	1
Marknadsföring	18	7
Digital analys/market automation	7	3
Marknadskommunikation/koordinator	7	2
Övriga utbildningar marknadsföring	-	0

Källa: MYH.

Pågående och beslutade platser per utbildningsinriktning och slutår. Färgmarkeringen visar vilka år som kommande beslut kan påverka.

Utbildningsinriktning	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Företagsförsäljning	645	665	600	340	235	
Företagsförsäljning mot it	105	105	105	105	105	
Företagsförsäljning mot övriga branscher/marknader	55	145	160	95	35	
Marknadsföring*	410	540	445	245	175	
Digital analys/market automation	170	205	140	105		
Marknadskommunikation/koordinator**	85	155	105	70		
Övriga utbildningar marknadsföring***		30	30			

*Innehåller 25 platser YH utan statsbidrag åren 2024 och 2025.

**Innehåller 50 platser YH utan statsbidrag åren 2024 och 2025.

***Innehåller utbildning inom digital marknadsföring och affärsutveckling.

Källa: MYH.

Platser som beviljas efter ansökan 2023 påverkar i huvudsak slutåren 2025–2026 och framåt eftersom utbildningarna är mellan 200 och 400 yrkeshögskolepoäng långa. Nya platser kan fyllas på vid varje ansökningsomgång och på så vis byggs utflödet på framåt.

Utöver dessa platser beviljades följande platser inom YH-flex i ansökan 2023:

Företagsförsäljning: 55 platser

Företagsförsäljning mot it: 10 platser

Digital analys/market automation: 10 platser

Marknadskommunikation/koordinator: 5 platser

Det planeras även för ytterligare områdesanalyser med koppling till företagsförsäljning och marknadsföring. Dessa områdesanalyser kommer att innehålla utbildningsinriktningar inom kommunikation och information samt grafisk design och foto.

Resultat från genomförda utbildningar

Examensgraden de tre senaste slutåren.

Utbildningsinriktningar	2020	2021	2022
Företagsförsäljning	73 %	68 %	68 %
Företagsförsäljning mot it	70 %	70 %	66 %
Företagsförsäljning mot övriga branscher/marknader	44 %	42 %	61 %
Marknadsföring	80 %	83 %	78 %
Digital analys/market automation	81 %	77 %	67 %
Marknadskommunikation/koordinator	84 %	89 %	92 %
Övriga utbildningar marknadsföring	87 %	84 %	84 %
Totalt för yrkeshögskolan	72 %	70 %	67 %

Källa: SCB.

Andel i arbete och arbetets överensstämmelse med utbildningen helt eller till största delen året efter examen (avser examinerade 2021).

	Överensstämmelse arbete – utbildning					
	Andel i arbete	Felmarg. ±	Helt/till största delen	Felmarg. ±	Till viss del	Felmarg. ±
Företagsförsäljning	87 %	5 %	65 %	10 %	32 %	10 %
Marknadsföring	93 %	3 %	71 %	6 %	22 %	5 %
Digital analys/market automation	94 %	5 %	70 %	11 %	25 %	11 %
Totalt för yrkeshögskolan	91 %	1 %	65 %	1 %	25 %	1 %

Angivet med 95 procents konfidensintervall.

Källa: SCB.

Resultat för resterande utbildningsinriktningar kan inte redovisas av sekretesskäl, då antalet observationer är för få för att kunna visas.

Andel outnyttjade platser per startår.

Utbildningsinriktningar	2020	2021	2022
Företagsförsäljning	3 %	0 %	4 %
Företagsförsäljning mot it	0 %	0 %	0 %
Företagsförsäljning mot övriga branscher/marknader	13 %	11 %	26 %
Marknadsföring	2 %	2 %	0 %
Digital analys/market automation	0 %	0 %	1 %
Marknadskommunikation/koordinator	2 %	3 %	0 %
Övriga utbildningar marknadsföring	0 %	-	0 %
Totalt för yrkeshögskolan	9 %	9 %	12 %

Källa: MYH.

Om en cell är streckad betyder det att det inte startade någon utbildning det året.

Reflektion över resultat från genomförda utbildningar

Examensgraden för utbildningsinriktningarna i denna områdesanalys ligger generellt sett i nivå med, eller högre än, genomsnittet för yrkeshögskolan. Ett undantag är utbildningsinriktningen företagsförsäljning mot övriga branscher/marknader där examensgraden är lägre än genomsnittet för yrkeshögskolan, även om det skett en markant ökning det senaste året.

För utbildningsinriktningarna marknadsföring och digital analys/market automation är andelen i arbete högre än genomsnittet för yrkeshögskolan. För utbildningsinriktningen företagsförsäljning är den i stället något lägre. Men för samtliga av dessa tre utbildningsinriktningar är andelen som har fått ett arbete som helt eller till största delen överensstämmer med utbildningen minst lika hög som genomsnittet för yrkeshögskolan.

Andelen outnyttjade platser är sammantaget låg för dessa utbildningsinriktningar, med undantag för företagsförsäljning mot övriga branscher/marknader.

Slutsats

Generellt sett visar uppföljningen ovan på goda resultat för utbildningsinriktningarna i denna analys. Däremot skulle resultaten kunna förbättras för utbildningsinriktningen företagsförsäljning mot övriga branscher/marknader.

Efterfrågan på kompetens på 3–5 års sikt

Företagsförsäljning

Företagssäljare arbetar med att sälja varor och tjänster till andra företag, vilket inom branschen kallas business-to-business (B2B) till skillnad från försäljning riktad till privatpersoner som kallas business-to-consumer (B2C). En säljare som har kontinuerligt ansvar för ett antal kunder kan även kallas account manager. En säljare med ansvar för särskilt viktiga kunder kallas key account manager. Utbildningarna inom yrkeshögskolan leder till yrkesroller som företagssäljare, teknisk säljare, account manager, internationell säljare och marknadsförare.

I *Kompetensrapport (2022)* beskriver Svensk Handel hur utvecklingen inom handeln präglas av digitaliseringen, utvecklingen inom e-handeln samt ökande global konkurrens. Denna utveckling påverkar kompetensbehoven i branschen. I takt med att kunderna, inklusive företagskunderna, blir alltmer pålästa och kunniga ökar kraven på säljarna enligt kompetensrapporten. Samtidigt fortsätter utvecklingen inom artificiell intelligens (AI), som kan utföra mer och mer av de standardiserade och repetitiva arbetsuppgifterna. I den tidigare områdesanalysen *Ekonomi, administration och försäljning* från år 2020 konstaterade myndigheten att digitaliseringen gör att försäljning som sker business-to-business styrs mer och mer mot e-handel, även om utvecklingen där går långsammare än inom business-to-consumer. Nya kompetensbehov inom företagsförsäljning kan därför komma att växa fram, kopplat till bland annat ändrade kundbeteenden och krav på it-kompetens. Utvecklingen inom AI påverkar också säljbranschen vilket bland annat innebär att det finns många AI-baserade verktyg som kan hjälpa till att automatisera och effektivisera försäljningsprocessen. Hållbarhetstänk fortsätter att bli allt viktigare inom handeln generellt, liksom värderingsdriven handel.

Enligt Svensk Handels rapport *Läget i handeln (2022)* väntas det totala antalet anställda inom handeln minska med 2–7 procent till år 2030. Men antalet anställda inom partihandeln, som ofta sker mellan företag eller business-to-business, väntas istället öka något. Efterfrågan på företagssäljare påverkas av det ekonomiska läget, konjunkturans 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. Konjunkturinstitutet konstaterar i sin konjunkturprognos från september 2023 att Sveriges ekonomi för närvarande befinner sig i en lågkonjunktur. Konjunkturen väntas vända svagt uppåt under andra halvan av 2024. Detta är en beskrivning av konjunkturläget som det ser ut strax innan publiceringen av denna områdesanalys.

Efterfrågan av en viss yrkesroll påverkas också av kommande pensionsavgångar. Av SCB:s yrkesregister framgår att det fanns cirka 86 500 anställda företagssäljare i Sverige år 2021. Av de anställda befann sig drygt 6 500 i åldersspannet 60–64 år. Utflödet av platser via yrkeshögskolans utbildningsinriktningar inom företagsförsäljning summerar under perioden 2021–2025 till 4 376, i snitt ungefär 875 platser per år. Här ingår extra platser som tilldelades i en tillfällig arbetsmarknadsåtgärd under pandemin. En jämförelse mellan antal anställda i åldersspannet 60–64 år och utflödet från yrkeshögskolan 2021–2025 visar att utflödet under denna period är mindre än de beräknade pensionsavgångarna.

Företagssäljare tillhör yrkesgruppen 3322 – företagssäljare. Enligt Arbetsförmedlingens yrkesprognos är det stora möjligheter till arbete på tre års sikt för denna yrkesgrupp. Yrkesprognoserna bygger på en datadriven modell som kombinerar Arbetsförmedlingens egen verksamhetsstatistik med SCB:s statistik. Yrkesprognoserna baseras på SSSYK, som står för standard för svensk yrkesklassificering och som är ett system för att gruppera individers yrken eller arbetsuppgifter. Bedömningen i yrkesprognoserna kan förändras över tid. De uppgifter som anges i denna områdesanalys baseras på vad som gällde vid tiden strax före publiceringen av områdesanalysen. I SCB:s rapport *Trender och prognoser 2020* bedöms tillgången och efterfrågan på YH-utbildade inom företagsekonomi, handel och administration öka ungefär lika mycket fram till 2035, vilket innebär att det i princip skulle råda balans på arbetsmarknaden för dessa yrkesroller sammantaget. Tillgången på utbildade bedöms dock öka något mer än efterfrågan under perioden. Men denna rapport innehåller ingen information om företagsförsäljning eller marknadsföring specifikt.

Enligt Svensk Handels *Kompetensrapport (2022)* väntas handelns totala rekryteringsbehov av företagssäljare 2030 motsvara ungefär 7 785 personer. Detta skulle enligt Svensk Handel innebära att det år 2030 behöver examineras ungefär 2 595 personer med någon form av utbildning inom företagsförsäljning. Detta är en av de yrkeskategorier inom handeln där rekryteringsbehovet 2030 väntas vara som störst i absoluta tal.

Företagssäljare kan arbeta med olika försäljningssätt i form av inne- eller utesäljare. De kan arbeta mot olika branscher och på olika nivåer. Enligt Arbetsförmedlingen krävs det för vissa tjänster ingen formell utbildning, medan andra kräver antingen gymnasieutbildning eller eftergymnasial utbildning. Men utbildning.se, som är en söktjänst för kompetensutveckling, har gjort en granskning av 4 700 jobbbannonser som visar att relevant examen eller utbildning kommer på tredje plats när det gäller önskvärda kompetenser hos en säljare 2023 enligt arbetsgivarna. Företagssäljare kan ha en teknisk eller ekonomisk gymnasieutbildning i grunden. Inom gymnasieskolan finns även försäljnings- och serviceprogrammet, som från och med juli 2022 ersatt det tidigare handels- och administrationsprogrammet. Förutom de utbildningar som finns inom yrkeshögskolan finns det även eftergymnasiala utbildningar till ekonom med inriktning mot exempelvis marknadsföring inom högskolan. För företagssäljare kan det också vara bra med en kombination av exempelvis ingenjörsutbildning och kurser inom företagsekonomi. Det finns även kortare privata kurser inom företagsförsäljning.

Marknadsföring

Marknadsförare och marknadsanalytiker arbetar med att skapa uppmärksamhet eller publicitet för en produkt eller tjänst. De kan till exempel utveckla och genomföra reklamkampanjer och marknadsföringsstrategier för produkter eller tjänster, åt ett företag eller en organisation. Målet med arbetet kan vara att öka försäljningen, stärka varumärket, eller att marknadsföra en idé. De kan även samla in, bearbeta och analysera data om marknader. Dessutom kan de göra prognoser om framtida marknader och trender för att kunna ge råd om lämpliga försäljningsstrategier. Utbildningarna inom yrkeshögskolan leder till yrkesroller som till exempel marknadsförare, marknadsstrateg, digital analytiker, marknadskoordinator och marknadskommunikatör.

I *Kompetensrapport (2022)* beskriver Svensk Handel hur digitaliseringen driver utvecklingen inom handeln dels genom nya tekniska lösningar, dels genom ett ändrat digitalt beteende hos konsumenterna. Kunderna blir alltmer informerade, med ökade förväntningar på konkurrenskraftiga priser, information och tillgänglighet. I takt med utvecklingen inom branschen växer även behovet av nya kompetenser. Konsumenternas närvaro på internet och i sociala medier har skapat helt nya kanaler för företagen att synas i. Detta innebär att företagen måste ha kompetens inom digital marknadsföring. I rapporten beskrivs även hur utvecklingen mot marknadsföring i en mängd olika kanaler innebär att företagen snabbt måste kunna ta fram mer marknadsföringsinnehåll än tidigare, för att hålla informationen i de olika kanalerna uppdaterad. Marknadsförarna måste dessutom kunna arbeta med allt från textinnehåll, bild och film, sociala medier och sökordsoptimering till mer traditionella former som nyhetsbrev och printannonser enligt Svensk Handel.

I den tidigare områdesanalysen *Ekonomi, administration och försäljning* från år 2020 konstaterade myndigheten att i takt med att 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. Denna utveckling gör att personalen kan lägga mer tid på kreativitet och beslutsfattande, men kräver också god analytisk förmåga samt ett kritiskt och reflekterande förhållningssätt. Bilden bekräftas av Akavia Aspekts enkätundersökning som är riktad till några av de största offentliga och privata arbetsgivarna inom Akavias avtalsområde: *Så säkrar du din hjärna för framtiden (2022)*. Även värderingsdriven marknadsföring väntas bli allt viktigare framöver.

I *Kompetensrapport (2022)* menar Svensk Handel att automatiseringens effekt på dataanalytiker går åt två håll. I rapporten beskrivs hur den tekniska utvecklingen ger företagen möjligheter att samla information och data från konsumenterna för att därefter analysera kundbeteenden och anpassa kommunikationen. Detta leder till en ökad efterfrågan på kompetens inom dataanalys. Men som beskrivits ovan utvecklas nu även olika digitala programvaror som snabbt och automatiskt kan sammanställa data, vilket gör att analysarbetet i större utsträckning kan automatiseras och ersättas av en programvara. Detta innebär att behovet av kompetens inom dataanalys i alla fall delvis kan komma att ersättas av ett behov av kompetens inom it.

Rekryteringsbehovet inom en viss yrkesroll påverkas bland annat av pensionsavgångar. Av SCB:s yrkesregister framgår att det fanns cirka 24 000 anställda marknadsförare och marknadsanalytiker i Sverige år 2021. Av de anställda befann sig drygt 900 i åldersspannet 60–64 år. Dessa personer beräknas gå i pension under perioden 2021–2025. Utflödet av platser via yrkeshögskolans utbildningsinriktningar inom marknadsföring summerar under perioden 2021–2025 till 4 054, i snitt ungefär 800 platser per år. Här ingår extra platser som tilldelades i en tillfällig arbetsmarknadsåtgärd under pandemin. En jämförelse mellan antal anställda i åldersspannet 60–64 år och utflödet från yrkeshögskolan 2021–2025 visar att utflödet under denna period är betydligt större än de beräknade pensionsavgångarna. För att få en mer heltäckande bild av yrkesgruppens storlek bör hänsyn tas även till gruppen egna företagare. Antalet marknadsanalytiker och marknadsförare som är registrerade som egna företagare 2021 uppgår enligt SCB:s yrkesregister till drygt 700 personer, vilket är en relativt liten del

i relation till yrkesgruppens totala storlek. För de egna företagen finns inga uppgifter om ålder. Sammantaget tyder detta på att utflödet från yrkeshögskolan är stort sett i relation till förväntade pensionsavgångar. Samtidigt finns ett utflöde av examinerade även från högskolan, folkhögskolan och privata kurser. Det är dock viktigt att vara medveten om att beräknade pensionsavgångar inte ger en fullständig bild av rörligheten inom ett yrke.

Marknadsförare tillhör yrkesgruppen 2431 – marknadsanalytiker och marknadsförare med flera. Enligt Arbetsförmedlingens yrkesprognos är det små till medelstora möjligheter till arbete på tre års sikt för denna yrkesgrupp. Utbildningsinriktningarna i denna områdesanalys leder i vissa fall till yrkesroller som gränsar till yrkesrollerna kommunikatör eller copywriter. Dessa yrkesroller tillhör yrkesgruppen 2432 – informatörer, kommunikatörer och PR-specialister. Även för denna yrkesgrupp är det enligt Arbetsförmedlingens yrkesprognos små till medelstora möjligheter till arbete på tre års sikt.

I Svensk Handels *Kompetensrapport* (2022) ingår en prognos över utvecklingen för ett antal yrkeskategorier inom handeln till och med 2030. Av dessa yrkeskategorier är det två som är relevanta för denna områdesanalys, dataanalytiker och online marknadsförare. Enligt rapporten väntas det totala rekryteringsbehovet av dataanalytiker 2030 vara ungefär 1 016 personer. Behovet av online marknadsförare väntas vara 472 personer. För att fylla detta rekryteringsbehov väntas förhållandevis få personer med relevant utbildning behöva examineras från utbildningsväsendet 2030: 339 dataanalytiker och 157 online marknadsförare.

Enligt Arbetsförmedlingen kräver arbete som marknadsförare vanligen eftergymnasial utbildning på högskole- eller universitetsnivå, alternativt utbildning via yrkeshögskolan. Det finns högskoleutbildningar som är speciellt inriktade på marknadsföring, till exempel finns program inom internationell marknadsföring vid Högskolan Kristianstad, Högskolan i Halmstad samt Mälardalens universitet. Det finns även möjlighet att välja marknadsföring som fördjupning inom ett ekonomiprogram. Det går också att själv kombinera högskolekurser i marknadsföring och andra ämnen till en högskoleexamen. Högskoleutbildning i medie- och kommunikationsvetenskap kan också vara relevant. Även inom folkhögskolan finns det en del kurser med inriktning marknadsföring, samt program inom närliggande områden som exempelvis grafisk design och kommunikation. Dessutom finns det flera privata utbildningar inom marknadsföring. Sammantaget innebär detta att det samlade utbudet från de olika utbildningsformerna är mycket stort vilket är något som myndigheten beaktar vid dimensionering av nya platser inom yrkeshögskolan.

Vidareutbildning för yrkesverksamma inom företagsförsäljning och marknadsföring

Yrkeshögskolans kurser kan vara ett bra verktyg för kompetensutveckling av redan yrkesverksamma företagssäljare och marknadsförare. Även YH-flex kan vara en metod för att höja kompetensen hos personer med viss yrkeserfarenhet.

Vad gäller företagsförsäljning kan det enligt myndighetens kontakter med regionernas utvecklingsansvariga vara bra med YH-kurser inom områden som exempelvis internationell handel, e-handel och digital försäljning. Inom marknadsföring kan kurser vara ett sätt att kompetensutveckla befintlig personal inom områden som exempelvis AI och värderingsdriven marknadsföring.

För utbildningsinriktningarna i denna områdesanalys har det beviljats många platser inom YH-kurser sedan starten 2020. Nedan presenteras uppgifter om de kurser som beviljats inom företagsförsäljning respektive marknadsföring.

Inom företagsförsäljning har det beviljats kurser på teman som digital och relationsorienterad försäljning, medicinteknisk försäljning, smarta hem, hållbarhet inom professionell och hållbar prospektering samt tjänsteförsäljning.

Inom marknadsföring har det beviljats kurser på teman som dataanalys, digital och automatiserad marknadsföring, sökmarknadsföring, marknadsföring i sociala medier, spelmarknadsföring samt innehållsmarknadsföring och copywriting.

Kurserna varierar mellan 20 och 95 yrkeshögskolepoäng. Dessa kurser kan även vara relevanta för andra yrkesgrupper som kan behöva vidareutveckla sin kompetens inom marknadsföring. På motsvarande sätt kan det finnas kurser inom andra utbildningsområden som är relevanta för marknadsförare, till exempel inom kultur, media och design.

Tabellen nedan visar beviljade platser per startår för områdesanalysens utbildningsinriktningar. Det stora antalet platser 2023 beror på en tillfällig budgetökning för yrkeshögskolan i vårändringsbudgeten 2023. Denna ökning medförde att antalet platser på kurser tillfälligt kunde öka kraftigt under 2023.

Platser per startår	2020	2021	2022	2023	2024	Totalsumma
Företagsförsäljning		70	140	210	80	500
Företagsförsäljning övriga branscher/marknader		33	60			93
Digital analys/market automation	165	215	270	415	75	1140
Marknadsföring	110	270	515	788	40	1723
Marknadskommunikation/koordinator	120	120	120	180	80	620
Övriga utbildningar marknadsföring	120	30	30	60		240
Totalsumma	515	738	1 135	1 653	275	4 316

Källa: MYH.

Regionalt utbud och regional efterfrågan

Nedanstående tabeller visar antal platser som avslutas per år i respektive region/län. Antal platser innebär tillgängliga utbildningsplatser och det är inte säkert att det motsvarar antal personer som examineras.

Utbildning inom *företagsförsäljning*. Antal platser per region/län och slutår. Färgmarkeringen visar vilka år kommande beslut kan påverka.

Platser med slutår per län	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Jönköping	55	20	25	25	25	
Kronoberg	35	35				
Halland och Kronoberg*	35		35	35	35	
Skåne	135	135	135	35	35	
Stockholm	175	210	140	140	70	
Västra Götaland	140	140	140	70	70	
Skåne, Stockholm och Västra Götaland*		35	35	35		
Örebro	35	35	35			
Östergötland	35	55	55			

*Uppgifterna bygger på att flera orter har uppgetts i ansökan. Det är inte säkert att utbildning kommer att genomföras på samtliga av dessa orter.

Källa: MYH.

Utbildning inom *företagsförsäljning mot it*. Antal platser per region/län och slutår. Färgmarkeringen visar vilka år kommande beslut kan påverka.

Platser med slutår per län	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Skåne	35	35	35	35	35	
Västra Götaland	70	70	70	70	70	

Källa: MYH.

Utbildning inom *företagsförsäljning mot övriga branscher/marknader*. Antal platser per region/län och slutår. Färgmarkeringen visar vilka år kommande beslut kan påverka.

Platser med slutår per län	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Jönköping			35	35	35	
Stockholm		60	60	30		
Västra Götaland	55	55	35			
Örebro		30	30	30		

Källa: MYH.

Utbildning inom *marknadsföring*. Antal platser per region/län och slutår. Färgmarkeringen visar vilka år kommande beslut kan påverka.

Platser med slutår per län	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Jönköping		30	30			
Norrbottnen och Västerbotten*			35	35	35	
Skåne	70	70	70	35		
Stockholm	235	335	205	105	70	
Västra Götaland	105	105	70	35	35	
Östergötland			35	35	35	

*Uppgifterna bygger på att flera orter har uppgetts i ansökan. Det är inte säkert att utbildning kommer att genomföras på samtliga av dessa orter.

Källa: MYH.

Utbildning inom *digital analys/market automation*. Antal platser per region/län och slutår. Färgmarkeringen visar vilka år kommande beslut kan påverka.

Platser med slutår per län	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Skåne	65	65	35	35		
Stockholm	70	105	70	35		
Västra Götaland	35	35	35	35		

Källa: MYH.

Utbildning inom *marknadskommunikation/koordinator*. Antal platser per region/län och slutår. Färgmarkeringen visar vilka år kommande beslut kan påverka.

Platser med slutår per län	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Skåne, Stockholm och Västra Götaland*		35	35	35		
Stockholm	85	120	70	35		

*Uppgifterna bygger på att flera orter har uppgetts i ansökan. Det är inte säkert att utbildning kommer att genomföras på samtliga av dessa orter.

Källa: MYH.

Utbildning inom *övriga utbildningar marknadsföring*. Antal platser per region/län och slutår. Färgmarkeringen visar vilka år kommande beslut kan påverka.

Platser med slutår per län	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Västra Götaland		30	30			

Källa: MYH.

Översikten visar att det finns en koncentration av utbildningsplatser till länen med storstäder, men att det även finns en spridning över landet. I huvudsak har majoriteten av arbetstillfällena och antalet anställda varit koncentrerade till Stockholm, Västra Götaland och Skåne. Det finns dock behov av kompetens över hela landet.

Regionalt utvecklingsansvariga

Myndigheten för också en dialog om efterfrågan på kompetens med regionernas utvecklingsansvariga (RUA).

Företagsförsäljning

Flertalet av de svarande regionerna uppger att man ser en fortsatt efterfrågan på företagsförsäljare. Enligt några regioner efterfrågas bland annat internationell kompetens, till exempel kopplat till utvecklingen av vätgas, fossilfritt stål och batterier för elbilar och lagring av energi som kan exporteras. Även nischade företagssäljare efterfrågas av ett par regioner,

med spetskompetens inom ett område och tekniskt kunnande i kombination med säljkunskap. Även kompetens inom digital försäljning betonas av flera regioner.

En region lyfter dels ett behov av YH-program inom företagsförsäljning, dels ett behov av YH-kurser för att kompetensutveckla befintlig personal inom områden som e-handel och internationell handel.

Marknadsföring

Flera av regionerna instämmer i att marknadsföring blir alltmer digitaliserad och värderingsdriven. Ett par regioner uppger att det råder stor brist på marknadsförare i den egna regionen. De kompetenser som framför allt efterfrågas är kopplade till digitaliseringen av yrkesrollen och utvecklingen av AI, vilket kräver kompetens att kunna tillvarata och utveckla data. Kompetens inom AI-driven marknadsföring och marketing automation blir allt viktigare. En region betonar att de ser ett behov av YH-program inom digital marknadsföring, samt kurser för att kompetensutveckla befintlig personal inom områden som AI och värderingsdriven marknadsföring.

Bedömning av utvecklingen för nya platser på 3–5 års sikt

Företagsförsäljning

Myndigheten skrev i den tidigare områdesanalysen *Ekonomi, administration och försäljning* från 2020 att ett årligt utflöde om cirka 800 platser är rimligt utifrån ett efterfrågeperspektiv. Dimensioneringen har dock ökat något sedan dess. Myndigheten bedömer att det sammanlagda utflödet från utbildningsinriktningarna inom företagsförsäljning fortsatt bör ligga mellan 800 och 900 platser per år eftersom Arbetsförmedlingen bedömer att det är stora möjligheter till arbete på tre års sikt.

Marknadsföring

Myndigheten bedömer att utflödet från utbildningsinriktningarna inom marknadsföring bör minska något framöver, eftersom det finns flera andra utbildningsvägar till att nå dessa yrkesroller. Dessutom bedömer Arbetsförmedlingen att det är små till medelstora möjligheter till arbete på tre års sikt för marknadsanalytiker och marknadsförare. YH-kurser inom marknadsföring kan vara ett sätt att höja eller ställa om kompetensen hos redan yrkesverkamma.

Bedömningen kommer att ses över årligen, i samband med att områdesanalyserna uppdateras.

DEFINITIONER

Andel i arbete	<p>De examinerades sysselsättning följs upp årligen via en enkät. Det huvudsakliga syftet är att ta reda på hur stor andel av de examinerade som har ett arbete året efter examen och hur väl arbetet överensstämmer med utbildningen.</p> <p>Andel i arbete avser examinerade som har uppgett att de har arbete året efter sin examen. Studerande på utbildningar som inte ger examen eller som inte har tagit examen ingår inte i undersökningen.</p>
Arbetets överensstämmelse med utbildningen, helt eller till största delen	<p>Arbetets överensstämmelse med utbildningen, för examinerade som uppgett att de har ett arbete året efter sin examen, mäter hur väl arbetet överensstämmer med utbildningen enligt tre indelningar: helt eller till största delen, till viss del eller inte alls. I detta material har endast resultatet för helt eller till största delen samt till viss del använts.</p> <p>Studerande på utbildningar som inte ger examen eller som inte har tagit examen ingår inte i undersökningen.</p>
Examensgrad	<p>Statistiska centralbyrån (SCB) är ansvarig för officiell statistik om yrkeshögskolan. Den officiella statistiken innehåller bland annat statistik om examinerade och examensgrad.</p> <p>Examensgrad beräknas som andel examinerade av antagna som bedrivit studier på utbildningar som ger examen.</p> <p>Examinerade avser antagna som har uppfyllt alla villkor för examen. Examinerade hänförs till det slutår som en utbildningsomgång har.</p> <p>För examinerade finns en eftersläpning i statistiken på grund av sena kompletteringar. Uppgifter för det senaste referensåret redovisas därför i november.</p>
Konfidensintervall	<p>Eftersom svarsbortfall förekommer är statistiken behäftad med viss osäkerhet. De redovisade procenttalen är därför skattningar med ett 95-procentigt konfidensintervall, vilket innebär att det sanna värdet ligger inom ett visst intervall med 95 procents säkerhet. Intervallet skrivs ut bredvid punktskattningen (andelen) med symbolen \pm, till exempel 90 ± 2. Det betyder att det sanna värdet, med 95 procents säkerhet ligger mellan 88 och 92 procent (SCB).</p>
Outnyttjade platser	<p>Outnyttjade platser avser summan av inställda platser och outnyttjade platser tre veckor efter start på varje enskild utbildningsomgång.</p>
SUN-inriktningar	<p>Svensk Utbildningsnomenklatur (SUN) är en klassificering av utbildningar som SCB ansvarar för. Den är en standard för klassificering av enskilda utbildningar samtidigt som den utgör ett system för aggregering av utbildningar till större grupper. Varje utbildning grupperas efter SUN-inriktning. Den mest aggregerade nivån är en position (en siffra). Den mest detaljerade nivån är fyra positioner (tre siffror och en bokstav).</p> <p>Myndigheten för yrkeshögskolan behöver dock kunna gruppera utbildningarna efter en mer detaljerad indelning än den officiella. Därför har myndigheten gjort en egen utvidgning av SUN genom att skapa en femte position bestående av ytterligare en bokstav. Syftet med den lokala utvidgningen är att komma närmare yrken och yrkesroller.</p>

Rätt kompetens i rätt tid.



Myndigheten för yrkeshögskolan

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