



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

En bortglömd väg mot havet

*En kvalitativ studie om sjöfartsbranschens
osynlighet i samhället*



Författare: Ellen Drotz

Författare: Ronja Värlander

Handledare: Karin Lundberg

Examinator: Fredrik Hjorth

Termin: VT26

Ämne: Självständigt arbete

Nivå: Grundnivå 15 hp



Förord

Valet av ämne för studien var självklart. Vi båda läste ekonomiprogrammet på gymnasiet, en av oss är uppvuxen vid kusten och den andra i inlandet, men trots det var sjöfart aldrig ett alternativ vi övervägde eftersom vi inte visste att sjöfartsutbildningarna existerade. Ingen av oss hade någon koppling till sjöfarten i vår närhet, och det var rena tillfälligheter som gjorde att vi insåg att drömmen om havet kunde bli en karriär. Vår egen passion och sena upptäckande av branschen har väckt ett djupt engagemang för att undersöka varför sjöfarten är relativt osynlig i samhället. Vi önskar att vi själva hade fått information om sjöfartsbranschen tidigare i livet, och denna personliga drivkraft har varit motorn i vårt arbete.

Vi vill rikta ett stort och varmt tack till vår handledare, Karin Lundberg, för hennes engagemang, värdefulla synpunkter och vägledning under arbetets gång. Ett varmt tack riktas även till de gymnasieelever som möjliggjorde studien genom sitt deltagande, samt till alla som på olika sätt bidragit till arbetets genomförande.

Kalmar, februari 2026

Ellen Drotz & Ronja Värlander



Utbildningsprogram:	Sjökapstensprogrammet
Examen:	Sjökaptensexamen
Arbetets omfattning:	Självständigt arbete om 15 HP
Titel:	En bortglömd väg mot havet <i>En kvalitativ studie om sjöfartsbranschens osynlighet i samhället</i>
Författare:	Ellen Drotz
Författare:	Ronja Värlander
Handledare:	Karin Lundberg

Abstrakt

Sjöfarten spelar en central roll i Sveriges ekonomi, samtidigt som branschen präglas av en svag och otydlig bild i samhället. I Sverige bedöms omkring 2200 personer behöva rekryteras inom sjöfarten fram till år 2027, samtidigt som antalet sökande till sjöfartsutbildningarna vid Linnéuniversitetet och Chalmers tekniska högskola har minskat under de senaste åren. Flera informationsinsatser har genomförts, med mål att sprida kunskap om branschen samt stärka framtida kompetensförsörjning. Syftet med studien är att belysa kunskapsläget om sjöfartsbranschen hos ungdomar i Sverige. Studien tillämpar en kvalitativ metod i form av fokuserade gruppintervjuer av semistrukturerad karaktär där två fokusgrupper genomfördes med elever från två gymnasieskolor i södra Sverige, en kustnära och en inlandsskola. Resultatet visar att deltagarna generellt har låg kunskap om sjöfartsbranschen och dess utbildningar. Informationen från grundskolor, gymnasieskolor och studie- och yrkesvägledare upplevs som begränsad och når inte ut i tillräcklig utsträckning. Dessutom visar resultatet att ungdomars föreställningar om yrken till sjöss till stor del formas av populärkultur, stereotyper och brist på identifierbara förebilder. Trots geografisk närhet till havet överförs inte erfarenheter av båtliv eller relation till havet, till intresse eller kunskap om sjöfartsyrken.

Nyckelord

Sjöfartsutbildning, sjöfartsbransch, image, sjöfartsyrken, kompetensförsörjning



Education programme:	Nautical Science programme
Degree:	Bachelor of Science in Nautical Science
Scope of work:	Diploma thesis 15 ECTS
Title:	A forgotten path to the sea <i>A qualitative study of the invisibility of the shipping industry in society</i>
Author:	Ellen Drotz
Author:	Ronja Värlander
Supervisor:	Karin Lundberg

Abstract

Maritime transport plays a central role in Sweden's economy, yet the sector is characterised by a weak and unclear public image. In Sweden, approximately 2200 people need to be recruited in the maritime sector by 2027, while the number of applicants to maritime education programmes at Linnaeus University and Chalmers University of Technology has declined in recent years. Several information initiatives have been implemented to enhance sector knowledge and strengthen the future skills supply. The aim of the study is to examine the level of knowledge regarding the maritime sector among young people in Sweden. The study uses a qualitative approach with semistructured focus group interviews, two focus groups were conducted with students from two upper secondary schools in southern Sweden, one coastal and one inland. The results show that participants generally have low levels of knowledge regarding the maritime sector and its educational pathways.

Information from compulsory schools, upper secondary schools, and study and career counsellors is perceived as limited and insufficiently disseminated. In addition, the findings indicate that young people's perceptions of maritime occupations are largely shaped by popular culture, stereotypes, and a lack of identifiable role models. Despite geographical proximity to the sea, experiences of boating or a relationship to the sea do not translate into interest in or knowledge about maritime careers.

Keywords

Maritime education, maritime industry, image, maritime occupations, skills supply



Innehållsförteckning

Bakgrund	1
Syfte och frågeställningar	3
Teori och tidigare forskning	3
Metod	10
Urval	11
Genomförande	12
Bearbetning och analys	13
Etiska frågor och ställningstaganden	14
Resultat	15
Information innan gymnasievalet	15
Information om studier på högskole- och universitetsnivå	16
Kännedom om arbeten till sjöss	18
Associationer till sjöfart	21
Diskussion	23
Resultatdiskussion	23
Metoddiskussion	28
Förslag på framtida forskning	30
Referenser	32
Bilaga: mindmap	I



Bakgrund

Idag sker cirka 90 procent av Sveriges import och export med fartyg, vilket visar att sjöfarten har en central betydelse för landets ekonomi (Transportföretagen, 2023). Enligt Transportföretagens rapport *Tempen på sjöfartsbranschen* (2025), beräknas sjöfartsbranschen behöva rekrytera cirka 2 200 personer under perioden 2025 till 2027. I rapporten uppgav två av tre rederier att de hade svårt att hitta personal med rätt kompetens. Bristen på kvalificerad arbetskraft inom sjöfarten riskerar att påverka Sveriges handel och industri negativt, vilket understryker behovet av att öka attraktiviteten för sjöfartsutbildningar samt stärka samarbetet mellan utbildningsväsendet, politiken och näringslivet, för att fler ska välja utbildningar inom sjöfarten (Transportföretagen, 2023).

Sjöfartsbranschen är en omfattande och mångsidig sektor som inkluderar ett flertal fartygstyper och yrkesroller, som alla är avgörande för att möjliggöra både den nationella och internationella handeln. Den kommersiella sjöfarten innefattar bland annat containerfartyg, passagerarfartyg, torrlastfartyg för gods som malm och spannmål, tankfartyg för olja och kemikalier samt specialfartyg med särskilda funktioner, exempelvis isbrytare och forskningsfartyg (Transportstyrelsen, u.å.b; Satsa på Sjöfart, 2019). Fartygstyperna har olika tekniska egenskaper och arbetsuppgifter, vilket kräver specifik utbildning och kompetens ombord. Yrkesrollerna är traditionellt indelade i däck, maskin och intendenturavdelningar. Befattningarna ombord sträcker sig från befäl som sjökaptan och sjöingenjör, till manskap som matros och motorman. Varje befattning har olika utbildningsvägar som leder till möjliga yrken i branschen (Transportstyrelsen, u.å.a).

Idag finns det två sjöfartshögskolor i Sverige, en på Linnéuniversitetet i Kalmar samt en på Chalmers tekniska högskola i Göteborg. Det finns även ett tiotal gymnasieutbildningar inriktade på sjöfart runtom i Sverige (Sjöfartens Utbildnings Institut AB, u.å.). Antalet personer som söker till sjökaptensprogrammet och sjöingenjörprogrammet i Sverige minskade under 2010-talet (Beijer, 2020). Det var 1486 förstahandssökande till sjöbefälsutbildningarna i början av 2000-talet, medan det år 2022 hade minskat till 351 förstahandssökande (Hamark, 2022). Minskningen har skett i samma utsträckning på båda



lärosätena. Färre antagna till utbildningarna innebär att färre tar examen, vilket leder till en minskad tillgång på svensk kvalificerad arbetskraft (Beijer, 2020).

Enligt Thai och Latta (2010) har sjöfartsbranschen den minst representativa bilden av samtliga branscher globalt. En stor andel av befolkningen har begränsad kunskap om branschen och det inkluderar även yrkena till sjöss. Media uppmärksammar sjöfartsbranschen främst i samband med fartygsolyckor, piratattacker eller miljörelaterade incidenter. Det leder till att samhällets bild av sjöfarten antingen är negativ eller obefintlig. Den negativa bilden kan minska intresset för en karriär till sjöss, medan brist på information leder till att fler inte är medvetna om de möjligheter som sjöfarten erbjuder. Vidare menar Thai och Latta (2010) att arbetsgivare inom sjöfartsbranschen inte har lagt vikt på att de behöver hantera sitt rykte, och har med den anledningen inte haft tillräcklig marknadsföring. En möjlighet att förändra detta är att använda sig av bättre marknadsföring, särskilt riktad mot skolor.

Några exempel på åtgärder för att förbättra bilden av sjöfarten ges av Thai et al. (2013), som beskriver hur FNs sjöfartsorgan International Maritime Organization gjorde ett försök att öka medvetenheten genom en internationell kampanj. Syftet med kampanjen var att förändra den negativa bilden av sjöfarten och för att få verklig effekt krävdes kompletterande insatser på nationell nivå. I Singapore erbjuder staten stipendium till unga människor som vill bli sjöbefäl, och de har även sänkt inträdeskraven för att nå en bredare målgrupp. Thai et al. (2013) konstaterar att en rekommendation för att förbättra bilden och locka fler människor till sjöfarten är att sjöfartshögskolor i högre grad genomför skolbesök för att informera om de karriärmöjligheter som finns.

Branschorganisationen Svensk Sjöfart arbetar aktivt med kompetensförsörjning inom sjöfarten för att möta den ökade bristen på utbildad personal. En central del i arbetet är att öka ungas kännedom om yrkesmöjligheterna till sjöss och att stärka sjöfartsutbildningarnas synlighet. Genom initiativ som Camp Sjöfart får ungdomar testa på livet till sjöss under en helg. Andra initiativ innefattar evenemang och skolbesök riktade till studie- och yrkesvägledare. Med initiativen strävar Svensk Sjöfart efter att sprida information och väcka intresse för branschen. Organisationen deltar även i mässor och samarbetar med



skolor genom projektet Adopt a Ship, där elever får följa livet ombord på ett fartyg. Satsningarna är en del av Svensk Sjöfarts övergripande mål, vilken är att säkra framtidens kompetensförsörjning inom den svenska sjöfartsnäringen (Svensk Sjöfart, u.å.).

Trots att sjöfartsbranschen har studerats ur flera perspektiv, saknas kunskap om i vilken utsträckning sjöfartsbranschen synliggörs och når fram till ungdomar.

Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att belysa kunskapsläget om sjöfartsbranschen hos gymnasieungdomar i Sverige. Syftet kan brytas ner i följande frågeställningar:

Hur väl informerade är gymnasieungdomar i Sverige om sjöfartsutbildningar?

Hur beskriver gymnasieungdomar i Sverige sin kunskap om sjöfartsbranschen?

Teori och tidigare forskning

Föreningen Svensk Sjöfart är en nationell branschorganisation för rederier. Medlemmarna i organisationen består av cirka 60 rederier som bedriver bland annat passagerar- och godstrafik, där flera medlemmar har verksamhet internationellt men är baserade i Sverige. Medlemsrederierna representerar en stor bredd av den svenska sjöfartsnäringen, från stora rederier som Stena Line, Wallenius Marine och Viking Line till mindre aktörer inom offshore och närsjöfart. Svensk Sjöfart har som uppdrag att främja medlemmarnas gemensamma intressen samt bidra till en långsiktig, hållbar, säker och konkurrenskraftig sjöfartssektor i Sverige. Organisationens arbete omfattar bland annat opinionsbildning, samverkan med nationella och internationella myndigheter samt stöd till utveckling inom områden såsom miljö, digitalisering och kompetensförsörjning (Svensk Sjöfart, u.å.).

Camp Sjöfart är ett initiativ av Svensk Sjöfart. Initiativet syftar till att öka ungdomars intresse för sjöfartsutbildningar och karriärvägar till sjöss, samt samtidigt stärka branschens långsiktiga kompetensförsörjning (Svensk Sjöfart, u.å.). Camp Sjöfart är ett helgläger som



riktar sig till ungdomar mellan 18 och 21 år. Deltagarantalet är vanligtvis satt till omkring 20, och de får ta del av praktiska erfarenheter genom bland annat övningar i sjösäkerhet och simulatorer, fartygsbesök, samt olika moment där de får träffa studenter och yrkesverksamma inom branschen. Johan Hartler, ansvarig för kompetensförsörjning på Svensk Sjöfart, är en drivande kraft till initiativet. Konceptet inspirerades av tidigare rekryteringsinsatser, såsom Chalmers teknikinspirerade läger Camp Vera (Sjömannen, 2024). Utformningen av innehållet skedde i samarbete med flera aktörer inom sjöfartsbranschen och första genomförandet var 2024. Initiativet har genomförts vid två tillfällen, där andra tillfället hölls i september 2025 (Svensk Sjöfart, u.å.).

Baserat på Svensk Sjöfarts interna utvärdering av Camp Sjöfart (personlig kommunikation, 17 november 2025) framträder en bild av hur ungdomarna upplevde konceptet. Totalt deltog 41 ungdomar år 2024 och 2025, varav 38 besvarade utvärderingen. Resultatet visar att en stor andel av respondenterna, 74%, kan tänka sig att arbeta inom sjöfarten i framtiden, medan 24% uppger att de möjligen skulle kunna göra det. Vidare framkom att många ungdomar före deltagandet hade fått information om Camp Sjöfart genom personer i sin närhet, där hälften av deltagarna uppgav att de först hört talas om insatsen via anhöriga eller vänner. Samtidigt anger 42% att de tagit del av information genom sociala medier. Flera av deltagarna beskriver att de hade begränsad eller ingen tidigare kunskap om sjöfarten, samt att Camp Sjöfart gav dem en helt ny förståelse för branschen.

Ett annat initiativ av Svensk Sjöfart är träffar som är riktade för studie- och yrkesvägledare, som genomförs i samverkan med intresseorganisationen Maritimt Forum. Syftet med träffarna är att öka studie- och yrkesvägledarnas kunskap om sjöfartsbranschen och dess utbildningar, samt att stärka deras förutsättningar att informera elever om sjöfartsrelaterade studier och karriärmöjligheter. Träffarna har genomförts vid två tillfällen och ytterligare tre tillfällen är planerade under kommande år. Innehållet på träffarna har bestått av föreläsningar om sjöfartsnäringen, presentationer av olika yrkesroller, möten med studenter och praktiska moment som exempelvis simulatorövningar och fartygsbesök. En intern enkätundersökning som genomfördes efter träffarna visar överlag mycket positiva omdömen från deltagande studie- och yrkesvägledare. Resultatet indikerar att den här



formen av informationsinsatser kan bidra till ökad synlighet för sjöfarten inom utbildningssystemet (personlig kommunikation, 19 november 2025).

År 1985 introducerade sociologen Pierre Bourdieu en teori som beskriver hur olika former av kapital påverkar individers möjligheter och tillgångar till resurser i samhället. De kapitalformer som presenterades var bland annat ekonomiskt, socialt och kulturellt kapital. Ekonomiskt kapital omfattar pengar och materiella tillgångar, och kan användas för att investera i andra typer av kapital såsom utbildning eller sociala nätverk. Socialt kapital avser de relationer och nätverk som individer kan nyttja för att uppnå fördelar, det kan vara stöd, information eller yrkesmöjligheter. Kulturellt kapital handlar om kunskaper, färdigheter, utbildning och kulturell kompetens, det vill säga de kunskaper och vanor som värderas inom samhället och kan ge individer fördelar i sociala och utbildningsrelaterade sammanhang (Huang, 2019).

Den amerikanska filosofen Charles S. Peirce introducerade under slutet av 1800-talet tre grundläggande former som beskriver mänskligt resonerande: deduktion, induktion och abduktion. Deduktion innebär att människor drar logiska slutsatser utifrån etablerade regler eller teorier, medan induktion bygger på att generalisera utifrån observationer eller erfarenheter. Abduktion däremot förklarar hur människor formulerar den mest möjliga och rimliga förklaringen i situationer där kunskap eller information är begränsad eller helt avsaknad (Peirce, 1935).

Begreppet strategisk kommunikation innebär att organisationer planerar och anpassar sina budskap, kommunikationskanaler och tidpunkter efter målgrupp, med syfte att uppnå organisatoriska mål och skapa en förståelse hos mottagarna. För att kommunikationen ska vara effektiv är det viktigt att kombinera rationella och emotionella segment, där budskapet ska förmedla relevant information men även engagera mottagaren. Kommunikation utformas på ett sätt som är relevant och begripligt för målgruppen, samt att den genomförs systematiskt. Strategisk kommunikation handlar även om att göra medvetna val av kanaler och innehåll, samt att anpassa dessa över tid för att uppnå önskad effekt och spridning (Falkheimer & Heide, 2014).



Arbetskraftsbrist är ett begrepp som används för att beskriva ett faktiskt underskott på arbetare, men det kan också användas som ett retoriskt verktyg som ofta benämns som arbetskraftsbristsnarrativ eller rekryteringsdiskurs. Begreppet syftar till att stärka en branschs legitimitet, påverka utbildningspolitik och motivera riktade rekryteringsinsatser (Weber & Adăscăliței, 2024). Genom att framställa behovet av arbetare som akut eller som ett växande problem, kan branscher skapa en känsla av brådska och behov, även i de situationer där underskottet på personal är oviss eller mindre omfattande. Sådana framställningar används för att påverka både allmänhetens och politiska beslutfattares uppfattning om arbetsmarknadens tillstånd samt framtida kompetensbehov (Small et al., 2017).

Forskning om karriärutveckling belyser hur ungas yrkesval formas av psykologiska, sociala och strukturella faktorer. Wang och Wanberg (2017) framhåller att tidiga erfarenheter, såsom exponering för olika yrken, påverkar individers karriärval. Dessa erfarenheter formar ungas uppfattning om vad som är möjliga val. Branscher som låter unga få konkreta insyns möjligheter och tillfällen att prova på yrket, troligen kommer att vara mest framgångsrika i sin framtida rekrytering. Skolverket (2024) menar att elever vid val av gymnasieprogram i stor utsträckning påverkas både av sin umgängeskrets och av sociala medier. Generellt har ungdomar begränsad kännedom om olika yrken och utbildningar. Skolverket (2024) lyfter fram att tydlig information gällande utbildningsvägar och framtida karriärmöjligheter därför är en viktig del av skolans studie- och yrkesvägledning. Dessutom visar Valentine (2023) att föräldrar är en avgörande faktor bakom ungas utbildnings- och yrkesval. Föräldrarnas utbildningsnivå samt deras aktiva stöd påverkar vilka alternativ unga överväger.

Teorin *circumscription and compromise* av Gottfredsson belyser hur ungdomar stegvis begränsar sina valmöjligheter. Enligt Administrator (2016) innebär teorin att barn och ungdomar tidigt utesluter yrken som de uppfattar som oförenliga med sina föreställningar om kön, social status eller tillhörighet. Teorin beskriver också hur yrken som upplevs som okända eller avvikande, sällan blir aktuella alternativ. *Social cognitive career theory* erbjuder enligt Lent et al. (2002) ytterligare en förklaring på hur unga gör sina karriärval. Teorin beskriver samspelet mellan individuella faktorer och sociala omgivningar. Inom dessa faktorer är en av de viktigaste delarna modellinlärning, att observera förebilder som



lyckas inom ett specifikt område. Vidare framhåller Lent et al. (2002) att unga i högre grad uppfattar ett yrke som genomförbart när de ser personer de kan identifiera sig med inom det området. Betydelsen av förebilder bekräftas även av Valentine (2023), som visar att ungdomar med närstående i ett visst yrke oftare uppfattar det som ett realistiskt alternativ för dem själva.

Utifrån en intern enkätundersökning av förstaårseleverna på sjökaptens- och sjöingenjörsprogrammet vid Linnéuniversitetet (personlig kommunikation, 26 november 2025), ges en bild av bakgrunden till studenternas utbildningsval. Enkäten besvarades av 21 studenter på sjöingenjörsprogrammet, medan 56 studenter på sjökaptensprogrammet svarade på enkäten. Resultatet visar att digitala informationskällor spelar en central roll i hur studenterna mottagit information om att utbildningen finns i Kalmar. Drygt 40% av sjöingenjörsstudenterna och över hälften av sjökaptensstudenterna anger att de själva aktivt sökt upp information via internet. Andra informationskanaler förekommer men inte i samma utsträckning. Kanalerna utgörs av bland annat studievägledare, öppet hus och rekommendationer från vänner och familj.

Image är enligt Jensen et al. (2015) de föreställningar, idéer och intryck som individer har om ett fenomen. Det formas genom hur människor tar in och tolkar information i sin omgivning, och innefattar både konkreta egenskaper och känslomässiga intryck. Jensen et al. (2015) menar att image är mångdimensionellt och därför kan olika aspekter, som till exempel arbetsvillkor och livsstil, påverka hur en bransch uppfattas. Thai et al. (2013) beskriver att begreppet employment branding innebär att organisationen aktivt arbetar för att förbättra sin image. Det kan innebära att arbetsgivaren arbetar för att framstå som attraktiva och pålitliga. Insatser behöver riktas mot unga för att påverka deras bild av branschen, och att en effektiv employment branding kräver samverkan mellan organisationer, utbildningsaktörer och myndigheter.

Jensen et al. (2015) jämförde i en enkätstudie bilden av sjöfartsbranschen i Sverige, Norge och Grekland hos gymnasieelever. Syftet var att identifiera vilka faktorer som påverkar ungas uppfattning om branschen och deras inställning till en framtida karriär till sjöss. Resultaten visar att två dimensioner var särskilt avgörande för svenska ungdomars



uppfattning: belöning, såsom lön och karriärmöjligheter, samt livet ombord, vilket omfattade arbetsmiljö, trivsel och vardagliga förhållanden till sjöss. Dessa faktorer hade en direkt inverkan på hur attraktivt yrket uppfattades.

Vidare framkom av Jensen et al. (2015) att ungdomar med tidigare erfarenheter av båtliv, eller med någon i sin närhet som arbetar inom sjöfarten, i högre grad övervägde en karriär till sjöss. En av studiens centrala slutsatser är att riktad marknadsföring mot ungdomar kan spela en betydande roll för att påverka ungas inställning till branschen. Jensen et al. (2015) menar att sociala medier kan fungera som en effektiv kommunikationskanal genom att skapa en känsla av gemenskap, där unga kan dela erfarenheter och intressen kopplade till sjöfarten. Författarna föreslår även att sådana digitala insatser kan kompletteras med evenemang där ungdomar får möjlighet att praktiskt testa på sjörelaterade aktiviteter.

Liknande teman behandlas i en kombinerad enkät- och intervjustudie av Zaar och Hammarstedt (2011) som undersökte hur marknadsföringskampanjer i början av 2000-talet i Sverige påverkade ungdomars inställningar till en framtid inom sjöfarten. Syftet var att identifiera hur kampanjerna påverkade ungdomars intresse för yrket och vilka faktorer som bidrog till förändrade uppfattningar. Resultatet visar att kampanjerna bedömdes som framgångsrika, vilket bland annat återspeglades i en ökning av antalet ansökningar till sjöfartsutbildningar på gymnasial och universitetsnivå. Framför allt ökade intresset hos ungdomar som tidigare saknade kunskap om yrket. Författarna påpekar dock att ökningen kan ha berott på andra faktorer än marknadsföringskampanjerna. Zaar och Hammarstedt (2011) menar att andra samtidiga faktorer, som till exempel populära TV-serier eller program med maritimt tema, kan ha bidragit till att väcka ett ökat intresse för branschen.

Zaar och Hammarstedt (2011) lyfte dessutom att både International Maritime Organization (IMO) och Young Seafarers' Focus Group (YSFG) har uppmärksammat den negativa bilden av sjöfarten som ett centralt problem för sjöfartsbranschens kompetensförsörjning. Som exempel nämns att piloter ofta framställs som hjältar i media, medan sjöfolk i vissa fall porträtteras som kriminella. Enligt Zaar och Hammarstedt (2011) bidrar detta till unga människors bild av branschen.



Vidare framhåller Zaar och Hammarstedt (2011) att kampanjerna huvudsakligen riktade sig till ungdomar på gymnasienivå. Med anledning av att många ungdomar börjar reflektera över framtida karriärval redan under högstadiet menar författarna att framtida insatser även bör inkludera denna åldersgrupp. Insatser som föreslås är bland annat studiebesök på arbetsplatser, skolbesök av yrkesverksamma sjöfarare samt informationsfilmer som skildrar unga människors liv inom sjöfartsyrken.

Utöver den svenska forskningen har även internationella studier undersökt hur bilden av sjöfarten och marknadsföring påverkar ungas attityder till en karriär till sjöss. Chen et al. (2021) genomförde en enkätstudie som belyser sambandet mellan ungas uppfattning om branschen och deras vilja att arbeta till sjöss. Resultatet visar att en positiv uppfattning om sjöfarten stärker intentionen att söka sig till en anställning inom sjöfarten, medan en negativ uppfattning i stället ökar motståndet mot att välja en karriär inom branschen. Studien visar även att bostadsort kan påverka ungas attityder, då majoriteten av de studerande med en positiv inställning till sjöfarten kom från områden med starka maritima traditioner. Enligt Chen et al. (2021) kan branschen genom strategisk kommunikation bidra till att skapa en mer positiv bild av yrket, vilket i sin tur kan stärka branschens offentliga framställning och få fler intresserade av utbildningar och arbeten till sjöss.

I linje med detta belyser Caesar och Fei (2018) att rekryteringsutmaningarna inom sjöfartsnäringen är ett globalt problem som till stor del beror på branschens svaga och föråldrade anseende. Studien bygger på en litteraturgenomgång och analys av tidigare forskning. Resultatet visar att sjöfartsyrket ofta uppfattas som fysiskt krävande, hierarkiskt och isolerat, vilket står i kontrast till yngre generationers värderingar om balans mellan arbete och fritid, personlig utveckling och sociala arbetsmiljöer. Denna värdekonflikt har, enligt Caesar och Fei (2018), bidragit till att intresset för en karriär till sjöss har minskat i flera länder, trots ett växande behov av kvalificerad personal.

Både Chen et al. (2021) och Caesar och Fei (2018) framhåller att rekryteringsstrategier bör fokusera på att förändra branschens anseende genom långsiktiga och målgruppsanpassade kommunikationsinsatser. Caesar och Fei (2018) argumenterar vidare för att kommunikationen bör lyfta fram sjöfartens roll i global handel och hållbar utveckling samt



visa hur ny teknik och gröna innovationer förändrar arbetet till sjöss. På så sätt kan branschen skapa en mer attraktiv och realistisk bild av yrket och därigenom bidra till en mer hållbar kompetensförsörjning globalt.

Takimoto (2021) betonar vikten av att tidigt väcka intresse för sjöfartsyrken genom ett nära samarbete mellan skolor och branschaktörer på olika nivåer. Studien genomfördes som en fallstudie som jämförde olika undervisningsformer, föreläsningar, studiebesök och praktiska lektioner för att undersöka vilken form som var mest effektiv för att väcka elevernas intresse för sjöfartsyrken. Resultatet visar betydelsen av aktiviteter som ökar ungas förståelse för havet och för yrken till sjöss, och menar att maritima och marina inslag på längre sikt bör integreras i den ordinarie undervisningen. Takimoto (2021) framhåller vidare att utbildningen bör utformas på ett sätt som engagerar och motiverar eleverna, exempelvis genom praktiska moment snarare än enbart teoretiska föreläsningar. Vidare lyfter författaren vikten av att unga får tillgång till förebilder inom sjöfarten, eftersom dessa kan spela en central roll i deras framtida karriärval.

Metod

Arbetet grundas i en kvalitativ metod i form av fokuserade gruppintervjuer med semistrukturerad karaktär. En kvalitativ metod är lämplig att använda med tanke på att denna studie behandlar personliga erfarenheter och åsikter. Med en kvalitativ metod kan en djupgående studie erhållas med detaljerade beskrivningar, till skillnad från en kvantitativ metod. I en fokusgrupp samlas ett begränsat antal personer för att resonera om tankar, känslor och erfarenheter inom ett bestämt ämne. Lämplig tid för intervju är mellan en och en halv till två timmar (Denscombe, 2018). Till skillnad från enskilda intervjuer kan deltagare i fokusgrupper interagera med varandra, ställa frågor och tillsammans utveckla sina resonemang. Det kan generera insikter som i andra fall riskerar att förbli oupptäckta. I detta arbete användes fokuserade gruppintervjuer med semistrukturerad karaktär, vilket innebar att interaktionen i gruppen till viss del styrdes (Wibeck, 2010).



Urval

Ett urval till fokusgrupperna genomfördes på ett strategiskt sätt med utgångspunkt i studiens syfte att belysa ungdomars kunskap och kännedom om sjöfartsbranschen och sjöfartsutbildningar. Målsättningen var att hålla i två fokusgrupper bestående av gymnasieelever som skulle kunna bidra med relevanta och varierande perspektiv.

Urvalet utgjorde ett bekvämlighetsurval, där två gymnasieskolor i Småland valdes ut på grund av geografisk närhet och studiens tids- och resursmässiga begränsningar (Denscombe, 2018). För att fånga en viss variation i elevernas förutsättningar inkluderades både en inlandsskola och en kustnära skola. Vidare begränsades urvalet till att inkludera gymnasieelever som studerade ett högskoleförberedande program. De två gymnasieskolorna skiljde sig även åt i fråga om studie- och yrkesvägledarnas deltagande i de SYV-träffar som arrangerats av Svensk Sjöfart genom Maritimt Forum. På den kustnära skolan hade studie- och yrkesvägledaren möjlighet att delta vid ett sådant tillfälle, medan vägledaren på inlandsskolan inte deltagit. Skillnaden bedömdes som relevant eftersom elevernas kunskap och kännedom om sjöfartsbranschen kan påverkas av den information som deras studievägledare har tillgång till.

Båda fokusgrupperna planerades att omfatta fyra till sex deltagare, vilket enligt Wibeck (2010) är en lämplig gruppstorlek för att både skapa interaktion och samtidigt kunna ge utrymme till varje deltagare att uttrycka och förklara sina uppfattningar. Interpersonella faktorer, såsom att deltagarna sedan tidigare kände varandra, bedömdes som positivt. Wibeck (2010) menar att fokusgrupper där deltagarna redan har en tidigare relation med varandra kan underlätta diskussionen och göra den mer naturlig. Dessutom var fokusgrupperna homogena med avseende på att deltagarna hade liknande socioekonomisk bakgrund. En fördel med homogena grupper är enligt Wibeck (2010) att det ger möjlighet för deltagarna att relatera till varandras erfarenheter och underlätta förståelsen för varandra.



Genomförande

På två gymnasieskolor kontaktades respektive elevkår via direktmeddelande på Instagram med en förfrågan om deltagande i fokusgrupperna. Rekryteringen av deltagare genomfördes via respektive kontaktperson, som bistod med att sammanställa en grupp med deltagare. I förfrågan efterfrågades sex till sju deltagare per fokusgrupp. Detta gjordes för att minska risken för bortfall, då Wibeck (2010) framhåller att ett något större antal inbjudna deltagare än minimiantalet kan bidra till att fokusgruppen kan genomföras även om någon uteblir. Tidpunkt för respektive fokusgrupp fastställdes cirka en vecka i förväg. I enlighet med Wibecks (2010) rekommendationer följdes den initiala kontakten upp genom ytterligare kommunikation. Dagen före respektive fokusgrupp kontaktades respektive ansvarig kontaktperson via Instagram för att bekräfta deltagandet för samtliga deltagare.

Intervjuerna genomfördes under eftermiddagar för att ta hänsyn till deltagarnas skolscheman. För att bidra till en avslappnad och trygg atmosfär tillhandahölls fika under intervjutillfällena. På inlandsskolan bestod fokusgruppen av sex deltagare och intervjun genomfördes i ett avskilt rum på gymnasieskolans bibliotek. Miljön var lugn och ostörd, vilket möjliggjorde koncentration och samtal utan yttre störningsmoment. På den kustnära skolan deltog sju elever i fokusgruppen och intervjun hölls i elevkårens kontor på gymnasieskolan, en miljö som deltagarna var välbekanta med och som upplevdes som informell och trygg. Genomförande i en välkänd miljö för deltagarna bidrog till mer spontana och livfulla diskussioner i enlighet med Wibeck (2010).

Dokumentationen av samtalen genomfördes genom ljudupptagning. Enligt Wibeck (2010) är ljudinspelning en lämplig dokumentationsmetod i fokusgrupper, eftersom deltagarna inte uppmärksammade inspelningen och därmed kunde samtala relativt obehindrat. För inspelningen användes appen Röstmemo på två mobiltelefoner. Telefonerna placerades centralt på borden för att optimera ljudkvaliteten. Två enheter användes för att säkerställa redundans och minimera risken för dataförlust.

Som intervjuguide användes en mindmap (se Bilaga) med strukturerade teman kopplade till studiens frågeställningar och syfte. Mindmapen var färgkodad för att underlätta transkribering och analys. Frågeställningarna bröts initialt ner i två övergripande teman;



sjöfartsbranschen och sjöfartsutbildningar, som motsvarade en av studiens två frågeställningar. Dessa övergripande teman tilldelades varsin färg i mindmapen, medan frågor som berörde båda temana markerades med en separat färg. I det efterföljande analysarbetet bröts de två övergripande temana ner i mer konkreta och hanterbara delteman. De delteman som identifierades var; information innan gymnasievalet, information om studier på högskola och universitet, kännedom om arbeten till sjöss samt associationer till sjöfart. Dessa fyra delteman utgör även underrubrikerna i resultatkapitlet.

Under intervjuerna togs gemensamt ansvar för upprätthållande och stimulans av diskussionerna. Syftet med ett gemensamt ansvar var främst att underlätta gruppinteraktion snarare än att styra samtalet i en viss riktning, i linje med Denscombes (2018) beskrivning av fokusgruppsmetodik. Intervjuerna inleddes med en kort presentationsrunda där deltagarna fick berätta om sig själva för att skapa trygghet i gruppen. Därefter fick deltagarna börja med en självskattning av sin kunskap gällande sjöfartsbranschen och dess utbildningar. Majoriteten av deltagarna placerade sig mycket lågt på en tiogradig kunskapskala och uttryckte stor osäkerhet kring både utbildningsvägar och yrkesinnehåll. I enlighet med Wibeck (2010) ställdes en fråga i taget utifrån mindmapen. När ett ämne av intresse togs upp av deltagarna ställdes följdfrågor utifrån intervjuguiden.

Bearbetning och analys

Efter genomförda fokusgrupper transkriberades det inspelade materialet i Microsoft Word med hjälp av programmets automatiska transkriberingsfunktion. De ord och formuleringar i de genererade transkriberingarna som inte återgavs korrekt korrigerades manuellt. Wibeck (2010) menar att transkribering ger ett bra underlag för en systematisk och fördjupad analys.

Det inspelade materialet genererade cirka 200 sidor transkriberad text, vilket krävde en systematisk och strikt analys. Materialet analyserades med hjälp av en deduktiv tematisk analys. En tematisk analys innebär enligt Denscombe (2018) att identifiera och analysera återkommande teman i det empiriska materialet. Eftersom analysen var deduktiv utgick kodningen från identifierade teman som var kopplade till studiens syfte och



frågeställningar. Analysen syftade till att identifiera gemensamma uppfattningar, variationer och meningsskiljaktigheter i deltagarnas resonemang samt att belysa möjliga förklaringar till dessa.

De fyra delteman som identifierades i analysarbetet; information innan gymnasievalet, information om studier på högskola och universitet, kännedom om arbeten till sjöss samt associationer till sjöfart, var direkt kopplade till studiens två frågeställningar. Den första frågeställningen besvarades genom temana; information innan gymnasievalet och information om studier på högskola och universitet. Den andra frågeställningen kopplades till temana; kännedom om arbeten till sjöss och associationer till sjöfart. Det transkriberade materialet färgkodades i enlighet med dessa teman, där varje deltema tilldelades en specifik färg. Genom färgkodningen sorterades innehållet i de olika diskussioner utifrån vilket tema de relaterade till, med syfte att underlätta strukturering och jämförelse av materialet. Detta möjliggjorde en tydlig överblick av hur olika teman uttrycktes och förekom i fokusgrupperna.

Processen bestod av flera delar. Första delen ägde rum vid intervjutillfällena där frågor ställdes utifrån studiens övergripande teman. Andra delen utspelade sig i analysarbetet där det transkriberade materialet färgkodades utifrån studiens fyra identifierade delteman. Exempelvis hade deltagarna en diskussion om vanliga fartygstyper, vilket tillhörde det övergripande temat sjöfartsbranschen. I det efterföljande analysarbetet fick citatet "Kajak är väl ingen båt?" färgkoden orange. Färgkoden kopplades sedan till deltemat associationer till sjöfart.

Etiska frågor och ställningstaganden

Deltagarna i fokusgrupperna upplystes om att medverkan var frivilligt och att resultatet inte kunde komma att kopplas till specifik person. Dessutom informerades deltagarna om studiens syfte samt att de när som helst hade rätt att avbryta sitt deltagande. Innan gruppintervjuerna lämnade deltagarna muntligt samtycke (Vetenskapsrådet, 2018).



En minoritet av deltagarna var vid intervjutillfället under 18 år. Med hänsyn till minderåriga deltagare behandlades inga känsliga personuppgifter. Det inspelade materialet lagrades på lösenordsskyddade enheter och användes endast i analysarbetet. Efter publicering av studien raderas ljudfiler och arbetsmaterial.

Resultat

Information innan gymnasievalet

Deltagarna uppgav genomgående att de har mycket begränsad eller ingen kännedom om sjöfartsutbildningar på gymnasienivå. Flera deltagare angav att sjöfartsutbildning inte var ett alternativ de övervägde vid sitt gymnasieval och att de inte fått någon information om sådana utbildningar inför valet.

Det var inte ens ett alternativ för man visste inte ens att det existerade. Jag fick nu efter att jag börjat gymnasiet veta att det fanns, men visste ingenting innan.

Skolan och studie- och yrkesvägledningen framkommer som begränsade informationskällor. Flera deltagare uppgav att de inte fick någon information om sjöfartsrelaterade utbildningar inför sitt gymnasieval och att valet i stället baserades på utbildningar de redan kände till. En deltagare från den kustnära skolan beskrev att informationen om sjöfart saknades helt och att ansvaret för att söka kunskap låg på eleven själv.

Vi fick ju ingenting om sjöman eller så. Det var ju inte så att någon sa att vi skulle kolla in vissa, utan då var det mer att man själv fick välja. Och då blir det ju mer att man gick till det man kände. Man hade ju inte koll heller på det praktiska. Jag visste faktiskt inte ens att det fanns och vi är ändå nära havet.

Några deltagare på den kustnära skolan nämnde att de hört talas om ett seglande gymnasium eller sjöfartsinriktade utbildningar, men ingen kunde beskriva närmare vad dessa utbildningar innehåller, var de finns eller vilka yrken de leder till. Samtliga på



inlandsskolan var ovetandes om att sådan utbildning existerade. Deltagare uppgav att sjöfartsutbildning inte presenterats på deras skola genom studie- och yrkesvägledning, öppet hus eller informationsinsatser riktade mot deras grundskola. En del av deltagarna upplevde att studie- och yrkesvägledaren på sina respektive grundskolor inte informerade om olika utbildningar, utan istället grundat sin vägledning på de yrken som studie- och vägledaren ansett vara i behov av arbetskraft.

Nu när vi snart ska ta studenten och man börjar tänka på vad man vill göra så inser man att det finns så mycket mer som man kan göra, plugga och jobba med som man inte hade någon aning om innan. Ju mer man går in och kollar vad det finns för vidareutbildningar, desto mer upptäcker man, man får inte del av den informationen från SYV:en till exempel. Det här [sjöfart] visste jag inte ens var möjligt, och det finns ju säkert olika utbildningar inom det här också.

När deltagarna beskrev sina egna val av gymnasieprogram framkom att valet i stor utsträckning grundades i personliga intressen, upplevd svårighetsgrad och sociala faktorer. Flera deltagare uppgav att de valde sitt gymnasieprogram eftersom det uppfattades som lagom krävande och med ett intressant innehåll. Andra faktorer som nämnades var en bred utbildning som gav stora möjligheter att utbilda sig vidare. Valet påverkades även av skolans utbud och geografiska förutsättningar, där deltagarna beskrev att alternativen var begränsade till ett fåtal gymnasieskolor. Familjens erfarenheter, som syskon eller föräldrar som tidigare gått på samma skola, nämnades även som en bidragande faktor.

[Information om studier på högskole- och universitetsnivå](#)

Kännedomen om sjöfartsutbildningar på universitetsnivå beskrevs som låg. Flera deltagare uppgav att de inte kände till att det fanns universitetsutbildningar inom sjöfart innan fokusgruppstillfället eller förrän efter att de påbörjat gymnasiet. Den kunskap som fanns var övergripande och saknade detaljer. Deltagarna beskrev utbildningarnas innehåll i generella termer och nämnde främst grundläggande moment kopplade till navigation.



Jag tror man får lära sig, men det beror på om man ska bli kapten eller så, men mycket om kartor över havet, vad olika tecken betyder, olika fyrar och det.

När universitetsutbildningarna diskuterades beskrev deltagarna dem som mer specialiserade än gymnasiala utbildningar och kopplade dem främst till högre befattningar ombord, som till exempel kapten. Utbildningarna uppfattades som inriktade mot specifika yrkesroller, och deltagarna antog att de ges vid ett flertal lärosäten belägna längs med Sveriges kuster. Innehållet i utbildningen beskrevs med antaganden i form av moment som navigation, ledarskap, säkerhet, planering och krishantering samt praktiska inslag som till exempel praktik. Även marinbiologi nämndes då deltagarna resonerade kring miljöaspekter. Några av deltagarna antog att studenter efter examen behöver genomföra lärlingstimmar, liknande andra praktiska arbeten. Deltagarnas uppfattningar om utbildningarnas längd, med uppskattningar varierade mellan två och fem år. Samtidigt antog deltagarna även att alla behöver vara utbildade i grundläggande sjukvård, som till exempel hjärt- och lungräddning.

Om man tänker såhär på allmänna arbetsplatser, typ på skolan så är säkert lärarna HLR utbildade så tänker att de borde finnas på båtar med.

När deltagarna ombads beskriva hur de trodde att könsfördelningen ser ut inom sjöfartsutbildningar och yrken uppgav de att den uppfattades som könsuppdelad. Deltagarna beskrev att befattningar som kapten och arbete inom maskin främst förknippas med män, medan arbete inom service uppfattades som mer kvinnodominerade. Vid uppskattning av könsfördelning i en sjöfartsutbildning med cirka 30 studenter angav deltagarna att antalet kvinnor sannolikt var lågt. Flera deltagare uppskattade att det rörde sig om omkring fem till sju kvinnor i en klass, vilket även bekräftades när den faktiska siffran nämndes.

Jag tänker såhär, båtar och ingenjörer eller när det handlar om båtar och hav, det känns lite grabbigt, det känns som att killar drar sig mot det.

Alltså ingenjörsutbildningarna generellt så känns det som att eftersom det redan är så mycket killar att så är det lite läskigt att om man ska gå in som ensam tjej, det är inte jättekul. asså jag har tänkt att jag alltid vill plugga ingenjör men man vet ju att antagligen



kommer det inte vara så många tjejer och det är inte så kul och att det påverkar att det inte är så många tjejer.

Kännedomen om Camp Sjöfart var låg bland deltagarna, och ingen uppgav att de hade hört talas om initiativet före fokusgruppsstillfället. Begreppet associerades till någon form av utbildning, skola eller läger och beskrevs som en möjlig satsning för att introducera unga till sjöfart. Det framkom osäkerhet kring vad Camp Sjöfart faktiskt innebär och deltagarna saknade konkret information om innehåll och syfte.

Deltagarna beskrev behörighetskraven till sjöfartsutbildningar som relativt höga och kopplade dem främst till högskoleförberedande studier. Krav på matematik, naturvetenskapliga ämnen som fysik och kemi samt engelska nämndes. Flera deltagare antog att det krävs särskild behörighet genom naturvetenskapligt eller tekniskt program, alternativt kompletterande studier som basår. Utöver formell behörighet lyfte deltagarna även fram fysiska och medicinska krav för arbete till sjöss. Syn, fysisk förmåga och hälsa nämndes som viktiga faktorer, och även begränsningar kopplade till vissa sjukdomar som exempelvis epilepsi och diabetes.

Du får inte köra bil om du har epilepsi. Om du har epilepsi sjukdom, varför skulle du få köra ett fartyg? Vem skulle förskriva ett sånt intyg?

Deltagarna gjorde en jämförelse med mönstring inför värnplikten då alla personer ska genomföra ett IQ test. De resonerade att det därför även kan finnas inom sjöfarten. Deltagarna beskrev även att simkunnighet, livräddningsförmåga och fysisk kapacitet uppfattades som nödvändiga, speciellt vid nödsituationer som att överge fartyg.

[Kännedom om arbeten till sjöss](#)

När för- och nackdelar med arbete till sjöss diskuterades framträdde en tveksamhet. Deltagarna lyfte fram positiva aspekter såsom möjligheten att resa, få unika erfarenheter, arbeta i nära team och ha sammanhängande ledighet. Yrket beskrevs som spännande och utvecklande, särskilt i vissa livsfaser. Samtidigt betonades nackdelar som lång frånvaro från



familj och vänner, begränsat privatliv, säkerhetsrisker och social isolering. Osäkerhet kring arbetsvillkor, sjukvård och arbetsmiljö bidrar till en försiktig hållning. Yrket uppfattades som attraktivt i teorin men svårt att förena med ett vanligt liv. Utöver detta nämnde deltagarna en oro för svåra väderförhållanden och havet, och drog paralleller till historiska fartygsolyckor som exempelvis Titanic och Estonia.

Man har hört om båtolyckor och sånt med olika färjor, som Estonia, som sätter sig lite. Man har respekt för att vara ute på havet om det skulle vara storm och åska, det är läskigt. Man kan inte ta sig någonstans om det skulle hända något.

När deltagarna beskrev arbetsmiljö och vardag ombord framkom varierande föreställningar. Möjligheterna till fritid uppfattades som beroende av fartygstyp, där kryssningsfartyg beskrevs ha fler faciliteter medan lastfartyg uppfattades erbjuda begränsade möjligheter. Fritiden antogs främst ha bestått av enklare aktiviteter såsom träning, vila i hytten eller tv-tittande. Deltagarna uttryckte även osäkerhet kring arbetstider och schemaläggning, vilka beskrevs som arbete i långa pass och ibland i skift. På inlandsskolan beskrev deltagarna att arbetsdagarna förmodligen kan se olika ut beroende på vilket fartyg man jobbar på. De menade att på lastfartyg, kryssningsfartyg och inom militären arbetar man långa pass, medan på färjan mellan Sverige och Danmark gör man inte det.

Jag tänker att det beror helt på, alltså om det är Danmarksfärjan, Tysklandsfärjan så kanske det är lite mer vanligt. Men är det en kryssning till Karibien, eller när du kör långt så är det kanske bara två veckor, sen är du ledig två veckor. Men är du på Danmarksfärjan så kan du jobba 8-17 som en vanlig person.

Tillgången till internet uppfattades ha varit varierande och beroende av fartyg och geografiskt läge. Deltagarna antog utifrån egna erfarenheter av att ha åkt färja mellan Sverige och Danmark att det finns internet ombord, men med dålig täckning.

När deltagarna ombads beskriva vilka yrken som finns inom sjöfarten nämndes främst sjökaptan samt arbete ombord på passagerarfartyg, särskilt inom restaurang- och serviceverksamhet. På inlandsskolan menade deltagarna att yrket kaptan kan liknas vid en projektledare, vars ansvar ligger på att få allt att fungera ombord, bland annat samarbetet



mellan olika avdelningar. Flera deltagare på den kustnära skolan beskrev att de kände till arbete på kryssningsfartyg eller privata båtar genom äldre syskon, vänner eller bekanta som arbetat utomlands. Majoriteten av deltagarna på inlandsskolan antog att det finns kokkar ombord på vissa fartyg, men förmodligen inte på fartyg som går kortare resor. Vissa yrkesroller kopplades även till lastfartyg, där deltagarna i de båda fokusgrupperna nämnde några få arbetsuppgifter relaterade till last och placering av gods, som till exempel bilar ombord. Samtidigt framkom osäkerhet kring benämningar, ansvarsfördelning och hur yrkesrollerna är organiserade. Yrket matros beskrevs som en hjälpande hand till kaptenen, och liknades vid en undersköterska till en sjuksköterska. Matros ansågs vara en yrkesroll med arbetsuppgifter som exempelvis underhåll och förtöjning. När samtalet berörde arbetet i maskinrummet framkom att deltagarna hade begränsad kunskap om dessa yrkesroller. Arbetsuppgifterna beskrevs i generella termer som tekniskt underhåll och övervakning.

Något sånt där med olja och kasta kol, men båtarna drivs väl inte av samma längre? Någon som ändrar farten, tänker typ Titanic. Det finns väl säkert någon som jobbar med att hålla koll på att inget går sönder, kanske en tekniker?

När deltagarna ombads beskriva vilken kunskap de skulle vilja lära sig mer om gällande sjöfart framkom ett intresse för säkerhet, risker och hur man hanterar kritiska situationer till sjöss. Flera deltagare vid den kustnära skolan uttryckte nyfikenhet kring piratverksamhet och hur fartyg förbereds vid passage genom riskområden. Deltagarna var även intresserade av frågor om vad som händer vid olyckor, hur räddning går till och vilka beredskapslösningar som finns ombord. Deltagarna på inlandsskolan var intresserade av hur lönerna ser ut till havs, vad det finns för jobbmöjligheter samt vilka fler utbildningar som existerar. Dessutom var alla deltagare nyfikna på hur det är möjligt att vistas till sjöss under längre perioder, med tanke på psykisk anpassning och försörjning av mat.

När deltagarna på den kustnära skolan ombads ta ställning till om de skulle kunna tänka sig att arbeta till sjöss framkom en delad inställning i gruppen. Cirka hälften av deltagarna uttryckte ett intresse för arbete till sjöss, medan övriga inte var intresserade. De deltagare som var positiva angav att de kunde tänka sig arbete till sjöss i begränsad form, exempelvis som sommarjobb eller tillfälligt arbete inom service på passagerarfartyg eller privata båtar,



men inte i befattningar som kapten eller inom maskin. När deltagarna som studerade vid den inländska skolan fick liknande fråga så svarade alla att de hade varit intresserade av att få ytterligare information om de hade fått informationen om att sjöfartsgymnasium var ett alternativ när det skulle välja gymnasieutbildning.

Associationer till sjöfart

Flera deltagare från den kustnära skolan hade en stark personlig relation till havet. De beskrev en uppväxt nära vatten, fritidsbåtliv, seglarskola och familjetraditioner kopplade till kust och skärgård. Samtidigt har denna relation inte översatts till ett intresse för sjöfart som yrke. Deltagarna uppfattade sjömansyrket som skilt från sina egna erfarenheter av havet.

Inte så mycket familj för mig för när jag tänker på min familj och båt och sånt, det är bara när vi åker ut på utflykter med båt. Men inte som sjöman, det känns som något annat.

Till skillnad från den kustnära skolan hade majoriteten av deltagarna på inlandsskolan en svag personlig koppling till havet. Exempel som nämndes var föräldrar som gjort värnplikt inom marinen och enstaka resor med färja mellan Sverige och Danmark eller Sverige och Tyskland. Deltagarna menade att deras geografiska position var en bidragande faktor till deras svaga personliga koppling.

För mig känns havet långt borta, där vi bor nu i Småland. Det känns som att vi har mer koppling till skogen och skogsbruk.

Deltagarnas spontana associationer till begreppen sjöman och sjöfart präglades i hög grad av visuella och kulturella stereotyper. Beskrivningar kretsade kring uniformer och historiska referenser, som till exempel Titanic. På inlandsskolan utgjorde militären en gemensam association i resonemang kring begreppen. Deltagarna hade nyligen exponerats för information om militären genom nyhetsrapportering i sociala medier och tv, men de hade även tilldelats information om militären då flera skulle göra värnplikt. Deltagarnas övriga kunskap om sjöfart kommer främst från populärkultur, sociala medier och i viss mån familj och vänner. En av deltagarna hade en vän som utbildade sig till sjöfarare och hade



därmed en viss föreställning om vad det kan innebära. Tv-serier som *Över Atlanten* och *Below Deck*, utgör en central referenspunkt, men även TikTok nämns som en betydelsefull källa till bilder av livet till sjöss. En deltagare beskrev dessa bilder som formade av dramatik och risker.

Ja, stora båtar som håller på och sjunker. Det är läskigt, och typ pirater får jag upp utanför Afrika.

Deltagarnas begränsade kunskap om sjöfart återspeglades även i deras förståelse av centrala branschbegreppet. När deltagarna på den kustnära skolan ombads beskriva vad de associerade till ordet rederi framkom ovisshet. Begreppet kopplades initialt till räddning, utrustning och praktiska funktioner ombord. Även deltagarna på inlandsskolan hade bristfällig kännedom om begreppet rederi, men kom även dem sedan att koppla de med någon form av räddning. Säkerhet och kustbevakningen kom upp på tal när de resonerade kring begreppet.

Om det händer någonting ute på havet, alltså räddningstjänsten fast på båt.

Rederi associerades inte spontant till företag eller organisationer inom sjöfarten. Först när exempel på välkända färjelinjer och fartyg nämndes, kunde deltagarna nämna några enskilda företag som äger och driver fartyg.

Vid resonemang om olika fartygstyper berördes främst mindre fritidsbåtar. Exempel som vattenskoter, segelbåt, motorbåt, optimistjolle och kajak nämndes återkommande. Även färjor nämndes och deltagarna på inlandsskolan tog även upp stridsfartyg och aircraft carrier, men i övrigt förekom få exempel på större kommersiella fartyg.

Diskussionerna avslutades med ytterligare en självskattning av kunskap om sjöfartsbranschen och dess utbildningar. Majoriteten av deltagarna angav en låg men något högre siffra på den tiogradiga kunskapsskalan jämfört med den inledande självskattningen.



Diskussion

Resultatdiskussion

Syftet med detta arbete var att belysa kunskapsläget om sjöfartsbranschen hos svenska ungdomar. Syftet bröts ner i följande frågeställningar:

Hur väl informerade är ungdomar i Sverige om sjöfartsutbildningar?

Hur beskriver ungdomar i Sverige sin kunskap om sjöfartsbranschen?

Resultatet visar att ungdomars kännedom om sjöfart, sjöfartsutbildningar och yrken till sjöss är låg, oavsett geografisk närhet till havet. Detta ligger i linje med tidigare forskning som menar att sjöfarten är en bransch med svag synlighet och anseende (Chen et al., 2021; Caesar & Fei, 2018). Detta kan även förstås i relation till Peirces (1935) begrepp om abduction, där individer vid brist på information skapar rimliga förklaringar baserade på begränsad eller avsaknad kunskap. Deltagarnas resonemang om utbildningar, yrken och arbetsmiljö präglades av antaganden snarare än faktisk kunskap. Till exempel drog deltagarna slutsatsen att personer med epilepsi inte borde kunna arbeta till sjöss, baserat på jämförelser med bilkörning. Det illustrerar hur bristen på information leder till hypotetiska slutsatser.

Tidig exponering för olika yrkesområden har enligt Wang och Wanberg (2017) en avgörande betydelse för individers karriärval, eftersom sådana erfarenheter formar uppfattningar om vilka utbildnings- och yrkesvägar som upplevs som möjliga. Bristande kontakt med yrkesområden i unga år minskar sannolikheten för att det senare övervägs i utbildningsval. Detta stämmer väl överens med resultatet i denna studie, där majoriteten av deltagarna ansåg sig själva ha en mycket låg kunskap om sjöfartsbranschen och dess utbildningar. Sjöfart framstod för många som ett okänt och avlägset alternativ, vilket bidragit till att branschen inte inkluderats i deras övervägande inför studieval. Resultatet kan även förstås med hjälp av Gottfredsons teori *circumscription and compromise*, där yrken som upplevs som okända eller oförenliga med den egna självbilden sällan blir aktuella alternativ (Administrator, 2016).



Information inför gymnasievalet visade sig vara bristfällig när det gäller sjöfartsutbildningar. Deltagarna beskrev att sjöfart inte presenterades som ett alternativ av studie- och yrkesvägledare och att valet istället styrdes av redan kända utbildningar, personliga intressen och sociala faktorer. Detta bekräftar delvis Skolverkets (2024) slutsats om att gymnasieval i hög grad påverkas av umgängeskrets och tillgänglig information. Skolverket (2024) menar att skolans studie- och yrkesvägledning har en central roll i att synliggöra olika utbildningsvägar. I den här studien framstår dock denna funktion som begränsad i relation till sjöfartsutbildningar, vilket en del deltagare menade påverkade deras uppfattning om vad som ansågs som realistiska alternativ inför gymnasievalet.

Strategisk kommunikation handlar om att planera och anpassa budskap, innehåll, kanaler och tidpunkter för att nå ut till en specifik målgrupp för att uppnå önskad effekt (Falkheimer & Heide, 2014). Resultatet tyder på att sjöfartsbranschens strategiska kommunikation inte når ut till ungdomar i tillräcklig utsträckning, i rätt tid eller med rätt innehåll. Trots att deltagarna i studien inte kände till Camp Sjöfart, uttryckte majoriteten ett tydligt intresse för att delta på lägret. Initiativ som Camp Sjöfart har därav potential att fylla detta informationsgap och locka fler unga till branschen genom en tydligare och mer målgruppsanpassad kommunikation. Camp Sjöfart fungerar även som en plattform för att bygga socialt kapital genom direkta möten med yrkesverksamma och studenter, samtidigt som det stärker employment branding genom att ge ungdomar en positiv och konkret bild av sjöfartsbranschen som arbetsgivare (Huang, 2019; Thai et al., 2013; Zaar & Hammarstedt, 2011; Chen et al., 2021; Takimoto, 2021). Resultatet visar med andra ord att framtida satsningar bör fokusera på både ökad spridning via rätt kommunikationskanaler, och vid rätt tidpunkt för att nå ut till en större och mer korrekt målgrupp.

Den här studiens urval bestod av två gymnasieskolor, där studie- och yrkesvägledaren på den ena skolan hade deltagit i en av Svensk Sjöfarts riktade informationsinsatser till studie- och yrkesvägledare, medan studie- och yrkesvägledaren på den andra skolan inte hade deltagit. Syftet med urvalet i den här studien var att undersöka om tillgång till riktad kompetensutveckling kunde återspeglas i elevernas kännedom om sjöfartsutbildningar och yrken. Resultatet visar att deltagarna från båda skolorna hade låg kännedom och att inga



tydliga skillnader kunde identifieras mellan skolorna. Det ligger i linje med Skolverkets (2024) slutsats om att studie- och yrkesvägledning behöver vara kontinuerlig och integrerad i skolans verksamhet för att få effekt. Resultatet indikerar att enstaka informationsinsatser riktade mot studie- och yrkesvägledare inte alltid kan få ett direkt genomslag i elevernas kunskapsnivå. Detta överensstämmer med resultatet av Linnéuniversitetets utvärdering av studiebesök för studie- och yrkesvägledare, som menar att liknande riktade informationsinsatser kan stärka studie- och yrkesvägledares förutsättningar att informera elever om sjöfartsutbildningar (personlig kommunikation, 19 november 2025).

Tidigare erfarenhet av båtliv eller att ha närstående som arbetar inom sjöfarten ökar sannolikheten för att ungdomar överväger en karriär till sjöss (Jensen et al., 2015). Resultatet i den här studien motsäger dock till viss del denna slutsats. Majoriteten av deltagarna från den kustnära skolan beskrev en stark relation till havet genom uppväxt och fritidsbåtar, men denna relation till havet har inte översatts till ett intresse för sjöfart som yrke. En geografisk närhet till havet är i sig inte tillräcklig för att väcka intresse för sjöfartsrelaterade utbildningar eller yrken. Resultatet kan även förstås utifrån Bourdieus teori om kulturellt kapital (Huang, 2019). Kulturellt kapital omfattar bland annat tillgång till kunskap och utbildningsinformation. Trots deltagarnas närhet till havet kan de anses ha ett lågt kulturellt kapital i relation till sjöfart som yrke, vilket begränsar deras förmåga att identifiera sjöfart som ett möjligt karriärval.

Deltagarna uppfattade sjöfarten som mansdominerad, vilket påverkade deras bild av yrkets genomförbarhet. En deltagare menade att andelen kvinnor på en utbildning kan påverka studievalet, eftersom det kan kännas osäkert att vara en av få kvinnor. Det kan i sin tur avskräcka fler kvinnor från att välja utbildningen. Enligt teorin *Social cognitive career theory* (Lent et al., 2002) utgör modellinlärning en viktig faktor i ungas karriärutveckling. Genom att observera förebilder som lyckats inom ett visst yrkesområde stärks individens uppfattning om yrkets genomförbarhet och den egna förmågan att passa in i yrkesrollen. Takimoto (2021) har dragit samma slutsats, tillgång till förebilder inom sjöfarten kan spela en central roll i framtida karriärval. Avsaknaden av synliga och identifierbara förebilder inom sjöfarten kan därmed ha bidragit till att deltagarna i lägre grad uppfattar yrket som ett möjligt karriärval. Liknande resonemang beskrivs av Valentine (2023), som menar att



ungdomar med närstående i ett yrke ofta uppfattar det som ett realistiskt alternativ för dem själva. Detta överensstämmer väl med resultatet, majoriteten av deltagarna hade inga närstående inom branschen och upplevde inte sjöfart som ett genomförbart yrke. Bourdieus teori om socialt kapital (Huang, 2019) bidrar till ytterligare förståelse av resultatet. Majoriteten av deltagarna saknade sociala nätverk med koppling till sjöfarten, vilket innebär minskad tillgång till vägledning och förebilder. Det kan i sin tur ha förstärkt bilden av sjöfarten som en avlägsen bransch.

Kännedomen om sjöfartsutbildningar på universitetsnivå var låg. Deltagarna beskrev utbildningens innehåll och krav i generella termer och kopplade dem främst till navigation. Det kan kopplas till Bourdieus begrepp kulturellt och socialt kapital (Huang, 2019). Deltagarna saknade i stor utsträckning både formell kunskap om sjöfartsutbildningar och sociala nätverk med koppling till högre utbildning inom sjöfarten. Avsaknaden av sådant kapital begränsar tillgången till informell information om utbildningarnas innehåll och karriärvägar, vilket kan ha bidragit till att sjöfartsutbildningar uppfattades som abstrakta.

Resultatet visar att deltagarnas kunskap samt deras bild av sjöfart och yrken till sjöss i stor utsträckning formas av populärkultur, som filmer, TV-serier och sociala medier, istället för av egna erfarenheter eller information från utbildningsinstitutioner. Filmer som Titanic och korta klipp på plattformar som TikTok bidrar till att skapa förstärkta stereotypa uppfattningar om livet till sjöss som farligt och extremt. Dessa bilder kan avskräcka ungdomar från att överväga en karriär inom sjöfarten, vilket kan påverka både branschens rekrytering och image negativt (Chen et al., 2021; Caesar & Fei, 2018; Zaar & Hammarstedt). Enligt Chen et al. (2021) påverkar individers uppfattningar om branschen deras intentioner att vilja arbeta till sjöss, där en mer positiv bild stärker benägenheten att överväga en karriär till sjöss, medan en negativ istället riskerar att förstärka motstånd och avståndstagande.

Deltagarnas kunskap om arbete till sjöss kännetecknades av osäkerhet, bland annat gällande kännedom om yrken inom sjöfarten. Resultatet visade att deltagarna i huvudsak hade en ytlig och ofullständig förståelse av vilka yrkesroller som finns ombord och skillnaden mellan dem. Deltagarna hade även en ambivalent hållning till yrken till sjöss. Möjligheten



att resa och få unika erfarenheter uppfattades som attraktivt, men det vägdes mot oro kring social isolering, säkerhetsrisker och svårigheter att förena yrket med ett normalt liv. Detta stämmer överens med Caesar och Feis (2018) beskrivning av en värdekonflikt mellan sjöfartens traditionella arbetsvillkor och ungdomars värderingar kring balans mellan arbete och privatliv. I den här studien visades denna konflikt genom att deltagarna saknade kunskap om moderna arbetsvillkor till sjöss, som exempelvis ledighetsperioder och tekniska yrkesroller. Resultatet ligger även i linje med Jensen et al. (2015) som menar att faktorer som lön, karriärmöjligheter och livet ombord hade en direkt inverkan på hur attraktivt ungdomar uppfattar sjöfartyrket. Den bristande kännedomen som deltagarna hade kan även bidra till att arbetskraftsbristen inom sjöfarten består, eftersom ungdomar inte ser yrkena som attraktiva eller möjliga alternativ (Weber & Adăscăliței, 2024).

Majoriteten av deltagarna uttryckte att de gärna hade fått mer information om sjöfart i ett tidigare skede av sin utbildning och att de hade varit intresserade av yrket. Deltagarnas inställning till sjöfart blev mer nyanserad och positiv i takt med att deras kunskap ökade under diskussionerna i fokusgrupperna. Resultatet kan sättas i relation till Svensk Sjöfarts interna utvärdering av Camp Sjöfart, där en stor andel av deltagarna efter genomförd insats uppgav att de kunde tänka sig att arbeta inom sjöfarten (personlig kommunikation, 17 november 2025). Detta indikerar att information och konkret insyn i yrken utgör en central faktor för att väcka ungdomars intresse för sjöfartyrken. Det överensstämmer med Takimotos (2021) arbete gällande hur utbildning bör vara strukturerad för att väcka intresse för sjöfartyrken, där maritima inslag bör integreras i den ordinarie utbildningen.

Avslutningsvis bekräftar studiens resultat till stor del tidigare forskning. Den enda avvikelserna var att deltagarnas relation till havet inte omsattes till kunskap eller intresse för sjöfart som yrke. Ungdomar i Sverige är inte väl informerade om sjöfartsutbildningar. Informationsinsatser och studie- och yrkesvägledare upplevs som begränsade och många deltagare i studien hade låg kännedom om vilka utbildningar som finns och vilka karriärmöjligheter som yrken till sjöss erbjuder. Ungdomar beskriver dessutom sin egen kunskap som låg gällande sjöfartsbranschen. Flera av deltagarna saknade egna erfarenheter och den informationen de har bygger främst på populärkulturella representationer, vilket skapar en stereotypisk uppfattning om sjöfarten. Tidigare forskning och resultaten i den här



studien visar att dessa aspekter tillsammans formar ungdomars uppfattning och kunskap om sjöfart.

Metoddiskussion

Denscombe (2018) menar att användandet av en kvalitativ metod möjliggör en djupgående studie av människors personliga erfarenheter och åsikter. Enligt Wibeck (2010) innebär en fokusgrupp att deltagarna kan interagera med varandra och utveckla sina resonemang, vilket inte är möjligt i enskilda intervjuer. En annan fördel med fokusgrupper är att deltagarnas samtal kan synliggöra gemensamma föreställningar och normer. I den här studien möjliggjorde metoden att deltagarna kunde bygga vidare på varandras svar, vilket sannolikt hade varit svårare att göra vid användande av till exempel en enkät eller individuella intervjuer.

Semistrukturerade intervjuer valdes eftersom det möjliggjorde en balans mellan struktur och flexibilitet. Enligt Denscombe (2018) innebär semistrukturerade intervjuer att en intervjuguide används samtidigt som utrymme ges för följdfrågor och fördjupning i det som diskuteras. Det innebar även en flexibilitet gällande ämnens ordningsföljd. Dessutom menar Wibeck (2010) att fokusgrupper medför att nya aspekter av ämnet upptäcks, som inte hade kunnat förutses innan intervjutillfället.

Genom användningen av fokusgrupper stärks studiens trovärdighet, där deltagarnas interaktion möjliggjorde fördjupade resonemang och gemensamt meningsskapande. Resultatet underbyggs av omfattande citat, vilket bidrar till transparens och autenticitet genom att tydliggöra kopplingen mellan empiri och analys. Ett sätt att ytterligare stärka trovärdigheten hade varit att genomföra en member checking, där deltagarna får möjlighet att ta del av, och bekräfta tolkningar av materialet. Med hänsyn till studiens tids- och resursmässiga begränsningar bedömdes detta vara svårt att genomföra (Guba & Lincoln, 1985).

En kvalitativ metod som fokuserade gruppintervjuer bygger på djupgående studier av ett begränsat antal deltagare. En nackdel med den här typen av metod är att resultaten blir



svårare att generalisera, eftersom de baseras på ett litet urval av intervjuade personer (Denscombe, 2018). Resultatet i den här studien visar att majoriteten av deltagarna har låg kännedom om sjöfartsbranschen och dess utbildningar. Med tanke på att totalt 13 deltagare ingick i studien kan denna andel uppfattas som mycket hög. Samtidigt finns en risk att resultaten inte är representativa för gymnasieungdomar i stort. En annan risk är att vissa deltagare påverkades av gruppens åsikter eller att vissa deltagare fick större utrymme än andra. Enligt Wibeck (2010) är dock syftet med en fokusgruppsstudie inte att ge statistiskt generaliserbara resultat, utan att skapa en fördjupad förståelse för hur deltagarna resonerar, vilka föreställningar som finns och hur dessa formas i sociala sammanhang.

Studiens överförbarhet möjliggörs genom en tydlig beskrivning av kontexten, där två gymnasieskolor med olika geografisk placering, en kustnära och en inlandsskola, ingår. För att stärka överförbarheten har thick description använts genom att ingående beskriva urval, miljö och de sociala sammanhang där intervjuerna ägde rum, vilket möjliggör för läsaren att själv bedöma i vilken mån resultaten kan vara relevanta i andra miljöer. Samtidigt kan urvalets begränsade storlek och relativt homogena sammansättning påverka möjligheten att överföra resultaten till ungdomar i andra regioner eller utbildningsmiljöer (Guba & Lincoln, 1985).

Genom en systematiskt beskriven forskningsprocess kan studiens pålitlighet stärkas, där urval, genomförande, transkribering och analys redovisas steg för steg. Analysen genomfördes gemensamt av båda författarna, vilket möjliggjorde diskussion kring tolkningar och skapande av teman (Guba & Lincoln, 1985).

Författarnas förförståelse, i form av koppling till sjöfartsutbildning och bransch, kan ha påverkat hur frågorna formulerades och hur deltagarnas svar tolkades under analysprocessen. För att minimera risken för att förförståelsen skulle påverka resultatet, eftersträvades under hela processen en objektiv hållning. Genom att använda en deduktiv tematisk analys har kodningen förankrats i etablerade teorier, snarare än egna antaganden. Det är möjligt att resultatet kan tolkas på alternativa sätt. Exempelvis kan låg kännedom om sjöfart inte enbart bero på bristande information, utan även på konkurrens från andra



utbildningsval eller individuella intressen. Reflektion över dessa alternativa tolkningar bidrar till studiens bekräftelsebarhet (Guba & Lincoln, 1985).

Ett alternativ till fokusgrupper hade varit att använda en kvantitativ metod, som till exempel en enkätundersökning. En enkät hade möjliggjort ett större urval och ökad generaliserbarhet, men samtidigt riskerat att ge mer ytliga svar och begränsade möjligheter till fördjupning (Denscombe, 2018). Ett annat alternativ hade varit att inkludera fler gymnasieskolor från andra delar av landet, exempelvis från norra Sverige, för att öka variationen i materialet och fånga eventuella regionala skillnader.

Ytterligare ett alternativ hade varit att inkludera elever från andra utbildningsnivåer, som högstadiet och grundskolan. Genom att undersöka kunskapen hos yngre elever hade det varit möjligt att analysera hur bilden av sjöfart formas tidigare i utbildningssystemet. Ett fjärde alternativ hade varit att skapa större variation i urvalet genom att inkludera gymnasieelever från fler och mer varierande utbildningsprogram. Det hade kunnat ge en bredare förståelse för hur olika studieinriktningar påverkar ungas uppfattningar om sjöfart.

Förslag på framtida forskning

Ett område för vidare forskning är att undersöka ett större och mer varierat urval av ungdomar från olika delar av Sverige. Genom att inkludera gymnasieelever även i norra Sverige och andra regioner kan eventuella regionala skillnader i ungdomars kännedom, attityder och föreställningar om sjöfart analyseras mer ingående. Detta skulle bidra till en djupare förståelse för hur geografiska faktorer påverkar kunskapen och intresset för sjöfartsbranschen.

En annan möjlig studie för framtida forskning är att fokusera specifikt på studie- och yrkesvägledares roll i informationsspridningen om sjöfartsutbildningar. Genom intervjuer eller enkätundersökningar med studie- och yrkesvägledare kan deras kunskapsnivå, upplevda förutsättningar och behov av stöd när det gäller att informera om sjöfartsutbildningar undersökas och kartläggas. En sådan studie kan ge värdefulla insikter hur vägledningen kan stärkas för att bättre nå elever inför gymnasievalet.



Ytterligare forskning kan studera yngre åldersgrupper som högstadieelever, eftersom tidigare forskning visar att föreställningar om möjliga yrken formas tidigt (Administrator, 2016; Zaar & Hammarstedt, 2011). Genom att undersöka hur bilden av sjöfart skapas redan i unga åldrar kan mer långsiktiga och förebyggande informationsinsatser utvecklas.



Referenser

Administrator. (2016). *Gottfredson's Theory of Circumscription and Compromise in Career Development - IResearchNet*. Career Research. <https://career.iresearchnet.com/career-development/circumscription-and-compromise-theory/> (Hämtad 2025-11-11).

Beijer, Per. (2020). *Sök- och resultatmönster för svensk sjöbefälsutbildning mellan 2008 och 2018 – och dess påverkan på framtida sjöbefälspopulation* [Uppsats, Linnéuniversitetet]. Diva-portal. <https://lnu.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1479289&dswid=8016>

Caesar, L. D., & Fei, J. (2018). Recruitment and the image of the shipping industry. In *Routledge eBooks* (pp. 18–36). <https://doi.org/10.4324/9781315740027-2>

Chen, C., Chen, S., & Ye, K. (2021). The influences of seafaring advertising and shipping image on the willingness of students' seafaring career: A moderating effect of social information. *Research in Transportation Business & Management*, 43, 100724. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2021.100724>

Denscombe, M. (2018). *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. (Fjärde upplagan). Lund: Studentlitteratur.

Falkheimer, J., & Heide, M. (2014). *Strategisk kommunikation : En introduktion* (2:a uppl.). Studentlitteratur AB.

Huang, X. (2019). Understanding Bourdieu — Cultural capital and habitus. *Review of European Studies*, 11(3), 45–51. <https://doi.org/10.5539/res.v11n3p45>

Hamark, J. (2022). Svensk sjöfart: Nyckeltal 2021-2022. *Svensk sjöfart*. <https://www.sweship.se/wp-content/uploads/2023/10/Svensk-Sjofart-Nyckeltal-2021-2022.pdf>

Jensen, A. K., Bergqvist, R. Y., Hjelle, H. M., & Lekakou, M. B. (2015). *The perception and image of shipping*. *WMU Journal of Maritime Affairs*, 15(1), 41–78. <https://doi.org/10.1007/s13437-015-0077-1>



Lent, R.W. & Brown, S.D. & Hackett, Gail. (2002). Social cognitive career theory. *Career Choice and Development* (4th Ed., 255-311).

Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. *International Journal of Intercultural Relations*, 9(4), 438–439. [https://doi.org/10.1016/0147-1767\(85\)90062-8](https://doi.org/10.1016/0147-1767(85)90062-8)

Peirce, C. S. (1935). *Collected papers of Charles Sanders Peirce* (Vols. 1–8). Harvard University Press.

Satsa på sjöfart. (2019). *Fartyg*. <https://satsapasjofart.se/fartyg/> (Hämtad 2025-11-18).

Skolverket. (2024). *Jag vet inte vad jag vill bli - en studie om hur elever uppfattar och hanterar valen till gymnasieskolan*. Skolverket. <https://www.skolverket.se/getFile?file=13166> (Hämtad 2025-11-13).

Sjöfartens Utbildnings Institut AB. (u.å.). *Utbildning - Sjöfartens utbildnings institut*. *Sjöfartens Utbildnings Institut AB*. <https://www.sjofart.org/utbildning/>. (Hämtad 2025-10-26).

Sjömannen. (2024). *Sjöfartsläger inspirerar till ett yrkesliv på sjön*. Sjömannen. <https://www.sjomannen.se/nyheter/unga-inspireras-till-yrkesliv-pa-sjon/> (Hämtad 2025-11-21).

Small, L., Shacklock, K., & Marchant, T. (2017). *Employability: A contemporary review for higher education stakeholders*. *Journal of Vocational Education & Training*

Svensk Sjöfart. (u.å.). *Kompetensförsörjning*. <https://www.sjofart.se/fragor-vi-driver/kompetensforsorjning/> (Hämtad 2025-11-13).

Takimoto, T. (2021). Case Study of Compare Maritime and Ocean Educational Style for under MET. *TransNav the International Journal on Marine Navigation and Safety of Sea Transportation*, 15(1), 101–107. <https://doi.org/10.12716/1001.15.01.09>

Thai, V. V., Balasubramanyam, L., Yeoh, K. K. L., & Norsofiana, S. (2013). Revisiting the seafarer shortage problem: the case of Singapore. *Maritime Policy & Management*, 40(1), 80–94. <https://doi.org/10.1080/03088839.2012.744480>



Thai, V. V., & Latta, T. (2010). Employment brand strategy for the shortage of seafarers. *International Journal of Shipping and Transport Logistics*, 2(4), 411. <https://doi.org/10.1504/ijstl.2010.035502>

Transportföretagen. (2023). *Stort rekryteringsbehov inom sjöfartsbranschen – riskerar att slå mot svenska ekonomin*. Transportföretagen. <https://www.transportforetagen.se/nyhetslista/2023/augusti/stort-rekryteringsbehov-inom-sjofartsbranschen--riskerar-att-sla-mot-svenska-ekonomin/> (Hämtad 2025-11-03).

Transportföretagen. (2025). *Tempen på sjöfartsbranschen 2025*. [Rapport]. Transportföretagen. <https://via.tt.se/files/3235972/4109061/244185/sv>

Transportstyrelsen. (u.å.a). *Behörighetsguiden – översikt över certifikat, behörigheter och utbildningsvägar*. <https://www.transportstyrelsen.se/sv/Sjofart/Ombordanstallda/Sjoman/Behorighet/Behorighetsguiden/> (Hämtad 2025-12-27).

Transportstyrelsen. (u.å.b). *Fartygstyper och funktioner inom sjöfartsbranschen*. <https://www.transportstyrelsen.se/sv/Sjofart/Fartygstyper/> (Hämtad 2026-01-03).

Valentine, B. (2023) An analysis of parental influence on career choice and success. *Canadian Journal of Family and Youth / Le Journal Canadien De Famille Et De La Jeunesse*, 15(2), 133–138. <https://doi.org/10.29173/cjfy29925>

Vetenskapsrådet. (2018). *Etik i forskningen och god forskningssed*. <https://www.vr.se/uppdrag/etik/etik-i-forskningen.html> (Hämtad 2025-11-03).

Wang, M., & Wanberg, C. R. (2017). 100 years of applied psychology research on individual careers: From career management to retirement. *Journal of Applied Psychology*, 102(3), 546–563. <https://doi.org/10.1037/apl0000143>

Weber, T., & Adăscăliței, D. (2024). *Company practices to tackle labour shortages*. Eurofound Research Report. <https://www.eurofound.europa.eu/en/publications/2024/company-practices-tackle-labour-shortages>

Wibeck, V. (2010). *Fokusgrupper, om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. Lund: Studentlitteratur AB.



Zaar, S., & Hammarstedt, K. (2011). *Promotion Campaigns in the Maritime Sector and the Attitude of Young People towards a Career at Sea*. <http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/158968.pdf>



Bilaga

