



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR KOST- OCH IDROTTSVETENSKAP

Kostrådgivarens framtid på arbetsmarknaden

Andréa Brändström

Uppsats:	15 hp
Program/kurs:	Kost- och friskvårdsprogrammet
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Vt 2011
Handledare:	Annica Strandh Johansson
Examinator:	Marianne Pipping Ekström



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR KOST- OCH IDROTTSVETENSKAP

Titel:	Kostrådgivarens framtid på arbetsmarknaden
Författare:	Andréa Brändström
Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program/kurs:	Kost- och friskvårdsprogrammet
Nivå:	Grundnivå
Handledare:	Annica Strandh Johansson
Examinator:	Marianne Pipping Ekström
Antal sidor:	34 exklusive bilagor
Termin/år:	Vt 2011
Nyckelord:	arbetsmarknad, efterfrågan, kostrådgivare, kost

Sammanfattning

Att man ska leva och äta hälsosamt för att hålla sig frisk och må bra är de flesta människor medvetna om. Trots detta har förekomsten av kostrelaterade välfärdssjukdomar ökat de senaste åren och fler och fler människor drabbas av ätstörningar av olika slag. Media påverkar samhället att tro att dieter, snabb viktnedgång och bantning är hälsosamt samtidigt som kakor, godis och chips framställs som något bra bra. Många människor börjar nu förstå att media inte alltid har rätt och intresset för att äta sund och hälsosam mat har ökat i Sverige.

Som kostrådgivare har man till uppgift att öka människors förståelse för vad som är nyttig och hälsosam mat och ge dem råd kring deras kosthållning. Med det ökade intresset från samhället att lära sig mer om kost borde rimligtvis också behovet av kostrådgivare öka. Syftet med denna studie är att få en inblick i hur kostrådgivares arbetsmarknad ser ut idag för att försöka fastställa om det finns möjligheter att få jobb som kostrådgivare. För att uppfylla syftet har man i denna studie genomfört kvalitativa intervjuer med fem kostrådgivare i Jönköpings- och Göteborgsområdet. Intervjuerna bestod av frågor som rörde arbetsmarknad och efterfrågan men också utbildningar och anställningsformer. Resultaten visade att efterfrågan idag är stor, både bland privatpersoner och företag, men att det fortfarande är svårt att ta sig in på arbetsmarknaden. Många arbetsgivare vet inte om att kostrådgivare finns och därmed är det svårt att finna jobb. Informanterna ansåg att det fanns en större marknad bland företag än privatpersoner och att det där var lättare att få jobb, framförallt i form av föreläsningar.

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	4
2. DEFINITIONER	5
2.1 Kostrådgivare	5
3. BAKGRUND	6
3.1 Arbete och samhälle	6
3.1.1 Industrisamhället	6
3.1.2 Det postindustriella samhället	6
3.1.3 Begreppet arbetsmarknad	7
3.1.4 Arbetsmarknad, utbildning och kompetens	7
3.2 Kost	8
3.2.1 Kosten förr och nu	8
3.2.2 Kostens roll för människan	9
3.2.3 Kost i samhälle och media	10
4. SYFTE	11
4.1 Frågeställningar	11
5. METOD	12
5.1 Urval	12
5.2 Genomförande	12
5.2.1 Frågor	13
5.2.2 Intervjuer	13
5.2.3 Bortfall.....	14
5.2.4 Etik	14
5.2.5 Reliabilitet, validitet & trovärdighet.....	15
5.3 Bearbetning av data	16
6. METODDISKUSSION	17
6.1 Urval	17
6.2 Genomförande	17
6.2.1 Intervjuer	17
6.2.2 Bortfall.....	18
6.2.3 Etik	18
6.3 Bearbetning av data	18
7. RESULTAT	20
7.1 Bakgrundsfakta	20
7.1.1 Antal verksamma år och utbildningar	20
7.1.2 Anställningsform	22
7.2 Arbetsmarknad & efterfrågan förr	23
7.3 Arbetsmarknad & efterfrågan idag	24
7.4 Målgrupp	25
7.5 Betydelse vid val av kostrådgivare	26
8. DISKUSSION	28
8.1 Antal yrkesverksamma år och utbildningar	28
8.2 Anställningsform	28
8.3 Arbetsmarknad & efterfrågan förr	28
8.4 Arbetsmarknad & efterfrågan idag	29
8.5 Målgrupp	30
8.6 Betydelse vid val av kostrådgivare	30
8.7 Slutsats	31
9. REFERENSER	32

Bilaga 1a	Utskick till kostrådgivare i Jönköpingsområdet
Bilaga 1b	Utskick till kostrådgivare i Göteborgsområdet
Bilaga 2	Intervjuguide

1. INLEDNING

Hur människan lever och äter påverkar hennes hälsa och välmående på flera olika sätt (Håglin, Becker, Andersson, Hagren, 2006). Att äta en varierad och sund kost är oerhört viktigt för att undvika undernäring och bristsjukdomar men också fetma, högt blodtryck och andra hjärt- och kärlsjukdomar kan undvikas med hjälp av rätt kost. Samtidigt som folk världen över svälter ökar prevalensen av övervikt, fetma och andra kostrelaterade välfärdssjukdomar, inte minst i Sverige. Detta till stor del på grund av en ökad tillgång till mat, godis och onyttigheter i kombination med minskad aktivitet (Abrahamsson, 2006).

För att ”råda bot” på problemen med övervikt och fetma använder sig media varje dag av nya tips och råd för att hjälpa människor gå ner i vikt. Samtidigt ger de också bilder på hur människan ska se ut, ideal med smala, vältränade kvinnor och muskulösa män, vilket leder till att många människor blir påverkade när det gäller just hur man ska se ut men också vad man ska äta och inte äta (Abrahamsson, 2006). ”Gå ner i vikt med färdigmat” eller ”Så kan du bränna fler kalorier – dygnet runt” är bara några av artiklarna man kan hitta på Aftonbladets hemsida som handlar om att gå ner i vikt (Aftonbladet, 2011a; 2011b). Ofta kan man i media läsa och höra om mirakelkurer som ska göra att människor går ner i vikt på kort tid, många gånger utan att varken behöva träna eller ändra sin kost (Winroth & Rydqvist, 2008). Många människor tror på att dessa mirakelkurer ska fungera och att resultatet efter ”kuren” kommer att bestå, även när man börjar äta och leva som vanligt igen. Vad många inte vet är att de kilon man gått ner efter den korta tid som viktnedgången pågått går man lika fort upp igen, så fort man börjar äta som vanligt. För att få ett bestående resultat krävs istället en långsam viktnedgång med hjälp av bra kost och fysisk aktivitet – det krävs en livsstilsförändring.

Som blivande kost- och friskvårdspedagog har jag stor kunskap om kost, näring, fysisk aktivitet och hälsa, i princip allt som krävs för att hjälpa människor att lyckas med viktnedgång. Jag anser att människor som vill gå ner i vikt skulle ha stor hjälp av att få rådgivning från någon kunnig inom området, dels för att få tips på vad som är sund och hälsosam kost men också för att få stöd och hjälp när motivationen tryter. Då mitt mål är att arbeta som kostrådgivare i framtiden är min förhoppning med denna studie att få en inblick i hur arbetsmarknaden för kostrådgivare ser ut idag, om det finns ett behov av fler kostrådgivare och utifrån dessa resultat försöka fastställa om det är möjligt att idag få ett jobb som kostrådgivare.

Forskningen inom detta område är relativt liten och det går inte att hitta någon detaljerad information om vad en kostrådgivare gör. Många gånger för man istället läsa om friskvårdskonsulenter och dietister som arbetar på helt skilda sätt. Jag hoppas därför att denna studie ska kunna tillföra ny kunskap inom området och samtidigt vara en språngbräda för framtida forskning. Förutom detta hoppas jag också att studien ska kunna vara till hjälp för blivande kost- och friskvårdspedagoger och andra som utbildar sig till kostrådgivare för att se nya möjligheter med sina framtida yrken.

2. DEFINITIONER

2.1 Kostrådgivare

En kostrådgivare har till uppgift att ge människor råd kring deras kosthållning (Porsman, 2006). Det kan vara generella råd för att förbättra hälsa eller prestation men också mer konkreta råd för att hjälpa klienten att uppnå sina mål. Det kan röra sig om förslag på måltider, matsedlar och recept som hjälper klienten att fullborda sin viktnedgång eller viktuppgång men som också hjälper till att förbättra klientens hälsa eller idrottsprestationer. Förutom att ge individuella kostråd kan en kostrådgivare också hålla i föreläsningar, workshops och kurser.

Som kostrådgivare kan man vara anställd hos företagshälsovården, på träningsanläggningar och spa men man kan också arbeta i eget företag (Porsman, 2006). Många kostrådgivare kombinerar yrket med att arbeta som personlig tränare, gruppträningssinstruktör eller andra yrken inom friskvårdsområdet.

3. BAKGRUND

Bakgrunden delas in i två delar som var och en beskriver områden som är intressanta för undersökningen. Den första delen rör arbetet och samhället och där behandlas arbetets och samhällets historia, då dessa två påverkar varandras förändring. Därefter följer en förklaring av begreppet arbetsmarknad och vikten av utbildning i arbetslivet idag. Del två berör kosten och dess betydelse för människan. Här behandlas kostens förändring genom århundradena och en förklaring om hur kosthållningen ser ut idag. I denna del förklaras också hur media påverkar människors syn på mat.

3.1 Arbeta och samhälle

3.1.1 Industrisamhället

Under 1800-talet påbörjades en omvälvande förändring av västvärldens samhälle (Hansen & Orban, 2002). Det var den så kallade industriella revolutionen som tog fart och förändrade dåtidens samhällssystem, med militarism och medfödda privilegier, till en helt ny typ av samhälle – industrisamhället. I detta nya samhälle var det viktigaste inte att lära människorna utföra de nya arbeten och sysslor de fått, utan att lära dem förhålla sig till det nya industriarbetet (Allvin, Aronsson, Hagström, Johansson & Lundberg, 2006). Arbetarna skulle lära sig att hålla tider och uppföra sig på en arbetsplats och det fanns tydliga regler för dem att följa.

Industrisamhället kännetecknades framförallt av storskaliga varuproducerande industrier, massproduktion, tydliga arbetsfördelningar inom företagen och en arbetsplats som var klart avskild från hemmet (Hansen & Orban, 2002). Det var också under denna tid som jordbruket effektiviserades och automatiserades, folket flyttade till tätorterna och ett stort antal människor emigrerade till Amerika. Under 1900-talet fortsatte industrialiseringen och den tekniska utvecklingen kom att bli drivkraften för samhället. Det var nu industrin som sysselsatte flest människor och inte jordbruket som tidigare (Allvin m.fl., 2006). Industrialisering av samhället innebar att allt arbete omvandlades till en vara på en marknad där arbetsgivarna betalade lön för att kunna utnyttja arbetstagarnas kunskaper – arbetsmarknaden skapades (Hansen & Orban, 2002).

Samtidigt som samhället industrialiserades pågick också en annan process som kom att spela en stor roll för hur samhället och arbetslivet utvecklades. Denna process pågick framförallt i Sverige och ett antal nordeuropeiska länder och det rör sig om den stora och omfattande utbyggnaden av den offentliga sektorn. På bara några decennier blev allmän sjukvård, tandvård och mödravård en självklarhet i människors liv. Den obligatoriska grundskolan blev nio år och gymnasiet blev snart ett måste för att få jobb.

3.1.2 Det postindustriella samhället

I industrisamhället handlade det mesta om varor, det som betydde något och som var viktigt för människorna var förhållandet till mängden varor som tillverkades (Hansen & Orban, 2002). När detta började förändras och det istället var tjänster och bekvämligheter som kom att bli det viktigaste för människan kom samhället istället att kallas det postindustriella samhället. Post, som betyder efter, innebär i detta sammanhang att samhället genomgår en omvälvande förändring gentemot det tidigare samhällstillståndet.

Förändringen från det industriella till det postindustriella samhället påbörjades på 1950-talet och detta är också det samhälle vi lever i idag (Allvin m.fl., 2006). Samhället kännetecknas framförallt av produktionen av tjänster som frambringar nya jobb och skapar värde men också av informationstekniken (IT) som har en central roll (Hansen & Orban, 2002). Många forskare väljer att istället, på grund av IT:s viktiga roll, benämna dagens samhälle för ett informationssamhälle. Men, då teoretisk utbildning blir allt viktigare idag, kan man också kalla samhället för ett kunskapssamhälle (Allvin m.fl., 2006). Att ha rätt och tillräcklig utbildning och tillräckliga kunskaper och meriter är oerhört viktigt för att klara sig idag, både i arbetslivet och på arbetsmarknaden.

3.1.3 Begreppet arbetsmarknad

För att förstå vad begreppet arbetsmarknad innebär är det enklast att börja med att förklara vad en marknad är (Furåker, 2002). En marknad kan beskrivas som ”ett system där man köper och säljer (eller hyr och hyr ut) objekt av varandra” (Furåker, 2002, s. 61). De deltagare som står i fokus är alltså köpare och säljare eller hyrare och uthyrare. Vilka objekt som överförs mellan deltagarna kan vara i princip vad som helst. Det kan exempelvis vara tjänster, varor, aktier och mark men också arbetskraft. Arbetskraft är det primära objektet på arbetsmarknaden och priset på varan arbetskraft är lönen. Arbetskraft kan definieras som en människas förmåga till att arbeta. Denna förmåga innefattar flera olika dimensioner där de viktigaste sådana är fysiska (innebär muskelstyrka och uthållighet m.m.), kvalifikationer och kompetens samt motivation och vilja till att arbeta.

Arbetsmarknaden är följaktligen ett system för uthyrning av arbetskraft, där arbetsgivarna efterfrågar arbetskraft mot lön och där arbetstagarna erbjuder arbetskraft mot utbetalning av lön (Furåker, 2002; Nationalencyklopedin, 2011a).

3.1.4 Arbetsmarknad, utbildning och kompetens

Ända sedan den industriella revolutionen påbörjades har kunskap och lärande varit en viktig del av arbetet (Allvin m.fl., 2006). Till en början var det viktigaste att ha kunskaper om hur man skulle uppföra sig på arbetet, medan det på senare tid har blivit viktigare att ha kunskaper om hur arbetet ska utföras. För att klara av sitt arbete idag krävs yrkesskicklighet och fackmässigt kunnande som båda är del av ”de kognitiva kunskapskraven” (Allvin m.fl., 2006, s.63).

Abrahamsson (2002) skriver i boken ”Utbildning, kompetens och arbete” att det, inom både forskning och politik, finns så kallade ”utbildningsoptimister” och ”utbildningspessimister”. Utbildningsoptimisterna menar att det alltid lönar sig att satsa på mer utbildning, medan utbildningspessimisterna menar att för mycket utbildning leder till överutbildning vilket inte är positivt i längden (Abrahamsson, 2002). Trots dessa skillnader kan man se ett tydligt samband mellan utbildning och arbetsmarknad idag. Ett samband där utbildning ses som nödvändigt för att komma in på arbetsmarknaden och där utbildning också ger en lägre risk för arbetslöshet (Abrahamsson, 2002; Svensson, 2002). Att ha en utbildning gör det lättare att röra sig mellan den nationella och internationella arbetsmarknaden och en hög utbildning ger i regel en högre inkomst (Svensson, 2002).

Det är inte bara de kognitiva kunskapskraven som är viktiga att uppfylla för att lyckas på arbetsmarknaden (Allvin m.fl., 2006). Även de sociala kunskapskraven spelar stor roll då i

princip alla arbeten idag är servicearbeten. Servicearbeten kan vara allt från målare till servitriser till konsulter av olika slag men också omsorgsarbeten hör hit. I alla dessa yrken är relationen till kunder, klienter eller patienter oerhört viktiga, det krävs social kompetens för att kunna sälja sina tjänster. Med social kompetens menas en människas förmåga att umgås och kommunicera med andra människor i ens omgivning (Nationalencyklopedin, 2011c). För att lyckas på arbetsmarknaden krävs också ett socialt nätverk, ett socialt kapital och man behöver vara förtroendeingivande (Allvin m.fl., 2006). Ett socialt nätverk är en del av samarbetet på ett arbete och en arbetsplats och innefattar både kollegor och kunder, klienter och patienter. Socialt kapital är det värde som det sociala nätverket skapar och handlar om relationer och kontakter som en individ har.

Alltså, för att lyckas på arbetsmarknaden och arbetslivet krävs både kognitiv och social kunskap. Dessa två kunskaper tillsammans ökar en individs värde på arbetsmarknaden och ökar därmed chanserna till att få ett arbete.

3.2 Kost

Kost är den blandning av olika livsmedel som människor intar dagligen för att täcka sina energibehov (Nationalencyklopedin, 2011b). I detta avsnitt behandlas hur kosten har förändrats över åren, vad kosten betyder för människan och hur media påverkar samhällets tankar och uppfattningar om kost.

3.2.1 Kosten förr och nu

Mat har alltid spelat en central roll i människans liv och uppfyller såväl fysiologiska behov som psykologiska och sociala behov (Abrahamsson, 2006). Vi behöver alltså inte bara mat för att kroppen ska kunna arbeta (fysiologiska behov) utan också för att må bra psykiskt (ex. känna oss mätta och belåtna) och för att träffas och uppleva gemenskap och trygghet (sociala behov). Dessa tre behov har varit viktiga ända sedan jägar- och samlarsamhället och är det än idag. Även om behoven är desamma idag har matvanorna förändrats sedan jägar- och samlarsamhället. Under den tiden bestod kosten mestadels av animaliska produkter, dvs. kött från vilda djur och fisk, tillsammans med mycket frön, rötter och frukter. Alltså sådan mat som människorna själva jagat eller samlat ihop. Denna kost karaktäriserades av en hög andel protein och låg andel fett, särskilt mättat fett.

Under järnåldern och vikingatiden förändrades sedan matvanorna då jordbruket kom att spela en stor roll för matförsörjningen. Förändringen bidrog till att andelen kolhydrater ökade i kosten men fortfarande var kött och fisk de primära energikällorna (Abrahamsson, 2006). På 1700-talet kom istället kolhydrater att bli den huvudsakliga energikällan och ca 80 % av energiintaget kom då från sädeslag. Detta är den högsta andel kolhydrater som intagits historiskt sett. Fram till 1990-talet sjönk andelen stadigt och idag står kolhydrater för ca 50 % av människors dagliga energiintag (Abrahamsson, 2006; Broholmer m.fl., 2006).

I och med den industriella revolutionen under 1800-talet övergick många människor från sin dåvarande husbehovsodling till penninghushållning, vilket innebar att de istället för att odla och producera sin egen mat nu skulle handla maten i butiker (Abrahamsson, 2006). Detta ledde till en ökad tillgänglighet till mat och istället för näringsbrist blev nu överkonsumtion vanligare. Innan industrialismen kom till Sverige åt medelsvensken 2210 kilokalorier (kcal) per dag medan han idag äter 2820 kcal per dag (Broholmer m.fl., 2006). På grund av denna

kaloriökning har också sjukdomsmönstret förändrats i Sverige. Från att tuberkulos och infektionssjukdomar varit de vanligaste dödsorsakerna i början av 1900-talet, svarade hjärt-kärlsjukdomar och cancer tillsammans för cirka två tredjedelar av alla dödsfall år 2001 (Håglin m.fl., 2006). Sjukdomar som till stor del påverkas av nutidens överkonsumtion av energi i form av socker, mättat fett och tomma kalorier.

3.2.2 Kostens roll för människan

Att kosten är viktig för människan påpekade Carl von Linné redan på 1700-talet med citatet: ”Dieten, som lär oss att underhålla och bevara vår kropp, är alltså av högsta vikt.” (Bruce, 2006, s. 11). Eftersom människokroppen består av samma näringsämnen som finns i vår mat (proteiner, kolhydrater och fett) är mat mer eller mindre en självklarhet för att vi ska överleva och för att kroppen ska fungera (Andersson, Nilsson & Aschan-Åberg, 2006; Broholmer, Karlsson & Leijding, 2006). Varje näringsämne har en speciell uppgift i kroppen och därför är det viktigt att vi får i oss en bra och varierad kost med tillräcklig näring (Broholmer m.fl., 2006). Får man i sig för lite kalorier eller äter en alltför ensidig kost kan näringsbrister uppstå, något som kan hända vid olika dieter såsom Atkins, LCHF och VLCD. De två förstnämnda är dieter med extremt lågt kolhydratinnehåll medan VLCD istället är en pulverdiet med extremt lågt kaloriinnehåll (Paulún, Andersson & Brunnberg, 2009). Att äta en diet med lågt kolhydratinnehåll är negativt för kroppen eftersom kolhydrater är kroppens främsta energigivare och dessutom det bränsle som behövs för att hjärnan ska fungera (Broholmer m.fl., 2006). Utan tillräckligt med kolhydrater blir människan trött, okoncentrerad och tappar orken, vilket inte är konstigt med tanke på att huvuddelen av den energi vi får från kosten ska komma från kolhydrater. Äter man istället en diet med extremt lågt kaloriinnehåll kommer kroppen till slut säga ifrån och ämnesomsättningen kommer att sjunka för att spara på de energireserver som finns. Detta sker eftersom kroppen alltid strävar efter energibalans, där mängden av intagen energi ska vara lika stor som den energi man gör av med. Finns det ingen energi att tillgå måste kroppen istället skapa energi själv genom att bryta ner sina egna muskler och vävnader.

Med detta som bakgrund förstår man att människan inte bara behöver få i sig tillräckliga mängder med mat för att överleva utan också tillräckliga mängder av alla näringsämnen. Som tidigare nämnts är kolhydrater kroppens huvudsakliga energikälla men även fett och protein är nödvändiga för att kroppen ska fungera (Broholmer m.fl., 2006; Andersson m.fl., 2006).

Fett är liksom kolhydrater ett energigivande ämne och största delen av kroppens energireserver utgörs av fett och återfinns i den så kallade fettväven (Becker, 2006). Denna fettväv har många funktioner hjälper bland annat kroppen att bibehålla kroppstemperaturen men den fungerar också som skydd för många av kroppens organ och den producerar också viktiga hormoner. Fett ger kroppen också förutom energi, de livsnödvändiga fettsyorna omega-3 och omega-6, som kroppen behöver för optimal tillväxt och för att kroppens celler ska fungera (Becker, 2006; Broholmer m.fl., 2006).

Protein är det ämne i naturen som har den mest komplicerade strukturen och som har flest viktiga uppgifter, inte minst i människokroppen (Abrahamsson & Löf, 2006). Att människan får i sig protein är livsviktigt med tanke på alla de funktioner som ämnet har i kroppen. Protein är kroppens byggnadsmaterial och några av de viktigaste vävnaderna som ämnet bygger upp är muskler, hormoner och immunförsvarsceller (Broholmer m.fl., 2006).

Förutom dessa tre näringsämnen kräver kroppen också vatten, vitaminer och mineraler (Broholmer m.fl., 2006). Vatten är det vanligast förekommande ämnet i kroppen och är nödvändigt för alla processer i ämnesomsättningen (Aschan-Åberg, 2006). Vatten behövs också för att våra celler ska fungera ordentligt och för att transportera näringsämnen runt om i kroppen (Broholmer m.fl., 2006). Även vitaminer och mineraler är livsnödvändiga för kroppens funktion och uppbyggnad, om än i mindre doser än kolhydrater, fetter, proteiner och vatten. Genom att äta en allsidig och sund kost kan vi uppfylla kroppens krav på samtliga näringsämnen.

3.2.3 Kost i samhälle och media

Intresset för näring och kost har ökat dramatiskt de senaste åren i takt med den ökade prevalensen av övervikt, fetma och kostrelaterade sjukdomar (Fitzgibbon m.fl., 2007). Detta märks inte minst i media där allmänheten dagligen kan finna budskap om hur man på bästa sätt kan gå ner i vikt. De flesta tipsen innebär att man ska minska på kolhydratintaget men man kan också läsa om hur ”alla fetter är dåliga fetter” och att ”det bästa sättet att gå ner i vikt är genom att hoppa över måltider” (Drummond, 2006). Samtidigt ser man dagligen reklam om hamburgare, godis, glass och kakor som inbjuder till att äta ohälsosamt. Dessa motsägelsefulla budskap förvränger många människors tankar kring sund och hälsosam kost och detta kan många gånger leda till en ätstörning av något slag. Budskapen i media påverkar i många fall människor att gå till det extrema, antingen äter de inget alls eller så äter de enorma mängder. De som anses drabbas hårdast av medias budskap är unga tjejer (Krahé & Krause, 2010). Förutom olika diettips påverkas de framförallt av bilder på smala modeller med ”perfekta” kroppar, ett skönhetsideal som för de allra flesta är helt omöjligt att uppnå. I sin studie från 2010 fann Krahé och Krause att unga tjejer hellre väljer dietprodukter till mellanmål än vanliga ”helfeta” produkter när de har sett reklam med dessa smala modeller. Detta anses bero på tjejernas negativa kroppsuppfattning och trycket från samhället att uppnå skönhetsidealet. Majoriteten av tjejerna som deltog i studien påverkades av detta så mycket att de visade tecken på ätstörningar av något slag. Resultatet stödjer därmed oron att sådana budskap i media kan etablera ett ätbeteende som i sin tur kan leda till ätstörningar. Även män påverkas av media och dieter om än på annorlunda sätt än kvinnor (Gough, 2007). Gough (2007) gjorde i sin studie en kvalitativ analys av brittiska tidningsartiklar som rörde ämnet män, dieter och kost. Vad han fann var att samtliga artiklar som rörde hälsa och kost hos män handlade om allvarliga sjukdomar, framförallt cancer men också hjärtproblem och fetma. Artiklarna verkade som varningar kring mäns hälsa och beskrev hur det är de manliga matvanorna, med mycket rött kött och lite frukt och grönt, som gör männen sjuka. De flesta artiklar beskriver män som okunniga vad gäller matlagning och i behov av hjälp från kunniga inom hälso- och kostyrket för att gå ner i vikt. Gough (2007) fann att meningen med artiklarna var att få män att ändra sina matvanor för att skydda och förbättra sin hälsa.

Drummond (2006) menar att verksamma inom hälsoyrket, såsom kostrådgivare, kan hjälpa individer att finna vägen till en hälsosammare och sundare kosthållning. Drummond (2006) skriver också om hur viktigt det är att allmänheten börjar förstå betydelsen av att äta en hälsosam kost och att de tips och råd som bl. a. kostrådgivare kan ge, inte behöver vara särskilt avancerade. Det gäller bara att få allmänheten att lyssna.

Med Drummonds (2006) uttalande om hur viktigt det är att äta hälsosamt och att verksamma inom hälsoyrket kan hjälpa människor med detta, kan man förstå att det finns ett behov av kunniga inom området. Men hur stort är egentligen behovet och finns det någon möjlighet att som kostrådgivare slå igenom på arbetsmarknaden?

4. SYFTE

Syftet med denna undersökning är att få en inblick i hur kostrådgivares nuvarande arbetsmarknad ser ut och samtidigt få en inblick i hur deras framtid ser ut.

4.1 Frågeställningar

Hur ser efterfrågan/behov av kostrådgivare ut idag?

Hur ser arbetsmarknaden ut för kostrådgivare idag?

Har efterfrågan/behov förändrats de senaste åren och i så fall hur?

Är det någon speciell grupp som efterfrågar kostrådgivning?

Spelar utbildning, erfarenhet och marknadsföring någon roll vid klienters val av kostrådgivare?

5. METOD

Vilken metod man använder sig av i en studie är helt beroende på studiens syfte och frågeställningar (Patel & Davidsson). Syftet med denna studie var att nå ett resultat med hjälp av individers egna upplevelser och därför valdes en kvalitativ inriktning. Kvalitativ forskning används då man vill förstå och tolka t.ex. människors upplevelser eller urskilja och särskilja handlingsmönster (Trost, 2010; Patel & Davidsson, 2003). En kvalitativ studie kan utföras på flera olika sätt men de metoder som används mest är intervjuer eller observationer (Widerberg, 2002). Vid observationer studerar, registrerar och tolkar forskaren deltagarnas kroppsliga uttryck och handlingssätt medan han vid intervjuer använder sin verbala förmåga för att få fram deltagarnas muntliga uppgifter, berättelser och upplevelser. För att på bästa sätt uppfylla studiens syfte valdes kvalitativa intervjuer som metod. Då intervjuerna skulle utföras med informanter inom ett större område genomfördes både telefonintervjuer och arbetsplatsintervjuer.

Nedan följer en detaljerad metodbeskrivning när det gäller urval, genomförande och databearbetning.

5.1 Urval

För att få fram bästa resultat skulle yrkesverksamma kostrådgivare som arbetade kring Jönköping- och Göteborgsområdet intervjuas. Då studiens syfte var att få en inblick i hur kostrådgivares arbetsmarknad såg ut idag var ett krav att informanterna skulle ha arbetat aktivt i minst sex månader. Detta för att de skulle arbetat tillräckligt länge för att kunna skapa en uppfattning om hur arbetsmarknaden såg ut förr och hur den ser ut idag.

Informanterna valdes ut med hjälp av ett så kallat bekvämlighetsurval (Trost, 2005). Detta urval är en av de vanligaste och mest praktiska metoderna att använda sig av för att få stor variation bland informanterna. Denna variation är något man enligt Trost (2005) bör eftersträva vid kvalitativa undersökningar för att få ett blandat urval inom den givna enhetliga gruppen. Urvalet innebär att man tar de personer som är lättast att nå och lättast att finna som passar in i den enhetliga grupp forskaren valt att intervju. För att hitta informanter användes internet, främst Google och gula sidorna där sökorden ”kostrådgivare Jönköping”, ”kostrådgivare Göteborg”, ”kostrådgivning Jönköping” och ”kostrådgivning Göteborg” användes. Även Paulúns Näringscenters hemsida, www.pnc.nu, användes. På denna hemsida finns ett register med kostrådgivare som är utbildade på just det centret och dessa är där indelade i geografiska områden. Förutom namn på kostrådgivarna finns också eventuell hemsida, e-postadress och telefonnummer.

För att ytterligare öka chanserna på att finna möjliga informanter tillfrågades de intervjuade efter intervjuerna om de kände till och kunde ge e-postadresser till andra kostrådgivare inom området. Detta tillvägagångssätt kallas snöbollsurval och är en form av bekvämlighetsurval (Trost, 2005)

5.2 Genomförande

Totalt kontaktades 19 kostrådgivare via e-post (se bilaga 1a och 1b). Utskicken varierade beroende på om det var en telefonintervju eller arbetsplatsintervju som efterfrågades. Av 19 kostrådgivare hade 5 stycken möjlighet att delta i studien. Av dessa fem var tre från

Jönköpingsområdet och två från Göteborgsområdet och därmed utfördes tre arbetsplatsintervjuer och två telefonintervjuer. Samtliga informanter var kvinnor.

5.2.1 Frågor

För att underlätta vid intervjutillfällena sammanställdes en intervjuguide med 9 huvudfrågor och ett antal underfrågor (se bilaga 2). Intervjuguiden fungerade som hjälpreda under intervjun och den innehöll frågor som motsvarade det som skulle analyseras (Widerberg, 2002). Frågorna var desamma för samtliga informanter men ordningsföljden kom att variera då man enligt Trost (2010) ska låta den intervjuade styra ordningen om det är möjligt. Detta medförde att ingen intervju var den andra lik vad gällde ordningsföljd. Intervjuguiden var strukturerad till den mån att frågorna enbart rörde ett område men frågorna var öppna (Trost, 2010).

Patel och Davidsson (2003) menar att det vanligaste tillvägagångssättet att inleda intervjun är med neutrala frågor för att få fram information om relevanta bakgrundsvariabler. Detta var också fallet i denna studie där de tre inledande frågorna rörde kostrådgivarnas arbetsbakgrund. Frågorna 4-8 rörde arbetsmarknad och efterfrågan medan fråga 9 rörde området utbildning, erfarenhet och kompetens. Det är just dessa frågor mellan inledning och avslutning som är de viktigaste frågorna och dessa ska behandla själva frågeställningen (Patel & Davidsson, 2003).

5.2.2 Intervjuer

Intervjuerna genomfördes på vardagar under cirka en veckas tid (onsdag 2011-04-12 till torsdag 2011-04-21), på tider som passade informanterna. Telefonintervjuerna tog cirka 10 minuter att genomföra medan övriga tog cirka 30-40 minuter. Tre intervjuer genomfördes på platser som informanterna själva valt medan två genomfördes per telefon. Var intervjuerna ska genomföras är en viktig fråga att ställa innan man genomför intervjuerna (Trost, 2010). För att få bästa resultat bör inte några åhörare finnas, miljön ska vara så ostörd som möjligt och den intervjuade ska känna sig trygg i miljön. Trost (2010) menar att man bör låta den intervjuade bestämma plats. Då personen är vänlig nog att ställa upp på en intervju är detta det allra minsta man som forskare kan låta personen göra. Detta var också fallet i denna studie där samtliga informanter fick bestämma tid och plats som passade dem. Av de intervjuer som genomfördes med intervjuare och informant i samma rum var två belägna på kostrådgivarnas arbetsplats medan en genomfördes i ett ostört rum som intervjuaren ordnat. Intervjun var planerad att utföras på kostrådgivarens arbetsplats men detta fick ändras då informanten var ledig dagen för intervjun. Rummet som ordnades av intervjuaren bedömdes som ett neutralt rum som ingen av de inblandade ansågs vara mer eller mindre trygg i. Samtliga intervjuer genomfördes i ostörda rum där det var liten risk för avbrott. Vad gäller telefonintervjuerna befann sig en informant på sin arbetsplats och en i en affär då intervjun genomfördes. Intervjuaren befann sig i ett enskilt rum under båda intervjuerna.

Några dagar innan varje intervju skulle utföras skickades intervjufrågorna per e-post ut till informanterna för att de skulle ha möjlighet att förbereda sig. Dock var det bara en informant som faktiskt läste igenom frågorna innan och detta berodde på att de övriga informanterna antingen hade ont om tid eller att det sända dokumentet inte kom fram eller kunde öppnas.

För att dokumentera intervjuerna spelades dessa in och det fördes också små minnesanteckningar. Inspelningen innebar att intervjuaren hade möjlighet att till fullo

fokusera på informanten istället för på anteckningarna (Trost, 2010) Ytterligare fördelar med att spela in en intervju är att man har obegränsad tillgång till materialet efter intervjun och man kan ordagrant transkribera materialet för att på så sätt kunna använda sig av informanternas korrekta citat. Anteckningarna fördes dels för att skriva ner egna intryck och tankar och dels för att ha tillgång till data utifall att inspelningarna av någon anledning skulle bli förstörda eller oanvändbara.

Varje intervju inleddes med att intervjuaren presenterade sig själv och sin utbildning, syftet med studien och hur intervjun skulle genomföras. Informanterna informerades om sina befogenheter och villkor samt vilka skyldigheter forskaren har. Intervjun påbörjades relativt omgående då de flesta informanter hade ont om tid. När intervjun var klar tackades intervjupersonen för sin medverkan och samtliga informanter meddelade att forskaren kunde höra av sig om något var oklart.

5.2.3 Bortfall

Av de totalt 19 kostrådgivarna som kontaktades var det bara 5 stycken som deltog i undersökningen. De övriga 14 hade av olika anledningar inte möjlighet att ställa upp.

Två stycken av de 19 tillfrågade kostrådgivarna hade precis startat eller skulle starta med kostrådgivning inom snar framtid. Då kravet var att informanterna skulle varit yrkesverksamma i minst 6 månader valdes dessa två bort. Båda två var dock väldigt positiva till att ställa upp och berättade att de gärna ställt upp om de inte varit så nya inom yrket. Av dessa två var en från Jönköpingsområdet och en från Göteborgsområdet.

I Jönköpingsområdet kontaktades totalt sex stycken kostrådgivare. Av dessa hade tre stycken möjlighet att ställa upp men samtliga sex var väldigt positivt inställda till att bli intervjuade. En av de tillfrågade hade varit på semester och svarade därför på e-posten för sent för att en intervju skulle hinnas genomföras medan en inte hade möjlighet att ställa upp på grund av tidsbrist. I Göteborgsområdet kontaktades 13 kostrådgivare. Tre av dessa besvarade inte e-posten alls, en lovade att ställa upp men svarade inte sedan på vidare e-post och sex stycken svarade att de inte hade möjlighet att ställa upp på grund av tidsbrist. Enbart två stycken i Göteborgsområdet hade möjlighet att ställa upp. En av dessa hade tidigare studerat kost- och friskvårdsprogrammet och ställde därför mer än gärna upp medan den andra informanten var mindre positiv men ställde ändå upp.

5.2.4 Etik

När humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning bedrivs är forskarna skyldiga att följa individskyddskravet, ett krav som innebär att individer som deltar i forskningen inte får utsättas för psykisk eller fysisk skada, förödmjukelse eller kränkning (Humanistisk-samhällsvetenskapliga forskningsrådet, HSFR, 1990). Detta grundläggande krav är indelat i fyra huvudkrav och samtliga ingår i de forskningsetiska principerna. Dessa principer har legat till grund för såväl planeringen av denna studie som hela forskningsprocessen.

Som beskrivits under rubriken ”5.2.2 Intervjuer” började varje intervju med att de intervjuade informerades om studiens syfte, vad materialet skulle användas till samt vilka villkor som gällde för deltagarna. De upplystes om att deras deltagande var frivilligt och att de när som helst kunde avbryta intervjun och avsluta sitt deltagande. Denna inledning innebär att både informationskravet och samtyckeskravet uppfylldes. Ett tredje huvudkrav är det så kallade

konfidentialitetskravet som innebär att alla uppgifter om deltagande personer ska hanteras på sådant sätt att personerna inte kan identifieras av utomstående. All data har under hela studiens gång behandlats konfidentiellt och inga namn eller personuppgifter har rapporterats i studien. Konfidentialitetskravet hänger samman med nyttjandekravet som innebär att insamlade uppgifter om deltagarna endast ska användas för forskningsändamål, ett krav som denna studie också uppfyller.

Att som forskare förhålla sig till dessa forskningsetiska principer är oerhört viktigt, framförallt då uppgifterna och materialet på något sätt spelas in och dokumenteras på mer än ett sätt (Trost, 2010). Om detta är fallet, såsom i denna studie, måste man som forskare få tillåtelse från deltagarna att spela in intervjun och man bör också informera om att allt som sägs under intervjun är konfidentiellt.

5.2.5 Reliabilitet, validitet & trovärdighet

Inom kvalitativ forskning används oftast inte begreppet reliabilitet eller tillförlitlighet. Istället är begreppen reliabilitet och validitet sammanflätade och validitet får en vidare innebörd genom att det är relaterat till hela forskningsprocessen och inte bara själva datainsamlingen (Trost, 2005; Patel & Davidsson, 2003).

Den största utmaningen då man genomför en kvalitativ studie är att bevisa för läsarna att studien är trovärdig (Trost, 2005). Genom att i denna studie med största noggrannhet beskrivit hur hela arbetsprocessen gått till kan läsarna själva följa processen och på så sätt göra en egen bedömning av studiens trovärdighet. Metodavsnittet är grundligt beskrivet med bland annat en noggrann beskrivning av de etiska aspekterna och trovärdigheten borde därmed inte ifrågasättas vad gäller detta. Vanliga problem som rör validitet och trovärdighet uppstår ofta vid analys och resultatredovisning (Patel & Davidsson, 2003). Genom att spela in samtliga intervjuer ökar trovärdigheten av det insamlade materialet, men för att undvika att trovärdigheten ifrågasätts vid analysen bör transkribering av intervjuerna ske ordagrant. Att överföra talspråk till skriftspråk är en svår uppgift och för att öka trovärdigheten är det viktigt att vid transkriberingen få med de pauser, betoningar och exempelvis skratt som fanns med vid intervjun. Som forskare är det viktigt att man är medveten om de val som görs vid hanteringen av data och hur dessa val påverkar analysen.

Vad gäller resultaten har dessa rapporterats så att läsaren själv kan bilda sin egen uppfattning om tolkningens trovärdighet (Patel & Davidsson, 2003). Detta genom att forskaren har strävat efter en bra balans mellan citat från informanterna samt egna tolkningar. Samtliga svar och citat från informanterna har hållits till sitt sammanhang och man har utifrån etisk synpunkt valt att inte använda för många direkta citat från intervjuerna (Patel & Davidsson, 2003; Trost, 2005).

För att en kvalitativ studie ska anses ha god kvalitet är det viktigt att alla delar kan kopplas ihop till en meningsfull helhet (Patel & Davidsson, 2003). Samtliga delar av denna studie har därmed kopplats till studiens syfte och tillsammans skapat en relevant helhet. Genom hela rapporten har forskaren löpande hänvisat till litteratur och källor för att öka studiens trovärdighet och pålitlighet (Trost, 2005).

5.3 Bearbetning av data

Arbetet med att bearbeta material kan enligt Trost (2005) delas in i följande tre steg: först samlar man in datamaterialet, därefter analyseras det och sedan tolkas det. Trost (2005) menar samtidigt att denna ordning inte behöver följas, de tre stegen kan gripa in i varandra och redan vid intervjuerna sker ofta analysering och tolkning mer eller mindre automatiskt. Dessa tre steg användes i denna studie vid bearbetning av det insamlade datamaterialet.

Till att börja med transkriberades samtliga intervjuer ordagrant med såväl intervjuarens frågor som informanternas svar. Detta är ett väldigt tidskrävande arbete men det ger bra material att tolka och analysera. Dessa ordagranna transkriberingar gjordes för att ha möjlighet att tolka språk, uttryck, sätt att tala, pauser och liknande som anteckningar inte hade kunnat fånga (Widerberg, 2002). Under tiden som transkriberingen utfördes skrevs även reflektioner och tankar ned i ett separat dokument. Eftersom transkriberingen innebar att intervjumaterialet lyssnades igenom ett flertal gånger gav detta forskaren möjlighet att hitta nya sätt att analysera och tolka materialet på. Under studiens gång genomfördes löpande analyser, vilket innebar att transkribering skedde direkt efter varje utförd intervju (Patel & Davidsson, 2003). Fördelen med detta är att man fortfarande har intervjun färskt i minnet och har på så sätt ett levande förhållande till materialet. Då samtliga intervjuer var genomförda och transkriberade skrevs varje dokument ut i ett exemplar för att användas till analysering och tolkning.

Då utskriftarna var färdiga och textmaterialet fanns tillgängligt skulle materialet sorteras med hjälp av teman (Widerberg, 2002). För att välja ut teman utgick forskaren från empirin och hade därmed ett empirinärförhållningssätt. Då man utgår från empirin hämtar man teman från det empiriska materialet, vilket i detta fall var intervjuguiden (se bilaga 2), textmaterialet och anteckningar. Med hjälp av detta material bestämdes följande teman: arbetsmarknad då, arbetsmarknad nu, efterfrågan då, efterfrågan nu, antal klienter i veckan, målgrupp och betydelse vid val av kostrådgivare. Dessa var de mest centrala teman i materialet som också ingick i frågeställningar och syfte. Widerberg (2002) menar att man inte ska använda sig av alltför många teman samtidigt som man vill undvika att behöva lägga till teman då man håller på att avsluta processen. Därför användes alla 7 teman vid analysen och istället valdes ett tema bort vid resultatredovisningen som ansågs vara irrelevant studiens syfte. För att underlätta vid analysen användes olika färger för att markera teman i textmaterialet (Widerberg, 2002). Exempelvis användes en gul filtpenna för att markera meningar, citat och ord inom temat 'arbetsmarknad då'.

Vid analysen bearbetades ett tema i taget. Intervjuutskriften som skulle analyseras lästes igenom en gång innan markering av teman påbörjades för att öka förståelsen av materialet. Därefter lästes textmaterialet ett flertal gånger samtidigt som första temat markerades och analyserades. Samma procedur utfördes sedan till varje tema. När alla teman markerats gjordes en sammanfattning av de markerade orden, citaten och meningarna inom varje tema. Sammanfattningarna, tillsammans med markerade citat inom de olika teman, utgjorde sedan material för tolkningarna i resultatredovisningen.

Vad gällde de tre första frågorna på intervjuguiden (se bilaga 2), som rörde informanternas bakgrund kom dessa att redovisas med hjälp av tabeller. Det ansågs därmed onödigt att ha bakgrund som ett tema då svaren på de frågorna inte var möjliga att analysera på samma sätt som resterande då de var mer kvantitativt inriktade.

6. METODDISKUSSION

Att det i denna studie skulle genomföras en kvalitativ undersökning var från början inte helt självklart. Första tanken var att använda en kvantitativ enkätundersökning men problemet med detta var att veta hur urvalet skulle göras och vilka respondenterna skulle vara. Då man genomför en enkätundersökning behövs ett stort antal respondenter för att studien ska anses tillförlitlig och giltig (Patel & Davidsson, 2003). Att hitta en lämplig population med tillräckligt många respondenter var svårt inom regionen för studien och därför valdes enkätundersökning bort. Istället ansågs kvalitativa intervjuer vara en bra metod som passade studiens syfte. Då syftet var att ta reda på enskilda individers upplevelser och tankar om fenomenet ansågs varken fokusgruppintervjuer eller observationer lämpliga för studien.

6.1 Urval

För att finna lämpliga informanter till studien användes bekvämlighetsurval. Eftersom det var kostrådgivare som skulle intervjuas var antalet möjliga informanter att tillfråga begränsat och därför ansågs bekvämlighetsurval vara det bästa sättet för att få tag på informanter. Snöbollsurvalet som användes genererade inte till några användbara informanter och detta urval hade därför inte behövt användas. I övrigt anses urvalet vara korrekt och bekvämlighetsurval var det urval som ansågs mest lämpligt.

6.2 Genomförande

Samtliga informanter kontaktades via e-post då detta ansågs vara det bästa sättet att nå dem och få svar. Många av de kostrådgivare som hittades via Google, gula sidorna och pnc.nu hade ingen angiven e-postadress och därmed föll ett flertal möjliga informanter bort. Genom att istället ringa samtliga kostrådgivare hade troligtvis antal informanter som ställt upp för intervju ökat men detta ansågs vara ett väldigt tidskrävande arbete, särskilt eftersom jag arbetade med min studie själv. Det hade också varit möjligt att skicka brev till samtliga men denna metod valdes också bort då majoriteten av de kostrådgivare som fanns inte hade angivit någon adress. Widerberg (2002) skriver att ett frågeformulär är ett bra sätt att rekrytera informanter på, då man genom detta får reda på bakgrundsvariabler som gör det lättare att välja ut intervjupersoner som uppfyller de krav som studien har. Detta frågeformulär skickas ut till de som hittats i urvalet och de får sedan skicka tillbaka formuläret till forskaren. Vad som hade varit negativt med detta var att det hade varit tidskrävande och svårt att få tag på adresser som tidigare nämnts, medan det positiva hade varit att man förutom att hitta lämpliga informanter också hade fått tillgång till bakgrundsinformation innan intervjuerna börjat.

6.2.1 Intervjuer

En brist i studien var att det inte genomfördes någon pilotstudie innan intervjuerna påbörjades. Med en pilotstudie kan man pröva intervjuguiden och på så sätt få reda på om några frågor behöver korrigeras (Patel & Davidsson, 2003). Att göra en pilotstudie i denna studie hade varit bra men på grund av kort om tid var det inte möjligt att genomföra.

Av de fem intervjuer som genomfördes utfördes två per telefon. Telefonintervjuer kan ifrågasättas som metod vid kvalitativa intervjuer då de ofta är standardiserade och inte lämpade för mer in- eller djupgående frågor och svar (Trost, 2010). Detta blev också fallet i

denna studie, telefonintervjuerna tog cirka 10 minuter medan övriga höll på i 30-40 minuter. Tanken var från början att samtliga intervjuer skulle pågå i 30-40 minuter för att få så bra data som möjligt och samtidigt minska på antalet intervjuer. Varför telefonintervjuerna inte tog längre tid berodde troligtvis till största del på att båda informanterna vid intervjutillfället var stressade och befann sig i miljöer med mycket ljud. Det var inte möjligt för forskaren att standardisera intervjumiljön vid telefonintervjuerna och detta kan ha påverkat informanternas svar och därmed också intervjutiden. Då telefonintervjuerna blev så korta hade det varit lämpligt att genomföra ett par telefonintervjuer till för att öka datamaterialet. Dock var inte detta möjligt då inga fler kostrådgivare hade möjlighet att ställa upp. För att få ut bästa möjliga data av intervjuerna hade det mest ultimata varit att genomföra samtliga intervjuer med intervjuare och informant på samma plats. Dessvärre var detta inte möjligt i denna studie då intervjuerna genomfördes i två olika geografiska områden.

Vid de övriga intervjuerna valde två av informanterna plats med hade intervjuaren valde plats vid den tredje. Trots att det var en neutral plats, där varken intervjuare eller informant varit förut, kan informanten känt sig i underläge då det var intervjuaren som bestämde platsen. Platsen var ostörd och enskild men den eventuella otryggheten kan ha medfört att informantens svar påverkades på ett eller annat sätt (Trost, 2005).

Man kan ifrågasätta om det var rätt att skicka ut frågorna i förhand till informanterna. Det var endast en som hade haft möjlighet att läsa frågorna innan och det är svårt att avgöra om detta har påverkat svaren. Då frågorna var relativt enkla borde det dock inte påverka om informanterna läst igenom dem innan eller inte.

6.2.2 Bortfall

Av de totalt 19 tillfrågade var det endast 5 stycken som hade möjlighet att ställa upp på intervju. Då jag själv kommer från Jönköpingsområdet tror jag att en stor anledning till att kostrådgivarna därifrån var så positiva till att intervjuas var att de kände till mig eller mitt namn. Detta fick jag också bekräftat från en av de intervjuade då hon sa att hon inte hade ställt upp om det inte var jag som frågade. Detta kan vara en stor anledning till varför så många tackade nej i Göteborgsområdet. Ännu en anledning kan vara att just denna tid på året är en av kostrådgivarnas mest upptagna tid då det är nu de flesta vill ha hjälp med att komma i form till sommaren.

6.2.3 Etik

Vad gäller etiska aspekter kan vissa delar ifrågasättas. I det första e-postmeddelandet till de tillfrågade beskrevs vem forskaren var, studiens syfte och om de tillfrågade ville ställa upp på en intervju (se bilaga 1a och 1b). För att uppfylla de forskningsetiska principerna borde delar ur konfidentialitetskravet nämnts redan i detta första e-postmeddelande och forskaren borde också redan i detta meddelande informerat om att intervjun skulle komma att spelas in om informanterna tillät.

6.3 Bearbetning av data

Hur materialet skulle bearbetas bestämdes relativt omgående då allt material var insamlat. Då intervjuguiden var uppdelad i olika teman kändes det därmed självklart att också i bearbetningen använda sig av teman. Under bearbetningen användes sju olika teman som ansågs

motsvara studiens syfte och frågeställningar. Då analysen var genomförd och tolkningen skulle påbörjas upptäcktes att ett tema helt saknade relevans. Detta var temat 'antal klienter i veckan' som till en början ansågs vara ett bra mått på efterfrågan idag. Vid tolkningen visade det sig att detta inte stämde då samtliga informanternas svar var så pass olika och inte gick att analysera. Därför valdes detta tema bort och det redovisades inte heller i resultatet.

Bearbetningen i stort anses vara väl genomförd och har därmed lett fram till en relevant resultatredovisning.

7. RESULTAT

Resultatavsnittet inleds med en beskrivning av samtliga informanternas bakgrundsfakta som innefattar de svar som erhållits från fråga 1 till 3 i intervjuguiden (se bilaga 2). Dessa resultat redovisas också i tabeller för att vara lättare att överskåda. Därefter presenteras resultaten i följande ordning; arbetsmarknad & efterfrågan förr, arbetsmarknad & efterfrågan idag, målgrupp och betydelse vid val av kostrådgivare.

Totalt intervjuades 5 personer. Då all personinformation är konfidentiell benämns informanterna istället för vid namn med siffror, från siffror 1 till 5. Person 2 och 5 är från Göteborgsområdet och resterande från Jönköpingsområdet.

7.1 Bakgrundsfakta

Nedan följer en genomgång av informanternas bakgrund. I tabell 1 berörs hur länge respektive informant arbetat som kostrådgivare och deras utbildning/utbildningar. Tabell 2 rör deras anställningsform.

7.1.1 Antal verksamma år och utbildningar

Tabell 1

Informant	Verksam i:	Utbildning/utbildningar:
Nr.1	13 år	Dipl. Kostrådgivare vid Paulúns Näringscenter (PNC) Isodietencoach (PNC) Lic. personlig tränare S.A.F.E. Gyminstruktör Friskis & Svettis Hälsoprofilbedömning HPB
Nr.2	7 år	Undersköterska (Högskola) Dietist (Göteborgs Universitet) Lic. personlig tränare
Nr.3	20 år	Styrketränings- och aerobicinstruktör Kostrådgivare Lic. personlig tränare Yogalärare Näringsterapeut (Privatutbildning 6 år) Fördjupningskurser (ex. detox, örter, metabolic type m.m.)
Nr.4	8 månader	Dipl. kostrådgivare (PNC) Isodietencoach (PNC) Diverse högskolekurser inom kost, fysisk aktivitet och hälsa Cert. massageterapeut
Nr.5	5 år	Kost- och friskvårdsprogrammet (Göteborgs Universitet 3 år) Body Vibe

Gemensamt bland informanterna är att samtliga har fler än en utbildning som berör kost, träning och hälsa. Två av dem är diplomerade kostrådgivare (nr.1 och nr.4) och dessa två är också utbildade till isodietencoacher. Tre av informanterna är licensierade personliga tränare (nr.1, nr.2 och nr.3) och tre är också utbildade gyminstruktörer/gruppinstruktörer (nr.1, nr.3 och nr.5). Två är utbildade på universitet eller högskola i minst 3 år (nr. 2 och nr.5) medan en har gått en 6-årig privatutbildning som motsvarar en högskoleutbildning (nr.3). Andra utbildningar och kurser som informanter har gått utöver de tidigare nämnda är hälsoprofilbedömning (HPB), massageterapeut, undersköterska och olika fördjupningskurser.

Då samtliga informanter har mer än en utbildning eller kurs i bagaget framträder detta som ett krav för att slå sig in på arbetsmarknaden och framförallt för att lyckas som kostrådgivare. Det som upplevs som det bästa komplementet av kostrådgivarna själva är utbildning inom träning. Ofta önskar människor som kommer till en kostrådgivare inte bara hjälp med mat utan också hjälp med träning och motivation, vilket styrks av följande citat:

"När man jobbar med kostrådgivning och jobbar med människors hälsa då är träning en så viktig del, så att man kommer långt med kosten, men att ha en personlig tränarutbildning i ryggen är också jätte värdefullt tycker jag"

En av de intervjuade hade endast två utbildningar, en högskoleutbildning och en instruktörsutbildning, och hade trots detta ett heltidsjobb som kostrådgivare. Att hon lyckats få ett jobb utan att utbildat sig vidare, beror troligtvis på att hon gått en bred utbildning på universitet, kost- och friskvårdsprogrammet. Programmet berör under sina tre år kost, fysisk aktivitet, träning och hälsa och ger därför studenterna en bred kunskapsgrund att stå på. Något informanten själv uppmärksammade under intervjun:

"Jag känner att det är väldigt skönt att ha en bra utbildning i ryggen, för att man är inte osäker på nånting när det gäller kost, frågor man får känner man verkligen att man kan svara på!"

"/.../ men jag känner för min egen del att man får en säkerhet. I sin kunskap."

Det är alltså inte omöjligt att slå sig in på arbetsmarknaden med enbart en utbildning i ryggen men med fler utbildningar och kurser kan man utöka sitt arbetsområde.

Något som också tas upp av flera informanter är att man som kostrådgivare aldrig blir färdig utan man måste hela tiden följa med i utvecklingen. De menar att kost, friskvård och hälsa är områden som ständigt utvecklas och det tillkommer ny forskning och nya upptäckter varje dag.

"/.../ jag tror aldrig man är färdig utan man måste också va dynamisk, man måste följa med. /.../ och du måste kunna allting om allt, du måste veta alla hemska dieter, vad de heter och hur de fungerar, för att du kommer möta dina klienter eller patienter, det är dom som undrar!"

7.1.2 Anställningsform

Tabell 2

Informant	Anställningsform
Nr.1	Anställd av ett dagspa där hon fram till 2010 jobbade heltid med kostrådgivning, föreläsningar och kurser. Arbetar nu endast en dag i veckan med kostrådgivning och har föreläsningar och kurser då och då.
Nr.2	Egenföretagare som dietist (50%) och anställd av gym som personlig tränare (50%). Har individuell kostrådgivning men också föreläsningar på företag, idrottsföreningar m.m.
Nr.3	Egenföretagare. Har startat ett träningscenter och arbetar lika mycket med näring som med träning. Håller även i föreläsningar och anordnar hälsosor.
Nr.4	Egenföretagare. Arbetar (50%) i team med specialister på rehabilitering och idrottsskador. Har mestadels massagekunder men hoppas på att utöka kostrådgivningen inom kort. Kommer framöver att hålla i viktminskningskurser och även föreläsningar.
Nr.5	Egenföretagare. Jobbar som kostrådgivare på gym och har kurser och utbildningar på folkuniversitetet.

Majoriteten av informanterna är egenföretagare, 4 av 5 driver på något sätt eget företag. En informant är anställd av ett företag där hon numera jobbar en dag i veckan, tidigare heltid. Utöver kostrådgivning en dag i veckan håller hon också föreläsningar för olika företag och organisationer men också på det spa där hon är anställd. Två av informanterna arbetar på större gymkedjor, den ena som kostrådgivare (egenföretagare) och den andra som personlig tränare och kostrådgivare/dietist. Båda två har också andra arbeten utanför gymmet. Den ena arbetar på folkuniversitetet där hon har kurser och utbildningar och den andra jobbar med sitt egna företag som dietist, vilket innebär många föreläsningar för företag och idrottsföreningar. Informant nr.3 har startat ett eget träningscenter där hon både är instruktör och näringsterapeut. Förutom det håller hon föreläsningar, dels på centrat och på företag och hon anordnar dessutom hälsosor för människor från hela Sverige. En av de intervjuade har eget företag och jobbar i team tillsammans med specialister i rehabilitering och idrottsskador. Informanten ägnar sig främst åt massage men hoppas på fler kostrådgivningskunder framöver och ska på sikt hålla i viktminskningskurser och föreläsningar.

Man kan med detta resultat finna ett mönster att gym är den största marknaden för kostrådgivare. 3 av 5 arbetar på gym och en arbetar på dagspa där det också finns tillgång till gym och det ligger stort fokus på träning. Endast en arbetar inom vården och detta på en privatklinik med sjukgymnaster, naprapater och ortopedier, där hon arbetar som både massör och kostrådgivare. Även på kliniken finns gym att tillgå och där arbetar även en personlig tränare.

7.2 Arbetsmarknad & efterfrågan förr

Majoriteten av informanterna ansåg att det var svårt att hitta jobb då de kom ut på arbetsmarknaden, detta oavsett om det var för 20 eller 5 år sen. De som kom ut på arbetsmarknaden för 15-20 år sen menar att svårigheterna att få jobb då berodde på att friskvård och kost inte ansågs särskilt viktigt i samhället. Man hade ännu inte förstått betydelsen av bra näring och kost och företagen hade inte fått upp ögonen för friskvård.

"/.../ 1998, då upplevde jag att, då låg det här med friskvård lite i sin linda. /.../ man hade börjat prata om friskvård men det var inte så många företag som satsade på det."

Dessa informanter började inte arbeta heltid med kostrådgivning utan fick börja med att kombinera kosten med personlig träning. Kostrådgivningen fungerade då mer som ett extrajobb.

Även för 5-7 år sen var det enligt informanterna svårt att slå sig in på arbetsmarknaden. En av de intervjuade jobbade ett år i butik efter sin utbildning innan hon fick jobb på ett gym. Där fick hon börja med att jobba i reception och hade till en början ett fåtal kostrådgivningskunder, en kundkrets som sedan ökade så mycket att hon fick börja jobba som kostrådgivare på heltid. Bland informanterna finns en utbildad dietist som, till skillnad från de flesta dietister, inte ville jobba inom sjukvården utan rikta sig till idrottande ungdomar och elitidrottare. Detta var hon relativt ensam om på marknaden och hon satsade därför på att starta eget vilket hon lyckades med.

En stor möjlighet att få jobb är via praktikplatser. En av informanterna var under sin utbildning på tre olika arbetsplatser, fick jobberbjudande från samtliga och var därmed säker på att hon hade en tjänst efter utbildningen. Personen är idag kvar på en av dessa arbetsplatser.

Hur arbetsmarknaden ser ut beror till stor del av efterfrågan. Som tidigare nämnts ansågs inte kost och näring vara särskilt viktigt för 15-20 år sen. Informanterna menar att det var först runt 2004 som intresset för kostrådgivning och friskvård startade och mellan åren 2004 och 2007 fanns ett enormt intresse både hos företag och privatpersoner. Trots detta upplevde några informanter att det var svårt att få kunder under denna tid och de fick själva leta upp potentiella kunder. Efter 2007 verkar intresset ha dalat bland företag och det beror troligtvis på konjunkturen, att många företag inte har råd med olika friskvårdssatsningar. Intresset bland privatpersoner upplevs dock fortfarande lika stort. En informant menar att efterfrågan inte har ändrat sig särskilt mycket efter åren som gått utan den ändras snarare utöver året och de olika årstiderna:

"På vårkanten såhär, så är det ganska mycket att göra /.../ lite in på början av hösten också eller där i september brukar det vara ganska mycket, men sen framåt jul och där så är det ju ganska dött faktiskt. Och januari-februari brukar också vara ganska dött."

Sammanfattningsvis kan man säga att det förr var svårt att slå sig in på arbetsmarknaden och man behövde ofta kombinera kostrådgivningen med något annat för att få ett jobb. Att komma på något nytt som inte liknar någon annan kostrådgivare/dietist är också ett bra sätt att skapa arbetsmöjligheter. Efterfrågan var inte särskilt stor till en början och detta är en möjlig anledning till varför det var så svårt att slå sig in på arbetsmarknaden förr.

7.3 Arbetsmarknad & efterfrågan idag

Vad gäller arbetsmarknad och efterfrågan idag råder något delade meningar mellan informanterna. Samtliga menar att konkurrensen har ökat mellan kostrådgivare/dietister/näringssterapeuter de senaste åren då det är fler som har utbildat sig och kommit ut på marknaden. Samtidigt upplever majoriteten att det finns ett behov av fler kostrådgivare då intresset ökar för varje dag som går, både bland företag och privatpersoner.

De informanter som upplever att det fortfarande är svårt att få jobb som kostrådgivare menar att det är svårast att få jobb som rör privatpersoner, även om intresset är stort. De anser att det är lättare att vända sig till privatpersoner om man har någon organisation i ryggen, exempelvis ett gym, företagshälsovård eller liknande:

”Just kostrådgivningsbiten känner jag att det är ganska svårt att vända sig till privatpersoner om man inte har någon bra arena som man jobbar på. Så att jag tror man behöver ett gym eller en företagshälsovård eller liknande, i ryggen, för att det ska gå bra”

”/.../ jag tror att det är ganska dåligt på arbetsmarknaden fortfarande faktiskt... Det är min känsla...”

Samtidigt som några informanter upplever att just denna arbetsmarknad inte ser särskilt positiv ut upplever majoriteten att efterfrågan blir större och större. Informanterna menar att fler och fler människor idag tar till sig information om hälsosam kost och fler anammar en hälsosam livsstil. Fler människor vill också ha hjälp med att gå ner i vikt och de vill samtidigt lära sig mer om hälsa och kost. Enligt en av de intervjuade har intresset för att lära sig mer om olika livsmedel ökat och hon menar att det där finns en stor marknad för kostrådgivare:

”Vi kostrådgivare skulle kunna jobba mer aktivt ute på marknaden, vara ute i butiker /.../ som sagt, marknaden är enorm och intresset finns, det är bara det här att man måste hitta formen och arbetssättet för det.”

Ett mönster som framkommer är att de som arbetat längst som kostrådgivare har lättare att få privatkunder. De upplever att intresset bland privatpersoner ökar och att de hade kunnat fylla på med fler kunder, om de hade haft tid. Att vara ”gammal i gemet” framstår alltså som något positivt som ökar arbetstillfällena.

När det gäller företag upplever samtliga informanter att det där finns en relativt stor marknad och ett stort behov av kostrådgivare. Företag börjar mer och mer intressera sig för att deras anställda ska hålla sig friska och många företag börjar inse hur viktigt det är med rätt kost. Flera av informanterna upplever att många företag själva kontakter dem och vill att de ska hålla föreläsningar om näring och kost. Detta gäller framförallt de som varit yrkesverksamma länge då de är mer kända i regionerna än de allra nyaste. En informant menar att många företag inte vet om att de enskilda kostrådgivarna finns, utan de vänder sig istället till stora organisationer, vilket innebär stora investeringar för företaget. Samma informant anser att enskilda kostrådgivare kan hitta ett koncept som företag har råd med men det gäller att hitta sitt eget arbetssätt och sedan nå ut till företagen. Just detta anses vara det största problemet:

"/.../ många kostrådgivare har redan färdiga former för hur de vill jobba men vi når inte ut på arbetsmarknaden för vi hittar inte vägen ut."

Samtliga informanter jobbar mycket mot företag och olika organisationer och det är då främst föreläsningar det rör sig om. Föreläsningar upplevs vara det som är lättast att sälja till företag och organisationer men också det som ger mest pengar. Sådär säger en av de intervjuade:

"/.../ det är ju föreläsningar som ger pengar. Man får ju slita mer för varje kostrådgivning än vad man behöver göra på en hel föreläsning"

Detta är en uppfattning som de flesta informanterna delar och de menar att företag oftast inte är ute efter några djupa föreläsningar utan snarare inspirationsföreläsningar med tips, idéer och verktyg som lyssnarna kan använda sig av i vardagen. Att informanterna anser att föreläsningar är enklare att genomföra än kostrådgivningar beror troligtvis på att man då kan sätta ihop en föreläsning med grunder som man kan använda till flera föreläsningar. Vid en kostrådgivning måste man komma ihåg information om personen och göra ett individuellt program för denna. Något som kräver mycket tid och tålmod.

För att sammanfatta detta kan man säga att efterfrågan är stor, både från privatpersoner och företag. Människor börjar intressera sig mer och mer för att äta rätt och de vill lära sig mer samtidigt som företag börjar förstå vikten av att ha friska arbeten. Företag upplevs vara lättare att vända sig till och föreläsningar upplevs vara det bästa arbetssättet för att tjäna pengar och komma ut på arbetsmarknaden. Som kostrådgivare finns det många olika områden att jobba med och ta tag i, vilket gör att marknaden är väldigt stor bara man hittar sitt arbetssätt. Majoriteten av informanterna anser att framtiden ser ljus ut och att det kommer att bli enklare med tiden att slå sig in på arbetsmarknaden.

7.4 Målgrupp

Av intervjuresultaten att döma är den absolut vanligaste målgruppen kvinnor i 35-årsåldern och uppåt:

"Den stora massan är väl kvinnor, i vad ska man säga, 40 plus, 50 plus."

"Kvinnor dominerar verkligen, jag har absolut mest kvinnor och absolut mest kvinnor som är 35 och uppåt"

"Det är mest kvinnor /.../ 85% är kvinnor och det är många som är, kanske 40-årsåldern och uppåt"

Informanterna själva upplever att det är i denna ålder kvinnorna får tid att ta hand om sig själva och jobba med sin vikt, exempelvis är det för många först då som barnen blivit äldre och kan ta hand om sig själva. Det kan också vara så att de inser att de inte längre kan dölja sina brister med smink och kläder utan de inser att de måste ändra sin livsstil. Att gå till en kostrådgivare kräver att man har en inkomst och kan lägga pengar på det. Ofta har dessa kvinnor jobbat så länge att de nu har råd att anlita en kostrådgivare, till skillnad från tjejer i 20-25 årsåldern som anses vara en relativt ovanlig grupp hos kostrådgivarna.

Efter kvinnor anses män i 45-50 årsåldern vara vanligast, runt 15-20% av kunderna uppskattas vara män av informanterna själva. Att det är så få män tror de intervjuade kan bero på att majoriteten av kostrådgivarna är kvinnor (alla 5 i denna studie är kvinnor) och det kan vara känsligt för en man att gå till en kvinna och be om hjälp med maten. Vad som är intressant är att majoriteten av de intervjuade upplever att män är mer målinriktade än kvinnor och att de kör fullt ut när de väl bestämt sig, till skillnad från kvinnor som kan gå hos kostrådgivaren en längre tid utan att se något resultat:

"Dom är jäkligt fokuserade män /.../ om dom väl bestämmer sig så kör dom rubbet!"

"/.../ killar har mer, alltså, när dom väl bestämmer sig så går dom åt det målet liksom."

Denna könsuppdelning är inte lika vanlig då det kom till kostrådgivaren som arbetar inom vården och inte heller i dietistens fall. Båda anser att uppdelningen är lika mellan könen men det är åldrarna 40 år och uppåt som dominerar. Kostrådgivaren som arbetar inom vården får ofta manliga kunder som varit hos läkaren och fått beskedet att de behöver gå ner i vikt för att exempelvis förbättra sina blodvärden eller skona sina knän. Denna informant får också många kunder som varit skadade en längre tid och besökt någon av sjukgymnasterna etc. på kliniken och dessa kunder kan vara allt från idrottsskadade ungdomar till äldre sjukskrivna män och kvinnor. Vad gäller dietisten inriktar denna sig främst mot idrottare och får därmed också en annan kundkrets.

Ännu en målgrupp som upplevs vara på framfart är familjer, föräldrar som kommer med sin son eller dotter. Barnen kan vara från 11 år gamla och hela familjen kan gå och lyssna på kostrådgivningen, ställa frågor och få svar och ta med sig informationen hem. Ofta har familjerna haft diskussioner hemma om hur man ska äta och de kommer då till kostrådgivaren och får svar på sina frågor. Detta är en målgrupp som ökat den senaste tiden, mycket beror på att informanten själv har öppnat upp för det genom att fråga sina kunder hur de har det hemma med barn och kosthållning. Informanten menar själv att detta är en väldigt viktig typ av kostrådgivning som samtidigt är väldigt rolig.

7.5 Betydelse vid val av kostrådgivare

Alla informanter svarade relativt lika på denna fråga. Ingen av de intervjuade marknadsförde sig mer än genom deras respektive hemsida och ansåg därför inte heller att marknadsföring kunde vara ett skäl till varför kunder valde just dem som kostrådgivare. En informant svarade dock att hon gärna skulle marknadsföra sig mer och att hon trodde att det skulle ge fler kunder. Det var inte heller någon som upplevde att de blev valda på grund av deras utbildning och de upplevde att kunderna inte var intresserade av hur många högskolepoäng de hade. Det var inte heller någon informant som nämnde något om att kunderna brydde sig om de var diplomerade kostrådgivare eller inte. Troligtvis spelade alltså inte detta någon roll. Informanterna upplevde snarare att kunderna gick på deras tidigare erfarenheter och deras personlighet. Erfarenheterna menade informanterna kunde vara allt från att de varit idrottare själva och på så sätt kunde förstå kunderna bättre, till att de arbetat som kostrådgivare länge. Det absolut främsta skälet till att just de blev valda trodde samtliga informanter berodde på rekommendationer från andra och genom positiva rykten.

"För det första så är det att jag har alltid varit väldigt noga med att göra ett väldigt bra jobb med alla, så jag har fått ett sånt rykte, det är vad jag hör /.../ jag får goda resultat av dom som går hos mig och dom pratar vidare till nästa, till nästa, till nästa."

"/.../ nu får jag ju mycket kunder tack vare... ja rekommendationer!"

"/.../ det har blivit genom såhär mun-mot-mun metoden. Jag började ha en föreläsning där och så pratade dom..."

Dessa anledningar gäller alltså inte bara då privatpersoner ska välja kostrådgivare utan också när företag ska anlita föreläsare. Ett bra rykte ger en större kundkrets och det gäller därför att hela tiden göra ett bra jobb.

För några av informanterna som jobbar på gym och i team spelar också kollegors rekommendationer stor roll. Informanterna berättar att om kollegorna har en kund/patient som är i behov av hjälp med kosten rekommenderar de kunden/patienten att gå till kostrådgivaren som arbetar på samma arbetsplats. Dessa informanter menar att dessa rekommendationer oftast är de som ger flest kunder.

8. DISKUSSION

Denna avslutande del i rapporten inleds med en resultatdiskussion som redovisas i samma ordning som resultatet. Därefter följer en slutsats med förslag till vidare forskning.

Diskussionen utgår från de intervjuer som gjorts i denna studie och det är utifrån dessa intervjuer som slutsatserna är dragna.

8.1 Antal yrkesverksamma år och utbildningar

Hur länge informanterna varit yrkesverksamma varierar från 8 månader till 20 år. I och med dessa stora skillnader skiljer sig också deras erfarenheter åt och därmed deras upplevelser om samtliga frågor som är ställda. Skillnaderna i erfarenhet har självklart påverkat hur informanterna svarat och de kan därmed anses vara ojämförbara. Trots detta anses svaren i denna studie vara tillräckligt jämliga för att en trovärdig jämförelse av svaren ska kunna göras.

8.2 Anställningsform

Utgår man från tabell 2 kan man se att majoriteten av informanterna är egenföretagare. Med detta resultat kan man alltså anta att det som ger störst chans till arbete för kostrådgivare är att starta eget, dock finns ingen tidigare forskning som kan styrka detta. Att starta eget ger en större möjlighet att jobba med det man önskar och man kan utforma sitt företag precis som man själv önskar. Vissa av de intervjuade har kommit på en företagsidé som inte fanns tidigare, åtminstone inte i så stor utsträckning, vilket av dem anses som en stor möjlighet att skapa arbetstillfällen.

8.3 Arbetsmarknad & efterfrågan förr

Samtliga informanter ansåg det var svårt att slå sig in på arbetsmarknaden. Då det gäller de allra tidigaste kostrådgivarna som började för 15-20 år sen kan detta berott på lågkonjunkturen i början av 1990-talet, då mer än en halv miljon svenskar förlorade sina jobb (Håkansson, 2002). Under denna tid ökade de tidsbegränsade jobben och de fasta jobben minskade, vilket kan vara en orsak till att dessa kostrådgivare fann det svårt att hitta ett arbete. Även de som startade med kostrådgivning under 2000-talet fann det svårt att få jobb. Det är möjligt att detta beror på att kostrådgivare inte är ett yrke som ofta eftersöks av arbetsgivare. Detta blir tydligt då man söker efter kostrådgivare på arbetsförmedlingen och yrket inte finns med i yrkeskompassen. Istället hänvisas till dietist eller friskvårdskonsulent som inte alls har samma uppgifter som en kostrådgivare (Arbetsförmedlingen, 2011a; Arbetsförmedlingen 2011b). Även statistiska centralbyrån¹ hänvisar till dietister då man efterfrågar statistik om kostrådgivare och menar att dessa yrken är jämförbara vad gäller arbetsuppgifter. Given denna information blir det tydligt att kostrådgivaryrket inte är ett självklart yrke och för att få ett jobb måste man själv finna en passande arbetsgivare. Man kan också göra som majoriteten i denna studie och starta eget. Detta kan vara en stor möjlighet till att få jobb, att starta eget och komma på något som inte tidigare finns. Det gäller bara att veta vilka människor eller företag man ska rikta sig mot för att sälja in sin produkt och sitt företag.

¹ Personlig kommunikation Birgitta Chisena, Kundservice Statistiska centralbyrån, e-post den 10 februari 2011

Vad gäller efterfrågan så ansåg informanterna att den var relativt svag under 1990-talet och början 2000-talet och många hade inte förstått betydelsen av rätt kost och näring. Winroth och Rydqvist (2008) menar att det var först under mitten av 2000-talet som friskvård fick sitt stora genomslag och det var framförallt då som företag och organisationer började intressera sig för detta. Majoriteten av informanterna anser att detta också är fallet, att efterfrågan har ökat de senaste åren. En av informanterna anser dock inte att efterfrågan har ökat de senaste åren utan att den snarare varierar under året, med störst efterfrågan på vårkanten och inför sommaren. Genom att titta i olika medier kan man förstå varför det är så med tanke på alla de artiklar, program och all den reklam som görs om att ”gå ner i vikt till sommaren” och ”att få sin drömkropp till stranden”.

8.4 Arbetsmarknad & efterfrågan idag

I denna undersökning rådde det delade meningar kring arbetsmarknaden idag. Samtliga informanter menar att det idag är fler och fler som utbildar sig till kostrådgivare vilket ökar konkurrensen. Detsamma gäller inom de flesta yrken när fler väljer att utbilda sig, framförallt då arbetsmarknaden är dålig (Abrahamsson, 2002). De informanter som varit med längst menar att denna konkurrens inte påverkar dem särskilt mycket då de har redan skapat en stor kundkrets som ger dem tillräckligt med arbetstillfällen. Detta gäller framförallt då det rör kunder i form av privatpersoner. Att nå fram till dessa är inte alltid lätt för de som kommit in senare på arbetsmarknaden utan det tar några år innan man etablerar sig ordentligt och får en kundkrets. Som ny kostrådgivare på arbetsmarknaden bör man alltså ha tålamod och framförallt inte ge upp, även om det kan vara svårt till en början. Tittar man på hur informanterna upplever efterfrågan idag finner man att de anser att det finns ett enormt intresse i samhället för kost och näring, något som kan styrkas av bland annat Fitzgibbon m.fl. (2007) och Cena, Roggi, Lucchin och Turconi (2010). Människor vill lära sig mer inom området och fler och fler anammar en hälsosammare livsstil. Informanterna anser att fler människor börjar förstå riskerna med att äta ohälsosamt och att sund kost kan hjälpa mot bland annat högt blodtryck, cancer och hjärt-kärlsjukdomar (Cena m.fl., 2010; Ni Mhurchu, Aston & Jebb, 2010). I och med att intresset är så pass stort från privatpersoner menar majoriteten av informanterna att framtiden ser ljus ut för kostrådgivare och att behovet av fler kunniga inom området är stort. Detta kan styrkas av Cena m.fl. (2010) som skriver att det ökade behovet av kunniga inom kost och näring beror på allmänhetens ökande intresse kring hälsosam mat och kostens egenskaper att förebygga och behandla sjukdomar. Cena m.fl. (2010) menar dessutom att kunniga inom området också har stora möjligheter, och bör hjälpa till med, att få ut kostråd till allmänheten, genom bland annat reklam. Med dessa fakta kan man anta att det finns en stor marknad för kostrådgivare och det gäller bara att hitta ett sätt att nå ut med sina budskap.

Enligt Winroth och Rydqvist (2008) har företag och organisationer börjat satsa på friskvård mer och mer. Företagen har börjat bli medvetna om att det är viktigt att personalen mår bra, dels för att de då gör ett bättre jobb och för att minska risken för sjukskrivningar (Winroth & Rydqvist, 2008; Ni Mhurchu m.fl., 2010). Precis detta nämner också majoriteten av informanterna och de menar att företag och organisationer innebär en stor marknad för kostrådgivare. Informanterna säger att de ofta blir anlitade av just företag eller organisationer för att hålla föreläsningar om kost, näring och träning, något som är kul och samtidigt ger bra lön. Att det är lättare att nå ut till företag än privatpersoner kan bero på att man lättare kan sätta ihop ett koncept som passar just det företaget. Dessutom kan det vara lättare att förklara för företag vad de vinner på att köpa in konceptet – friskare och gladare personal som gör ett bättre jobb (Winroth & Rydqvist, 2008). Informanterna anser att det svåraste är inte att hitta

ett koncept utan att hitta vägen ut på arbetsmarknaden. Förhoppningsvis, med det ökande intresset och med en ökande efterfrågan, kommer det med tiden att bli lättare att göra detta.

8.5 Målgrupp

Bland majoriteten av informanterna anses kvinnor vara den vanligaste målgruppen och detta kan till stor del bero på att kvinnor ofta är väldigt intresserade av hälsosam mat och att det dessutom oftast är kvinnorna som lagar mat och handlar i hushållet (Gough, 2006). Kvinnor har ofta ett större tryck från samhället att se bra ut och vara smala än vad män har och det kan också vara en anledning till att andelen kvinnor är större hos kostrådgivare (Krahé & Krause, 2010). Varför det just är kvinnor som är över 35 är däremot svårare att svara på. Som beskrivits i resultatet upplever informanterna att det är för att de vid denna ålder får tid över för sig själva och att de då har en inkomst som tillåter dem att anlita en kostrådgivare. De upplever att yngre kvinnor oftast inte har samma ekonomiska möjligheter och därför väljer de istället att använda sig av tips och dietförslag som finns i media.

Endast 20% av kunderna uppskattas vara män. Detta anser informanterna själva beror på att män har svårt att erkänna att de har problem med kosten framförallt till en kvinna och de avstår därför från kostrådgivning. Denna anledning styrks av Gough (2006) som också menar att en anledning är att män inte är så intresserade av mat och de lagar sällan mat själva. En av informanterna nämnde exakta detta, att män inte handlade och lagade mat själva och på så sätt kunde de inte kontrollera vad de fick i sig. Därmed var det enligt männen meningslöst att gå till en kostrådgivare.

Den sista gruppen som nämndes av en informant var familjer som har ökat stort de senaste åren. Denna form av kostrådgivning är oerhört viktig då man anammar sina matvanor redan som barn. Kostrådgivningarna innebär att hela familjen får ett nytt synsätt på mat och det kan förhoppningsvis vara ett steg i rätt riktigt för att undvika ätstörningar bland unga. Vid dessa tillfällen lär sig hela familjen vad som är bra mat och att man behöver få i sig samtliga näringsämnen för att må bra. Information som anses vara väldigt viktig i dagens samhälle som hela tiden uppmanar till att undvika olika näringsämnen och gå ner i vikt och bli smal.

8.6 Betydelse vid val av kostrådgivare

Kunskap anses vara en viktig del för att människan ska få arbete och det ställs idag stora krav på tillräcklig kunskap för de flesta arbeten (Svensson, 2002). Trots detta upplever informanterna inte att kunskap spelar en särskilt betydande roll då kunder ska välja kostrådgivare. Samtliga informanter menade att kunderna inte alls brydde sig om vilken sorts utbildning de hade utan det främsta skälet till att de valde just dem var deras erfarenhet och framförallt deras rykte. Att erfarenhet betyder mycket styrker slutsatsen i 8.3 Arbetsmarknad och efterfrågan idag, att de kostrådgivare som varit med längst har lättare att få kunder. Dessa informanter som har 15-20 år på nacken har hunnit samla på sig en hel del erfarenhet och har dessutom haft möjlighet att lära sig av sina misstag. Det som ändå upplevdes vara av störst betydelse var rekommendationer från andra. Tidigare kunder pratar med sina vänner som i sin tur pratar med sina och så vidare. Därför är det viktigt att alltid göra ett bra jobb så att det goda ryktet håller i sig.

8.7 Slutsats

Med resultaten från denna studie kan man utläsa att framtiden ser ljus ut för kostrådgivare. Efterfrågan och intresset har de senaste åren ökat och är idag stort både från privatpersoner och företag. Fler och fler vill lära sig mer om kost och allt som hör detta till. Trots detta upplevs det idag svårt att slå sig in på arbetsmarknaden då det inte finns några självklara vägar in. För att lyckas gäller det att hitta ett eget koncept och en väg in. Finner man dessa två delar finns en stor marknad att arbeta på som med tiden kommer att växa ännu mer.

Den allra största och dominerande gruppen som besöker kostrådgivare är medelålders kvinnor. De uppskattas utgöra cirka 80 % av kunderna. Därefter upplevs medelålders män vara den största gruppen (cirka 15 %) och de anses dessutom vara de kunder som är mest motiverade. En grupp som ökar är familjer som går på kostrådgivning tillsammans. Denna anses utgöra en väldigt viktig grupp som det bör satsas mer på i framtiden.

För att få kunder krävs inga stora reklamskyltar eller ett välfyllt CV. Det som krävs är att alltid sträva efter att göra ett så bra jobb som möjligt med sina kunder och upprätthålla ett gott rykte, då de flesta kunderna anlitar kostrådgivare utifrån andras rekommendationer.

Forskningen inom detta område är minimal och framförallt forskning som rör kostrådgivare. Med mer forskning kring detta område tror jag att kostrådgivaryrket skulle bli mer allmänt känt och på så sätt skulle också arbetstillfällena öka. Då kostrådgivningsutbildningarna på marknaden är många skulle undersökningar och utvärderingar av dessa vara relevanta att genomföra för att kunna jämföra kunskaperna som fås vid de olika utbildningarna. Då de olika utbildningarna kan innebära att man studerar 5 dagar eller 3 år skulle utvärderingar kunna finna hur dessa utbildningar skiljer sig från varandra och om en längre utbildning ger bättre kunskap. Sådan information skulle vara användbar dels för att marknadsföra de olika utbildningarna men också för kostrådgivare i sin egen marknadsföring.

9. Referenser

Abrahamsson, L. (2002). Matvanor, planering och värdering. Ingår i: L. Abrahamsson, A. Andersson, W. Becker & G. Nilsson (Red.), *Näringslära för högskolan* (ss. 313-355). Stockholm: Liber

Abrahamsson, L., & Löf, M. (2006). Proteiner. Ingår i: L. Abrahamsson, A. Andersson, W. Becker & G. Nilsson (Red.), *Näringslära för högskolan* (ss. 131-165). Stockholm: Liber

Abrahamsson, K. (2002). Framtidens arbetsliv mellan överutbildning och underlärande – introduktion. Ingår i: K. Abrahamsson, L. Abrahamsson, T. Björkman, P. E. Ellström & J. Johansson (Red.), *Utbildning, kompetens och arbete* (ss. 9-24). Lund: Studentlitteratur

Aftonbladet. (2011a). *Gå ner i vikt med färdigmat*. Hämtad 2011-04-27 från <http://www.aftonbladet.se/vikt/article12655054.ab>

Aftonbladet. (2011b). *Så kan du bränna fler kalorier – dygnet runt*. Hämtad 2011-04-27 från <http://www.aftonbladet.se/vikt/article12415277.ab>

Allvin, M., Aronsson, G., Hagström, T., Johansson, G., & Lundberg, U. (2006). *Gränslöst arbete – socialpsykologiska perspektiv på det nya arbetslivet*. Malmö: Liber AB

Andersson, A., Nilsson, G., & Aschan-Åberg, K. (2006). Kroppens uppbyggnad och hantering av näringsämnen. Ingår i: L. Abrahamsson, A. Andersson, W. Becker & G. Nilsson (Red.), *Näringslära för högskolan* (ss. 58-76). Stockholm: Liber

Arbetsförmedlingen. (2011a). *Yrkesöversikt: Friskvårdskonsulenter i Sverige*. Hämtad 2011-05-10 från <http://www.arbetsformedlingen.se/4.1d0780de11e44162f348000584.html?url=1886496582%2FYrkesbedomning.aspx&sv.url=12.1d0780de11e44162f348000589>

Arbetsförmedlingen. (2011b). *Yrkesöversikt: Dietister i Sverige*. Hämtad 2011-05-10 från <http://www.arbetsformedlingen.se/For-arbetssookande/Yrke-och-framtid/Yrkesinformation/Yrkeskompassen.html?url=1886496582%2FYrkesbedomning.aspx&sv.url=12.78280711d502730c1800078>

Aschan-Åberg, K. (2006). Vatten, vätske- och syra-basbalans. Ingår i: L. Abrahamsson, A. Andersson, W. Becker & G. Nilsson (Red.), *Näringslära för högskolan* (ss. 194-208). Stockholm: Liber

Becker, W. (2006). Fetter. Ingår i: L. Abrahamsson, A. Andersson, W. Becker & G. Nilsson (Red.), *Näringslära för högskolan* (ss. 107-130). Stockholm: Liber

Broholmer, M., Karlsson, P., & Leijding, T. (2006). *Ät bäst!*. Stockholm: SISU

Bruce, Å. (2006). Begreppet näringslära. Ingår i: L. Abrahamsson, A. Andersson, W. Becker & G. Nilsson (Red.), *Näringslära för högskolan* (ss. 11-14). Stockholm: Liber

Cena, H., Roggi, C., Lucchin, L., & Turconi, G. (2010). Health nutrition practice in Italy. *Nutrition Reviews*, 68 (9), 556-563.

- Drummond, S. (2006). Bringing the sense back into healthy eating advice. *The Journal of Family Health Care*, 16 (5), 143-145.
- Fitzgibbon, M. m.fl. (2007). Communication healthy eating: Lessons learned and future directions. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 39 (2), 63-71.
- Furåker, B. (2002). Arbetsmarknaden. Ingår i: L. H. Hansen & P. Orban (Red.), *Arbetslivet* (ss. 61-88). Lund: Studentlitteratur
- Gough, B. (2007). 'Real men don't diet': An analysis of contemporary newspaper representations of men, food and health. *Social Science & Medicine*, 64, 326-337.
- Hansen, L. H. & Orban, P. (2002). Inledning. Ingår i: L. H. Hansen & P. Orban (Red.), *Arbetslivet* (ss. 13-32). Lund: Studentlitteratur
- Håglin, L., Becker, W., Andersson, A., & Hagren, B. (2006). Kost och hälsa i Sverige och världen. Ingår i: L. Abrahamsson, A. Andersson, W. Becker & G. Nilsson (Red.), *Näringslära för högskolan* (ss. 29-57). Stockholm: Liber
- Håkansson, K. (2002). Anställningsformer och arbetsvillkor. Ingår i: L. H. Hansen & P. Orban (Red.), *Arbetslivet* (ss. 301-325). Lund: Studentlitteratur
- Krahé, B., & Krause, C. (2010). Presenting thin media models affects women's choice of diet or normal snacks. *Psychology of Women Quarterly*, 34, 349-355.
- Nationalencyklopedin. (2011a). *Arbetsmarknad*. Hämtad 2011-04-04 från <http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/lang/arbetsmarknad>
- Nationalencyklopedin. (2011b). *Kost*. Hämtad 2011-04-04 från <http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/lang/kost>
- Nationalencyklopedin. (2011c). *Social kompetens*. Hämtad 2011-04-20 från <http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/lang/social-kompetens>
- Ni Mhurchu, C., Aston, L., & Jebb, S. (2010). Effects of worksite health promotion interventions on employee diets: a systematic review. *BMC Public Health*, 10 (62).
- Patel, R., & Davidsson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder – Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur
- Paulún, F., Andersson, K., & Brunnberg, M. (2009). *Isodieten – gå ner ett kilo i veckan*. Stockholm: Fitnessförlaget
- Porsman, C. (2006). *Hälsa som yrke*. Stockholm: Hälsöförlaget/Stevali
- Svensson, L. G. (2002). Arbete och kompetens. Ingår i: L. H. Hansen & P. Orban (Red.), *Arbetslivet* (ss. 185-225). Lund: Studentlitteratur
- Trost, J. (2005). *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur

Trost, J. (2010). *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur

Vetenskapsrådet. (1990). *Forskningsetiska principer – inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Hämtad 2011-01-05 från <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>.

Widerberg, K. (2002). *Kvalitativ forskning i praktiken*. Lund: Studentlitteratur

Winroth, J., & Rydqvist, L. G. (2008). *Hälsa & hälsopromotion. Med fokus på individ-, grupp- och organisationsnivå*. Stockholm: SISU

Bilaga 1a

Utskick till kostrådgivare
i Jönköpingsområdet

Hej!

Mitt namn är Andréa Brändström och jag läser sista terminen på kost- och friskvårdsprogrammet vid Göteborgs Universitet.

Jag arbetar just nu med mitt examensarbete och mitt syfte med arbetet är att få en inblick i hur kostrådgivares nuvarande och framtida arbetsmarknad ser ut.

Jag har valt att som undersökningsmetod utföra intervjuer med kostrådgivare och undrar nu om du skulle vara intresserad av att träffa mig för en intervju i slutet av nästa vecka? Intervjun tar ca 30 minuter.

Tacksam för snabbt svar!

Vänliga hälsningar,

Andréa Brändström
KoF6

Bilaga 1b

Utskick till kostrådgivare
i Göteborgsområdet

Hej!

Mitt namn är Andréa Brändström och jag läser sista terminen på kost- och friskvårdsprogrammet vid Göteborgs Universitet.

Jag arbetar just nu med mitt examensarbete och mitt syfte med arbetet är att få en inblick i hur kostrådgivares nuvarande och framtida arbetsmarknad ser ut i västra Sverige.

Jag har valt att som undersökningsmetod utföra intervjuer med kostrådgivare och undrar nu om du skulle vara intresserad av att delta i min undersökning? Intervjun, som är en telefonintervju, tar ca 30 minuter och kommer om möjligt att genomföras i slutet av nästa vecka.

Tacksam för snabbt svar!

Vänliga hälsningar,

Andréa Brändström
KoF6

Bilaga 2

- 1.** Hur länge har du arbetat som kostrådgivare?
- 2.** Vad har du för utbildning/ar?
- 3.** Hur ser din nuvarande anställning ut?
 - a. Heltid/deltid, tillfällig/tillsvidare?
 - b. Kombineras kostrådgivningen med annat/andra yrken och i så fall vilket/vilka?

Arbetsmarknad & efterfrågan

- 4.** Hur såg arbetsmarknaden ut när du började arbeta som kostrådgivare?
 - a. Upplevde du att det var svårt eller lätt att hitta jobb?
 - b. Upplevde du att konkurrensen från andra kostrådgivare var stor?
- 5.** Hur såg efterfrågan ut då du började arbeta som kostrådgivare?
 - a. Fanns det en stark efterfrågan från klienter?
- 6.** Hur upplever du arbetsmarknaden idag?
 - a. Finns det ett behov av fler kostrådgivare eller tvärtom? Varför?
- 7.** Hur ser efterfrågan ut idag?
 - a. Hur många klienter har du i veckan, ungefär?
 - b. Har antalet klienter ökat sedan du började som kostrådgivare? Om antalet ökat, kan du bedöma hur stor ökningen är?
- 8.** Om du utgår från ditt klientel, är det någon speciell grupp som efterfrågar kostrådgivning?
 - a. Män/kvinnor?
 - b. Unga/gamla?
 - c. Idrottare/motionärer?
 - d. Annat?

Utbildning, erfarenhet & kompetens

- 9.** Vad upplever du är det som spelar störst roll då klienter väljer dig som kostrådgivare?
 - a. Din utbildning, erfarenhet och kompetens?
 - b. Marknadsföring?
 - c. Tips från vänner och bekanta?
 - d. Annat?