

INSIGHTRAPPORT

DEN NYA ARBETSMARKNADEN

– mot en "gigekonomi" med ökad flexibilitet och matchning



INNEHÅLL

Mot en arbetsmarknad där kompetenser matchas snabbare och flexiblare	s. 2
5 bakomliggande drivkrafter	s. 3
Nya molntjänster och verktyg för matchning	s. 5
5 försörjningsvägar på en fragmenterad arbetsmarknad	s. 6
CASE: Amazon expanderar in i gigekonomin	s. 8
Intervju med Lotta Schibbye Fredriksson, vd Hammer & Hanborg	s. 9
Unionen satsar på egenföretagare	s. 11
Dagens snabbväxande organisationer kräver ett mer frigörande ledarskap	s. 12
Intervju med Helene Hasselskog, vd Antenn	s. 14
Strategier för att möta utvecklingen	s. 16
International trends & studies	s. 17
Gigekonomin – verklighet eller ett statistiskt spöke?	s. 20



Mot en arbetsmarknad där uppdrag och kompetenser matchas mot behov snabbare och flexiblare



Thomas Nyberg
Chefredaktör

Vi ser just nu en delvis ny arbetsmarknad som växer fram. Begrepp som automatisering, delningsekonomi, digital transformation och gigekonomin dyker allt oftare upp. Vi ser också nya typer av organisationer växa fram, som Uber och Airbnb med helt andra affärsmodeller - utan anställda men med enorma värderingar på börsen. I denna rapport vill vi sortera bland begreppen och försöka beskriva utvecklingen och vilken innebörd den har för svenska arbetsgivare.

Helt klart är att ny teknik och en fortsatt globalisering förändrar förutsättningarna för organisationer – oavsett om de är små, stora, privata eller offentliga. Den nya tekniken påverkar område efter område: hur vi tillverkar, kommunicerar, söker information, gör våra inköp, utbildar oss, arbetar, produktutvecklar, finansierar våra verksamheter och så vidare.

De anpassningar som krävs av verksamheter för att möta denna utveckling ställer nya krav på kompetenser och även när dessa kompetenser behövs. Digitalisering av samhället och verksamheter gör att många yrkesroller och arbetsuppgifter försvinner, samtidigt som behovet av nya växer fram

HR som "casting"-funktion

Om bemanning av verksamheter tidigare handlade om att knyta till sig kompetens långsiktigt för framtida behov så handlar det idag allt mer om att knyta till sig kompetens som behövs här och nu. Vi rör oss

i en riktning där matchning är ett centralt begrepp. I föränderliga verksamheter tenderar en större del av arbetet att bedrivas i projektform. Matchningen handlar därför inte bara om att knyta till sig kompetens externt på ett flexibelt sätt utan även om att bättre matcha den kompetens som finns internt med aktuella behov och projekt. Vi kan därför anta att HR-funktionen kommer att bli alltmer av en "casting"-funktion liknande den i filmindustrin.

Förmågan att kunna knyta till sig rätt personer och rätt kompetens när den behövs, oavsett var den finns, och att skapa optimala förutsättningar för prestationer kommer samtidigt att göra HR till en nyckelaktör i framgångsrika organisationer.

"Gig"-ekonomin

Det begrepp som allt oftare används för att beskriva denna utveckling är "gigekonomin" men också "on-demand"-ekonomin. Behoven hos arbetsgivare rör sig alltså i riktningen mot ökad flexibilitet i kompetensförsörjningen samtidigt som arbetsrätt, utbild-

nings- och trygghetssystem är utformade för en arbetsmarknad med förutsägbarhet och fasta anställningar. I framför allt USA, med en mindre reglerad arbetsmarknad, har utvecklingen hunnit längre än i Sverige.

Enligt en undersökning av Edelman Berland från 2014 är 53 miljoner amerikaner idag frilansande eller egenanställda och den grupp som växer snabbast på arbetsmarknaden.

Var tredje arbetstagare vill helst driva eget företag

Utvecklingen mot att fler jobbar på uppdragsbasis drivs inte enbart av rationaliseringar, uppsägningar och arbetsgivarnas behov. Många arbetstagare söker aktivt friare upplägg. Ett stort antal undersökningar visar på ett växande intresse, inte minst bland unga, att starta och driva egna företag. Enligt en undersökning genomförd av Tillväxtverket ser var tredje person i arbetsför ålder i Sverige, att driva eget företag som det mest attraktiva alternativet till försörjning.

Huvudtrender som lyfts fram i rapporten

På den arbetsmarknad som nu håller på att växa fram kan vi se bland annat följande trender:

- för att klara snabba förändringar använder sig många organisationer av tillfälligt anställda och frilans – utgör idag cirka 20 procent av den svenska arbetsstyrkan
- fler jobbar via egna företag/frilansar – studier visar att intresset för att starta eget och att jobba i egen regi ökar (var tredje ser detta som den ideala arbetsformen)
- Antalet företag i Sverige utan anställda har ökat med ca 500 000 de senaste 20 åren
- En ny "delningssektor" driven av företag som Uber och Airbnb, växer fram med korta uppdrag som vänder sig till andra privatpersoner
- kunskap och kompetenser är mer av färskvara vilket kräver nya strategier för både organisationer och individer
- nya matchningsjänster, medier och plattformar förändrar hur vi söker och får uppdrag/anställningar
- även inom organisationer sker en utveckling mot projekt, där trögörliga linjefunktioner utmanas av nätverk av tillfälliga team och intraprenörer

– mot ökad flexibilitet och matchning

5 BAKOMLIGGANDE DRIVKRAFTER

Det finns en rad faktorer som samverkar i forandet av den nya arbetsmarknad som växer fram.

1. Omvärldsförändringar, globalisering och nya kundbeteenden

I den dynamiska miljö som alla typer av verksamheter befinner sig i idag har förändring blivit ett permanent tillstånd. I vissa fall handlar det om löpande och gradvisa anpassningar till ny teknik, nya kundbeteenden, nya konkurrenter och så vidare. I andra fall sker förändringarna abrupt och leder till disruption av den befintliga verksamheten. I vissa fall som exempelvis Facit och Kodak klarar organisationen inte omställningen. För att möta förändringarna, oavsett hur genomgripande de är, krävs nya arbetssätt, nya insikter och uppdaterade kompetenser. I vissa fall kan omställningen göras genom uppgradering av den befintliga personalens kompetenser. Ofta behövs dock nya kompetenser och nya personer.

Några tydliga exempel är banker och detaljhandel som på grund av digitalisering och förändrade kundbeteenden har behövt bygga upp helt nya avdelningar med IT-specialister och webbutvecklare. Dessa kompetensomställningar är inga engångsprojekt utan något som sker kontinuerligt och löpande. Kompetensinventeringar och gapanalyser är därför idag en kärnkompetens hos HR-avdelningar i alla typer av verksamheter. Samtidigt blir dessa aktiviteter svårare att genomföra med precision då framtiden är oviss.

Vilka kompetenser kommer exempelvis att behövas inom skola och vård då vi kan anta att digitala verktyg och distansutbildning kommer att växa i omfattning eller då sjukvård till stor del bedrivs på distans, via appar och självdiagnosverktyg? Vilka nya kompetenser kommer behövas hos biltillverkarna om och när förarlösa bilar slår igenom på bred front och då yngre generationer inte längre ser det som självklart att äga en bil?



2. Digitalisering och automatisering förändrar kompetensbehoven

Ett allt mer påtagligt inslag i de förändringar som genomförs idag handlar om digital omställning eller digital transformation.

Digitaliseringen genomsyrar de flesta delar i verksamheten. Olika branscher påverkas i olika takt och i olika faser. Mediabranschen är en av de branscher som påverkats tidigast. De kompetenser som behövdes för att producera, sälja, trycka och distribuera en dagstidning för 20 år sedan är radikalt annorlunda idag. Typografer, sättnare och journalister har helt eller delvis ersatts av webbutvecklare, designers och programmerare. Bankerna är en annan bransch som redan genomgått stora förändringar, där många menar att de största förändringarna ännu återstår. Nya kundbeteenden där vi sköter bankärenden via våra mobiler i stor utsträckning, i kombination med nya molntjänster för betalning, lån, aktiehandel och sparande, förändrar både behovet av kompetenser och antalet medarbetare.

Swedbank konstaterar i sin årsredovisning för 2014:

Bankprodukter och banktjänster riktade mot privatkunder och mindre företag blir alltmer likartade. Med detta och den ökade digitaliseringen följer ökad

konkurrens och marginalpress. Ändrade distributionsformer i spåren av digitaliseringen ökar också kompetenskraven hos våra medarbetare, och minskar behovet av antalet medarbetare.

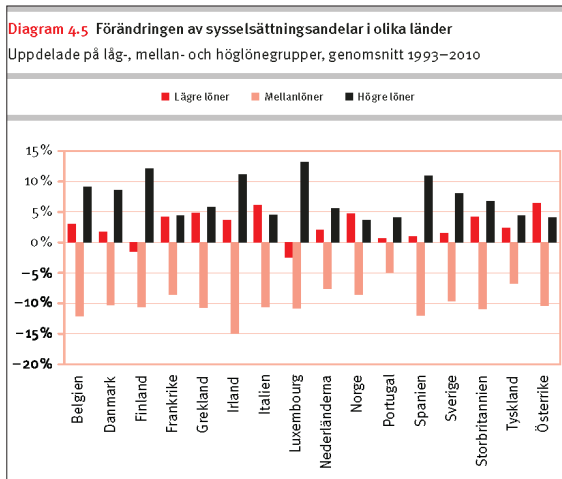
3. Sämre anställningstrygghet och färre jobb-möjligheter i mellanskiktet

I och med att arbetsgivare kontinuerligt behöver anpassa verksamheten och se över sitt kompetensbehov minskar antalet långsiktigt trygga anställningar. Enligt en studie av Stiftelsen för strategisk forskning (SSF) riskerar över hälften av alla jobb på den svenska arbetsmarknaden dessutom att automatiseras inom en 20-årsperiod. Få tror idag att jobben försvinner, däremot att de ändrar innehåll och karaktär.

En generell trend på arbetsmarknaden i de flesta västländer är även att jobb i mellanskiktet försvinner. En rapport från LO, "Den 'nya' strukturomvandlingen – Jobbpolariseringen och konkurrensen om jobben", visar att strukturomvandlingen under den andra hälften av 1900-talet karaktäriserades av en uppkvalificering av jobben; de jobb som växte fram var mer kvalificerade och mer höglönlade än de jobb som försvann. Men sedan millennieskiftet har strukturomvandlingens mönster

DEN NYA ARBETSMARKNADEN

förändrats. I såväl Sverige som i andra europeiska länder och i USA är det de minst och mest kvalificerade jobben som ökar, medan jobben i mellanskiktet minskar i antal. Arbetsmarknaden går därmed mot en mer polariserad struktur. Se graf nedan.



Källa: Den "nya" strukturomvandlingen – Jobb-polariseringen och konkurrensen om jobben, LO, 2014

Anledningarna till att jobb i mellanskiktet försvinner är bland annat att de rationaliseringar som gjorts under senare år, inte minst under perioder av konjunkt-nedgång, har slagit hårt mot tjänstemannasidan. Utöver det håller denna typ av jobb även på att ersättas ny teknik och automatisering. Denna utveckling förväntas fortsätta och den nya och snabba teknikutvecklingen har enligt de flesta bedömmare bara börjat förändra våra arbetsliv.

På en arbetsmarknad där utbildningsnivån generellt ökar samtidigt som jobbtillväxten framför allt sker av låglönejobb är många idag överkvalificerade för de arbeten som erbjuds. Då kan arbete i egen regi upplevas som ett allt mer intressant alternativ för en växande grupp på arbetsmarknaden.

4. Viljan att driva egen verksamhet ökar

Enligt Tillväxtverkets Entreprenörskapsbarometer från 2012 kan 49 procent av alla i arbetsför ålder i Sverige tänka sig att bli företagare. I undersökningen ställdes också frågan i vilken typ av organisation man helst av allt arbetar i:

Egen företagare:	32 procent
Litet privat företag	20 procent
Stort privat företag	23 procent
Offentlig sektor	25 procent

Sedan den tidigare undersökningen från 2004 har andelen som helst vill vara egna företagare ökat från 27 procent. När undersökningen genomfördes var det ungefär 10 procent av alla i arbetsför ålder som faktiskt försörjde sig som företagare.

Det finns med andra ord en stor och uppdämd vilja att starta företag bland en stor grupp som idag är anställda. Att en så stor andel av arbetsstyrkan helst vill driva eget företag är intressant att ta fasta på för arbetsgivare av flera skäl. Dels är det en stor grupp personer som inte nås via traditionella rekryteringskampanjer. En person med enskild firma söker sällan uppdrag via platsannonser. Minst lika viktigt är de skäl som anges

för att vilja bli egna företagare (se fakta-ruta). Framför allt handlar det om att få utlopp för sina idéer, talanger och att kunna styra sin tid, men också om att det saknas attraktiva jobb-möjligheter.

Skillnader i olika grupper på arbetsmarknaden

Intresset för att starta eget företag är lägst bland offentligt anställda (18 procent) och högst (89 procent) av de som redan är egna företagare. Intresset för att starta eget företag minskar med ökad anställningstid. Det är relativt stor skillnad mellan män och kvinnor. Av kvinnorna kan 42 procent tänka sig att starta eget medan 25 procent har det som sitt förstaval. Bland männen är motsvarande siffror 56 respektive 39 procent. Det finns även skillnader mellan de som är födda i Sverige och de som är utrikesfödda. Av de utrikes födda i undersökningen säger 39 procent att de

allra helst försörjer sig i ett eget företag jämfört med 31 procent av inrikes födda. Även här kan bristen på attraktiva arbets-möjligheter vara en avgörande faktor för många.

Många kan tänka sig att ha en sidoverksamhet

59 procent kan tänka sig att starta företag vid sidan av sin nuvarande sysselsättning. Enligt SCB:s arbetskraftsundersökning är dock endast 3 procent av de sysselsatta både företagare och anställda. En anledning till den stora skillnaden i viljan och faktiskt företagande är att det idag finns en hel del barriärer i form av svårigheter att få tjänstledigt eller att gå ned i arbetstid. Många arbetsgivare tillåter inte heller sidoverksamheter.

Fler uppmuntras i skolan idag

Totalt sett är det endast 17 procent av de svarande som instämmer med att de har uppmuntrats att bli företagare under sin skolgång, men skillnaden mellan olika åldersgrupper är stor. Bland de svarande i åldersgruppen 18-30 år är det 36 procent som uppmuntrats att starta eget jämfört med endast 12 procent i åldersgruppen 31-55 år. I den äldsta kategorin 56-70 år anger blott 7 procent att de uppmuntrats att starta eget under sin skoltid.

5. Nya verktyg och plattformar för matchning

En faktor som kommer att påverka den nya arbetsmarknad som växer fram är de plattformar för matchning som nu växer fram. Det är idag betydligt enklare att marknadsföra sin kompetens och hitta uppdrag, inte bara lokalt utan från uppdragsgivare över hela världen. Till det kommer mobila arbetsverktyg och molntjänster som gör trösklarna att starta och driva verksamheter låga (se nästa sida).

Drivkrafter för att bli företagare

Självständigt arbete	62 procent
Förverkliga idéer	61 procent
Personlig utveckling	42 procent
Brist på attraktiva anställningsmöjligheter	31 procent
Kombinera arbete och privatliv	25 procent
Tjäna mycket pengar	23 procent
Högre status	14 procent

Källa: Entreprenörskapsbarometern 2012, Tillväxtverket

– mot ökad flexibilitet och matchning

NYA MOLNTJÄNSTER OCH PLATTFORMAR FÖR MATCHNING

Enligt en undersökning av Edelman Berland från 2015 anser 73 procent av frilansande amerikaner att teknologin har gjort frilansandet lättare. Samma undersökning visar att antalet frilansare som fått uppdrag via online-plattformar ökade från 9 miljoner till 16,6 miljoner mellan 2014 och 2015.

Det är inte bara matchningsplattformar som nu växer fram utan även molntjänster som gör arbetet som frilans eller egen företagare lättare.

Matchningstjänster för experter

Det finns idag ett antal både breda och mer nischade onlinetjänster för den som söker olika typer av uppdrag. Några av de större aktörerna på marknaden är Upwork/Elance och Freelancer (www.freelancer.com). Den sistnämnda är störst med över 17 miljoner anslutna frilansare globalt. Svenska Okelii har knappt 10 000 anslutna uppdragstagare. Dessa och liknande sajter vänder sig till kvalificerade frilansare – ofta inom områden som IT, programmering, webbutveckling och design. Många företag har fått upp ögonen för dessa nätverk då de möjliggör att snabbt komma åt expertis från olika delar av världen för specifika projekt.

En intressant utveckling är att det nu också växer fram nischade matchningstjänster för kvalificerad arbetskraft. Två exempel är www.upcounsel.com för jurister och www.healthtap.com för läkare.

Matchningstjänster för ”mikrouppgifter”

Det finns också ett stort antal matchningstjänster för den andra änden av arbetsmarknaden – de som inte kräver några särskilda kvalifikationer. Här finns tjänster som www.taskrabbit.com, www.taskrunner.se och www.hinnerdu.se. Typiska uppdrag som söks är gräsklippning, barnpassning, enklare hantverksjobb, handling eller montering av Ikeamöbler. I denna kategori kan också läggas tjänster som Uber, Airbnb och RentNotBuy som bygger på att göra sina egna tillgångar tillgängliga för andra. Ett annat exempel på denna utveckling är Amazons tjänst Mechanical Turk (www.mturk.com). Här läggs mikrouppgifter ut med en fast ersättning per aktivitet. Exempelvis att skriva av uppgifter från inscannade kvitton. På liknande sajter sker

budgetgivning där den som lägger lägsta bud får uppdraget.

Ett mycket vanligt inslag i matchningstjänsterna är att både uppdragsgivare och tagare rejtar varandra. Det går alltså att styra sina sökningar av projekt mot de som fått höga utvärderingar.

Molntjänster för att starta och driva företag

En starkt bidragande orsak till att fler kan och vill arbeta i egen regi är att molntjänster gör det lättare att komma igång och att driva sin verksamhet. Det finns idag tjänster för alla delar av företagandet. Från finansiering (så kallad crowdfunding), skapa hemsidor, ta fram grafiska profiler, betallosningar, crm-system och fakturering, till ekonomitjänster. Till det kommer sociala nätverk som ökar möjligheten att nå ut med sitt varumärke och erbjudande.

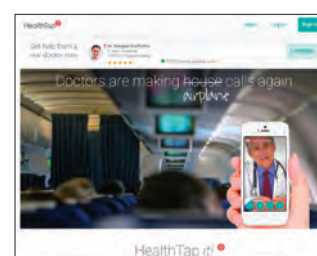
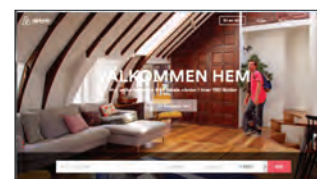
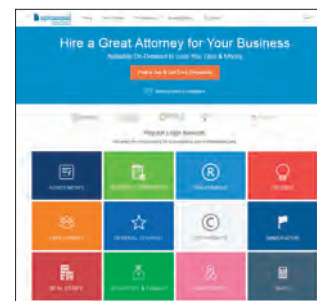
En ny typ av tjänst är också företag som erbjuder möjligheten att fakturera en uppdragsgivare utan att ens behöva starta ett eget företag. Svenska tjänster är bland annat www.coolcompany.se och www.frilansfinans.se.

Billiga och enkla lösningar för att skapa och publicera innehåll

En växande grupp på arbetsmarknaden är de som producerar eget innehåll. Idag är trösklarna betydligt lägre för att skapa egen musik, publicera böcker, rapporter, sälja bilder, göra film, driva en egen blogg och så vidare. Det är inte längre nödvändigt att gå via de stora media-, musik-, bok- eller filmbolagen för att kunna bli publicerad. Fler kommer i framtiden att försörja sig genom de royaltys och ersättningar de får per klick och nedladdning.

Personliga arbetsverktyg

Naturligtvis har tillgången till kraftfulla personliga arbetsredskap påtagligt förändrat spelreglerna för utvecklingen på arbetsmarknaden. Med en laptop, smartphone och bra uppkoppling går det idag att bedriva allt fler verksamheter från hemmet och på distans. Denna utveckling bidrar också till att göra talangmarknaden global. Till de personliga arbetsverktygen kan också läggas tjänster för distansmöten, delade arbetsytor, lagring av dokument, mjukvara, undersökningsverktyg och så vidare.



FEM FÖRSÖRJNINGSVÄGAR PÅ EN FRAGMENTERAD ARBETSMARKNAD

Det finns idag ett växande antal alternativa karriär- och försörjningsvägar. Flera av dessa är ännu i sin linda, men på den nya arbetsmarknad som växer fram kan vi förvänta oss en ökad mångfald av anställnings- och försörjningsformer.

För oss som individer handlar det om att välja en inriktning som stämmer överens med vår personlighet, vår livssituation och våra kompetenser och förmågor. För arbetsgivare handlar det om att utveckla strategier som gör att organisationen kan attrahera och knyta till sig kompetenta personer, på korta eller längre uppdrag från de flesta av dessa kategorier.

1. Tillsvidareanställda

Den klassiska anställningsformen som fortfarande och under lång tid lär vara det dominerande sättet att både säkra sin försörjning och att knyta till sig kompetens. Idag är cirka 80 procent av den svenska arbetstyrkan tillsvidareanställd, vilket tack vare den svenska arbetsrätten placerar oss högt internationellt sett. Även om livslånga anställningar inte längre är norm, erbjuder de fasta anställningarna en högre grad av trygghet och förutsägbarhet för både den anställde och för organisationen. Men, det finns några svagheter med denna anställningsform. Enligt Gallups mätningar av engagemang brukar de som är mycket motiverade utgöra cirka en sjättedel av personalstyrkan i snitt. Detta kan bland annat hänga ihop med att både arbetsgivare och anställda kan uppleva att denna form leder till olika typer av inlåsningar, där behov/kompetens/utmaningar/talang inte alltid matchas optimalt. Vidare gör arbetsrätten att organisationer med en mycket stor andel fast anställda kan ha svårare att följa med i omvärldsförändringar och konjunktursvängningar. Många organisationer med låg personalomsättning konstaterar att de skulle må bra av att ha högre personalomsättning inom delar av verksamheten. Utmaningarna för organisationer med en hög andel fast anställda är att skapa mer dynamiska klimat där mer av arbetet bedrivs i projekt, där det finns utrymme för intraprenörer och där den interna rörligheten förbättras.

Anställda med sidoverksamhet

Enligt SCB:s arbetskraftsundersökning är endast 3 procent av de sysselsatta både företagare och anställda, en andel som kan tänkas växa eftersom hela 59 procent kan tänka sig att starta företag vid sidan om sin nuvarande sysselsättning enligt Tillväxtverkets undersökning. En anledning till den stora skillnaden i viljan och faktiskt företagande är att det idag finns en hel del barriärer i form av svårigheter att få tjänstledigt eller att gå ned i arbetstid. Många arbetsgivare tillåter inte heller sidoverksamheter. Då ny teknik och nya molntjänster sänker trösklarna för att starta och driva verksamheter kan gruppen som startar sidoverksamheter förväntas öka.

2. Tidsbegränsat anställda

Som ett sätt att öka organisationens flexibilitet använder sig många organisationer av tidsbegränsade anställningar i olika former: tim-, projekt-, behovs-, säsongsanställda, vikarier och personal via bemanningsföretag. Vad gäller tillfälliga anställningar i Sverige har andelen med tidsbegränsade anställningar ökat gradvis under senare år, från en nivå på cirka 11 procent i början av 90-talet till knappt 17 procent 2014.

Enligt SCB:s statistik är andelen tidsbegränsat anställda som störst bland ungdomar 15-24 år. Ju äldre åldersgrupp, desto lägre är andelen tidsbegränsat anställda. Av de anställda ungdomarna i åldern 16-24 år var 56 procent tidsbegränsat anställda år 2014. Enligt Ekonomifakta är, i den yngsta åldersgruppen, 15-19 år, nära 80 procent av anställningarna tidsbegränsade. Bland gruppen med tidsbegränsade anställningar är även kvinnor och personer som är utrikes födda överrepresenterade.

Konsulter/personal via bemanningsföretag

Branschen hade 65 500 årsanställda under 2014. Men via personaluthyrning, omställning och direkta rekryteringar berörs ett betydligt större antal personer. Branschen satte totalt drygt 167 000 personer i arbete under 2014. Av den sysselsatta befolkningen jobbar cirka 1,5 procent via ett bemanningsföretag. Bemanningstjänster används idag av många organisationer vid kompetensomställningar och för att hantera konjunktursvängningar, arbetstoppar och för att fylla vakanser som av olika skäl är svåra att tillsätta.

3. Frilans/soloprenörer

Ett annat intressant område att studera för att förstå den nya arbetsmarknad som växer fram är antalet företag som finns registrerade i Sverige – och då särskilt företag utan anställda. I denna grupp finns bland annat alla de som försörjer sig på andra sätt än via anställning och även de som bedriver någon form av sidoverksamhet vid sidan av en anställning. Här har skett en dramatisk utveckling de senaste 20 åren. 1993 fanns 310 000 företag (alla typer av bolagsformer) registrerade utan anställda. 2014 hade denna siffra vuxit till över 850 000.

Denna grupp utgörs av personer som har en tydlig kompetens eller affärsidé, men utan ambitioner att anställa. Enligt en undersökning av Tillväxtverket från 2012 är det knappt hälften (43 procent) av alla som startar företag som inte har för avsikt att anställa. Detta är en grupp som består av erfarna personer som ofta lämnat en anställning på eget initiativ för att kunna jobba

– mot ökad flexibilitet och matchning

för flera uppdragsgivare – inte minst för att öka den personliga flexibiliteten. Det finns idag plattformar som www.elance.com och svenska www.okelii.se som matchar de som söker projekt med uppdragsgivare. Denna marknad är växande och till stor del global. Här är uppdragen mer kvalificerade och bättre betalda. Många arbetsgivare har börjat upptäcka dessa plattformar för att komma åt spetskompetens inom olika områden, där man inte har möjlighet att anställa.

Enligt statistik från en av de ledande aktörerna globalt, Elance med över 3,6 miljoner frilansare, är de projekt som ökat mest under det senaste kvartalet följande:

	# projekt	Ökning
1. Avid (videoredigering)	564	138%
2. TYPO (CMS)	663	91%
3. ADO.Net programmerare	2165	90%
4. Fakturering av medicinska uppdrag	784	51%
5. Kalligrafi textning	2414	45%
6. Mandarin översättning	535	45%
7. Adobe Premiere	2610	44%
8. Manuskrivande	21799	43%
9. Microsoft Dynamics	1328	41%
10. Copywriting uppdrag	105162	40%

Underkonsulter/frilans hos före detta arbetsgivare

En tydlig grupp i denna kategori är de som lämnar en anställning (genom uppsägning eller på eget initiativ) för att fortsätta som konsult för samma arbetsgivare. Sedan Skatteverket lättat på kraven att ha flera uppdragsgivare för att få fakturera en arbetsgivare har denna grupp troligtvis ökat i antal även om exakt statistik inte finns att tillgå.

4. Entreprenörer

Detta är de personer med ett uttalat syfte att bygga en egen verksamhet i syfte att växa och anställa personal. I Tillväxtverkets undersökning anger 57 procent av de som är intresserade av att starta företag att de vill växa genom anställningar. Enligt siffror från SCB startades 71 668 företag i Sverige under 2014. Det är nästan dubbelt så många som startades för 20 år sedan.

I gruppen entreprenörer finns alltifrån de som startar en verksamhet för att förverkliga en idé eller skapa en försörjning till de som sett företag som Klarna, Spotify och King nå osannolika värderingar. Inte minst bland unga entreprenörer är detta en betydande drivkraft. Sverige har historiskt varit oerört framgångsrikt på att skapa bolag som nått framgång utanför Sveriges gränser.

Intresset för att starta företag kan förväntas fortsätta då bland annat många skolor idag lägger större tonvikt på entreprenörskap i utbildningen. Till detta kan läggas nya tjänster som "crowdfunding" och möjlighet att söka bidrag från EU-fonder, Tillväxtverket, ALMI med flera. En växande grupp entreprenörer drivs också av ett socialt ansvarstagande. Man pratar idag om sociala entreprenörer som har som affärsidé att lösa ett angeläget samhällsproblem.

5. Delningsekonomin

Detta är den kategori som ofta förknippas med begreppet "gig-ekonomin". Det mest kända exemplet är det omdiskuterade företaget Uber som erbjuder persontransporter i 63 länder. Genom att registrera dig som chaufför kan du ta uppdrag alltefter de dyker upp. Delningsekonomin innehåller tre huvudsakliga områden:

Mikrouppgifter

Det finns ett växande antal tjänster inom detta område, exempelvis: www.hinnerdu.se, www.taskrabbit.com, www.mturk.com där du kan erbjuda dina tjänster inom olika kategorier – alltifrån gräsklippning, barnpassning, korrekturläsning och montera Ikeamöbler till hjälp med handling. Ersättningen för denna typ av uppdrag är generellt mycket låg i och med att de flesta uppgifter inte kräver någon särskild erfarenhet eller utbildning. Konkurrensen om dessa uppdrag och osäkerheten för den som försörjer sig på detta sätt är därmed stor.

Uthyrare

Det mest omtalade exemplet är Airbnb som gör det möjligt att hyra ut sin bostad. Det växer också fram tjänster som www.loana-able.com och www.rentnotbuy.com som erbjuder plattformar för att hyra ut alltifrån gräsklippare och verktyg till klänningar.

Innehållsskapare

En växande grupp personer försörjer sig även på att skapa innehåll för i huvudsak andra konsumenter. Det är exempelvis filmer som läggs ut på sajter som Youtube eller e-böcker/böcker på sajter som Amazon, bilder på olika bildbanker, whitepapers på egna eller andras hemsidor, musik på tjänster som Spotify. Tekniken och plattformarna på nätet har idag gjort det möjligt att publicera sig på allehanda sätt utan behov av att ha rätt kontakter på de stora film-, medie- eller musikbolagen.

Gemensamt för dessa försörjningssätt är att de i första hand vänder sig till andra konsumenter. Det är alltså en växande del av arbetsstyrkan som inte har "riktiga jobb" enligt vårt klassiska sätt att redovisa statistik för arbetsmarknaden.

Kairosstudie: De ungas syn på arbetsmarknaden och på eget företagande

Enligt en undersökning från 2014 genomförd av Kairos Future på uppdrag av Ung Företagsamhet har unga bilden av en arbetsmarknad som är tuff för unga. På frågan om man överlag upplever att det är lätt för unga idag att få jobb svarar tre av fyra elever nej. Många unga lockas av egenföretagande som anställningsform: På frågan om vilken typ av anställningsform man helst av allt skulle föredra så svarar 31 procent av elever 'egenföretagare'. Detta är tre gånger fler än andelen elever som exempelvis anger att de skulle föredra att vara anställda inom kommun eller stat.

Källa: Svenska gymnasieungdomars syn på entreprenörskap och företagande, Kairos Future, 2014

DEN NYA ARBETSMARKNADEN

CASE: AMAZON EXPANDERAR IN I GIGEKONOMIN

Dagens ekonomi styrs i stor utsträckning av förväntningarna på omedelbar nytta för kunden. Detta betyder i sin tur att efterfrågan på arbetskraft on-demand blir hög. Amazon, en av jättarna och pionjärerna bakom trenden med snabb och smidig nytta för kunden, tar nu nästa steg in den komplexa världen runt gigekonomin.

Näthandelsföretaget har i det tysta lanserat en ny satsning kallad Amazon Flex som nu utprovas i företagets hemstad Seattle. Tjänsten kommer inom en snar framtid att rullas ut i ett antal storstadsområden i USA. Flex fungerar i mångt och mycket på samma sätt som taxitjänsten Uber. Med hjälp av en app kan ett nätverk av individuella leverantörer logga in för att ta skift att plocka upp och leverera paket. Med tjänsten Flex är tanken att paket ska kunna levereras från lager till kund på en timme eller mindre.

Gigekonomin stärker strategin

Satsningen från Amazon är inte direkt förvånande då den går hand i hand med deras övergripande strategi som e-handelsbolag. Amazon har över åren satsat på att bygga en logistik för att få skalfördelar i snabba och bekväma leveranser. Att äga en plattform för arbetskraft on-demand på detta hjälper Amazon att kostnadseffektivt ta de sista stegen mot en strömlinjeformad service från dörr till dörr. Flex följer även Amazons strategi med tillväxt före vinst som de hittills tillämpat med stor framgång. Till skillnad från Uber och Airbnb som baseras på lösa nätverk för att hålla fasta kostnader nere, har Amazon lagt detta ovanpå en existerande, massiv infrastruktur för att få skalfördelar hela vägen fram, något som annars är mycket svårt inom logistikbranschen.

Stora möjligheter uppväger riskerna

Trots de strategiska fördelarna med steget in i gigekonomin finns det fallgropar för Amazon. I likhet med Uber kan de trassla in sig i juridiska diskussioner om huruvida de individer som utför tjänsterna anses vara entreprenörer eller anställda.



Tidigare under hösten beviljade en domstol i Kalifornien en grupptalan mot Uber som fördes fram av förare som vill pröva sin status gentemot företaget. När jätten Amazon kliver in i gigekonomin finns det dock starka affärskrafter som lockar och uppenbarligen ser man att vinsterna med arbetskraft on-demand i nätverk

uppväger riskerna. Frågan på horisonten är vad gigekonomin kommer att betyda i Europa och Sverige, något som den nära framtiden får utvisa. Det finns dock skäl att vara mentalt redo för nya perspektiv på arbetskraft och produktivitet.

Källa: Davey Alba. "Amazon Wades Furher Into the Complex World of the Gig Economy". Wired.com, 2015-09-29.

Mjuka egenskaper ger avkastning i gigekonomin

För att lyckas i den framväxande ekonomin med on-demand och giguppdrag krävs en tillräcklig nivå av expertis. När man rör sig på och emellan marknader räcker det dock inte med fackkunskaper, det gäller även att kunna vårda ett personligt varumärke. Tre generella tips ger en bättre grund på den nya arbetsmarknaden.

Var smart i relationer. Att vara framåt är alltid bra men det gäller även att vara noga med de relationer man skapar. Identifiera människor vars kunskaper kompletterar dina eller som kanske en dag kan vara i behov av dina tjänster.

Var en givare. Nätverk handlar inte om att utnyttja andra. Det handlar mer om att hitta sätt att hjälpa andra, oavsett om det är med rådgivning, hjälpa dem finna nya kontakter eller att vara bollplank i problemlösning. Var på alerten efter möjligheter att hjälpa andra, de kommer ihåg dina favörer och kommer att ge tillbaka.

Var social. Med de nya spelreglerna är det bredd snarare än spets som ger utdelning. Detta ställer högre krav på social kompetens och ett öppet förhållningssätt. I gigekonomin ändrar människor ofta position, förvärvar kunskaper och färdigheter, samt tillbringar stor del av sin tid att nå ut i olika nätverk. Ta ett aktivt och genomtänkt förhållningssätt till människor omkring dig. Dina ansträngningar kommer att ge utdelning i form av fler och bättre möjligheter, ibland där du minst anar det.

Källa: Imtiaz Patel. "Tips for Networking in the Gig Economy". Iqworkforce.com, 2015-10-05

– mot ökad flexibilitet och matchning

Intervju med Lotta Schibbye Fredrikson, VD på Hammer & Hanborg

”Trenden är tydlig – en ny, mer flexibel, gig-ekonomi håller på att växa fram”

Arbetsmarknaden håller på att förändras i grunden. En tydlig trend är att allt fler blir frilansare och arbetar med tillfälliga ”gig” istället för fasta anställningar. I USA jobbar idag en av tre arbetande amerikaner på frilansbasis, enligt The Freelancers Union. Och inom en femårsperiod spår man att varannan amerikan kan vara frilansande.



Lotta Schibbye Fredrikson, vd, Hammer & Hanborg

– I Sverige har förändringen inte kommit lika långt, men tecknen är tydliga – en ny gig-ekonomi håller på att växa fram och ganska mycket av det vi har tagit för givet kommer att vändas upp och ner, säger Lotta Schibbye Fredrikson, VD på konsultföretaget Hammer & Hanborg.

Den främsta orsaken till den nya gig-ekonomin sägs vara den djupa ekonomiska kris som USA har genomgått. För dem som har blivit av med sin fasta anställning eller aldrig kommit in på arbetsmarknaden, blir tillfälliga ”gig” den enda möjligheten till försörjning. Men detta verkar bara vara en del av det som driver förändringen.

– Vi har arbetat med kompetensförsörjning i 20 år och vi ser en tydlig trend att även seniora eftertraktade specialister hellre tar tillfälliga ”gig” än fasta anställningar, säger Lotta Fredrikson.

DRIVKRAFTER FRÅN 3 HÅLL

Drivkrafterna bakom gig-ekonomin kommer från tre håll. Den nya digitala tekniken är det som gör det möjligt, företagen är i behov av ökad flexibilitet i kompetensförsörjningen och dessutom ser man en förändring i attityderna kring arbetsvillkor, på individnivå.

Den nya digitala tekniken

Med dagens digitala och molnbaserade teknik kan många ”gigare” utföra sina uppdrag utan att varken ha tillgång till företagets lokaler eller datorer. Att koppla upp sig från ett arbetsrum på andra sidan jorden är sällan ett problem. Internet är också en utmärkt mötesplats för säljare och köpare. Även privatpersoner kan idag relativt enkelt bygga upp sitt eget varumärke med hjälp

av hemsidor, filmer, sociala medier och mobilappar. Sociala medier och möjligheten till referenser bidrar också till att det känns betydligt tryggare att lita på tredje part.

– Med tanke på utvecklingen tror jag att det kommer att dyka upp fler marknadsplatser för kompetens, med mer förfinade verktyg som hjälper till att knyta ihop uppdragsgivare och uppdragstagare, säger Lotta.

Förändrade attityder på individnivå

Av studenterna på Handelshögskolan i Stockholm är det idag tre gånger så många studenter, som säger att de definitivt kommer att starta ett eget företag, jämfört med för tio år sedan. Det visar skolans undersökning Imagebarometern 2015.

Kort om Hammer & Hanborg och Lotta Schibbye Fredrikson

Hammer & Hanborg startades 1994 – samma år som det svenska fotbollslandslaget grävde guld i USA – som ett rekryterings- och bemanningsföretag. Men för ungefär fem år sedan påbörjade man en förändringsresa. Kunduppdragen utvecklades och större fokus lades på den initiala analysen av kundens organisation och behov av kompetens. Det är inte längre säkert att den slutliga lösningen blir en nyrekrytering – många gånger kommer man fram till att en omorganisation, omfördelning av resurser eller ett tillfälligt stöd är ett bättre alternativ.

Hammer & Hanborg har idag tre kontor i Sverige och ett i Norge, man sysselsätter ungefär 80 konsulter och förändringsresan fortsätter. Företagets uttalade ambition är att bli navet i den nya gig-ekonomin, där fler och fler försörjer sig genom tillfälliga ”gig” snarare än tillsvidareanställningar. Hos Hammer & Hanborg kan de som ”gigar”, det vill säga uppdragstagarna, bland annat erbjudas en fysisk arbetsplats och en stabil bas där de kan känna tillhörighet. De kan också få hjälp med försäljning och har möjligheter att utbyta erfarenheter med andra ”gigare”. Uppdragsgivarna får, precis som tidigare, hjälp att hitta rätt kompetens under rätt tidsperiod, för sina behov.

Varje år, sedan 2004, genomför Hammer & Hanborg undersökningen Kommunikatören, som fokuserar på utveckling och trender för kommunikativa yrkesroller.

Lotta Schibbye Fredrikson är utbildad kommunikatör och marknadsförare från Uppsala universitet och har alltid arbetat med båda dessa kompetenser. Vid millennieskiftet arbetade Lotta för ett amerikanskt bolag och var kund till Hammer & Hanborg. Därefter var hon själv ”gigare” i några år innan hon 2008 tog anställning på Hammer & Hanborg som affärsområdeschef. Sedan ungefär fem år tillbaka har Lotta nu rollen som VD.

DEN NYA ARBETSMARKNADEN

Även Boo Gunnarson, som är företagarexpert på Visma Spcs, och som i många år har jobbat med nyföretagande och Ung Företagsamhet, ser en förändrad inställning till egenföretagande. Allt fler unga ser en egen F-skatt som något naturligt och sju år efter gymnasieexamen har var fjärde ung startat ett eget företag i någon form. Boo tror att detta delvis beror på en förändrad inställning i gymnasieskolorna.

– Idag har många entreprenörskap på schemat och studenterna får också prova på att starta eget. Det har också blivit en alltmer accepterad arbetsform i fler branscher och även bland dem som har skaffat sig högre utbildningar. Bland nyföretagare upp till 30 år ser jag till exempel psykologer som får i uppdrag att göra personlighetsbedömningar, säger Boo.

Hos Hammer & Hanborg ser man också en tydlig förskjutning i attityderna på individnivå och den gäller inte enbart de unga. Företagets årliga undersökningar visar bland annat att status har halkat ner och balans i livet har åkt upp, och det gäller alla ålderskategorier, från studenter till 50-plussare.

– Livet har blivit mer komplext och många vill ha större möjligheter att själv styra hur livet ska se ut. Det finns många fördelar med att inte låsa fast sig vid fasta arbetstider och ett visst antal semesterveckor. När man har barn behöver man pussla med dagstider och skollov och det är många gånger lättare som frilansare. Idag är det också allt fler som väljer att arbeta allt längre upp i åldern och för att orka det behöver man också ha lite mer flexibla arbetsvillkor, säger Lotta Fredrikson.

Parallella karriärer blir vanligare

Förutom balans i livet finns det – för dem som har rätt kompetens – också en hel del pengar att tjäna på att "giga". Företagen är beredda att betala bra för att få in spetskompetens i sina projekt. Att starta företag behöver idag inte vara ett "allt eller inget"-beslut. Det finns stora möjligheter att börja i liten skala för att prova på. Parallella karriärer blir allt vanligare.

– Vi ser många som går ner i tid för att ha möjlighet att, kanske en dag i veckan, göra något helt annat, som att jobba som mas-

sör eller leda yoga-klasser, eller vad man nu har intresse av. Det som är intressant är också att de här personerna ofta säger att deras olika jobb ger varandra näring. De känner sig mer motiverade, hittar nya lösningar och blir bättre på att tänka utanför boxen, säger Lotta.

Och gig-ekonomin är inte bara till för frilansare som säljer sin tid. Det finns också stora möjligheter att sälja varor on-line, att hyra ut hela eller delar av sin lägenhet eller att använda den egna bilen till taxi-verksamhet. Gig-ekonomin suddar ut, de redan idag otydliga, gränserna mellan det privata och det professionella livet ytterligare.

Företagens ökade behov av flexibilitet

En allt större del av företagets verksamheter bedrivs i projekt där specialiseringsgraden bara ökar. Detta gör att man ofta bara behöver en viss kompetens under en kortare tid. Och gig-ekonomin, med uppdragstagare som erbjuder sin kompetens på tillfällig basis, ger företagen möjlighet till en flexibilitet som aldrig förr – om man lyckas knyta dem till sig, vill säga. För att lyckas med det måste man vara beredd att tänka nytt, och göra nytt. För den "gigande" arbetskraften lockas inte av de titlar och förmånspaket som företagen är vana att erbjuda. Det man istället söker är attraktiva förutsättningar för att ha ett intressant och utvecklande jobb.

– Företagen måste därför arbeta med sitt employer brand, på ett helt annat sätt än tidigare. Och så måste man kanske vara beredd att ta in "gigare" på betydligt viktigare funktioner än vad man hittills har gjort, eftersom de bästa inte alltid lockas av fasta anställningar, säger Lotta.

Värderingar är en viktig faktor när "gigarna" utvärderar uppdrag. Man vill jobba med något man blir engagerad av, som man tror på och brinner för. Att ha medarbetare med rätt värderingar är också viktigt för företagets flexibilitet.

– Idag handlar rekrytering – oavsett avtalsform – ofta om att hitta rätt person som vill vara med på den förändringsresa, som företaget är ute på. Det gäller att hitta en person som kan fylla sin roll även om ett eller två år då det sannolikt ser helt annorlunda ut. Och då är det viktigaste att



man delar värderingar och vision. Därför måste företagen vara väldigt ärliga och tydliga med vad de står för, säger Lotta.

Lotta konstaterar vidare att många organisationer skulle ha mycket att vinna på att hitta sätt som gör dem bättre på att verkligen dra nytta av den kompetens, den energi och det utifrånperspektiv, som "gigarna" kommer med, så att den importeras till den befintliga organisationen.

– Vi har till exempel en hel del positiva erfarenheter av digitaliseringsprojekt där man hyrt in ett team som på plats stöttar och hjälper medarbetarna att driva digitaliseringsprocesserna. Genom att det inhyrda teamet har jobbat tillsammans med organisationen, och inte bara ledningen, har man ökat både kunskapen och innovationskraften i organisationen, säger Lotta.

Mot mer "gig"-betonade organisationer

Man skulle också kunna öka flexibiliteten genom att tänka lite mer gig-ekonomi internt i organisationen. Hittills, med den traditionella hierarkiska organisationsformen, har människorna varit tvungna att anpassa sig till de fyrkanter som återfinns i företagets organisationsscheman. I tjänsteskrivningarna har det framgått vad som ingår och inte ingår i tjänsten.

– Men människor är inte fyrkantiga, vi är mer som amöbor. Och det behöver företagen utnyttja, för att bli resurseffektiva. Jag tycker att man ska ge en tydlig bild av organisationen och sedan fråga medarbetarna hur de ser att de kan bre ut sig där, med olika "gig". Det skulle skapa energi och flexibilitet, säger Lotta.

– mot ökad flexibilitet och matchning

UNIONEN SATSAR PÅ EGENFÖRETAGARNA

Unionen har insett att egenföretagandet är en växande del av arbetsmarknaden och har därför utformat Unionen Egenföretagare, en särskild medlemskapsform, just för dem som driver eget.

Unionens medlemskap för egenföretagare är inte helt nytt, utan startades 1998 som ett led i IT-krisen. Många av Unionens medlemmar som var anställda på teknikföretagen, varslades då, men fick istället uppdrag som konsulter.

– Det var naturligt att vi ville fortsätta att hjälpa dem som var våra medlemmar även om de nu blev egenföretagare, säger Per Lund som är ansvarig för Unionen Egenföretagare.

Idag är antalet medlemmar uppe i 8 700 och det är den medlemskapsform som ökar procentuellt mest inom Unionen. En av anledningarna till att Unionen Egenföretagare har blivit en sådan framgång är förmodligen att medlemskapet fyller ett glapp mellan arbetsgivarorganisationerna och arbetstagarorganisationerna.

– Även om man kan ha en anställning vid sidan om sitt företag, så riktar vi oss främst till egenföretagare utan anställda, det vill säga de som varken är arbetsgivare eller arbetstagarare. Och med tanke på den förändring som arbetsmarknaden är inne i nu är det viktigt att någon tar hand om denna grupp, förklarar Per.

Viktigt att öka kunskapen om de sociala skyddssystemen

Lars Jagrén, som är chefsekonom på Unionen tror att gig-ekonomin kommer att växa starkt framöver och att det i grunden är något positivt då det ger nya möjligheter för många människor att kunna förverkliga sina drömmar. Men Lars konstaterar också att infrastrukturen kring gig-ekonomin behöver utvecklas. Den tekniska infrastrukturen, med kablar och bredband har vi byggt ut ganska väl, men både socialförsäkringssystemet och bankernas kreditvärderingssystem är idag kopplade till tillsvidareanställning som avtalsform, så här måste vi tänka en hel del nytt.

– En viktig uppgift är att öka medvetenheten kring de sociala skyddssystemen, för den är väldigt låg i Sverige idag. Vi har varit vana vid att man, med en tillsvidareanställning och en stark fackförening, kan luta sig tillbaka och känna sig trygg, utan att egentligen ha riktig koll på hur det fungerar. I gig-ekonomin måste man ta ett större ansvar själv och då måste man förstå konsekvenserna av de val man gör, säger Lars.

Det måste vara lätt att skaffa det man behöver

En annan viktig förutsättning är att det också måste vara lätt för den som är egenföretagare att skaffa det man behöver. Som medlem i Unionen egenföretagare kan man teckna en rad olika försäkringar, bland annat Unionens inkomstförsäkring som kompletterar a-kassan så att man kan få upp till 80% av sin tidigare inkomst upp till en månadsinkomst på 60 000 kr/månad vid arbetslöshet. Man kan även få affärsjuridisk rådgivning, affärscoaching och hjälp med att pensionsspara. Dessutom kan man få tillgång till webbaserade verktyg för avtalskrivning samt rabatter på bokförings- och redovisningssystem. Det är också möjligt att söka bidrag för kompetensutveckling. Villkoret är att du utbildar dig i syfte att utveckla och stärka ditt företag.

Någon form av märkning skulle behövas

Lars konstaterar att gig-ekonomin också bidrar till globaliseringen av arbetsmarknaden, vilket han i grunden ser som positivt, men påpekar att risken är att villkoren pressas ned, när människor från hela världen konkurrerar om samma uppdrag.

– Jag tror dock att detta kommer att hanteras via påtryckningar från slutkunderna, ungefär på samma sätt som miljöfrågan. Vi kommer inte att vilja handla från företag som inte behandlar sina medarbetare schysst. Och de specialister som det är ont om och som företagen är beroende av kommer inte att vilja jobba med dem, säger Lars.

För att kunder och uppdragstagare ska kunna välja de schyssta företagen och välja



Lars Jagrén, chefsekonom Unionen

Per Lund, ansvarig för medlemskapet Unionen Egenföretagare

bort de oschyssta vore det önskvärt med någon form av märkning eller annat verktyg.

– Det finns ju redan idag sajter där kunder kan "rejta" olika företag, deras produkter och tjänster. Jag tror att det väldigt snart också kommer att finnas motsvarande tjänster där man kan säga vad man tycker om olika företag som uppdragsgivare. Hur är villkoren? Betalar de i tid? Drar de på sig mycket tvister? Är de schyssta? säger Lars.

Lars Jagréns 4 råd till organisationer som vill hänga med i gig-ekonomin:

1. Gör nuvarande och potentiella medarbetare medvetna om hur de sociala trygghetssystemen fungerar för egenföretagare. Då kommer fler att våga bli uppdragstagare. Vid nedskärningar, när man är tvungen att säga upp fast anställda kan detta vara extra påkallat.
2. Det måste kännas enkelt och tryggt att ta ett uppdrag. Se till att skriva uppdragsavtalen så enkelt och lättbegripligt som möjligt. Tänk på att era uppdragstagare sällan är utbildade för att läsa juridisk text.
3. Fundera över hur betaltiderna påverkar era uppdragstagare. Stora företag kritiserar ibland för att ha långa betaltider, vilket kan ge mindre företag och egenföretagare likviditetsproblem.
4. Tänk på att det sätt på vilket ni behandlar era uppdragstagare, i dagens transparenta samhälle, slår igenom på era varumärken – både gentemot kunderna och arbetsmarknaden.

DAGENS SNABBRÖRLIGA ORGANISATIONER KRÄVER ETT MER FRIGÖRANDE LEDARSKAP

De snabbare omvärldsförändringarna gör att den interna verksamheten omfokuseras från linje till projekt. Inte sällan består dessa projekt av personer som är spridda geografiskt och av personer som är knutna till projektet via samarbetspartners, konsulter, bemanningsföretag, frilansare och så vidare.

I dessa mer projektbaserade miljöer blir teamen de centrala arbetsenheterna. Men inte de arbetsgrupper vi varit vana vid hittills. Amy Edmondson, professor vid Harvard Business School, hävdar att det som vi traditionellt har sett som ett team är på utdöende. Det nya mönstret bland organisationer är att bilda tillfälliga team som sätts samman av experter från olika delar av organisationen och externt för ett visst projekt. När projektet har slutförts skingras medlemmarna i teamet för att börja jobba i nya team. Parallellt håller de långvariga, stabila teamen på att försvinna. Denna förändring kräver att teamledare såväl som teammedlemmar behöver utveckla nya färdigheter för att kunna hantera ständigt ombildade och nybildade team.

– Vi kommer att behöva bli bättre på att snabbt lära oss att relatera till människor vi inte känner, lära oss hur vi kan lita på dem, lära oss hur vi kan dela med oss av vår kunskap, hur vi kan få tillgång till deras kunskap och sammanföra kunskap, även om vi kommer från mycket olika bakgrunder, har olika typer av expertis, och så vidare, säger Amy Edmondson.

Scilicon Valley-modellen

Nya bolag som Google, Facebook och LinkedIn leder sina verksamheter på ett sätt som påtagligt skiljer sig från traditionella företag. En ny managementmodell har vuxit fram som är bättre anpassad efter



dagens snabbföränderliga, komplexa och osäkra värld. Det säger Annika Steiber som tillsammans med en forskarkollega har studerat Google och de andra heta bolagen från insidan i Silicon Valley.

– Företagen har utvecklat en managementmodell som är väl vald för en snabbföränderlig värld, med korta produktivcykler och en komplex och osäker miljö där man behöver experimentera sig fram. Modellen karaktäriseras bland annat av en mycket aktiv och involverad topledning med hög kompetens i både teknikutveckling och

produktutveckling. De kan därför ställa rätt frågor i organisationen och tolka trender. Den karaktäriseras också av ett starkt fokus på snabbhet, flexibilitet och innovation parallellt med kärnverksamheten. För att detta skall vara möjligt kräver modellen också entreprenöriella personer. Dessa företag söker alltså aktivt efter den typen av medarbetare.

– De är ofta unga människor som har både hög teknisk kompetens och affärskompetens, men som också är väldigt entreprenöriella i sin läggning. De är kollaborativa

CASE: Företaget som skapat en intern marknad för medarbetaridéer

Grundarna av det amerikanska verkstadsföretaget RiteSolutions – Jim Lavoie och Joe Marino – drivs av övertygelsen att även om de själva har både visioner och erfarenhet, så kan de inte ensamma göra allt som krävs för att göra sitt företag framgångsrikt. Så de instiftade en intern "aktiemarknad" där anställda kan föreslå en ny produkt, tjänst, idé eller ett nytt arbetssätt. Varje idé ges ett namn och listas på den interna aktiemarknaden. Därefter tas ett prospekt fram och en "börsintroduktion" förbereds. De anställda träffas regelbundet för att diskutera värdet av olika förslag och väljer vilka idéer som ska genomföras. Goda idéer belönas och de anställda är inblandade i varje steg på vägen.

Källa: People Management <http://www.peoplemanagement.co.uk/pm/articles/2012/08/thewisdom-of-crowds.htm>

– mot ökad flexibilitet och matchning

och trivs med att jobba i team. Det går inte riktigt att sätta in dem i en traditionell organisation med hierarkier och tydliga ansvarsområden. De nya företagen vänder på det. De konstaterar att de behöver den här typen av personer och anpassar organisationen efter dem. Organisationerna är platta även om företagen har så många som 55 000 anställda, såsom Google. Viss temporär hierarki behövs men företagen försöker hela tiden hitta ett optimum och delegerar så mycket beslutsfattande som möjligt. Det uppfattas som ett organisatoriskt misslyckande om beslut behöver pressas uppåt. Företagen har en kultur som betonar individuell frihet där alla förväntas bidra till företaget och till utveckling, inte bara de medarbetare som jobbar inom R&D eller top management, konstaterar Annika Steiber.

Projektledarrollen allt mer central i föränderliga verksamheter

Enligt Erik Sjöberg, vd på Moment, ett konsultföretag inom bland annat projektledning, projektkontor och styrgrupper, menar att projektledning är ledarskapets sprintgren, och en avgörande konkurrensfaktor på en snabbväxande marknad.

Han lyfter fram Ericsson som ett av de företag som insett betydelsen av projektkompetens och en stark projektorganisation. De har bland annat skapat en särskild karriärväg för projektledare. Denna består av en femstegstrappa vars sista steg är Principalnivån där man inom affärsområdet Radio kan driva miljardprojekt med stor affärspåverkan.

Jan Clausen, med drygt 30 års erfarenhet från Ericsson, är ett exempel på en erfaren ledare som alternerat mellan projektledar- och linjeförklar roller och som nu är programledare. Han pekar på de senaste tio årens trend där de ledaregenskaper som skickliga projektledare efterfrågas på högre chefsnivå och att respekten för projektledarrollen på Ericsson idag är stor.

Studie: Tre motiv till införandet av självstyrande team



Konsultnätverket ACE, Allied Consultants Europe, publicerar regelbundet undersökningar kring affärsrelaterade frågor som är angelägna för kunderna runt om i Europa. Rapporten till årets studie, som precis har sammanställts, har titeln "Autonomous teams".

– När vi lyssnade med kunderna var det tydligt att detta är något som väldigt många företag i Europa har på agendan just nu. Självstyrande team var ju på tapeten redan för 30 år sedan, men idag är förutsättningarna och drivkrafterna helt annorlunda och det är verkligen ett högaktuellt ämne, konstaterar Elisabeth Sköld, som är organisationskonsult på Consultus och den svenska representanten i Europa-studien.

De senaste åren har många företag infört nya metoder som lean, scrum och agila arbetssätt och ökat självstyre är ofta en del av eller ett direkt resultat av dessa. Drivkrafterna för att öka självstyret i teamen är alltså både externa – kunderna och konkurrenterna trycker på – och interna – medarbetarna har nya behov och nya arbetssätt ställer nya krav. ACEs studie visade att det framförallt är tre saker som företagen vill uppnå med självstyrande team.

1. Ökat engagemang och motivation

Hela 63 procent av företagen angav ökat engagemang och motivation som ett av de huvudsakliga skälen till varför de vill öka självstyret.

– Idag behöver man, mer än någonsin, verkligen ta tillvara medarbetarnas fulla potential. Man har inte råd med mindre. Därför måste man få medarbetarna att brinna för det de gör och för att göra det måste man få vara med och äga de viktiga frågorna, säger Elisabeth.

2. Ökat tvärfunktionellt samarbete

48 procent av företagen angav ökat tvärfunktionellt samarbete som motiv till förändringen. I många organisationer råder fortfarande en silomentalitet och den vill man bort från.

3. Ökad närhet till kund

41 procent av företagen hoppas att ökat självstyre ska leda till närmare kundrelationer.

– Man vill tippa hierarkierna så att den breda massan i frontlinjen, som faktiskt är de som träffar kunderna, ska kunna fatta fler beslut själva, för då går det fortare och man blir mer konkurrenskraftig, säger Elisabeth.

Källa: Intervju med Elisabeth Sköld, organisationskonsult på Consultus

DEN NYA ARBETSMARKNADEN



Helene Hasselskog, VD Antenn Consulting

Kort om Antenn Consulting och Helene Hasselskog

Antenn Consulting ägs av Proffice och är ett av Sveriges ledande företag inom omställningsstöd, outplacement och karriärutveckling. Företaget finns på 26 orter i Sverige. Som grundbemanning har man 54 anställda och just nu syster-sätter man dessutom 11 konsulter. Många av medarbetarna arbetar som coacher med prestationsutveckling antingen på organisations-, team- eller individnivå. Andra arbetar med omställning i större projekt eller för enskilda individer.

Helene Hasselskog har varit VD på Antenn i snart två år. Dessförinnan har hon arbetat som personalchef i närmare 20 år. De tre åren innan Antenn, på Proffice och dessförinnan var hon fem år på byggföretaget JM.

Intervju med Helene Hasselskog, VD på Proffice-ägda Antenn Consulting

”Det enda vi vet är att om det ska hända något nytt, så måste vi göra något annorlunda”

Det som många företag hittills har tjänat pengar på, är skalfördelar och effektivitet. Under lång tid har företagen – och alla deras medarbetare – kämpat hårt med att varje år göra det man gör, lite mer effektivt. Men nu håller inte den strategin längre.

– Vi måste ta oss ur effektiviseringssträsket och börja göra nya saker istället för att bara effektivisera det vi redan gör, konstaterar Helene.

Förmågan att komma ur de invanda mönstren och gå från effektivisering till ökad innovation och flexibilitet är en ödesfråga för företag idag. Men hur ska man bära sig åt?

– Det enda vi egentligen kan vara säkra på är att om vi ska göra något nytt, så måste vi sluta att göra som vi gör idag. Vi måste göra annorlunda. Och jag tror att reprimet till stor del handlar om att vi måste blanda olika kompetenser på helt nya sätt. Vi måste mixa och skaka om ordentligt, så att det händer något nytt och överraskande, säger Helene.

Hitta nya sätt att organisera verksamheten

I HR:s roll ingår att se till att det finns arenor där olika kompetenser kan mötas. Tekniken gör det lätt att jobba tillsammans idag, men organisationsstrukturen kämpar ofta emot. Vi behöver hitta nya sätt att organisera oss, som löser gapet mellan de silos som fortfarande finns i våra hierarkiskt inordnade organisationer. Vi behöver mer rörlighet inom organisationerna och vi behöver nya kommunikationsvägar som skapar engagemang och innovationskraft.

– Digitaliseringen gör att vi måste ändra på många invanda begrepp. Kanske är det kundtjänsten som ska driva affärsutvecklingen. Men inte själva, utan tillsammans

med andra kompetenser, som ingenjörerna och även kunderna, säger Helene.

Tänk varumärke och kanaler

För att lyckas med att göra nytt och dessutom göra rätt nytt, måste man först och främst se till att man har rätt kompetenser. Idag är det en jättebrist på folk med specialistkompetens och företagen kommer alltid att slåss om de bästa. Därför måste man säkerställa att man är attraktiv som arbetsgivare och då blir employer branding en allt viktigare del av HR:s arbete.

– För att lyckas med employer branding-arbetet kommer man att behöva sticka ut mer än vad de flesta företag gör idag. Men då måste man vara lite modig, för om man profilerar sig och sticker ut, innebär det att en del kommer att lockas av det de ser, medan andra inte alls kommer att göra det. Att bygga ett employer brand som passar alla går inte. Man måste våga bli bortvald av vissa för att bli utvald av andra, konstaterar Helene.

Marknadsförarna är vana att jobba med nischade varumärken där man väljer bort en stor del av marknaden för att attrahera ett fåtal. De har också sedan länge tänkt i kanaler. Man har valt ut vilka mediekanaler man ska kommunicera i och vilka budskap man ska sända.

– Jag tror att HR måste närma sig marknadsförarna och bli bättre på att tänka i kanaler, när det gäller själva sourcing-steget. Var får man tag i vilken kompetens?

– mot ökad flexibilitet och matchning

Var finns de man behöver? Och hur ska företaget agera och kommunicera i dessa kanaler, för att bli en attraktiv arbetsgivare?

Det här är nya marker, som HR måste utforska mer, anser Helene.

Helene konstaterar vidare att HR sedan länge har en vana att tänka faktabaserat. Man ska rekrytera ett visst antal personer, de ska ha en specifik utbildning och minst x års erfarenhet. Och erbjudandet man kommer med handlar om lönestruktur, arbetstider och förmånspaket.

– Nu måste man nog börja tänka lite mer känslomässigt. För de flesta av våra beslut fattar vi faktiskt utifrån våra känslor och inte utifrån rationell fakta, säger Helene.

När man rekryterar en ny medarbetare kan man också tänka på att prata om vilken nytta och vilket värde som behöver tillföras, istället för att specificera vad personen ska göra. Följande citat, som lär komma från Steve Jobs, kan vara värt att tänka på:

"It does not make sense to hire smart people and tell them what to do. We hire smart people so they can tell us what to do."

Satsa på kärnverksamheten

Om man vill satsa på att bygga ett employer brand som sticker och bli en arbetsgivare som passar några, men inte alla, då måste man först tänka igenom vilka det är som man vill attrahera. Den typ av medarbetare som står för företagets kärnverksamhet, det är de man ska göra sig attraktiv för. Är kärnverksamheten att utveckla spel, så satsar man på att bli en attraktiv arbetsplats för dem som jobbar med det. Man måste hitta sätt att ge dem bästa möjliga förutsättningar att ha ett stimulerande och utvecklande jobb. Om fakturering däremot inte är kärnverksamheten, då kanske man ska outsourca den delen till ett företag som satsar på att bli den bästa tänkbara arbetsgivaren för dem, som arbetar med just detta.

– Outsourcing är ju ingenting nytt, men det nya är att man ser det ur ett annat perspektiv än tidigare. Förut har man köpt in tjänster då de inte ingår i kärnerbjudandet till kunderna, men nu börjar man köpa in tjänster för att det inte ingår i kärnerbjudandet till medarbetarna, konstaterar Helene.



Jeanette Fagerhall

Undersökning av Freelancers Union and Upwork

Undersökningsföretaget Edelman Berland genomförde i juli-augusti 2015 en undersökning bland ett representativt urval av 7 100 personer på den amerikanska arbetsmarknaden. Studien har flitigt citerats i internationell media under senare tid och visar bland annat:



- 34 procent av de svarande är idag frilansande på hel- eller deltid vilket översatt till den amerikanska arbetsstyrkan motsvarar ca 53 miljoner personer.
- 73 procent anser att teknologin gör frilansandet lättare. Antalet som får uppdrag via online-plattformar ökade från 9 miljoner till 16,6 miljoner mellan 2014 och 2015.
- 60 procent har valt ett frilansande upplägg av fri vilja (upp från 53 procent 2014).
- 50 procent av de som frilansar kan inte tänka sig att byta till en fast anställning oavsett lön.
- 20 procent frilansar vid sidan om en ordinarie anställning.
- 43 procent av frilansarna är yngre än 34 år. I denna grupp skulle 87 procent rekommendera sitt upplägg till vänner och familj.
- Av de med fast anställning säger 75 procent att de skulle vara intresserade av att ta uppdrag vid sidan om sin anställning om möjlighet gavs.
- 33 procent av de med anställning har övervägt att sluta sin anställning för att arbeta i egen regi.
- De två huvudsakliga skälen till att frilansa är att vara sin egen chef och att få ett liv med ökad flexibilitet.
- 63 procent säger att de skulle prioritera att rösta på politiker som tillvaratar frilansares intressen.

Kommentar: Följande personer inkluderas i kategorin "frilansare": enmanskonsulter, entreprenörer med färre än 5 anställda, personer som har anställning och sidoprojekt, projektanställda.

Källa: Freelancing in America 2015 Report, <https://www.freelancersunion.org/blog/dispatches/2015/10/01/freelancing-america-2015/>

DEN NYA ARBETSMARKNADEN

STRATEGIER FÖR ATT MÖTA UTVECKLINGEN

Den nya arbetsmarknaden som växer fram kommer att innebära både stora utmaningar men också helt nya möjligheter både för arbetsgivare och för oss som individer. Nedan följer en sammanställning av de strategier och förhållningssätt som ofta lyfts fram.

Strategier för HR/arbetsgivare

1. Utveckla strategier för att knyta till sig även projektanställda, frilans, egenföretagare

- Öppna upp fler vägar in till organisationer förutom fasta anställningar. Ha färdiga mallar/kontraktssunderlag som chefer kan använda.
- Arbeta med employer branding för att attrahera grupper som idag jobbar i egen regi. Lär känna de plattformar och nätverk dessa befinner sig i.
- Knyt upp spetskompetens via matchningsplattformar inom områden ni i dag saknar.

2. Utveckla kompetensen hos ledare och medarbetare att arbeta i och leda projekt

- Utbilda chefer i att leda projekt och att arbeta med tydlig målstyrning och uppföljning/utvärdering.
- Utbilda chefer och medarbetare i mångfald, teambuilding, konflikt hantering, distansledarskap/distansarbete.

3. Utveckla förmåga och strukturer för att matcha rätt kompetens med rätt projekt

- Allt mer av arbetet sker i projektform, förmågan att knyta rätt kompetens till varje projekt blir då en nyckeluppgift (tänk casting-funktionen i filmindustrin).
- Att identifiera människors (latenta) förmågor, talanger, drivkrafter blir allt viktigare – för att utveckla prestationer och för att minska risken att era bästa medarbetare slutar.

4. Utveckla en tydlig kultur och värderingsstyrd verksamhet

- Föränderliga verksamheter kräver vägledning i form av värderingar. Tydliga värderingar gör det lättare att attrahera rätt personer – även de som jobbar i egen regi.

5. Anpassa introduktionsprogram och utbildningsresurser för att passa även frilans/projektanställda

- Använd ny teknik för att skapa flexibla introduktions- och utbildningsportaler tillgängliga för bredare grupper.
- Använd gärna nya tjänster i molnet.
- Utbilda i självledarskap och överför ansvar så långt det är möjligt till individen (kopplat med tydliga mål).

6. Omvärldsbevaka för att fånga upp förändringssignaler

- Ha återkommande diskussioner kring framtida scenarior, hot-möjligheter och styrkor-svagheter.

Strategier för individen

- Utveckla den personliga kompassen med tydliga värderingar, drivkrafter och riktning. Ta fullt ut ansvar för den egna utvecklingen.
- Uppdatera kontinuerligt de egna kompetenserna. Lägg in kompetensutveckling som en naturlig del i vardagen. Utnyttja de plattformar som erbjuds av arbetsgivare och de som finns i molnet. Ha mental beredskap för återkommande kompetensskiften och karriärbyten.
- Utnyttja interna och sociala plattformar för att synliggöra det egna varumärket, delta i konversationer och bygga nätverk.
- Lära sig utnyttja mobila arbetsverktyg och molntjänster.
- Använda matchningstjänster för nya uppdrag, internt och externt.
- Odlade generella förmågor kring att hantera förändring, planera sin ekonomi, samarbeta i projekt, och hantera sin egen tid och hälsa.

Utmaningar för samhället

- Skapa ett utbildningssystem för livslångt lärande, omskolning och omställning.
- En moderniserad arbetsrätt som möjliggör flexibel övergång mellan olika uppdrags- och anställningsformer.
- Moderniserad syn på vad full sysselsättning och "riktiga jobb" innebär.
- Ett skattesystem som tar hänsyn till ökade variationer i inkomst över tid.
- Utveckla strategier för att fördela det välstånd som digitaliseringens produktivitetsvinster ger inklusive en översyn av beskattningen av arbete.

– mot ökad flexibilitet och matchning

INTERNATIONAL TRENDS & STUDIES



Freelancing to transform the global economy by 2040

A number of surveys have shown that employees, especially millennials, want to be able to decide when, where, and how they work. In keeping with this need for control, freelance work is predicted to grow in an unprecedented manner, and experts argue that in 25 years, independent work will fundamentally change the global economy. Here's what that transformation might look like:

- **Startups:** Hiring freelancers for a task usually ensures the best possible quality of work and minimal costs. Since freelancers don't need to be "managed" as such, entrepreneurs can spend that time actually running their startups.
- **Small businesses:** Since small businesses don't usually have many opportunities for career growth, they are attractive to freelancers who want to get on board for short-term projects, get paid, and move on.
- **Corporations:** Big companies will need to rethink their workflows to make room for specialist freelancers hired for experimental projects.

Source: Fast Company

<http://www.fastcompany.com/3051315/the-future-of-work/the-gig-economy-is-going-global-heres-why-and-what-it-means>



Employers looking to the gig economy for top talent

With modern communication technologies and more telecommuting options, employers are increasingly looking to hire freelancers, moving towards what researchers have called the 'gig economy'. Upwork, an online work platform that connects freelancers to businesses, reports having nine million registered users who collectively perform over USD 1 billion worth of work every year. Australian company Freelancer.com, reportedly has more than 16 million registered freelancers. Aside from giving millennials the autonomy and flexibility they seek, freelancing also save companies significant amounts of money compared to traditional, full-time jobs.

PwC estimates online recruitment of contingent workers to grow rapidly in the years to come, to the tune of USD 63 billion by 2020, compared to USD 10 billion in 2014. Information technology, healthcare, creative services, writing and editing, translation and transcription, and marketing are predicted to witness the biggest growth in freelance work.

Source: Financial Times

<http://www.ft.com/cms/s/0/ee293af0-5ab7-11e5-9846-de406ccb37f2.html#axzz3mlal7as4>



The gig economy and IT talent

A recently released survey conducted by Appirio and Wakefield Research revealed that executives may not have a very accurate understanding of how pervasive the gig economy is. The survey sampled 400 IT executives and employees in the UK and US and found that while 50% of surveyed IT employees reported working gigs on the side, executives estimated this number to be only 28%. Executives claimed that gig workers are less reliable than full time employees (47%), don't know the business as well (37%), and could cause full-time employees to feel threatened (42%) but at the same time reported feeling apprehensive about losing their full-time workers to the gig economy.

Researchers recommend that executives need to not only understand the implications of this on their companies but also think of ways in which to make their organisations more attractive to gig workers, instead of feeling threatened by them.

Source: Appirio

<http://appirio.wengine.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2015/09/ITalentWarsandtheGigEconomyReport.pdf>

DEN NYA ARBETSMARKNADEN



Five critical skills for the gig economy

Numerous research studies predict that within five years, 40% of the workforce will be engaged in some sort of freelance contract work. Joseph Aoun, president of Northeastern University, argues that the new gig economy requires that workers learn new 'gig' skills to make themselves more marketable. Here are the five crucial skills that will become indispensable for workers in the new global economy:

- **Innovation:** Creating unique product/service offerings through an astute understanding of the market.
- **Entrepreneurship:** Being able to anticipate new market opportunities and acting on them quickly, before others.
- **Interdisciplinary thinking:** Connecting ideas/concepts from diverse fields to generate new ideas for products and services.
- **Originality:** Rethinking existing ideas from a different perspective and reinventing products and services that already exist by adding a fresh twist to them.
- **Navigating ambiguity:** Dealing with a situation or problem that has no clear solution, by using intuition and experience.

Source: LinkedIn

<https://www.linkedin.com/pulse/gig-learning-5-skills-economy-joseph-aoun>



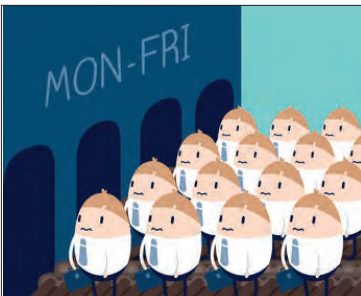
PwC-study: Skills shortage and the gig economy

In a recent PwC survey of 1300 CEOs, 75% cited skills shortage as the biggest threat to their business and profitability. Six years ago, only 46% of CEOs were concerned about the impact of skills shortage on their businesses. The skills gap is widening with time and to bridge this gap, CEOs are increasingly turning towards freelancers, part-timers, and contingent employees. Today more than ever, leaders are looking for a more diverse skill set and are seeking talent across countries, demographics, and industries.

CEOs are facing a complex business landscape where good talent is not only rare, but the best and brightest now control when and where they want to work. Companies can no longer get by with only using traditional recruitment methods, claims Jon Andrews, leader at PwC's global people and organisation division. HR needs to look at alternative hiring practices – new geographies, demographics, and talent pools.

Source: PwC

<http://press.pwc.com/global/skills-gap-is-forcing-ceos-to-change-how-they-hire-people/s/e2c3c2e6-dd1c-412d-a594-1209e1153f74>



The gig economy could replace 9-5 jobs within the decade

An Intuit survey of employees in the UK revealed that a whopping 87% of workers think that the traditional nine-to-five jobs may soon become a thing of the past by 2025. Millions of UK workers generate significant income from the sharing economy in addition to their full-time jobs, the report suggests. 33% of the UK population already uses platforms like Etsy and Airbnb and to supplement other sources of income, the Intuit survey found.

Five million UK employees are self-employed, working gigs rather than full-time jobs, and 3% of them earn up to USD 7500 per week doing so. Rich Preece, VP and MD of Intuit (Europe), sees this as a telltale sign of the gig economy taking hold in the UK. There is a strong desire to work and consume on demand, says Preece, a trend that will only gain momentum within the next decade.

Source: IB Times

<http://www.ibtimes.co.uk/sharing-economy-87-brits-see-gig-economy-taking-over-9-5-working-days-10-years-1519860>

– mot ökad flexibilitet och matchning

The gig economy only good in the short-term?

The gig economy is being hailed by industry experts, executives, and employees alike to be the next major paradigm shift in economic activity. It promises a new era of micro-entrepreneurship, creativity, and innovation. But such an economy also raises critical questions about what a “good job” may mean in the years to come and the implications it holds for job stability and security.

While employees working “gigs” can be their own boss, enjoy the flexibility of working when and where they work, and attain great work-life balance, it is also empowering to have a steady source of income every month. Fixed hours and perks and benefits can be immensely helpful as well – and these are things that the gig economy doesn’t afford on workers. The gig economy works great for the short-term but makes life harder to plan in the long run, say some experts.

Source: The Guardian

<http://www.theguardian.com/commentisfree/2015/jul/26/will-we-get-by-gig-economy>



The gig economy and platform capitalism

The gig economy is fundamentally changing the way in which products and services are being made and consumed. It is ushering in an era of platform capitalism – a phenomenon where companies such as Uber, Etsy, Amazon, and Freelancer.com serve as “platforms” that connect buyers and sellers.

While the gig economy and platform capitalism are being celebrated for cutting out intermediaries, some experts strike a note of caution. Traditional retailers may soon become a thing of the past but may be replaced by significantly more powerful entities, says Bernhard Resch, researcher at University of St.Gallen. Companies like Amazon, Apple, and Google are vying against each other to set up economic ecosystems that enable people to earn money but strictly control (and monetise) access to resources, information, and transactions. This allows the platforms to create artificial scarcity and potentially set up a monopoly once the platform has been firmly established.

Source: Salon

http://www.salon.com/2015/09/08/we_have_the_gig_economy_all_wrong_heres_how_we_reinvent_the_organization_man_in_the_uber_age/



Trends in part-time work in the EU-28

The findings of the most recent European Union (EU) employment statistics shed some very valuable light on the nature of part-time work in the EU-28 member countries. Here’s a look at some key trends and highlights:

- 19.6 % of all EU-28 workers in the 15-64 age range reported that their primary job was on a part-time basis, up from 16.7% in 2004.
- The Netherlands led the way in terms of having the highest percentage of part-time workers – 49.6%, closely followed by Austria, Germany, UK, and Sweden.
- 32% of women in the workforce between the ages of 15 and 64 are working part-time compared to only 8.8% of men in the same age range.
- 14% of all workers in the EU-28 were working under fixed-term (temporary) contracts. Poland has the highest number of employees on temporary contracts (28%), followed by Spain (24%), and Portugal (21%).

Source: European Commission

http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Employment_statistics



Gigekonomin – verklighet eller statistiskt spöke?

Nya former av företag som baseras på lösa nätverk och temporära organisationer får allt större utrymme i såväl press som akademisk litteratur. Man talar i termer av just-in-time, on-demand eller gigekonomin, representerat av organisationer som Uber, Airbnb eller Instacart. Det kan vara lätt att få intryck av att det är den nya ekonomin som är i antågande.

Det finns dock en del frågetecken kring hur stor gigekonomin verkligen är, eller hur många arbeten och hur många människor som faktiskt påverkas av detta skifte mot nya arbetsformer.

I botten av problemet ligger olika synsätt på hur man bör räkna och tolka de siffror som cirkulerar i debatten. Förståelsen för skiftet på arbetsmarknaden har betydelse då politiker och andra beslutsfattare kan missa möjligheter eller förstärka negativa aspekter. Tyvärr är statistiken tvetydig och det gäller att se trenderna och de breda penseldragen snarare än detaljer.

En alternativ arbetsmarknad

Enligt IT-företaget Intuit växer andelen av arbetare inom on-demandsektorn och år 2020 förutspås nästan hälften av den amerikanska arbetsmarknaden omfattas av människor som är självanställda med temporära, projektorienterade arbetsuppgifter. Av dessa kommer elva procent verka genom olika typer av digitala plattformar. Statistiken ger vid handen att vi ser ett stort skifte på kort tid men majoriteten av dessa, ungefär åttio procent, kommer fortfarande att ha anställningar vid sidan av sina gigarbeten.

Mätetalen är otillräckliga

Även om det finns skillnader i hur man tolkar statistiken är många experter ense om att det händer till synes konstiga saker på arbetsmarknaden just nu. Ett exempel är det något förbryllande faktum att såväl arbetslöshet som sysselsättning visat en nedåtgående trend i USA. Hur kan det komma sig? Under normala förhållanden är de båda talen inversen av varandra: när sysselsättning går upp går arbetslösheten ner och vice versa.



Mats Frick

Det korta, dystra svaret är att många amerikaner helt enkelt faller ur statistiken helt och hållet. Många är så kallat uppgivna arbetare samtidigt som många är mycket aktiva men faller utanför statistikens sätt att klassificera arbete.

Flera trender samverkar

USA:s statistiska centralbyrå uppskattar att det idag finns 12 miljoner färre på arbetsmarknaden idag jämfört med tiden före den stora depressionen. Det är mer än åtta procent av arbetsstyrkan. Ett stort hål har uppstått i den traditionella statistiken. Gigekonomin är bara en del av skiftena på den globala arbetsmarknaden tillsammans med andra trender som ställer till det för traditionellt tänkande oavsett om det är just-in-time, digitalisering eller robotisering. Den springande punkten är att alla dessa trender samverkar med gigekonomin och förstärker ett genomgripande skifte som går tillbaka ett antal år men som inom kort kommer att få ett stort genomslag på den svenska arbetsmarknaden.

Källa: Steven Hill. "How Big is the Gig Economy?" Huffingtonpost.com, 2015-09-16

