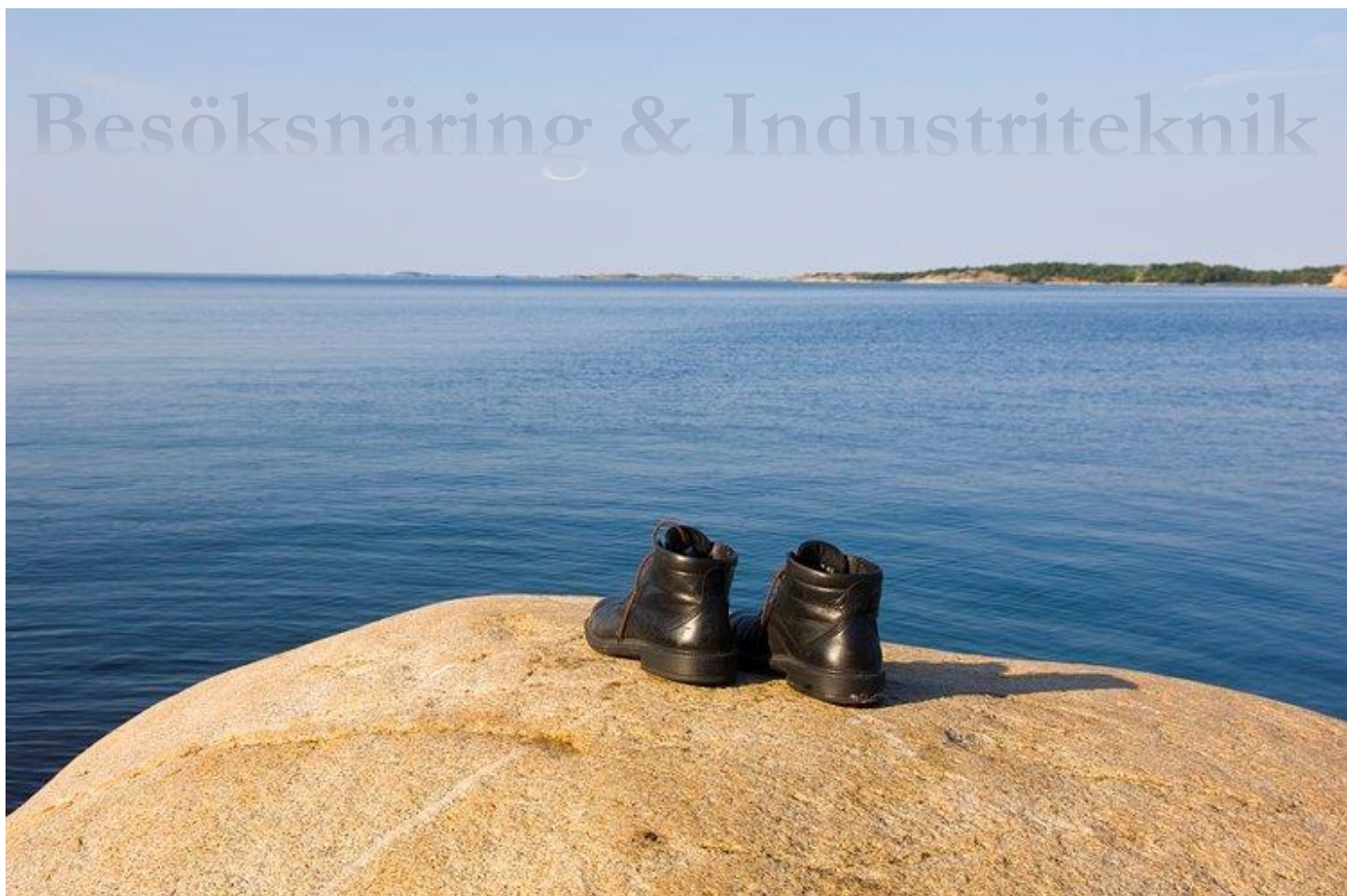
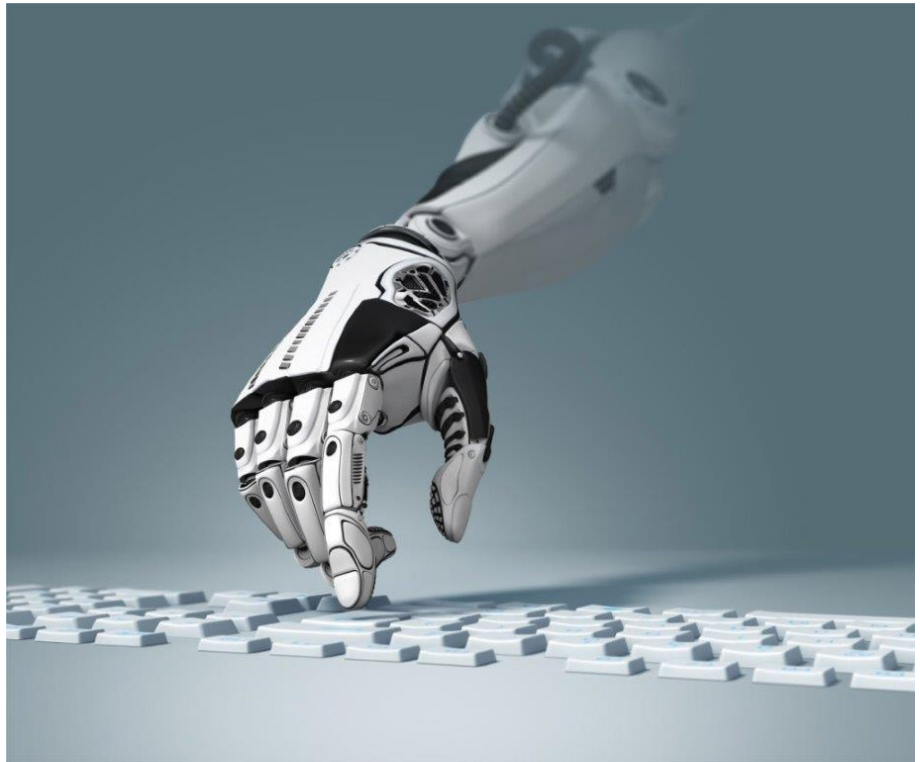


Kompetensmäklaren sätter fokus på kompetensbehovet



Kompetensmäklarens arbetssätt och lärdomar

Ett bidrag till bilden av kompetensbehovet i små och medelstora företag
inom besöksnäring och industriteknik i Västra Götaland och Halland



Innehållsförteckning

Innehåll

INNEHÅLLSFÖRTECKNING	3
INLEDNING	4
OM PROJEKT KOBRA - KOMPETENSBASERAD REGIONAL ANALYS	5
RAPPORTENS SYFTE OCH METOD	7
STATISTIK - VÄSTRA GÖTALAND OCH HALLAND	9
BESÖKSNÄRING	9
INDUSTRITEKNIK.....	23
KOMPETENSMÄKLARNAS ARBETE - BESÖKSNÄRING OCH INDUSTRITEKNIK	37
1. ANTAL FÖRETAGSBESÖK, BRANSCHER OCH URVAL.....	39
2. ARBETSMETOD, RESULTAT OCH LÄRDOMAR.....	41
3. INHÄMTNING OCH ANVÄNDNING AV KUNSKAP	47
4. TIPS PÅ AKTÖRER, ARENOR & ANDRA INFORMATIONSKÄLLOR	49
5. FÖRETAGENS KOMPETENSBEHOV UTIFRÅN SEQF REFERENSRAM FÖR KVALIFIKATIONER	51
RESONEMANG	57
FÖRETAGSSTRATEGIER FÖR KOMPETENSFÖRSÖRJNING OCH KOMPETENSUTVECKLING.....	58
UTMANINGAR I ATT HITTA KOMPETENS.....	64
UTMANINGAR ATT INVENTERA KOMPETENSBEHOV HOS FÖRETAG	65
VAD BIDRAR KOBRA MED?.....	65
VAD HAR KOBRA BETYTT FÖR KOMMUNERNA?.....	66
STÖRST KOMPETENSBEHOV	67
SKILLNAD MELLAN BRANSCHERNA	68
TRENDER OCH FRAMTIDSSPANING.....	68
BILAGA 1 – DEFINITION AV BESÖKSNÄRING, SNI-KODER	69
BILAGA 2 – DEFINITION AV INDUSTRITEKNIK, SNI-KODER	70
BILAGA 3 – ANALYSGRUPPENS FRÅGEFORMULÄR TILL KOMPETENSMÄKLARE OKTOBER 2017	72
BILAGA 4 – KOMPETENSMÄKLARNAS FÖRETAGSENKÄT VÅREN 2016	80

Inledning

Skandinavien står inför stora utmaningar. Samhällets och arbetslivets förändringstakt ökar, vilket gör att värdet av olika kunskaper och kompetenser också förändras snabbare. Vuxna människor kommer behöva karriärväxla i allt större omfattning längre upp i åldrarna, utbildas oftare och tränas mer effektivt mot specifika yrkesroller och förmågor än idag. Färre kommer kunna utbilda sig för ett helt yrkesliv på en gång och detta visar på vuxen-utbildningens avgörande roll i framtiden.

Projekt KOBRA skrevs fram 2014 då stora delar av Skandinavien fortfarande höll på att återhämta sig efter en lågkonjunktur. Under första året i projektet hade ekonomin vänt och istället gått in i en högkonjunktur. Förutsättningarna ändrades men det blev tydligt att projektets aktiviteter var lika relevanta. Kompetensbehovet var mycket stort även under högkonjunkturen där arbetsmarknaden upplevde kompetensbrist med behov av både kompetenshöjning av befintlig personal och rekrytering.

Rapporten ska bidra till bilden av kompetensbehovet inom besöksnäring och industriteknik i Västra Götaland och Halland på kort och lång sikt. Rapporten har två perspektiv. Ett är den kunskap som kompetensmäklarna har insamlat från näringslivet och ett annat är de metoder och arbetssätt som kompetensmäklarna har använt sig utav.

Rapporten riktar sig i första hand till kompetensmäklarna och andra aktörer inom kompetensförsörjningsområdet. Rapporten är tänkt att fungera som ett underlag i det fortsatta arbetet efter KOBRA.

KOBRA är ett projekt inom Interreg Öresund-Kattegat-Skagerrak programmet.

Uddevalla 5 juni 2018



Kent Javette
Fyrbodals kommunalförbund



Liselott Schäfer
Uddevalla kommun



Stina Gottlieb
Sotenäs kommun

Rapporten är skriven tillsammans med:

André Essebro och Jenny Linn, Alingsås kommun

Maria Larsson och Jakob Lindahl, Västra Götalandsregionen

Om projekt KOBRA - **KompetensBaserad Regional Analys**

Kompetensförsörjning är en stor och gemensam utmaning för både Sverige, Norge och Danmark. Genom samarbete och utbyte av kunskap över gränserna kan vi bättre möta framtidens kompetensbehov. KOBRA är ett projekt inom Interreg Öresund-Kattegat-Skagerrak Programmet och arbetar utifrån tre huvudaktiviteter.

- **Kompetensmäklare**
Kompetensmäklare ska identifiera och förmedla kunskap om kompetens- och utbildningsbehov genom att vara en länk mellan företag/arbetsliv och utbildningsanordnare.
- **Analys**
Underlaget från behovsinventeringen sammanställs och tolkas mot andra satsningar på lokal, regional och transnationell nivå. Detta kan ske genom analyser, rapporter och strategier.
- **Behovsbaserad utbildning**
KOBRA ska testa och utveckla olika utbildningskoncept för att öka tillgänglighet, flexibilitet och kostnadseffektivitet i behovsbaserad utbildning. Varje svensk partner ska planera och leverera minst en insats baserad på behov hos företagen och tillgängliggöra den till andra partners, regionalt och mellan länderna.

Målet och syfte med Kobras analysarbete

Resultatbaserad analys ska förstås som de projektaktiviteter som medverkar till att tillhandahålla kompetensförsörjning. Aktiviteterna omfattar flera olika analyser som alla ska bidra till en gemensam bild av kompetensbehoven. Den samlade analysinsatsen syftar till att belysa hur företagen kan förväntas reagera på framtida utmaningar, och hur detta påverkar framtida kompetensförsörjningsstrategier. Intentionen är att bidra till en kompletterande bild av den kunskap som finns om arbetsmarknad, utbildning och näringsliv. Likaså ska de företagsbesök som görs bidra till att kvalitetssäkra och förbättra möten mellan utbildningssystemet och näringslivet genom att lärdomar om olika metoder inom företagsbesök testas och sprids.

Synliggörande av kompetensbehov och arbetsmarknadsanalyser inom Öresund-Kattegat-Skagerrak ökar möjligheten för samarbete över gränserna både inom validering och gemensamma utbildningsinsatser. Genom olika samarbetsformer kan det skapas hållbara strukturer för att samla in och tolka kompetensbehov i regionen.

KOBRA:s geografi

KOBRA:s projektpartnerskap innefattar 24 aktörer i Danmark, Norge och Sverige. Projektet arbetar lokalt och regionalt i regionerna Västra Götaland, Halland, Vestfold och Midtjylland.



Svenska partners¹: Nätverk Westum, Lidköpings kommun, Kungsbacka kommun, Uddevalla kommun, Sotenäs kommun, Campus Varberg, Kunskapsförbundet Väst, Alingsås kommun, Halmstad kommun, Strömstad kommun, Vuxenutbildningen Borås stad, Skaraborgs kommunalförbund och Fyrbodals kommunalförbund



Danska partners: Th. Langs HF & VUC, Learnmark Horsens, Aarhus Tech, Uddannelsecenter Holstebro, Herningsholm Erhvervsskole, UddannelsesCenter Ringkøbing-Skjern, Mercantec, Viden Djurs og Tradium



Norska partners: Arendal kommune, Larvik kommune och NAV Larvik

¹ Halmstad och Strömstad kommun avslutade sin medverkan i förtid.

Rapportens syfte och metod

Syftet med rapporten är att sammanställa och tolka den behovsinventering som kompetensmäklarna genomfört bland företag. Fokus i rapporten ligger på att redovisa vad kompetensmäklarnas kartläggning² visar och jämföra det med andra källor. Analysen ska kunna fungera som ett underlag för kompetensmäklarnas fortsatta arbete och för att identifiera behov av kommande kompetensinsatser.

För att kunna besvara syftet har ett frågeformulär skickats ut till kompetensmäklarna och därefter har två workshops genomförts.³

Föreliggande rapport börjar med att beskriva de aktuella branscherna statistiskt utifrån bland annat sysselsättning, geografiska skillnader och en beskrivning av de som arbetar inom branscherna. Därefter presenteras vad kompetensmäklarnas kartläggning har visat och vad andra källor har att säga om kompetensbehoven inom besöksnäring och industriteknik.



² Kompetensmäklarna har under perioden 2015-09-01 till 2017-08-31 haft över 600 företagskontakter. (se bilaga 4 för företagsenkät).

³ Frågeformuläret (bilaga 3), skickades till de svenska kompetensmäklarna i projektet. Workshops genomfördes 180130 och 180312.



Foto: Liselott Schäfer

Statistik - Västra Götaland och Halland

De två branschområden vars kompetensbehov ska inventeras inom KOBRA är små och medelstora företag⁴ inom besöksnäring och industriteknik. I projekt KOBRA har ingen detaljerad definition gjorts av de två branscherna. När kompetensmäklarna besökt företag i sina kommuner har de själva till stor del fått definiera vilka företag som hör till de aktuella branscherna.

För att kunna ge en statistisk bakgrundsbild om branscherna har analysgruppen i efterhand definierat vad som ingår i besöksnäring och industriteknik utifrån SCB:s SNI-koder (Svenskt näringsgrensindelning). Vilka avgränsningar som är gjorda framgår under respektive bransch. Avsnittet inleds med att beskriva besöksnäringen i Västra Götaland och Halland för att sedan gå över till industriteknik.

Besöksnäring

Det finns i dagsläget ingen enhetlig definition av vilka företag, utifrån SNI-koder, som ska räknas till besöksnäringen. Definitioner har gjorts i rapporter från bland annat Region Dalarna⁵, Region Halland⁶, Region Skåne⁷ och Tillväxtverket⁸. I föreliggande rapport har vi valt att i bakgrundsmaterialet använda oss av samma definition som Region Halland gjorde i en rapport från 2014.⁹ Utifrån denna definition av besöksnäringen sysselsätter den 48 000 personer totalt i Västra Götaland och Halland.



Källa: Facebook "Näringsliv och tillväxt i Uddevalla"

⁴ 10-249 anställda

⁵ Besöksnäringen i Dalarna i siffror 2005-2015, november 2016

⁶ En statistisk belysning av besöksnäringen i Halland, 2014-10-21 Se bilaga X för aktuella SNI-koder

⁷ Besöksnäringens framtida kompetensbehov – Förstudie. Region Skåne. April 2016

⁸ Den svenska besöksnäringen – kompetensförsörjning och kompetensbehov. Tillväxtverket Rapport 0197 (2016)

⁹ Se bilaga 1

Variationer mellan länen av andelen förvärvsarbetande som finns inom besöksnäringen

Andelen sysselsatta inom besöksnäring är 5,0 procent i Västra Götaland och 5,1 procent i Halland. Gotland har den högsta andelen på 8,6 procent, lägst har Kronoberg och Blekinge.

Tabell 1. Besöksnäringens antal och andel av totala sysselsättningen år 2016

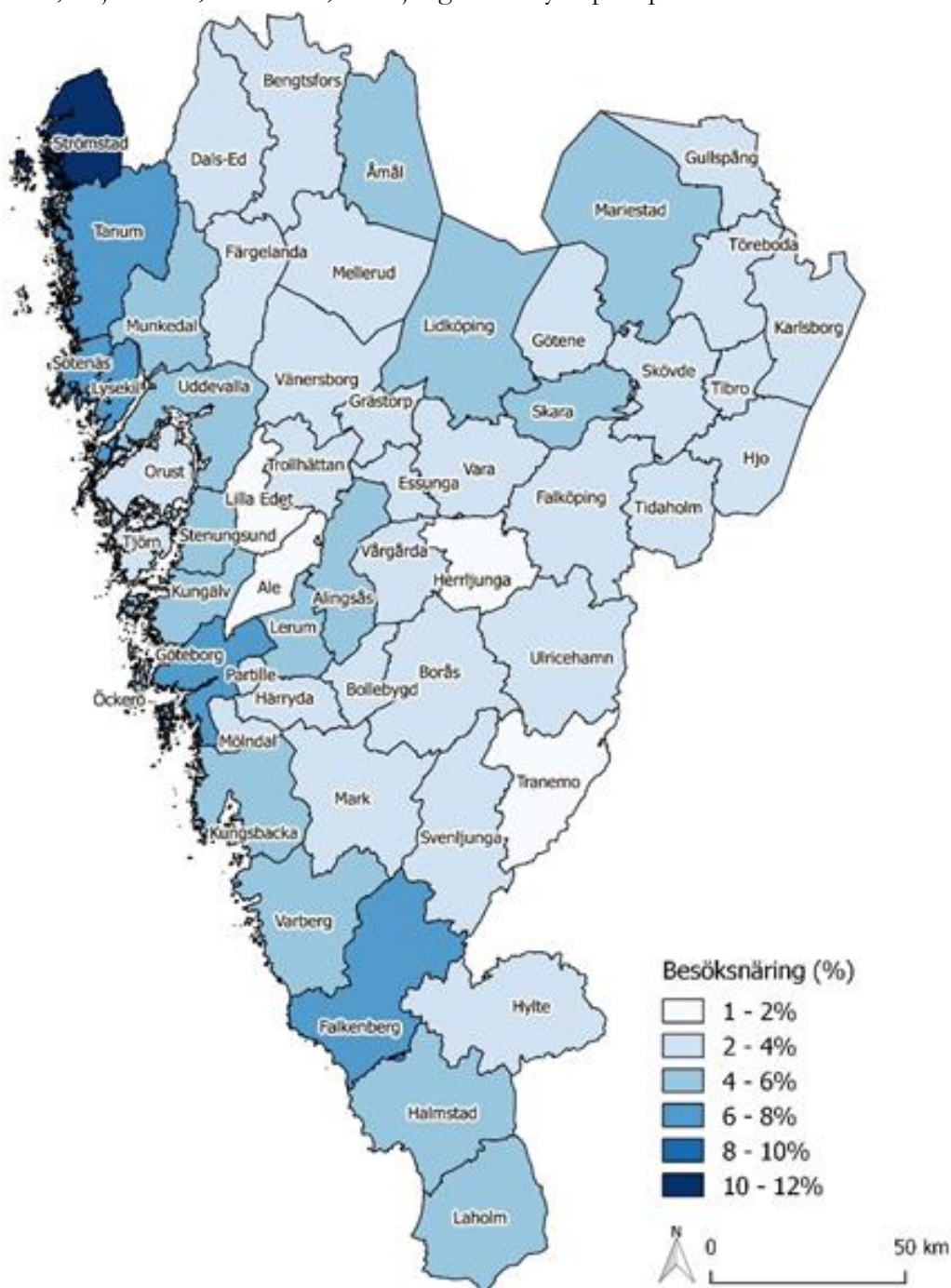
Län	Totalt	Besöksnäring	Andel inom besöksnäringen
Gotland	27 340	2 350	8,6 %
Jämtland	62 870	4 330	6,9 %
Stockholm	1 225 320	79 250	6,5 %
Dalarna	132 120	7 750	5,9 %
Halland	139 390	7 180	5,1 %
Skåne	588 820	29 750	5,1 %
Västra Götaland	833 950	42 080	5,0 %
Norrbottnen	124 500	5 990	4,8 %
Värmland	124 560	5 980	4,8 %
Gävleborg	128 180	6 080	4,7 %
Uppsala	156 660	7 210	4,6 %
Kalmar	110 550	5 250	4,7 %
Västernorrland	115 610	5 030	4,3 %
Örebro	137 190	6 070	4,4 %
Västerbotten	130 060	5 820	4,5 %
Södermanland	116 610	5 110	4,4 %
Östergötland	209 070	8 990	4,3 %
Västmanland	119 190	4 940	4,1 %
Jönköping	177 330	6 530	3,7 %
Blekinge	70 920	2 510	3,5 %
Kronoberg	98 110	3 440	3,5 %
Riket	4 828 350	251 620	5,2 %

Kommentar: Dessa siffror avser samtliga företag oavsett storlek. Siffrorna avser dagbefolkning.

Källa: SCB, rAps-RIS

Kustkommunerna har högre andel av de förvärvsarbetande i besöksnäringen

I Västra Götaland och Halland är det Strömstad som har högst andel sysselsatta inom besöksnäringen, drygt 11 procent, följt av Tanum på närmare 8 procent och Lysekil på 7 procent. Högst andel i Halland har Falkenberg med 7 procent. Lägst andel återfinns i Tranemo, 1,3 procent, följt av Ale, Lilla-Edet, Herrljunga och Hylte på 2 procent.



Figur 1. Andel förvärvsarbetande inom besöksnäringen år 2016 per kommun. Procent

Kommentar: Dessa siffror avser samtliga företag oavsett storlek. Avser de som arbetar i respektive kommun (dagbefolkning).

Källa: SCB, rAps-RIS.

Stor ökning av sysselsatta inom besöksnäringen

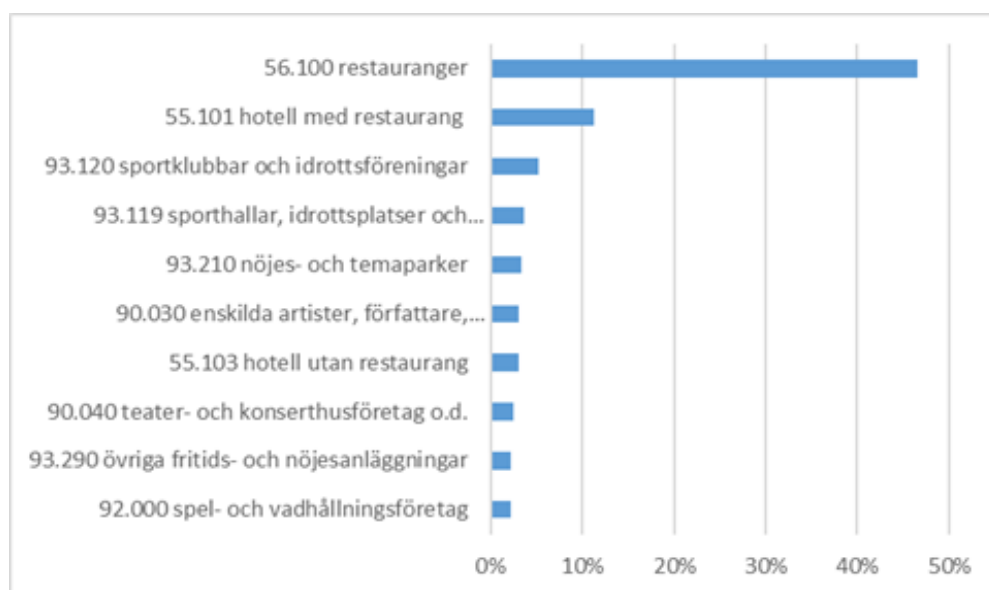
I Västra Götaland och Halland tillsammans har sysselsättningen inom besöksnäringen ökat med 8 400 från 2007 till 2016. Det är en ökning på 21 procent. Störst förändringar i absoluta tal avseende antalet förvärvsarbetande inom besöksnäringen mellan åren 2007-2016 har inte helt förvånande skett i Göteborgs Stad, en ökning med 5 700 personer. I procent har Göteborg ökat med 33. Därefter följer Falkenberg med 470 personer och sedan Varberg, Borås och Mölndal med drygt 300 personer.

Störst procentuell ökning har skett i Bollebygd med en ökning på 128 procent, motsvarande närmare 50 personer. Andra kommuner som har både hög procentuell ökning och ökning i antal är Lidköping och Kungälv. I 12 kommuner har antalet personer sysselsatta inom besöksnäringen minskat, dock rör det sig om små förändringar. Störst minskning har skett i Ale, en nedgång med 40 procent vilket motsvarar 85 personer. Andra kommuner som har minskat mest procentuellt sett är Färgelanda, Dals-Ed och Orust.

I Halland har sysselsättningen ökat i alla kommuner, mest i procent i Hylte med 63 procent och mest i antal i Falkenberg med 470 personer.¹⁰

Hotell och restaurang är de största delbranscherna i Västra Götaland och Halland

Totalt arbetade drygt 42 000 personer inom besöksnäringen år 2016 i Västra Götaland, och restaurang och hotell sysselsätter flest. År 2016 arbetade 26 000 inom hotell och restaurang vilket motsvarar 62 procent av det totala antalet inom besöksnäringen. Näst störst är sport-, fritids- och nöjesverksamhet med 20 procent av de sysselsatta totalt. Detta gäller för båda länen. Västra Götaland har jämfört med Halland en klart högre andel sysselsatta inom teater och artistisk verksamhet, inom spel och vadhållning samt nöjes- och temparker.

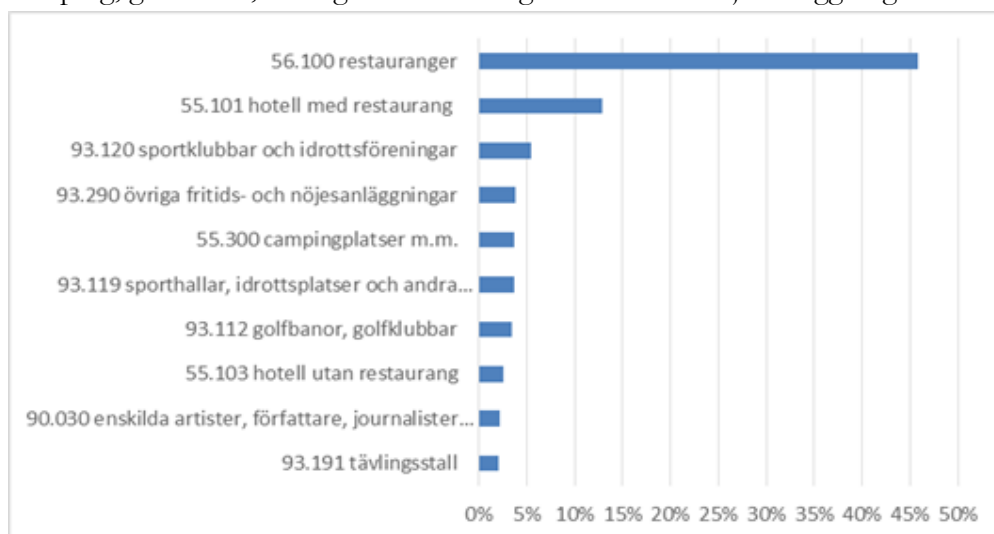


Figur 2. Andel förvärvsarbetande i 10 största delbranscher inom besöksnäringen i Västra Götaland, 2016.

Kommentar: Siffrorna till vänster avser SNI-koder. **Källa:** SCB, rAps-RIS

¹⁰ SCB, rAps-RIS

Totalt arbetade drygt 7 000 inom besöksnäringen år 2016 i Halland varav närmare hälften inom restaurang. Halland har jämfört med Västra Götaland en klart högre andel sysselsatta inom camping, golfbanor, tävlingsstall och övriga fritids- och nöjesanläggningar.



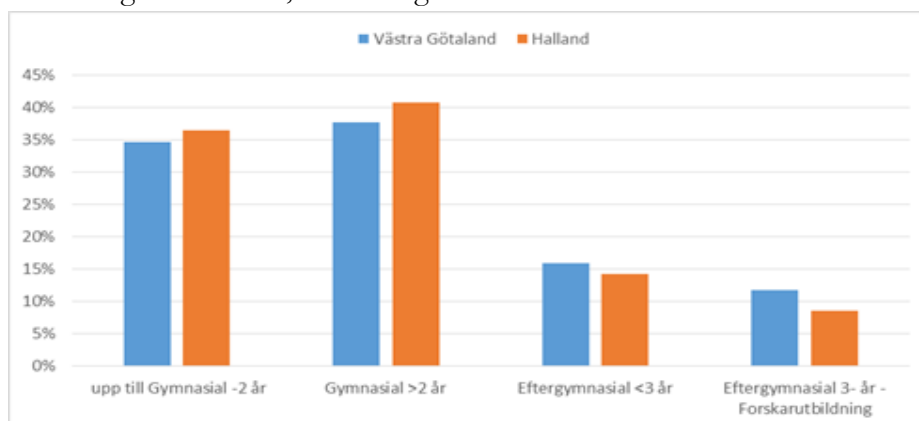
Figur 3. Andel förvärvsarbetande i 10 största delbranscher inom besöksnäringen i Halland år 2016.

Kommentar: Siffrorna till vänster avser SNI-koder. **Källa:** SCB, rAps-RIS

Relativt låg utbildningsnivå bland förvärvsarbetande inom besöksnäringen

De flesta som arbetar inom besöksnäringen har gymnasieutbildning som högst. Cirka 35 procent bland de förvärvsarbetande har en 2-årig gymnasieutbildning som högsta utbildning och ytterligare cirka 40 procent har en gymnasieutbildning längre än 2 år som högsta utbildning.

Utbildningsnivån är något högre i Västra Götaland än i Halland. Vanligaste utbildningsinriktningen totalt i de båda länen är bred generell utbildning¹¹, drygt 30 procent, följt av hotell, restaurang och storhushåll, drygt 10 procent, och företagsekonomi, handel och administration med 8 procent. Inom den största branschen, restauranger, har närmare 40 procent en 2-årig gymnasieutbildning som högsta utbildningsnivå och knappt 15 procent som har en utbildning inom hotell, restaurang och storhushåll.

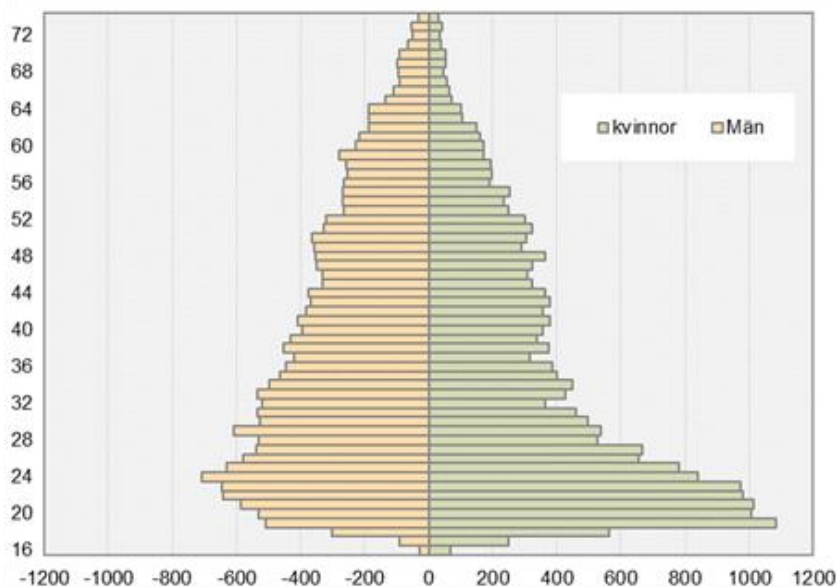


Figur 4. Andel förvärvsarbetande inom besöksnäringen per utbildningsnivå i Västra Götaland och Halland år 2015. **Källa:** SCB, Västdatabasen MONA.

¹¹ Bland annat samhällsvetenskaplig, humanistisk och naturvetenskaplig inriktning på gymnasiet.

Många unga, främst unga kvinnor, i både Västra Götaland och Halland

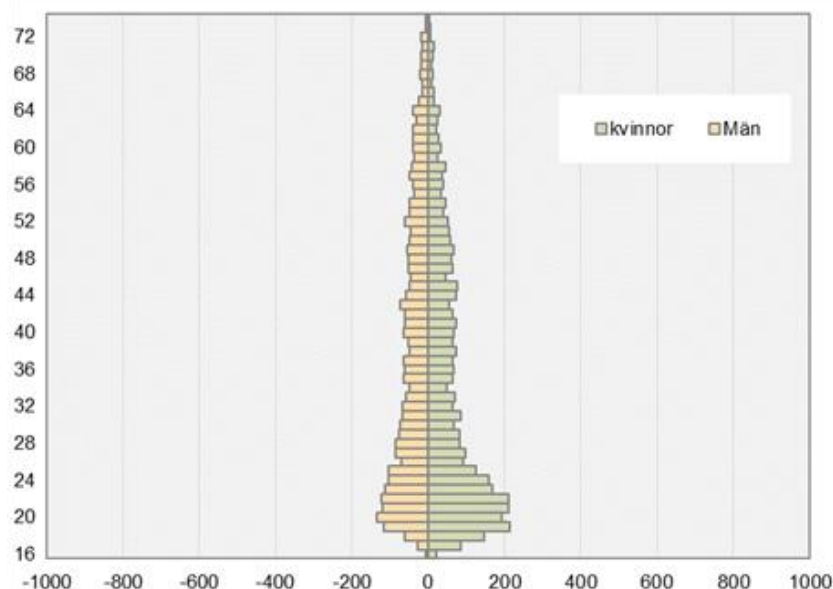
Drygt hälften av de förvärvsarbetande inom besöksnäringen är under 35 år i båda länen. I Västra Götaland är det lika många kvinnor och män medan i Halland är det något fler kvinnor 55 procent. Tidigare studier har visat att även om könsbalansen är relativt jämn inom besöksnäringen, så är män överrepresenterade på chefstjänster inom branschen.¹²



Figur 5. Förvärvsarbetande inom besöksnäringen 16-74 år efter kön och ålder, 2015. Västra Götaland

Kommentar: Dessa siffror avser samtliga företag oavsett storlek. Avser de som arbetar i respektive län (dagbefolkning)

Källa: SCB, Västdatabasen MONA.



Figur 6. Förvärvsarbetande inom besöksnäringen 16-74 år efter kön och ålder, 2015. Halland.

Kommentar: Dessa siffror avser samtliga företag oavsett storlek. Avser de som arbetar i respektive län (dagbefolkning)

Källa: SCB, Västdatabasen MONA.

¹² Den svenska besöksnäringen – kompetensförsörjning och kompetensbehov. Tillväxtverket Rapport 0197 (2016)

Arbetsställen inom besöksnäringen i Västra Götaland och Halland

Besöksnäringen är en bransch där det finns många små företag, och de flesta har inga anställda. Totalt i Västra Götaland och Halland var det närmare 100 företag med fler än 50 anställda, vilket utgör en halv procent av företagen. År 2015 var antalet arbetsställen i Västra Götaland 15 800 och i Halland 2 900¹³. Antal arbetsställen för små och medelstora företag var drygt 900 i Västra Götaland och drygt 160 i Halland.

Tabell 2: Antal arbetsställen fördelade på företagets storlek, besöksnäring 2015

	0 anställda	1-9 anställda	10-49 anställda	50-249 anställda	250+ anställda
Västra Götaland	10 400	4 480	820	80	6
Halland	1 840	890	150	12	0

Källa: SCB, rAps-RIS.



Foto: Yvonne Jägerbrand

¹³ SCB. Med arbetsställe avses varje adress eller fastighet där företaget bedriver verksamhet.

Över hälften av de sysselsatta i besöksnäringen finns i små och medelstora företag, och den andelen är högre än för alla branscher. I Västra Götaland är andelen inom besöksnäringen 57 procent, jämför med 54 procent totalt i små- och medelstora företag. I Halland är andelen 60 procent i besöksnäringen, jämfört med 55 procent totalt.

Tabell 3: Andel sysselsatta utifrån storlek på företag besöksnäring

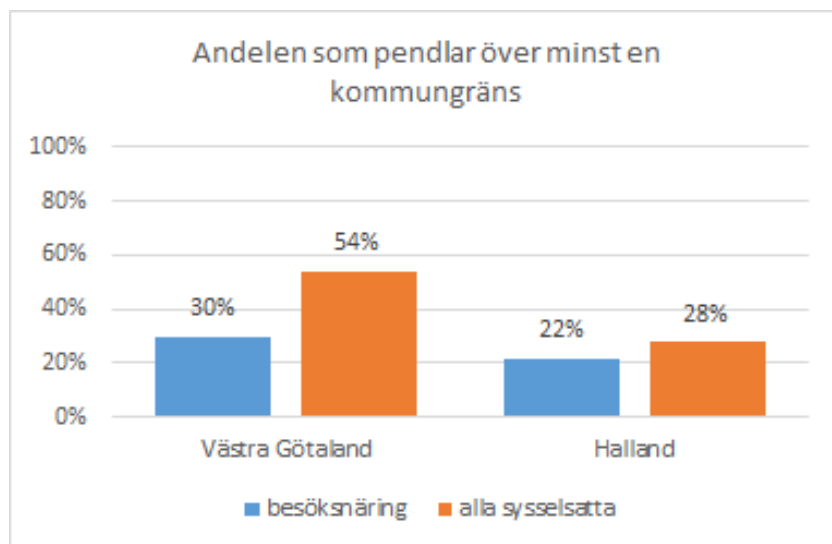
	<9 anställda	10-249 anställda	250-499 anställda	>500 anställda
Västra Götaland	36 %	57 %	7 %	0
Halland	40 %	60 %	0	0

Källa: SCB, rAps-RIS

I Västra Götaland finns det enligt Västra Götalandsregionens företagsdatabas (Bisnode) år 2016 närmare 3 900 verksamma aktiebolag inom besöksnäringen. Omkring 550 av dessa karakteriseras som små eller medelstora aktiebolag, det vill säga 10-249 anställda.

Hög andel inom besöksnäringen bor och jobbar i samma kommun

Andelen pendlare inom en bransch visar till viss del hur väl matchningen mellan arbetstagare och arbetsgivare är i geografien. Pendling är ett alternativ till att flytta om det inte finns ett mer attraktivt arbete på nära håll, och generellt pendlar högutbildade i högre utsträckning. Inom besöksnäringen är pendlingen lägre än för genomsnittet för alla sysselsatta. I Västra Götaland är skillnaden större än i Halland. Många jobb inom besöksnäringen som till exempel restaurang finns i varje kommun, har obekväma arbetstider och ger oftast inte mer i lön för att man pendlar.



Figur 8: Andelen av de sysselsatta i en kommun som pendlar dit över minst en kommungräns år 2016

Källa: SCB, Väst-databasen MONA

Små och medelstora företag inom besöksnäring

Projektet KOBRA handlar om små och medelstora företag. Den gängse definitionen för dessa är 10 till 249 anställda. I den mer detaljerade statistiken från SCB är definitionen 10 till 199 anställda och avser år 2015. Därför redovisas kön, ålder och utbildningsnivå för små och medelstora företag från 10 till 199 anställda, trots att gängse definition är upp till 249.

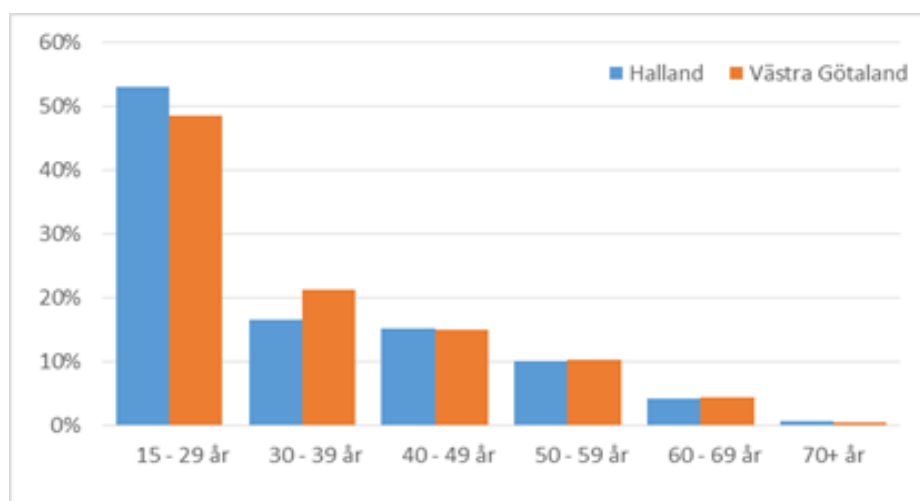
Antalet (andelen) sysselsatta inom besöksnäringen i små och medelstora företag, 10-199 anställda, var 2015 i Västra Götaland 21 150 (53 %) och i Halland 3 950 (57 %).

Tabell 4. Andel kvinnor respektive män i små och medelstora företag (10-199) inom besöksnäringen

	Västra Götaland		Halland	
	Kvinnor	Män	Kvinnor	Män
Besöksnäring	54,2 %	45,8 %	59,5 %	40,5 %
Samtliga branscher	50,9 %	49,1 %	52,5 %	47,5 %

Källa: SCB, Västdatabasen MONA

Åldersfördelning inom små och medelstora företag i besöksnäringen visar att ungefär hälften är yngre än 30 år. Samma andel generellt i små och medelstora företag ligger på drygt 20 procent.



Figur 9: Åldersfördelning i små och medelstora företag (10-199) inom besöksnäring

Källa: SCB, Västdatabasen MONA

Utbildningsnivån för små och medelstora företag inom besöksnäringen är låg jämfört med genomsnittet för små och medelstora företag generellt, där andelen eftergymnasialt utbildade ligger på drygt 40 procent i både Halland och Västra Götaland.

Tabell 5: Utbildningsnivå i små och medelstora företag (10-199) inom besöksnäring

	Västra Götaland	Halland
Grundskola	17 %	18 %
Gymnasial	58 %	62 %
Eftergymnasial	25 %	20 %

Källa: SCB, rAps-RIS.

Stora kompetensbehov inom besöksnäringen

SCB:s rapport *Trender och prognoser 2017* presenterar långsiktiga prognoser över tillgång och efterfrågan på arbetskraft för olika utbildningsgrupper. I den senaste prognosen från år 2017 konstaterar SCB att många arbetsgivare bedömer att det råder en brist på gymnasialt nyutexaminerade från restaurang- och livsmedelsutbildningen. SCB bedömer att det finns en risk för fortsatt brist på utbildade inom restaurang och livsmedel under prognosperioden fram till år 2035. Det beror främst på att hotell- och restaurangbranschen väntas växa. Samtidigt vet vi att arbetslösheten är relativt stor bland restaurangutbildade och att många arbetar inom yrken som inte bedöms vara matchade med utbildningen.

I hela riket var förvärvsgraden 77 procent år 2015 men den matchade förvärvsgraden var endast 40 procent. Detta innebär att år 2015 arbetade närmare 27 000 restaurang- och livsmedelsutbildade med yrken som inte alls matchade deras utbildning.¹⁴ För Västra Götaland och Halland var förvärvsgraden 77 respektive 81 procent och den matchade förvärvsgraden 39 respektive 40 procent.

I absoluta tal innebär det att år 2015 fanns det i Västra Götaland 4700 förvärvsarbetande personer som arbetade med ett yrke var inriktning inte alls överensstämmer med utbildningen, i Halland var siffran drygt 1 000 personer. SCB konstaterar att det kan finnas flera skäl till att arbetsgivare kan uppleva en brist samtidigt som arbetslösheten är relativt stor, men om dessa arbetslösa eller de som valt andra yrken inte längre står till arbetsmarknadens förfogande kommer den prognostiserade bristen bli ännu större.

¹⁴ SCB, Regionala matchningsindikatorer

Många med en restaurang- och livsmedelsutbildning på gymnasial nivå arbetar med yrken som har en helt eller delvis annan inriktning än utbildning i både Västra Götaland och i Halland.

Tabell 6. Matchning anställda 20-64 år med restaurang- och livsmedelsutbildning. Västra Götaland, antal år 2015.

	Inriktning stämmer <i>inte</i> med yrket	Inriktning stämmer <i>delvis</i> med yrket	Inriktning stämmer <i>helt</i> med yrket
Rätt utbildningsnivå	4 680	700	5 900
För hög utbildningsnivå	0	0	0
För låg utbildningsnivå	340	60	40

Källa: SCB, Regionala matchningsindikatorer, E4 Kommentar: Orange innebär ej matchad, ljusgrön innebär delvis matchad och mörkgrön innebär helt matchad.

Tabell 7. Matchning anställda 20-64 år med restaurang- och livsmedelsutbildning. Halland, antal år 2015.

	Inriktning stämmer <i>inte</i> med yrket	Inriktning stämmer <i>delvis</i> med yrket	Inriktning stämmer <i>helt</i> med yrket
Rätt utbildningsnivå	1 040	170	1 260
För hög utbildningsnivå	0	0	0
För låg utbildningsnivå	60	10	15

Källa: SCB, Regionala matchningsindikatorer, E4 Kommentar: Orange innebär ej matchad, ljusgrön innebär delvis matchad och mörkgrön innebär helt matchad.



Framtidens besöksnäring – unikt, personligt och lokalt

I Arbetsförmedlingens prognos för arbetsmarknadsutsikterna år 2018 konstateras att en förbättrad konjunktur för turism i kombination med en växande befolkning gör att många får anställning inom den privata tjänstesektorn.¹⁵

Tillväxtverket beställde år 2016 en rapport om kompetensförsörjning och kompetensbehov i den svenska besöksnäringen. I denna rapport konstaterade man bland annat att ”... *det finns stora behov av yrkesutbildad och erfaren personal generellt sett inom besöksnäringen. Yrkesgrupper inom hotell och restaurang sticker ut extra mycket, framför allt vad gäller kockar, övrig köks- och restaurangpersonal, servis samt receptionister. Erfaren personal som byggt upp yrkesspecifik och generell kompetens under flera år som yrkesverksamma i näringen sticker ut som ett generellt behov. Omsättningen på personal i besöksnäringen är hög och en stor andel av dem som är verksamma i branschen är unga.*”¹⁶

De konstaterades även att många småföretag har behov av ökad generell kompetens vad gäller att driva och utveckla företaget och verksamheten.

Det är ovanligt att personer som har utbildat sig inom turism faktiskt arbetar inom näringen. Det visar en avhandling som gjorts vid Umeå universitet 2017 av Kajsa Åberg¹⁷. Detta ligger i linje med vad tabell 6 och 7 visar för restaurang och livsmedelsutbildade. Dessutom återfinns de flesta med en turismutbildning i landets mest tätbefolkade regioner medan kommuner med störst andel turismarbeten finns i glesare befolkade delar.



¹⁵ Arbetsmarknadsutsikterna hösten 2017 VÄSTRA GÖTALANDS LÄN - Prognos för arbetsmarknaden 2018. Arbetsförmedlingen (2017)

¹⁶ Den svenska besöksnäringen – kompetensförsörjning och kompetensbehov. s.7 Tillväxtverket Rapport 0197 (2016)

¹⁷ “Anyone could do that” – Nordic perspectives on competence in tourism Kajsa G. Åberg, Institutionen för geografi och ekonomisk historia, Umeå universitet.

OECD beskriver turism som en av de största och snabbast växande branscherna i världsekonomin¹⁸. Branschen befinner sig också i en snabb förändring, skapad av megatrender som digitalisering, klimatförändringar och förändringar i demografin. Den globala turismen har stadigt växt i över 60 år trots globala ekonomiska kriser, geopolitiska osäkerheter, naturkatastrofer och terroristattacker. OECD bedömer att denna trend kommer fortsätta med en genomsnittlig tillväxt på 3,3 procent fram till år 2030. Den internationella turismen växer framförallt från Kina och andra asiatiska länder. Turistbranschen är arbetskraftsintensiv och skapar jobb för människor med olika kompetens. Hotell och restaurang växer snabbast, med 45 procent globalt senaste 20 åren.

Sveriges största utmaningar inom turistbranschen beskriver OECD som kompetens, tillgänglighet och transport, lönsamhet och utveckling av tjänster men också vår säsongvariation och ett hållbarhetsperspektiv. FN deklARATION om 2017 som det internationella året för utveckling av hållbar turism har satt den frågan högt upp på agendan. OECD har identifierat 4 megatrender som sannolikt kommer ha störst påverkan på turismens utveckling fram till 2040. Dessa är ökade krav från besökare, tillväxt inom hållbar turism, möjliggörande teknologier samt rese-mobilitet. Utifrån dessa megatrender är det en utmaning med brist på arbetskraft och behovet av delvis nya kompetenser inom branschen. Branschen kommer att genomgå en stor transformation. Andra trender inom turistbranschen generellt är att koppling till de naturliga och kulturella tillgångar som finns lokalt stärks. Turism handlar mer och mer om hälsa och välbefinnande, event, upplevelser och turism relaterat till arbetslivet.



¹⁸ OECD (2018) *OECD Tourism Trends and Policies 2018*, OECD Publishing, Paris.

Industriteknik

Industriteknik är i denna rapport definierat som hela Tillverkning SNI 10-33 plus SNI-kod 71.122 tekniska konsultbyråer inom industriteknik. Tillverkning omfattar allt ifrån beredning av matvaror till tillverkning av delar till flygplan. Utifrån denna definition av industriteknik sysselsätter den direkt i Västra Götaland och Halland knappt 142 000 personer.

Variationer mellan länen av andelen förvärvsarbetande som finns inom industriteknik

Andelen sysselsatta inom industriteknik är 15,4 procent i Västra Götaland och 12,1 procent i Halland. Jönköpings län har högst och Stockholm har lägst.

Tabell 8. Industritekniks andel av totala sysselsättningen år 2016

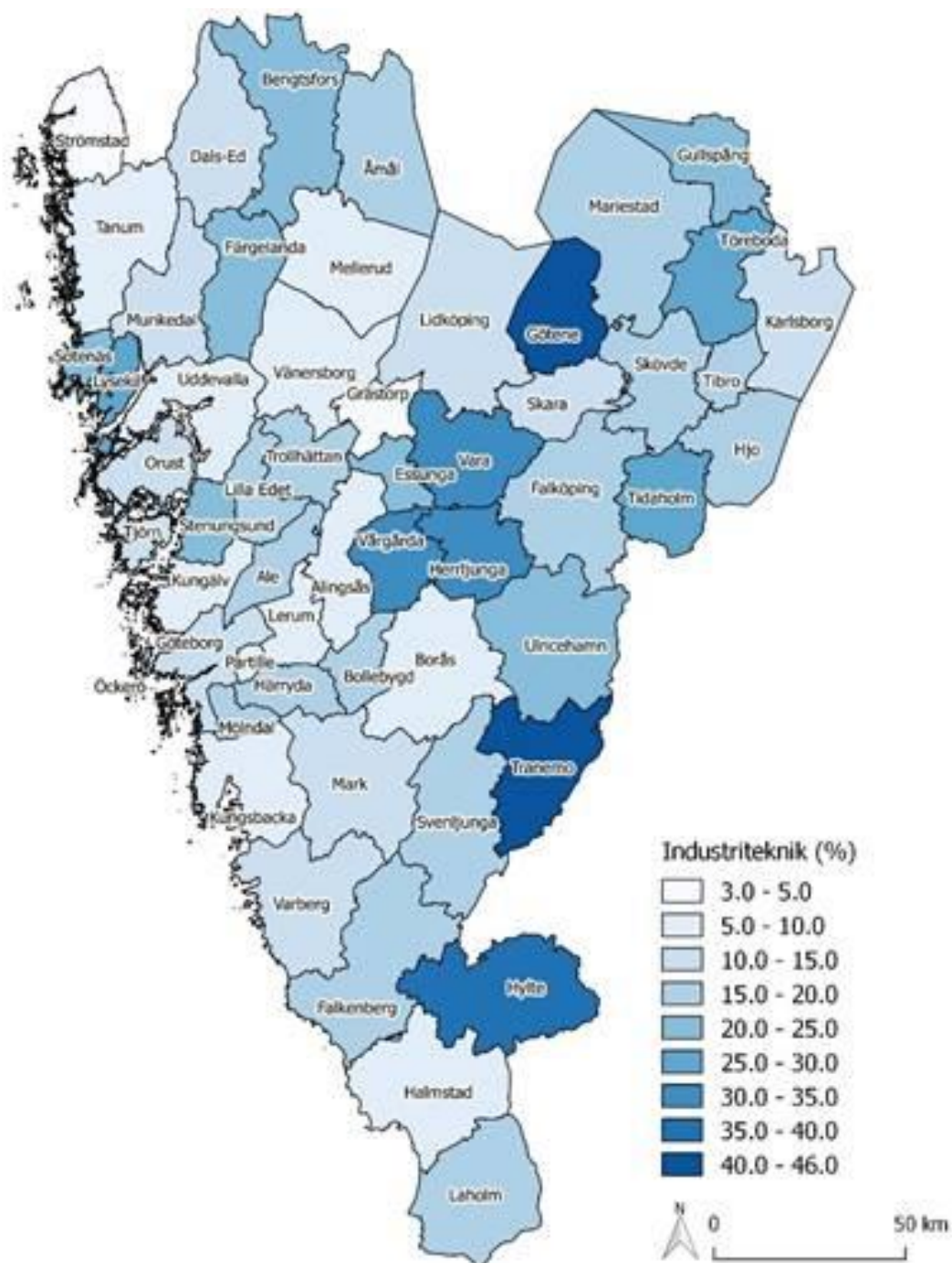
Län	Totalt	Industriteknik	Andel inom industriteknik
Jönköping	177 330	40 470	23 %
Västmanland	119 190	22 770	19 %
Kronoberg	98 110	17 860	18 %
Blekinge	70 920	11 890	17 %
Kalmar	110 550	19 330	17 %
Gävleborg	128 180	20 160	16 %
Dalarna	132 120	20 500	16 %
Västra Götaland	833 950	126 600	15 %
Östergötland	209 070	30 270	14 %
Södermanland	116 610	16 850	14 %
Värmland	124 560	18 550	15 %
Örebro	137 190	20 350	15 %
Västernorrland	115 610	14 390	12 %
Halland	139 390	16 580	12 %
Västerbotten	130 060	15 620	12 %
Skåne	588 820	60 750	10 %
Norrbottn	124 500	16 210	13 %
Uppsala	156 660	12 380	8 %
Jämtland	62 870	4 890	8 %
Gotland	27 340	1 830	7 %
Stockholm	1 225 320	67 070	5 %
Riket	4 828 350	576 750	12 %

Kommentar: Dessa siffror avser samtliga företag oavsett storlek. Siffrorna avser dagbefolkning.

Källa: SCB, rAps-RIS

Många små kommuner har hög andel förvärvsarbetande inom industriteknik

I Västra Götaland och Halland är det Götene som har högst andel sysselsatta inom industriteknik, med 45 procent, följt av Tranemo med 43 procent. Högst andel i Halland har Hylte med 37 procent. Lägst andel återfinns i Strömstad med 4 procent och Grästorp med 5 procent. Lägst andelen i Halland har Kungsbacka på 7 procent.



Figur 10. Andel förvärvsarbetande inom industriteknik år 2016 per kommun. Procent

Kommentar: Dessa siffror avser samtliga företag oavsett storlek. Avser de som arbetar i respektive kommun (dagbefolkning).

Källa: SCB, rAps-RIS.

Stadig minskning av sysselsatta inom industriteknik

I Västra Götaland och Halland tillsammans har sysselsättningen inom industriteknik minskat med 27 000 från 2007 till 2016. Det är en minskning på 16 procent. Delar av minskning beror på det pågående skiftet med ökad andel tjänsteföretag i branschen med fler konsulter.

Störst ökning i både absoluta tal och i procent avseende antalet förvärvsarbetande inom industriteknik mellan åren 2007-2016 har skett i Härryda med en ökning på 53 procent och Öckerö med 38 procent. Förutom dessa är det enbart i Tjörn och Lerum som sysselsättningen har ökat. I resterande kommuner i både Halland och Västra Götaland har sysselsättningen minskat inom industriteknik. I Halland har Varberg och Falkenberg har den lägsta minskningen.



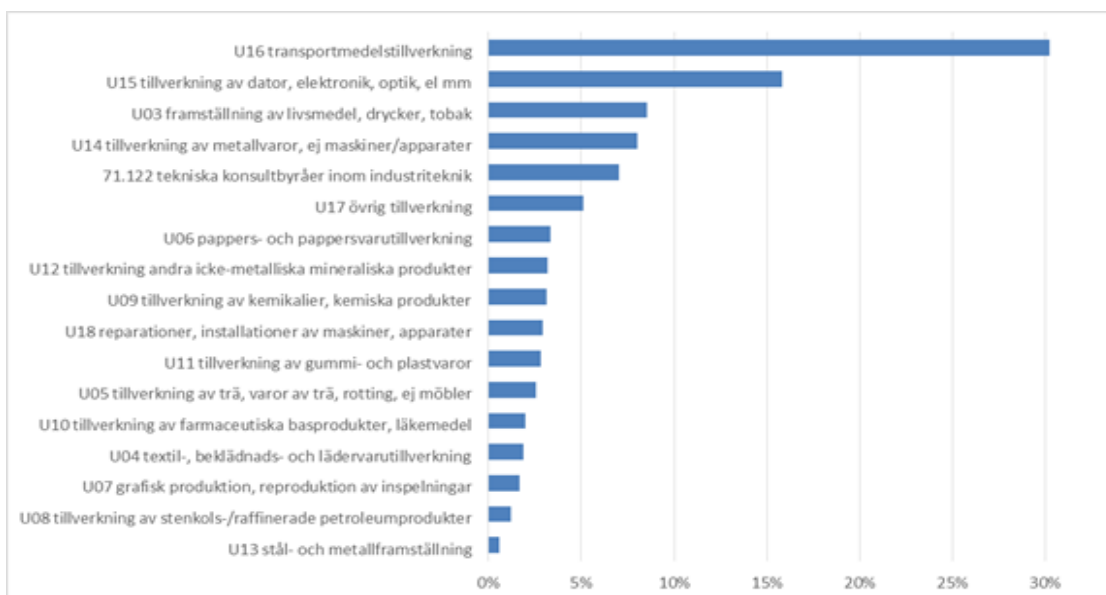
Den största minskningen i absoluta tal har inte helt förvånande skett i Trollhättan, 4 500 färre bland annat med anledning av Saabs nedläggning. Sedan 2007 är det närmare en halvering. I Halmstad har sysselsättningen minskat med 1 700. Andra orter där sysselsättningen har minskat med runt 1 000 sysselsatta är Uddevalla, Vänersborg, Borås och Lidköping. Sysselsättningen i Göteborg har i antal minskat ungefär lika mycket som Uddevalla men i andel är det bara 2 procent i Göteborg och 44 procent i Uddevalla.

Störst procentuell minskning har skett i Strömstad med 56 procent, motsvarande 330 personer. Därefter följer Mellerud, Dals-Ed, Grästorps, Trollhättan, Tanum och Tibro med hög procentuell minskning av sysselsatta. I Halland är det Halmstad som har den högsta procentuella minskningen på 26 procent, följt av Hylte med en 25-procentig minskning.¹⁹

¹⁹ SCB, rAps-RIS

I Västra Götaland tillverkas fordon och i Halland basvaror

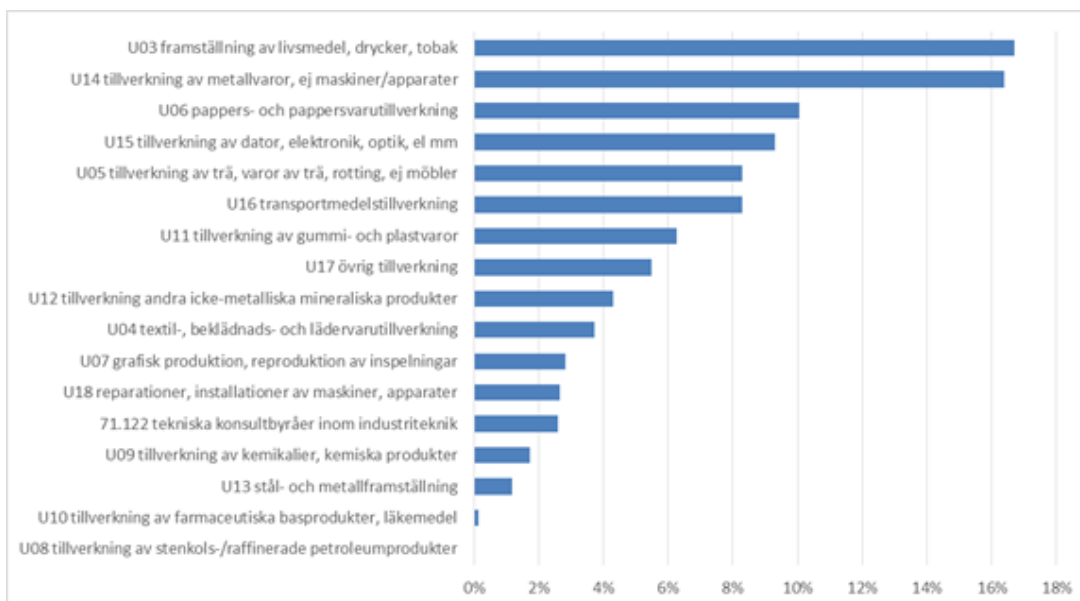
Tillverkning av transportmedel är den dominerande delbranschen i Västra Götaland och där finns en tredjedel av de sysselsatta. Andra större branscher är tillverkning av datorer, elektronik, optik, el mm. samt framställning av livsmedel, drycker och tobak. Totalt arbetade drygt 126 000 inom industriteknik år 2016 i Västra Götaland.



Figur 11. Andel förvärvsarbetande i delbranscherna inom industriteknik i Västra Götaland år 2016.

Kommentar: Numren avser SNI-koder. **Källa:** SCB, rAps-RIS

I Halland dominerar två delbranscher, framställning av livsmedel, drycker, tobak samt tillverkning av metallvaror. Två delbranscher är relaterade till skogen och har tillsammans en andel på 19 procent (U05 och U06). Totalt arbetade 16 500 inom industriteknik år 2016 i Halland.



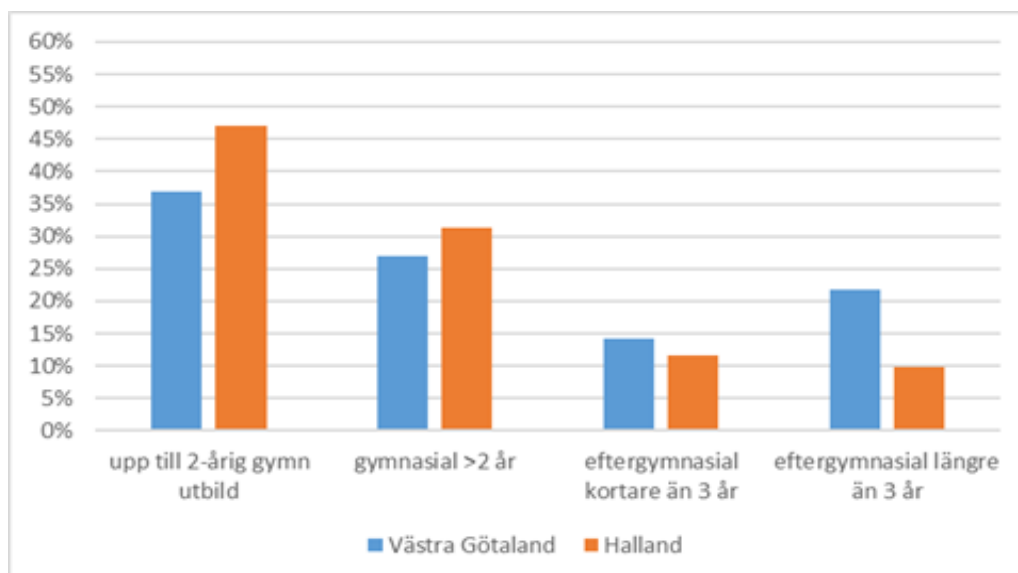
Figur 12. Andel förvärvsarbetande i delbranscherna inom industriteknik i Halland år 2016.

Kommentar: Numren avser SNI-koder. **Källa:** SCB, rAps-RIS

Relativt låg utbildningsnivå bland förvärvsarbetande inom industriteknik

I Västra Götaland har 37 procent av de förvärvsarbetande inom industriteknik som högst en 2-årig gymnasieutbildning. I Halland är andelen 47 procent.

Utbildningsnivån inom industriteknik är högre i Västra Götaland än i Halland. I Västra Götaland har 22 procent eftergymnasial utbildning som är längre än tre år. I Halland är samma siffra 10 procent.

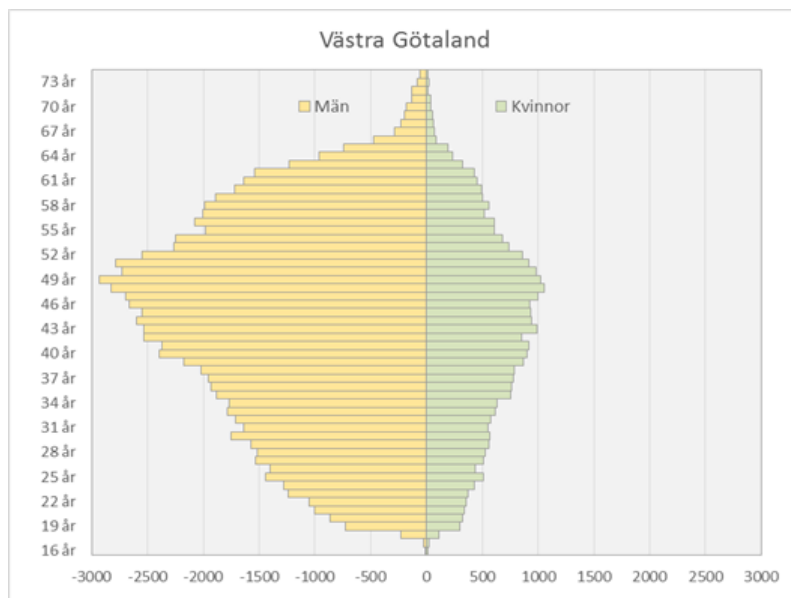


Figur 13. Andel förvärvsarbetande inom industriteknik per utbildningsnivå. Västra Götaland och Halland år 2015.

Källa: SCB, Västdatabasen MONA.

Många män i både Västra Götaland och Halland

Andelen män i medelålder är hög inom industriteknik. I Västra Götaland är det mönstret tydligare än i Halland. Andelen män är betydligt högre än andelen kvinnor, som är ungefär en fjärdedel. Även hos kvinnor är det många i medelålder.

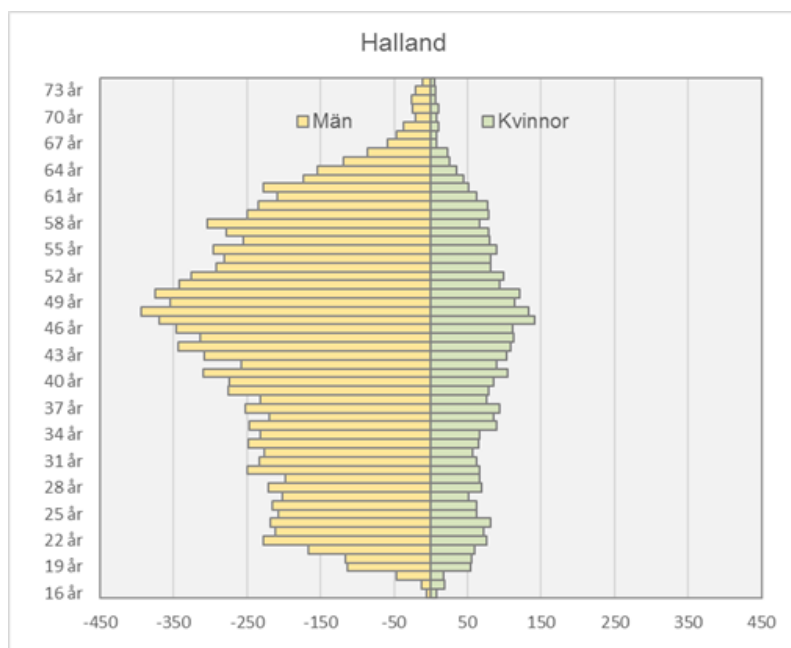


Figur 14. Förvärvarbetande inom industriteknik 16-74 år efter kön och ålder, 2015. Västra Götaland

Kommentar: Dessa siffror avser samtliga företag oavsett storlek. Avser de som arbetar i respektive län (dagbefolkning)

Källa: SCB, Västdatabasen MONA.

Även i Halland är det en högre andel i medelålder som arbetar inom industriteknik, även om det inte är lika distinkt som i Västra Götaland. De yngre utgör en större andel än i Västra Götaland. Männerna dominerar i sektorn, andelen kvinnor är 24 procent.



Figur 15. Förvärvarbetande inom industriteknik 16-74 år efter kön och ålder, 2015. Halland.

Kommentar: Dessa siffror avser samtliga företag oavsett storlek. Avser de som arbetar i respektive län (dagbefolkning)

Källa: SCB, Västdatabasen MONA.

Arbetsställen inom industriteknik i Västra Götaland och Halland

Inom industriteknik är det generellt sett färre arbetsställen och det är betydligt vanligare med arbetsställen som har många sysselsatta (jämför med besöksnäringen där det är fler arbetsställen men med en tredjedel så många sysselsatta). Totalt var antalet arbetsställen 2015 inom industriteknik 11500 i Västra Götaland och 2300 i Halland²⁰.

Tabell 9. Antal arbetsställen fördelat på företagets storlek, industriteknik 2015

	0 anställda	1-9 anställda	10-49 anställda	50-249 anställda	250+ anställda
Västra Götaland	6 550	3 480	1 070	300	55
Halland	1 240	720	230	60	7

Källa: SCB, rAps-RIS

²⁰ SCB. Med arbetsställe avses varje adress, fastighet eller grupp av fastigheter där företaget bedriver verksamhet.

Andelen sysselsatta i små och medelstora²¹ företag är 54 procent i Västra Götaland och andelen inom industriteknik är 42 procent. I Halland är andelen 55 procent för alla branscher och 67 procent inom industriteknik²². I Västra Götaland är en hög andel av de sysselsatta anställda i stora företag medan det i Halland är en hög andel i små och medelstora företag.

Tabell 10. Andel sysselsatta utifrån storlek på företag industriteknik

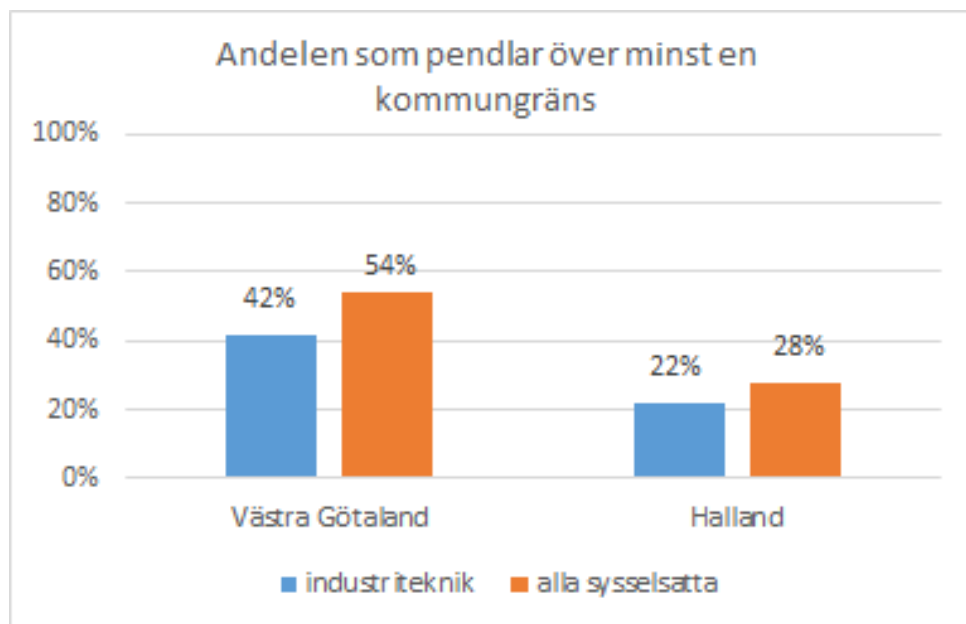
	<9 anställda	10-249 anställda	250-499 anställda	>500 anställda
Västra Götaland	12 %	42 %	10 %	36 %
Halland	18 %	67 %	18 %	3 %

Källa: SCB, rAps-RIS

I Västra Götaland fanns det enligt Västra Götalandsregionens företagsdatabas (Bisnode) år 2016 närmare 7500 verksamma aktiebolag inom industriteknik. Drygt 1 100 av dessa karakteriseras som små eller medelstora aktiebolag, det vill säga 10-249 anställda.

Pendlingen inom industriteknik är lägre än genomsnittet för alla sysselsatta

Andelen pendlare inom en bransch visar till viss del hur väl matchningen mellan arbetstagare och arbetsgivare är i geografien. Pendling är ett alternativ till att flytta om det inte finns ett mer attraktivt arbete på nära håll, och generellt pendlar högutbildade i högre utsträckning. Inom industriteknik är pendlingen lägre än för genomsnittet för alla sysselsatta. I Västra Götaland pendlar 42 procent av de sysselsatta inom industriteknik jämfört med 54 procent av alla sysselsatta. I Halland är andelen som pendlar betydligt lägre, 22 procent inom industriteknik jämfört med 28 procent för alla sysselsatta.



Figur 17 Andelen av de sysselsatta i en kommun som pendlar dit över minst en kommungräns år 2016

Källa: SCB, Väst-databasen MONA

²¹ 10-249 sysselsatta

²² SCB, rAps-RIS

Små och medelstora företag inom industriteknik

Projektet KOBRA handlar om små och medelstora företag. Den gängse definitionen för dessa är 10 till 249 anställda. I den mer detaljerade statistiken från SCB är definitionen 10 till 199 anställda och avser år 2015. Därför redovisas kön, ålder och utbildningsnivå för små och medelstora företag från 10 till 199 anställda, trots att gängse definition är upp till 249.

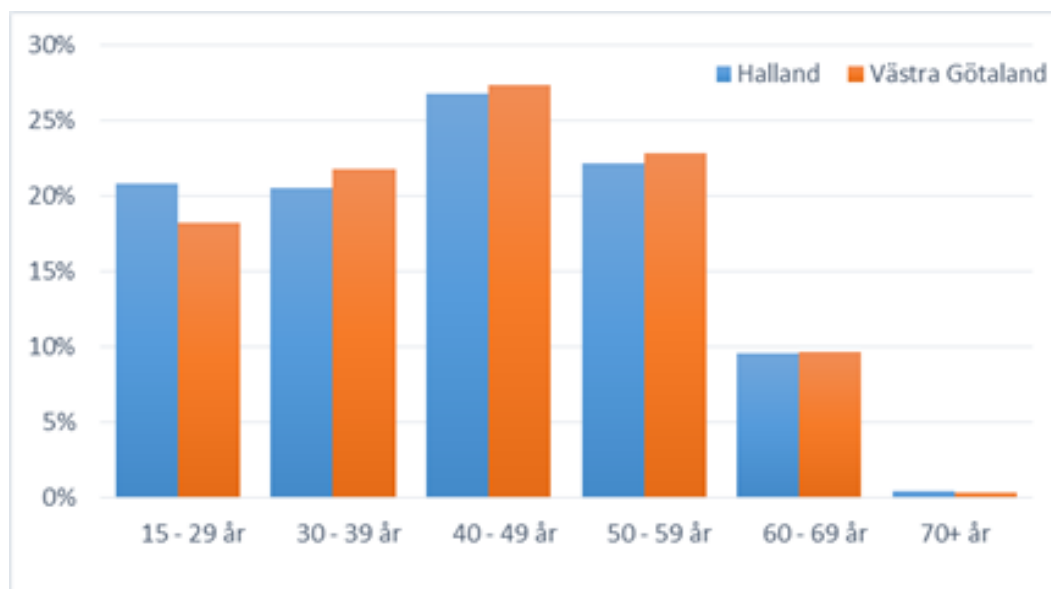
Antalet (andelen) sysselsatta inom industriteknik i små och medelstora företag, 10-199 anställda, var 2015 i Västra Götaland 52 550 (43 procent) och i Halland 10 450 (64 procent).

Tabell 11. Andel kvinnor respektive män i små och medelstora företag (10-199) inom industriteknik

	Västra Götaland		Halland	
	Kvinnor	Män	Kvinnor	Män
Industriteknik	23,0 %	77,0 %	24,7 %	75,3 %
Samtliga branscher	50,9 %	49,1 %	52,5 %	47,5 %

Källa: SCB, rAps-RIS

Åldersfördelning inom små och medelstora företag i industriteknik visar en ökad andel 40-50 åringar men det är trots allt en relativt jämn fördelning mellan åldersgrupperna. Jämfört med hur det ser ut generellt i små och medelstora företag har industriteknik en högre andel bland de i medelåldern och en lägre av de yngsta.



Figur 18: Åldersfördelning i små och medelstora företag (10-199) inom industriteknik

Källa: SCB, Mona-databasen

Utbildningsnivån för små och medelstora företag inom industriteknik är låg jämfört med genomsnittet för små och medelstora företag generellt, där andelen eftergymnasialt utbildade ligger på drygt 40 procent i både Halland och Västra Götaland.

Tabell 12. Utbildningsnivå i små och medelstora företag (10-199) inom industriteknik

	Västra Götaland	Halland
Grundskola	15 %	18 %
Gymnasial	56 %	62 %
Eftergymnasial	29 %	20 %

Källa: SCB, Väst-databasen MONA

Stora och varierade behov inom industriteknik

SCB rapport Trender och prognoser 2017 presenterar långsiktiga prognoser över tillgång och efterfrågan på arbetskraft för olika utbildningsgrupper. I den senaste prognosen från år 2017 konstaterar SCB att det är en tilltagande brist på personer med yrkesförberedande gymnasieutbildning inom teknik och tillverkning. Även om efterfrågan beräknas minska på sikt kommer stora pensionsavgångar inom kort. För civil- och högskoleingenjörer spår SCB en balans mellan tillgång och efterfrågan på sikt. Datautbildade beräknas vara kraftigt efterfrågade²³.

I hela riket var förvärvsgraden²⁴ 87 procent för gymnasieingenjörer år 2015 men den matchade förvärvsgraden²⁵ var 52 procent.²⁶ För Västra Götaland och Halland var förvärvsgraden 88 respektive 87 procent och den matchade förvärvsgraden 52 respektive 55 procent. I antal är det 8 100 i Västra Götaland och 1 600 i Halland som inte arbetar som gymnasieingenjörer.

Närmare 80 procent av alla med gymnasieingenjörsutbildning i både Västra Götaland och Halland har ett yrke som stämmer med utbildningens inriktning. En relativt hög andel har dock för låg nivå på utbildningen.

Tabell 13. Matchning anställda 20-64 år med gymnasieingenjörsutbildning. Västra Götaland, antal år 2015.

	Inriktning stämmer <i>inte</i> med yrket	Inriktning stämmer <i>delvis</i> med yrket	Inriktning stämmer <i>helt</i> med yrket
Rätt utbildningsnivå	1 410	615	8 140
För hög utbildningsnivå	70	0	0
För låg utbildningsnivå	340	425	2 650

Källa: SCB, Regionala matchningsindikatorer, E4 Kommentar: Orange innebär ej matchad, ljusgrön innebär delvis matchad och mörkgrön innebär helt matchad.

²³ SCB Trender och Prognoser 2017

²⁴ Kvoten mellan sysselsatt dagbefolkning och befolkning i arbetsför ålder

²⁵ Andelen som arbetar i yrken som matchar utbildningen

²⁶ SCB, Regionala matchningsindikatorer

Tabell 14. Matchning anställda 20-64 år med gymnasieingenjörutbildning. Halland, antal år 2015.

	Inriktning stämmer <i>inte</i> med yrket	Inriktning stämmer <i>delvis</i> med yrket	Inriktning stämmer <i>helt</i> med yrket
Rätt utbildningsnivå	250	130	1 590
För hög utbildningsnivå	15	0	0
För låg utbildningsnivå	60	90	410

Källa: SCB, Regionala matchningsindikatorer, E4 Kommentar: Orange innebär ej matchad, ljusgrön innebär delvis matchad och mörkgrön innebär helt matchad.

För personer med industriutbildning på gymnasienivå är förvärvsgraden 76 i Västra Götaland och 80 i Halland. Den matchade förvärvsgraden ligger på 48 respektive 53. I antal är det 12 700 i Västra Götaland och 2 500 i Halland som har industriutbildning men som arbetar med något annat yrke.

Personer med yrkesförberedande gymnasial industriutbildning har sämre matchning mellan utbildning och yrke än gymnasieingenjörer. Helt matchat är det 66 procent i Halland och 62 procent i Västra Götaland. I Västra Götaland är det en något sämre matchning än i Halland.

Tabell 15. Matchning anställda 20-64 år med industriutbildning, gymnasial nivå. Västra Götaland, antal år 2015.

	Inriktning stämmer <i>inte</i> med yrket	Inriktning stämmer <i>delvis</i> med yrket	Inriktning stämmer <i>helt</i> med yrket
Rätt utbildningsnivå	3 110	3 475	12 610
För hög utbildningsnivå	0	0	0
För låg utbildningsnivå	525	295	170

Källa: SCB, Regionala matchningsindikatorer, E4 Kommentar: Orange innebär ej matchad, ljusgrön innebär delvis matchad och mörkgrön innebär helt matchad.

Tabell 16. Matchning anställda 20-64 år med industriutbildning, gymnasial nivå. Halland, antal år 2015.

	Inriktning stämmer <i>inte</i> med yrket	Inriktning stämmer <i>delvis</i> med yrket	Inriktning stämmer <i>helt</i> med yrket
Rätt utbildningsnivå	500	610	2 515
För hög utbildningsnivå	0	0	0
För låg utbildningsnivå	80	50	30

Källa: SCB, Regionala matchningsindikatorer, E4 Kommentar: Orange innebär ej matchad, ljusgrön innebär delvis matchad och mörkgrön innebär helt matchad.

Framtidens industri – automatisering, digitalisering och robotisering

När vi pratar kompetensbehov inom industriteknik måste vi ha med oss att det blir allt svårare att definiera tillverkningsindustri i relation till andra delar av ekonomin, inte minst servicesektorn. Studier visar att det finns en stark ”kompetensintegration” mellan sektorerna.²⁷

Trendmässigt ser vi att antalet anställda inom tillverkningsindustrin minskar, men att detta generellt sett kompenseras av en ökning av anställda inom företagstjänster. Detta innebär att vi inte kan prata om någon generell avindustrialisering utan snarare som en del i en fortsatt strukturuomvandlingsprocess.

Sedan 1990-talet ser vi också en förskjutning av sammansättningen av kompetens inom tillverkningsindustrin. Andelen högskoleutbildade inom tillverkningsindustrin ökar kraftigt, både inom den högteknologiska och den mer lågteknologiska industrin. Det finns dock regionala skillnader både vad gäller utvecklingen av yrken och utbildningsnivåer.²⁸

Det mesta tyder dock på att andelen högutbildade kommer att öka och att kompetenskraven kommer att höjas inom tillverkningsindustrin. Data pekar mot att fler personer med olika specialistkompetenser behövs vilket ställer krav på samverkan. Gränserna mellan olika yrkesgrupper blir då mindre klara. Författarna till ovanstående citerade rapport konstaterar i slutet av rapporten:²⁹

”I litteraturen om framtidens kompetensbehov, liksom i litteraturen kring produktionens automatisering, lyfts ofta vikten av kompetensutveckling under arbetslivet fram. Vi instämmer i betoningen av detta i den framtida ekonomin. Men vem tar kostnaden för omfattande uppgraderingar, och hur ser incitamentsstrukturen ut?”

²⁷ *Kompetenslandskapets omvandling mot industri 4.0 - Långsiktiga perspektiv på kompetensbehovet inom industri och industrinära tjänster i Västra Götaland* s. 77. Martin Henning, Joakim Boström Eliás, Johan Jakobsson och Fredrik Lavén Centrum för regional analys, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet i samarbete med Västra Götalandsregionen. (2017)

²⁸ Op.cit.s.78

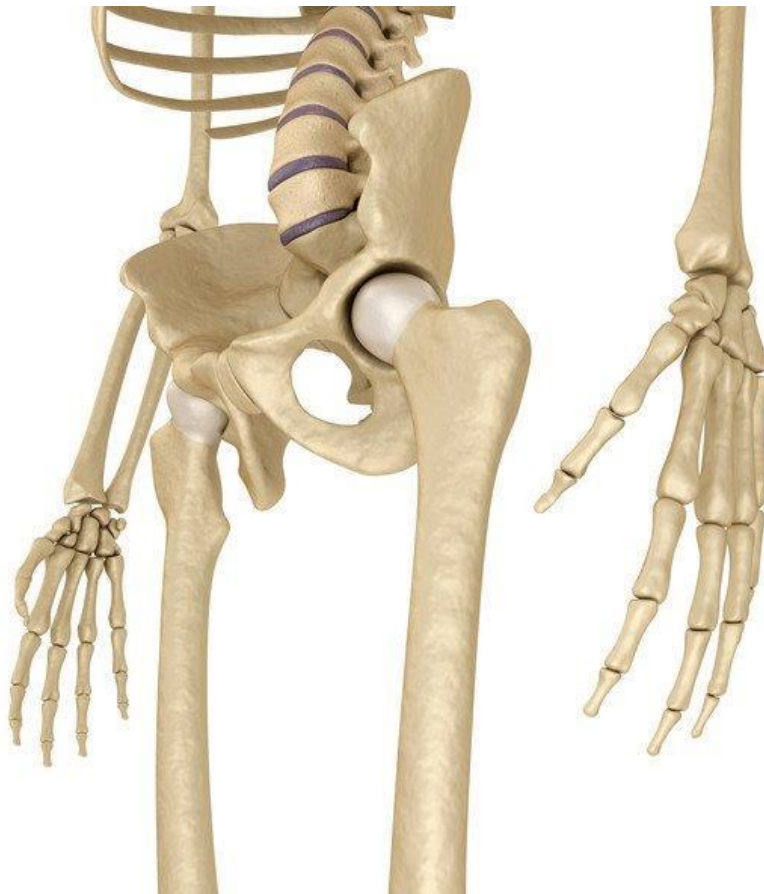
²⁹ Op.cit.s.80



Kompetensmäklarnas arbete - besöksnäring och industriteknik

Många olika metoder och grader av struktur har använts av kompetensmäklarna hos projektets olika partners. Det framgår av svaren på de frågor Analysgruppen ställt till alla svenska partners kompetensmäklare i oktober 2017³⁰. De flesta partners svarade och bidrog till det gemensamma resultatet i projektet. Precis som i projekt KOBRA i stort, så varierade svaren och hur kompetensmäklare/partners arbetat med att besvara frågeformuläret, utifrån de förutsättningar, roller och resurser de haft till sitt förfogande.

Svaren har handlat om antal företagsbesök, arbetssätt, resultat, lärdomar och behov. Metoderna har troligen varit mer strukturerade, även om alla inte beskrivit detta i svaren. Beskrivningarna gjordes ofta som konstateranden och reflektioner snarare än resultat i form av t.ex. kompetensbehov.



³⁰ Frågeformuläret till Kompetensmäklarna i oktober 2017 finns som helhet i bilaga 3

Sammanställningen är indelad i fem delar;

1. Antal företagsbesök, branscher och urval
2. Arbetssätt, resultat och lärdomar
3. Inhämtning och användning av kunskap
4. Tips på aktörer, arenor & andra informationskällor
5. Företagens kompetensbehov utifrån SeQF referensram för kvalifikationer

1. Antal företagsbesök, branscher och urval

Kompetensmäklarna har fått ange hur många företagsbesök de har gjort, vilka branscher företagen tillhör samt hur urval av företag har skett.

2. Arbetssätt, resultat och lärdomar

Kompetensmäklarna har kortfattat sammanfattat hur de gått tillväga och de viktigaste resultat och lärdomar de fått genom att använda företagsbesök och andra arbetssätt. Beskrivningarna av deras arbete för att involvera företag och andra aktörer i att få fram kompetensbehov utgår därför från arbetssätt, resultat och lärdomar med följande indelning;

- Företagsbesök
- Nätverksträff
- Workshop
- Branschråd
- Delta på andras arrangemang
- Telefonintervju
- Intervju med Branschorganisationer
- Digitala enkätundersökningar

3. Inhämtning och användning av kunskap

Kompetensmäklaren har på olika sätt inhämtat och använt kunskap för att utveckla dialogen med företaget om företagets verksamhet, utmaningar och möjligheter med fokus på kompetensbehov. Beskrivningen av deras arbete är indelad i kunskap om;

- utbildning
- näringslivet
- branschen & omvärlden
- yrken & kompetenser

4. Tips på aktörer, arenor & andra informationskällor

Flera aktörer finns med i kompetensmäklarens beskrivningar. Många har använts i deras kontakter, medan andra är tips på kontakter. Det handlar t.ex. om branschorganisationer, näringslivsorganisationer och myndigheter men också om rapporter och statistik. Exempel på dessa finns listade under denna rubrik.

5. Företagens kompetensbehov utifrån SeQF referensram för kvalifikationer

De kompetensbehov som på olika sätt framkommit tidigare under projektet och som beskrivits i frågeformulären (bilaga 3), har bearbetats utifrån SeQF under två workshops.

1. Antal företagsbesök, branscher och urval

Hur många och vilka företag har kompetensmäklarna besökt inom besöksnäring och industriteknik?

Kompetensmäklarna har uppgett att 268 företagsbesök har gjorts inom besöksnäringen och 338 företagsbesök inom industriteknik, med totalt över 600 företagsbesök. Det som tydligt framkom i undersökningen var att kompetensmäklarna definierade ”företagsbesök” olika. En del har utgått ifrån den strikta definitionen där kompetensmäklaren gör ett fysiskt besök hos ett företag. Andra har även inkluderat nätverksträffar, telefonkontakter och mailkonversationer.

Att definitionen ”företagsbesök” varierar är förståeligt då projektet inte har lagt någon stor kraft på att sätta en specifik form för ”företagsbesök”. Det har snarare styrts utifrån enskilda partners arbetssätt och definition.

Kompetensmäklarna har besökt flera kategorier av företag. I den företagsenkät som ursprungligen var tänkt att användas vid företagsbesöken (bilaga 4) var ett visst antal branscher specificerade utifrån VISITA – Svensk besöksnäringens branschindelning och en egen kategorisering inom industriteknik. Fördelningen av företagsbesöken utifrån bransch ses i tabell 17.

Tabell 17: Fördelning av företagsbesök utifrån bransch

Besöksnäring	Antal besök
Varuhandel	76
Restaurang/café	53
Hotell	27
Rekreation/aktiviteter	26
Event	18
Kultur	13
Transporter	12
Camping	8
Annan	8
Övrig logi	7
Industriteknik	Antal besök
Bygg	16
Möbler och inredning	81
Mekanisk verkstadsindustri	51
Maskiner, fordon och transport	45
Energi	22
Tjänster och stöd	21
Data och elektronikindustri	14
Stål, metall och metallvaror	10
Livsmedel	6
Trä och pappersvaror	5
Plast och gummi	3
Annan	3
Kemi och läkemedel	2

En viktig notering är att inte alla kompetensmäklare brutit ned sina företagsbesök per bransch. För de som redovisat sina besök per bransch finns en variation över hur branschindelningen hanterats. Vissa har valt en branschkategori per företagsbesök medan andra har valt flera bransch kategorier för samma företagsbesök i de fall man sett att flera branscher återfinns hos företaget. Fördelningen ger dock en indikation på att vissa branscher har varit mer återkommande representerade hos partnererna i KOBRA. Alla kompetensmäklare som angett svar på branschfördelning har inom besöksnäring besökt företag inom "Hotell" och "Restaurang/café". De flesta har även besökt företag inom "Camping", "Event" och "Varuhandel". Motsvarande för industriteknik är att de flesta har besökt "Maskiner, fordon och transport" och "Mekanisk verkstadsindustri", följt av "Bygg", "Data och elektroindustri" och "Tjänster och stöd".

Urval av företag

Hur urvalet gjorts av företag som kompetensmäklaren har besökt eller kontaktat på annat vis, varierar mellan partners och mellan besöksnäring och industriteknik. Variationen är begriplig då projekt KOBRA inte haft några specifika riktlinjer för urval, till förmån för partners och kompetensmäklarnas egna förhållningssätt.

Fyra mönster i hur urval av företag har gjorts framträder huvudsakligen utifrån svaren i frågeformuläret. De tre översta punkterna gäller både besöksnäring och industriteknik medan den fjärde "Ingen uttalad strategi" endast förekommer hos besöksnäringen:

- Kontakt med befintliga strukturer/nyckelpersoner
- Urval gjort utifrån en genomtänkt strategi
- Befintliga relationer som kompetensmäklaren innehar
- Ingen uttalad strategi

När det kommer till besöksnäringen så har nästan alla svenska kompetensmäklare i KOBRA använt och uppvaktat befintliga strukturer och nyckelpersoner (näringslivsutvecklare, turistchefer, destinationsbolag, branschråd etc.) som ingångar att komma i kontakt med företag. Sedan varierar det hur man valt att göra urvalet. Några har haft en uttalad strategi bakom sitt urval utifrån uppsatta kriterier på de företag man vill besöka och få in behov ifrån, medan andra snarare valt att utgå ifrån egna kontakter och befintliga relationer som kompetensmäklaren har med branschen. Några har uppgett att de inte har någon specifik strategi utan gjort besöken utifrån ett brett perspektiv utan inledande avgränsningar. Men det öppna förhållningssättet verkar sedan ha gett upphov till strategiska inriktningar utifrån resultat från besöken.

Inom industriteknik har däremot alla parter som svarat haft någon form av strategi i hur de gjort urvalet av företag att besöka. En del har tydligt fokuserat på branschinriktning/delbranscher medan andra utgått ifrån storlek på företagen eller strategiskt kontaktskapande för den egna organisationen. Även för industriteknik är kompetensmäklarens egna/befintliga kontakter viktiga, om än inte lika tydligt som det uppgavs inom besöksnäringensbranschen. Uppvakning av nyckelpersoner och kontakt med befintliga strukturer är en tydlig ingång för flera i att komma i kontakt med företag. Som exempel nämns nätverk, branschråd, andra projekt och enheter inom kommunen. Några har uppgett att de inte har haft någon uttalad strategi, men även dessa har angett hur de arbetat utifrån ett genomtänkt förhållningssätt. Exempelvis genom att låta några breda företagsbesök ge upphov till behov som sedan följs genom att kontakta en viss nisch av företag.

2. Arbetsmetod, resultat och lärdomar

Kompetensmäklarna har gått tillväga på liknande sätt inom de båda branscherna besöksnäring och industriteknik. Deras beskrivningar sammanfattas här i ett antal punkter.

Företagsbesök som arbetsmetod

För att involvera företag och andra aktörer i att få fram kompetensbehov har kompetensmäklarna använt sig av företagsbesök. Projektets olika partners har arbetat och genomfört företagsbesöken på många olika sätt. En framgångsrik modell är att dela in arbetet i tre faser – före, under och efter besöket;

- FÖRE: förberedelser innan besöket – urval, kontakt & tidsbokning, information
- UNDER: genomförande av besöket – inledning, frågor, avslut
- EFTER: uppföljning av besöket – efterarbete, återkoppling, håll kontakten, kompetenserbjudanden

Andra exempel på arbetssätt och genomförande är;

- Urval av företag utifrån olika kriterier
- Intervjumallar skapade som samtalsstöd utifrån framtagna företagsenkät inom KOBRA
- Uppsökande besök för behovsinventering och dialog med specifikt företag som komplement till information från andra kanaler
- Besök av kompetensmäklare, turistinformatörer och kommunikatörer för att lära mer om verksamhet och föra dialog om kompetensförsörjningsfrågor
- Branschråd som etablerad kontaktyta för diskussion av kompetensförsörjningsfrågor
- Företagsbesök i andra former – programråd, telefonkontakt, frukostklubb, framtidsforum, turisdag, dialogforum och projektform

Andra viktiga faktorer som beskrivs när det gäller företagsbesök är;

- Förståelse för företagen
- Relationsbyggande möte
- Samarbete externt
- Förbättra företagsklimatet
- Koppling till pågående utbildningar

Resultat och lärdomar

De resultat kompetensmäklaren beskrivit sammanfattas i följande punkter;

- Underlag för företagets kompetensbehov
- Behov kring tillväxt, export och finansiering förs vidare till företagsstödjande samarbetsparter
- Kompetensförsörjningsfrågor från företagsbesöken överförs till gymnasie- och vuxenutbildningen
- Kunskap från företagsbesöken resulterar i information till berörda tjänstemän och förvaltningar
- Goda relationer
- Matchningar mot företagsstödjande organisationer
- Matchning mot yrkesutbildningar på gymnasieskolan och Vuxenutbildningen t.ex. nya praktikplatser
- Medial uppmärksamhet
- Nöjda uppmärksammade företag
- Samarbete internt
- Otillräcklig uppföljning

Det fysiska mötet är avgörande för att bygga lokala företagsrelationer där dialogen skapar en ömsesidig förståelse och att upprätthålla kontakten är en viktig del. Metodens styrka ligger i att sitta ner och sätta sig in i företagets situation. Det är viktigt att vara påläst och kunnig men också att ha en bra intervju- och samtalsteknik. Kompetensmäklare upplever dock ibland en svårighet med uppsökande besök utan ett konkret erbjudande.

Kompetensfrågan upplevs som aktuell och viktig och företaget har ansvaret för sin egen kompetensförsörjning. Däremot finns en svårighet i att uttrycka sitt kompetensbehov. Detta gäller särskilt små företag med ett fåtal anställda. Det handlar också om företagets önskan, vilja och förmåga att växa och utvecklas.

Det finns ett behov av flexibel individanpassad utbildning, både internt på företagen och externa utbildningsinsatser. Det finns också ett behov av relevanta lokala mötesplatser där kompetensförsörjningen står i centrum, till exempel branschråd.

Nätverksträff som arbetsmetod

Flera kompetensmäklare har använt nätverksträff för att involvera företag och andra aktörer i att få fram kompetensbehov. Arbetsättet sammanfattas i följande punkter;

- Delta och ta initiativ till nätverksträffar med olika aktörer
- Flitigt använd och framgångsrik metod
- Branschråd för diskussion av kompetensförsörjningsfrågor
- Gästföreläsning som utgångspunkt för diskussioner
- Kontinuerligt nätverkande och lyhördhet skapar möjlighet att koppla samman individer och nätverk
- Nätverk för YH-anordnare diskuterar arbetsmarknadsbehov, ansökningar och utbud på YH-nivå
- Nätverket Kompetensforum är styrgrupp för branschråden
- Skapa kontakter och intresse för kompetensfrågor och projektet KOBRA
- Tematiska samarbeten
- Kontaktyta genom ordförandeskap i företagarförening

Resultat och lärdomar

Det är viktigt med samarbete och nätverk är en bra form för detta. Många kontakter har knutits med företag och det offentliga vilket bidragit till en tydligare bild av företagens kompetensbehov. Nätverksträffar har också varit en del av kompetensmäklarens omvärldsbevakning. Dessutom beskrivs det som ett verktyg för kompetensmäklare att välja ut relevanta nätverksträffar för att bygga relationer som kan leda till personliga möten. Enskilda nyckelpersoner kan vara dörröppnare för vidare möjligheter.

De viktigaste lärdomarna kompetensmäklaren dragit av arbetsättet nätverksträff sammanfattas i följande punkter;

- Attraktivt program med tydligt syfte och mål, bra timing med inspirerande föreläsare
- Fortsatt kontaktskapande och långsiktigt engagemang
- Återkoppla och öppna upp för önskemål och förslag för fortsättning

Att mötas i nätverk upplevs särskilt viktigt i besöksnäringen där många arbetar ensamma och säsongsbetonat.

Workshop som arbetsmetod

Flera kompetensmäklare har använt workshop för att involvera företag och andra aktörer i att få fram kompetensbehov. Ett exempel på en form av workshop inom KOBRA är ett dialogforum genom samverkan som använts i samband med en beställd Yrkesprognos för Halland inom besöksnäringen. Följande moment och verktyg kan ingå;

- Inbjudan till olika aktörer
- Inledande föreläsning/inspiration
- Indelning i grupper/diskussion
- Användning av digitala interaktiva verktyg
- Förberedda frågor som publiken besvarar
- Resultat – presentation och dialog
- Sammanfattning och uppföljning
- Återkoppling och dokumentation
- Utvärdering och fortsättning

Resultat och lärdomar

De viktigaste lärdomarna kompetensmäklaren dragit av arbetssättet workshop är att det är viktigt med en attraktiv inbjudan med tydligt syfte och mål och med bra timing. En annan lärdom är vikten av tydliga frågeställningar och bra metoder. Långsiktighet och uthållighet framhålls också som viktigt. En lärdom med dialogforum var att det är svårt men viktigt att få med företagen. Digitala interaktiva verktyg som använts i samband med workshops eller seminarier, t.ex. Mentimeter, gav deltagarna möjlighet att ställa frågor. Det upplevdes som ett bra sätt att interagera under sändning.

Branschråd som arbetsmetod

Branschråd kan användas för att involvera företag och andra aktörer i att få fram kompetensbehov. De drivs av de företag som ingår i branschråden, deras möten kan cirkulera mellan olika företag vilket ger möjlighet att besöka företag på plats. I besöksnäringen har två branschråd inom transportsektorn etablerats under projektiden.

Resultat och lärdomar

Direkta företagsbesök har genomförts till följd av frågor som lyfts i Branschråd. Det har också inneburit kortare kontaktvägar och förenklad dialog då alla berörda parter är samlade. I branschrådet formulerar branschen tillsammans sitt kompetensbehov.

Ett exempel inom besöksnäringen är en rekryteringsmessa som genomfördes utifrån ett rekryteringsbehov av ett 60-tal nya taxichaufförer. Den genomfördes i samverkan med aktörerna och resulterade 30 intresserade till 15 planerade platser för utbildning och anställning.

Ett annat exempel inom industriteknik är diskussioner i Branschrådet för Trä-Möbel-Inredning som ledde fram till en beviljad förstudie av ESF-rådet för en branschskola i Skaraborg som syftar till att snabbare möta näringslivets behov av kompetenshöjande insatser.

Delta på andras arrangemang som arbetsmetod

Kompetensmäklaren har deltagit på andras arrangemang för att involvera företag och andra aktörer i att få fram kompetensbehov. Syftet med att delta har varit att inhämta kunskap, utbyta information, skapa kontakt inför senare företagsbesök och bygga relationer med företagen. Det ger möjlighet att träffa många företagare samtidigt och få gemensam information att bygga vidare på.

Det är en vanlig metod och antal samarbetspartners och deras arrangemang är många. Exempel på arrangemang är frukostmöten, konferenser, seminarier, temadagar, föreläsningar, mässor och kvällsaktiviteter. Här har kompetensmäklaren kunnat utnyttja befintliga mötesarenor för näringslivet och t.ex. deltagit på näringslivsutvecklarnas möten med näringslivet och delregionalt kompetensmäklarnätverk. Kompetensmäklaren har också varit inbjuden till samordnade aktiviteter som samtalspartner, föreläsare, referent och processledare.

Resultat och lärdomar

Genom att delta på andras arrangemang har kompetensmäklaren fått nya insikter, ny kunskap och ökat sin kunskap om branscher, företag, yrken och kompetensbehov. Det har också inneburit egen kompetensutveckling inom områdena arbetsmarknad och kompetensförsörjning. Kompetensmäklaren har utvecklat bredare kontaktnät för den egna organisationen.

Att delta på andras arrangemang är en bra metod för omvärldsbevakning. Arrangemangen är ofta samlingspunkter för branschföreträdare och här gäller det att lyssna in och vara aktiv själv som deltagare. En lärdom är att det är svårt men viktigt att använda sig av andras kunskaper och erfarenheter internt och externt.

Telefonintervju som arbetsmetod

Flera kompetensmäklare har använt telefonintervju för att involvera företag och andra aktörer i att få fram kompetensbehov. Det kan t.ex. vara som en första kontakt men också som alternativ till företagsbesök vid behovsinventering. Telefonintervju har också använts vid uppföljning av kontakter som skapats i andra arenor och uppföljning av enkätsvar.

Resultat och lärdomar

De viktigaste lärdomarna kompetensmäklaren dragit av arbetssättet telefonintervju är att telefonen är ett viktigt arbetsverktyg men att det är tidsödande komma i kontakt med rätt person. Vikten av att båda parter har avsatt tid för samtalet har poängterats.

Intervju med branschorganisationer som arbetsmetod

Kompetensmäklaren har också använt intervju med branschorganisationer för att involvera företag och andra aktörer i att få fram kompetensbehov. Arbets sättet sammanfattas i följande punkter;

- Kontakt med lokala branschorganisationer för överblick
- Kontakt med regionala branschorganisationer
- Orienterande samtal i samband med planering av företagsbesök, kompetensmessa och programråd.

Resultat och lärdomar

Branschorganisationer bidrar med kunskap, fakta och strategiska perspektiv. Kompetensbehov kan också fångas upp genom deras utbildningar. Genom att intervjua branschorganisationer ökar kompetensmäklaren sina branschkunskaper och får en övergripande bild av utvecklingen samt tips om kompetensutvecklingsinsatser och stöd för branschen. Därför är det värdefullt att skapa samarbeten och utbyten. Det råder stor konkurrens om företagets uppmärksamhet och intresse. Fördelen med lokala kontakter är att samordning kan ske och behov kan tillgodoses.

Digitala enkätundersökningar som arbetsmetod

En kompetensmäklare har uppgett ”Digitala enkätundersökningar” som metod för att involvera företag och andra aktörer i att få fram kompetensbehov. Arbets sättet sammanfattas i följande punkter;

- Delprojekt för kompetensförsörjningsfrågor och utveckling för företag inom projekt Destination Halland 2020
- Enkät från kommunernas näringslivskontor till kommunens besöksnäringföretag
- Region Halland administrerar enkäten och sammanställer resultatet i en rapport där företagets svar redovisas anonymt

Resultat och lärdomar

Enkätundersökningen har resulterat i en nulägesanalys. De viktigaste lärdomarna kompetensmäklaren dragit av arbets sättet är att det är svårt att få företagen intresserade och förstå nyttan av att besvara enkäten. Därför är det viktigt att ange syfte och mål från början och hur resultatet ska användas och spridas. Här betonas vikten av intern och extern kommunikation.

3. Inhämtning och användning av kunskap

Kompetensmäklarens bakgrund och erfarenhet avgör vilken kunskap som behöver inhämtas för att bli användbar för att utveckla dialogen med företaget. Detta avsnitt belyser dels den kunskap kompetensmäklaren behöver skaffa sig innan företagsbesöket, dels den kunskap som inhämtas vid själva besöket om företagets verksamhet, utmaningar och möjligheter med fokus på kompetensbehov. Som metod för inhämtande av kunskap har så kallad Desk research varit viktig i KOBRA.

Kompetensmäklarna har inhämtat kunskap på olika sätt och inom olika områden t.ex. genom bransch- och andra organisationer, branschråd, fackliga organisationer, kollegor och internt i organisationen, kommunens näringslivschefer, medier och nyhetsbevakning, näringslivet, nätverk och utbildningsanordnare.

Kunskap om utbildning

Exempel på aktörer, arenor & andra informationskällor där kunskap om utbildning inhämtats och använts i dialogen med företagen;

- branschorganisationer och myndigheter
- lokalt näringsliv
- företagsbesök
- anordnare av YH-utbildning
- anordnare av kommunal vuxenutbildning
- internt i organisationen/kommunen
- kontinuerlig företagsdialog
- nätverksträffar kopplade till Kompetensplattform och Skola-Arbetsliv
- generella och branschspecifika utbildningsutbud samt validering
- nyhetsbrev och hemsidor
- rapporter och prognoser
- omvärldsbevakning och sammanställning av information t.ex. om utbildningssystemet, utbildningsformer, myndigheter, utbildningsaktörer, utbildningsleverantörer, utbildningsutbud samt validering av utbildning och kompetens.

Kompetensmäklaren har använt den inhämtade kunskapen i dialogen med företagen t.ex. för att;

- utgå från en gemensam verklighetsbild
- ta reda på företagets behov, villkor och utmaningar
- kategorisera och kartlägga kompetensbehov och kompetensförsörjningsproblematik
- diskutera, planera och förmedla utbildningsfrågor och kompetensutvecklingsinsatser.

Kunskap om näringslivet

Kompetensmäklaren har inhämtat kunskap om näringslivet genom att exempelvis träffa näringslivsföreträdare, näringslivsorganisationer och ingå i kommunens näringslivsgrupp. Denna kunskap har använts i dialogen kring kompetensbehov. Syftet har varit att bättre kunna sätta sig in i företagets verksamhet och förutsättningar och därigenom diskutera olika frågor på ett professionellt sätt.

Kunskap om branschen & omvärlden

Kompetensmäklaren har inhämtat kunskap om branschen och omvärlden för att ta reda på aktuella frågor och fokus för branschens företrädare. Det är t.ex. lokala och regionala bransch- och intresseorganisationer och andra nationella, regionala, lokala aktörer och projekt. Det har gjorts genom att:

- ställa frågor i samband med företagsbesök
- föra dialog med sakkunniga och personer med branschfarenhet
- söka på hemsidor för näringslivs-, bransch- och intresseorganisationer, myndigheter
- ta del av rapporter, prognoser och nyhetsappar
- medverka i nätverk med olika företrädare som berör branschfrågor
- delta i delregional planering av utbildningsutbud
- regelbundna dialoger med arbetsmarknadsaktörer.

Kompetensmäklaren har använt kunskapen om branschen och omvärlden som bas i dialogen med företagen och vid exempelvis nätverksträffar och olika aktiviteter med besöksnäringsfokus där KOBRA-partners varit delaktiga. Den har också använts för att få bättre kännedom om behovet av specifika yrken och kompetenser och hur företagen prioriterar behoven på kort och lång sikt. Kunskapen har också bidragit till kompetensmäklarens:

- verklighetsbild i företagsdialogen
- förståelse för företagets villkor, utmaningar och behov
- kritiska förhållningssätt till partisk och ibland överdriven branschinformation.

Kunskap om yrken & kompetenser

Kompetensmäklaren har inhämtat kunskap om yrken och kompetenser som använts i dialogen med företagen. Dialog med sakkunniga krävs om företagets specifika kompetensbehov som ibland måste kompletteras i samband med företagsträffar och uppföljning. Kompetensmäklaren har även kontakt med branschorganisationer. Internt i organisationen/kommunen kan det handla om läroplan för gymnasieskolan när det gäller kunskap om yrken på gymnasienivå. Yrkesroller går att läsa in sig på t.ex. i rapporter, prognoser, statistiskt material och tidskrifter. Ofta pratar man mer om kompetenser än om yrken, oftare om yrken i besöksnäringen än i industriteknik.

Kompetensmäklaren har använt kunskapen om yrken och kompetenser för en mer kvalificerad dialog med företagen. Kompetenskartläggningar har återkopplats till företagen för dialog om kompetensbehov. Det har visat sig att IT kompetens är svårt att konkretisera och generalisera, då det betyder olika för olika personer/företag. En annan svårighet som har uppmärksamats är matchningen kring nyanländas yrken och kompetenser där ett stort arbete pågår.

4. Tips på aktörer, arenor & andra informationskällor

En viktig del av kompetensmäklarnas arbete i KOBRA har varit att inhämta kunskap om näringslivet, med fokus på kompetensbehov. Detta för att kvalificera kompetensmäklarrollen och de företagsbesök som genomförts. Kompetensmäklarna har inhämtat kunskap på olika sätt och från olika källor. Under detta avsnitt listas en förteckning på exempel på källor som har använts av kompetensmäklarna i KOBRA. Tanken är att tipsen på källor kan ge inspiration till var kunskap om näringslivets kompetensbehov kan återfinnas.

Källor till kunskap

Flera aktörer har lyfts fram i kompetensmäklarnas beskrivningar som källor till kunskap;

- Nationella bransch- och intresseorganisationer t.ex. Sveriges Auktoriserade Utbildningsföretag (SAUF), SNDMO (Swedish Network of Destination Management Organisations), Visit Sweden och VISITA – Svensk besöksnäring
- Företags- och näringslivsorganisationer t.ex. Företagarna, Svenskt Näringsliv
- Regeringen, statens offentliga utredningar (SOU)
- Myndigheter och offentliga organisationer, statliga myndigheter och verk t.ex. Arbetsförmedlingen (AF), Myndigheten för yrkeshögskolan (MYH), Skolverket, Universitets- och högskolerådet (UHR), Universitetskanslerämbetet (UKÄ), Sveriges Kommuner & Landsting (SKL)
- Fackliga organisationer
- Forum för lärande om regional utveckling (Reglab)
- Regionala bransch-, intresseorganisationer och aktörer för näringslivet t.ex. Business Region Göteborg (BRG) och Turistrådet Västsverige
- Regioner och delregioner – Region Halland, Västra Götalandsregionen (VGR), Fyrbodals kommunalförbund, Göteborgsregionen (GR), Skaraborgs kommunalförbund
- Regionalt samarbetsforum för skola/näringsliv t.ex. Teknikcollege och Branschråd Besöksnäring Skaraborg
- Lokala bransch-, intresseorganisationer, aktörer och projekt för näringslivet t.ex. ABC (Alingsås Business Center), Sotenäs Turism, Sotenäs Turiststiftelse och Göteborg & Co
- Lokalt samarbetsforum för skola/näringsliv t.ex. Uddevalla Näringslivsakademi (UNA)
- Läroplan för gymnasieskolan GY11
- ”Vartannat jobb automatiseras om 20 år – Utmaningar för Sverige” (2014), Rapport, Stiftelsen för strategisk forskning
- ”Strukturömvandling och automatisering”, Martin Henning
- Statistik – ”Yrkesregistret med yrkesstatistik 2013 – Yrkesstrukturen i Sverige” (2015), SCB, Statistiska meddelanden AM 33 SM 1501
- ”Maritim strategi Uddevalla (2013), Uddevalla kommun, fastställd av kommunfullmäktige 2013
- Litteratur t.ex. ”Kompetens som konkurrensfördel – matcha affärsidé med kompetensidé” (2015), Jörgen Hansson
- ”Strategisk kompetensförsörjning: en vägledning till standarden Ledningssystem för kompetensförsörjning”, (2004), SIS
- Hemsidor, nyhetsbrev, prognoser, seminarier, nätverksträffar
- Rapporter från t.ex. Kairos Future och Tillväxtverket

Industriteknik

- ”Rekryteringsenkäten 2016 – Rekrytering – när teknikutveckling och digitalisering förändrar jobben”, Rapport, Svenskt Näringsliv
- ”Därför tillverkar vi i Sverige – Drivkrafter och förutsättningar för tillverkningsindustrin i Sverige 2015” (2015), Rapport, Business Sweden
- ”Maritima Företag i Fyrbodal” (2015) Rapport, Svensk Marintekniskt Forum
- ”Den svenska maritima näringen 2007-2011” (2013), Vinnova analys VA 2013:09, Andreas Hanning, Lighthouse & Chalmers
- ”Maritima kluster i Västra Götaland 2012” (2012), Rapport, Västra Götalandsregionen, Göteborgs Universitet, Chalmers tekniska högskola
- Produktion 2030
- Industri 4.0
- ”Smart industri – en nyindustrialiseringsstrategi för Sverige” (2016), Näringsdepartementet
- ”En svensk maritim strategi – för människor, jobb och miljö” (2015), Näringsdepartementet
- ”Maritim strategi Uddevalla (2013), Uddevalla kommun, fastställd av kommunfullmäktige 2013
- ”Produktion2030, Strategiskt innovationsprogram för hållbar produktion i Sverige”

Andras arrangemang

Exempel på andras arrangemang som Kompetensmäklare deltagit i är:

- Företagskväll i samband med Jobb- & utbildningsmessa, Arbetsförmedlingen och Uddevalla kommun
- Jobb- & utbildningsmessa, Arbetsförmedlingen, Swedbank och Uddevalla kommun
- ”Mångfald”, Bohusbiennalen, Uddevalla näringsliv
- Prognos seminarium, Arbetsförmedlingen
- ”Kompetensförsörjning i Fyrbodal”, konferens, Fyrbodals Kommunalförbund
- Årskonferenser, Westum
- ”Engagerande Content för dina sociala medier” föreläsning, Drivhuset, Connect, Högskolan Väst
- ”Läringskompassen”, seminarium, Uddevalla gymnasieskola och Västsvenska Handelskammaren
- ”Attrahera och behålla internationell kompetens”, frukostseminarium, Projektet Global Talent Gothenburg/West Sweden (Handelskammaren).
- GR - kompetensmäklarnätverk

Besöksnäring

- ”E-handelsdagen”, Entreprenörsarenan Fyrbodal

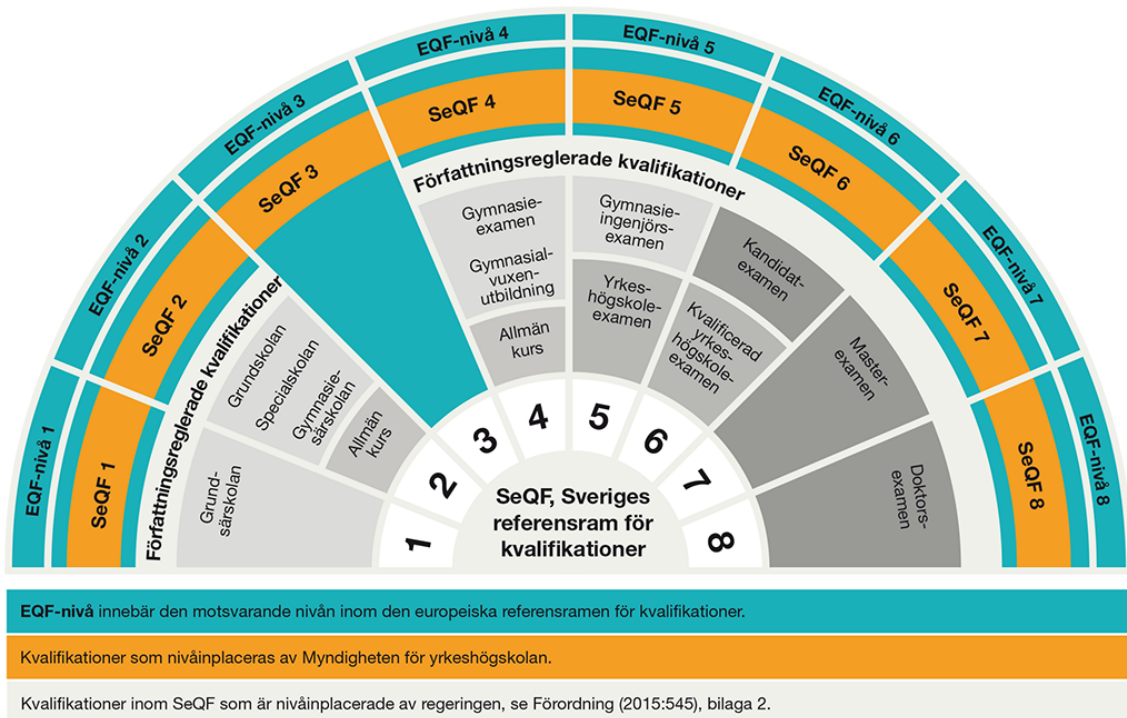
Industriteknik

- ”Därför tillverkar vi i Sverige”, frukostmöte, Innovatum
- ”Exportdagen – Internationalisering, finansiering”, IUC Väst
- ”Additiv tillverkning/3D, Printing”, seminarium, Tillväxtavdelningen Uddevalla
- ”Inspiration, kunskap och nätverkande ger nya affärsmöjligheter”, IUC Väst-dagen.

5. Företagens kompetensbehov utifrån SeQF referensram för kvalifikationer

Företagens kompetensbehov inom besöksnäring och industriteknik har på olika sätt framkommit i projektet. Kompetensmäklarna har beskrivit dessa behov i frågeformulär (bilaga 3). En del i processandet av deras kunskaper om företagets kompetensbehov, har varit att kategorisera dem utifrån det svenska ramverket SeQF:s (Swedish Qualifications Framework) kvalifikationer: kunskaper, färdigheter och kompetenser. Tanken är att de insamlade kompetensbehoven blir mer användbara när det gäller att ta fram kompetensinsatser, om behoven är kategoriserade på detta sätt. Ett första steg som gjorts inom KOBRA har varit att definiera vad som är kunskaper, färdigheter och kompetenser. Ett kommande steg är att definiera nivå på behoven, men det går utanför den här rapporten.

SeQF står för Sveriges referensram för kvalifikationer och ska synliggöra allt lärande oavsett hur det har skett; genom formell utbildning, i arbetslivet eller på annat sätt. Med SeQF kan olika kvalifikationer från både studier och arbetsliv jämföras på ett lättare sätt och på så sätt öka matchningen på arbetsmarknaden. SeQF är anpassad efter svenska förhållanden och bygger på det europeiska ramverket European Qualifications Framework (EQF). Myndigheten för yrkeshögskolan är den nationella samordnaren för EQF i landet och ansvarar för införande och förvaltning av SeQF.



Figur 19: SeQF, Sveriges referensram för kvalifikationer.

Källa: Myndigheten för yrkeshögskolan

Kunskaper, färdigheter och kompetenser

SeQF:s kvalifikationer delas upp i kunskaper, färdigheter och kompetenser;

- **Kunskap - erfarenhetsbaserade eller teoretiska**
Utgörs av fakta, principer, teorier och praxis som är kopplade till ett arbets- eller studieområde.
- **Färdighet - att utföra uppgifter och lösa problem**
Förmåga att tillämpa kunskaper och beprövad erfarenhet för att utföra uppgifter och lösa problem.
- **Kompetens - förmåga att ta ansvar, värdera, agera självständigt och samarbeta** Förmåga att använda kunskaper och färdigheter, att samarbeta och ta ansvar i arbets- eller studiesituationer.



Företagens kompetensbehov inom besöksnäring

De insamlade kompetensbehoven från kompetensmäklarna för besöksnäringen har kategoriserats i tabell 18 utifrån SeQF:s kvalifikationer:

Tabell 18: Besöksnäring – kompetensbehov kopplat till SeQF

Besöksnäring - kompetensbehov kopplat till SeQF		
Kunskap – generell	Kunskap - specifik	
Administration Arbetsmiljö och säkerhet Data/IT Interkulturell kommunikation Omvärldskunskap Trendspaning	Data/IT Företagsekonomi Livsmedelshygien Marknadsföring/Media/Multimedia Miljö och energicertifiering Rehabilitering	Psykisk ohälsa Sociala medier
Färdighet – generell	Färdighet - specifik	
Administration Data/IT Interkulturell kommunikation Omvärldsanalys Trendspana Svenska	Bokning Data/IT Främmande språk Företagsekonomi Marknadsföring/Media/Multimedia Miljö och energicertifiering	Retorik Sociala medier Webbdesign
Kompetens – generell	Kompetens - specifik	
Administration Affärsutveckling Data/IT Entreprenörskap Interkulturell kommunikation Kundservice Ledarskap Social kompetens	Data/IT E-handel Evenemangsproduktion Export Företagsekonomi Konferensservice Marknadsföring/Media/Multimedia Miljö och energicertifiering	Multikompetens Projektledning Rekrytering Sociala medier Sälj och inköp Säsongsförlängning Upphandling Varumärkesbyggande

Förutom kompetensbehov som kategoriserats i tabell 18 utifrån SeQF har även yrken och andra perspektiv identifierats i tabell 19:

Tabell 19: Besöksnäring – kompetensbehov kopplat till yrken mm

Besöksnäring - kompetensbehov kopplat till yrken mm			
Yrken			
Arbetsledare Busschaufför Evenemangsproducent	Kallskänk Kock Köksbiträde	Kökschef Projektledare Receptionspersonal	Serveringspersonal Städare Säljare (butik och fackhandel) Taxichaufför
Samhälle - Utmaningar & Framtid, generell			
Digitalisering	Interkulturell kompetens		
Branschen - Utmaningar & Framtid, specifik			
E-handel	Affärsutveckling		
Samarbete			
Nätverk	Samarbetslösningar		

Besöksnäringen är en tillväxtbransch, ofta starkt säsongsb beroende och med många unga anställda. En stor del av efterfrågan inom branschen gäller sommarsäsongen, men många upplever även en ökning vintertid då det överlag varit ett gott konjunkturläge under undersökningsperioden. Specifikt för besöksnäringen är den ofta är platsbunden; besöksmål och hotell ligger där de ligger vilket ger en varaktighet och stabilitet gällande efterfrågan.

Kompetensmäklarna har identifierat ett stort behov av arbetskraft på olika nivåer i företagen som befäster den bild andra rapporter ger. Det behövs både nyanställas inom många olika områden, men det finns även behov av att kompetensutveckla befintlig personal. Tydligt är att formell kompetens är viktig, men för många roller inom besöksnäringen framhävs även social kompetens. Generellt kan sägas att det största utbildningsbehovet ligger på gymnasial eller YH-nivå. Det finns en relativt låg efterfrågan på personer med högskoleutbildning inom besöksnäringen.

Sammanställningen visar på kompetensbehov inom vitt skilda områden och inom hela spektrat kunskaper – färdigheter – kompetenser. Oavsett avsaknaden av kvantitet för de olika behoven, är det tydligt att behoven inte enbart handlar om yrkes- eller branschspecifika ”hantverk” utan även om mjuka värden.



Företagens kompetensbehov inom industriteknik

De insamlade kompetensbehoven från kompetensmäklarna för industriteknik har kategoriserats i tabell 20 utifrån SeQF:s kvalifikationer:

Tabell 20: Industriteknik – kompetensbehov kopplat till SeQF

Industriteknik - kompetensbehov kopplat till SeQF		
Kunskap – generell	Kunskap - specifik	
Administration Arbetsmiljö och säkerhet Data/IT Interkulturell kommunikation Omvärldskunskap Trendspaning	Additiv tillverkning Automation Big Data Data/IT EU-medel Företagsekonomi GDPR Juridik Laserteknik	Marknadsföring Materialteknik Miljö och energicertifiering Psykisk ohälsa Rehabilitering Robotteknik Sensorteknik Skärande bearbetning Sociala medier
Färdighet – generell	Färdighet - specifik	
Administration Data/IT Interkulturell kommunikation	Additiv tillverkning Automation CAD/CAM Data/IT Företagsekonomi Juridik Laserteknik Marknadsföring	Materialteknik Miljö och energicertifiering Rit- och schemaläsning Robotteknik Sensorteknik Skärande bearbetning Sociala medier
Kompetens – generell	Kompetens - specifik	
Administration Affärsutveckling Data/IT Entreprenörskap Interkulturell kommunikation Ledarskap Social kompetens Värdskap	Additiv tillverkning Automation Data/IT Evenemangsproduktion Företagsekonomi Innovationsutveckling Juridik Laserteknik Lean och kvalitetsstyrning Logistik Marknadsföring Materialteknik Miljö och energicertifiering Multikompetens	Produktion och tillverkning Produktionslogistik Projektledning Rekrytering Robotteknik Sensorteknik Skärande bearbetning Sociala medier Styrelseutveckling Sälj och inköp Transportlogistik Upphandling Varumärkesbyggande Återvinning

Förutom kompetensbehov som kategoriserats i tabell 20 utifrån SeQF har även yrken och andra perspektiv identifierats i tabell 21:

Tabell 21: Industriteknik – kompetensbehov kopplat till yrken mm

Industriteknik - kompetensbehov kopplat till yrken mm		
Yrken		
Arbetsledare Automationstekniker Betongarbetare CAD-konstruktör CNC-operatör Diagnostekniker Driftstekniker El- och automationsingenjör Elektriker Elkraftsingenjör Industrielektriker	Konstruktörer Lastbilschaufför Maskiningenjör Mekaniker Montör Mätsystemingenjör Produktionspersonal livsmedel Programmerare Projektledare Servicetekniker Solcellstekniker	Svetsare Systemutvecklare Säkerhetstekniker Teknisk säljare Testare Truckförare Underhållstekniker Verktysmakare Ingenjörer (alla kategorier)
Samhälle - Utmaningar & Framtid, generell		
Interkulturell kommunikation		
Branschen - Utmaningar & Framtid, specifik		
Affärsutveckling	Big Data	
Övrigt		
Attityd	Engagemang	Samarbetsförmåga

Branschen präglas av att det går bra och att det är en snabb utveckling på många områden, men kanske tydligast inom automatisering och digitalisering.

Kompetensmäklarna har identifierat ett stort behov av arbetskraft på olika nivåer i företagen. Det är inte helt självklart om behoven är på kort- eller lång sikt. En del behov är akuta, men där ser man också att behovet kommer att kvarstå under lång tid. Det behövs både nyanställas inom många olika områden, men även att befintlig personal vidareutbildas/kompetensutvecklas. Många företag nämner att det är viktigt med mångsidighet. Till exempel, att den som sitter med kundsupport även behöver ha teknisk kompetens eller logistikkompetens.

Sammanställningen visar på kompetensbehov inom vitt skilda områden och inom hela spektrat kunskaper – färdigheter – kompetenser.

Resonemang

Det som tydligt framkom i kompetensmäklarnas svar var att de definierade ”företagsbesök” olika. En del har utgått ifrån den strikta definitionen där kompetensmäklaren gör ett fysiskt besök hos ett företag. Andra har även inkluderat nätverksträffar, telefonkontakter och mailkonversationer. Att andra, alternativa, metoder för att samla upp behov från näringslivet varit betydande är ett viktigt resultat i projektet kring hur kompetensmäklarens arbete har formerats. Från att projektet huvudsakligen fokuserade på enskilda företagskontakter har andra metoder visat sig ha en framträdande roll.

Framtidens industri, automatisering, digitalisering och robotisering

När vi pratar kompetensbehov inom industriteknik måste vi ha med oss att det blir allt svårare att definiera tillverkningsindustri i relation till andra delar av ekonomin, inte minst servicesektorn. Studier visar att det finns en stark ”kompetensintegration” mellan sektorerna.³¹

Trendmässigt ser vi att antalet anställda inom tillverkningsindustrin minskar, men att detta generellt sett kompenseras av en ökning av anställda inom företagstjänster. Detta innebär att vi inte kan prata om någon generell avindustrialisering utan snarare som en del i en fortsatt strukturomvandlingsprocess. Sedan 1990-talet ser vi också en förskjutning av sammansättningen av kompetens inom tillverkningsindustrin. Andelen högskoleutbildade inom tillverkningsindustrin ökar kraftigt, både inom den högteknologiska och inom den mer lågteknologiska industrin. Det finns dock regionala skillnader både vad gäller utvecklingen av yrken och utbildningsnivåer.³² Det mesta tyder dock på att andelen högutbildade kommer att öka och att kompetenskraven kommer att höjas inom tillverkningsindustrin. Data pekar mot att fler personer med olika specialistkompetenser behövs vilket ställer krav på samverkan. Gränserna mellan olika yrkesgrupper blir då mindre klara.

³¹ *Kompetenslandskapets omvandling mot industri 4.0 - Långsiktiga perspektiv på kompetensbehovet inom industri och industrinära tjänster i Västra Götaland* s. 77. Martin Henning, Joakim Boström Elias, Johan Jakobsson och Fredrik Lavén Centrum för regional analys, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet i samarbete med Västra Götalandsregionen. (2017)

³² Op.cit.s.78

Företagsstrategier för kompetensförsörjning och kompetensutveckling

Tillväxtverkets rapport 2017 visar på vikten av att inte bara tänka strategiskt kring kompetensförsörjning utan också skapa strukturer för kompetensutveckling;

”Arbetsmarknadens strukturomvandling bidrar till ständigt förändrade kompetenskrav. En utbildning i unga år räcker därför inte för att en person under hela yrkeslivet ska möta kraven på kvalitet, produktivitet, ständiga förbättringar och utveckling. Matchningen på arbetsmarknaden handlar därmed inte enbart om att anpassa formell utbildning till arbetslivets behov utan även om andra former av kompetensutveckling. Därför behövs effektiva strukturer och system för kompetensutveckling i arbetslivet.

Samtidigt pågår en utveckling som begränsar yrkesverksamma personers tillgång till det formella utbildningssystemet, bland annat på grund av ett minskat utbud av kurser till förmån för program och nya antagningsregler. Icke-formell utbildning karaktäriseras vidare av stora skillnader när det gäller omfattning, företagens branschtillhörighet och storlek samt deltagarnas härkomst, utbildningsnivå och ålder.

Därför är det positivt att politiker och offentliga aktörer tar initiativ som främjar företagens strategiska kompetensförsörjning. (...) Den här studien ska ge ytterligare kunskap om hur dessa initiativ påverkar strategisk kompetensförsörjning i små och medelstora företag och vilka lärdomar som kan dras av tidigare insatser. Rapporten kan därmed ses som ett kunskapsunderlag när det gäller förutsättningarna för strategisk kompetensförsörjning i företag.

KRITERIER FÖR STRATEGISK KOMPETENSFÖRSÖRJNING

För att kategorisera och beskriva strategisk kompetensförsörjning i företag används fem kriterier utifrån en definition av strategisk kompetensförsörjning som gjorts för att utveckla och etablera industrins modell för branschvalidering. Dessa fem kriterier utgår från följande processer och vilka framtida insatser med fördel kan utgå ifrån att stödja:

1. **Verksamhetsplan, mål och strategi** i relation till omvärldsanalys och företagsinterna strävanden
2. **Kartläggning av kompetenskrav** i relation till kritiska processer och arbetsuppgifter för att nå målen
3. **Validering av det nuvarande kompetensläget** i relation till fastställda kompetenskrav
4. **Insatser för kompetensförsörjning** genom kompetensutveckling, rekrytering eller organisering
5. **Systematisk uppföljning** genom en dokumenterad och i kvalitetsledningssystemet integrerad process för kompetensförsörjning³³

”Ett fortsatt starkt näringsliv i Sverige kräver ett långsiktigt arbete för företagens strategiska kompetensförsörjning. Ett arbete som naturligtvis måste göras i företagen men som är beroende av att det finns effektiva strukturer och system för kompetensutveckling i arbetslivet. Idag räcker en utbildning sällan ett helt yrkesliv. Tillväxtverket gav Sweco i uppdrag att utifrån forskning och erfarenheter i projekt svara på frågor som:

- Vilka belägg som finns för att små och medelstora företag arbetar med strategisk kompetensförsörjning och hur företagens utveckling påverkas?
- Vilka lärdomar, framgångsfaktorer och utmaningar lyfts fram?
- Hur nås företag och andra målgrupper av de kompetensbehovsanalys som görs med fokus på branscher och yrken?
- Hur kompetensutvecklar sig yrkesverksamma?

Studien visar att det pågår en rad olika initiativ på olika nivåer och att förutsättningarna att arbeta med strategisk kompetensförsörjning förändras till det bättre. Men det finns fortfarande utmaningar, några av dem är att:

- få projekt utgår från det befintliga kompetensläget och missar helheten
- traditionella former för lärande dominerar
- koppla samman utbildning med planerad verksamhetsutveckling

³³ Strategisk kompetensförsörjning – kartläggning av genomförda projekt och förutsättningar för framtida insatser (2017), rapport 0226, Sweco på uppdrag av Tillväxtverket, sid. 6

*Slutsatser som Tillväxtverket nu försöker ta tillvara i vårt arbete med att utforma insatser för utveckling och kompetensförsörjning inom flera olika branscher som till exempel industrin och besöksnäringen.*³⁴

Företagsstrategier gällande kompetensförsörjning ses som en viktig utvecklingsfråga. Den bild som framkommit vid kompetensmäklarnas olika företagskontakter är att det saknas strategier för kompetensförsörjning både inom besöksnäring och inom industriteknik. Om det finns strategier är det hos större industritekniska företag. Företagen har mer fokus på rekrytering av kompetens i ett kortare perspektiv.



Företagen är väl medvetna om sina rekryteringsbehov men har när det gäller kompetensförsörjning ett mer kortsiktigt perspektiv. En orsak till detta kan vara att vi är inne i en högkonjunktur som gör att man vill få en avsättning för sina varor och tjänster då orderingsången är stor. Den mer långsiktiga planeringen får då stå tillbaka, detta gäller i synnerhet små företag. En del små företag saknar resurser och kapacitet att utveckla strategier framåt. Dessutom står många små företag inför en generationsväxling som gör frågan än mer komplex.

³⁴ Strategisk kompetensförsörjning – kartläggning av genomförda projekt och förutsättningar för framtida insatser (2017), rapport 0226, Sweco på uppdrag av Tillväxtverket, sid. 3

Strategier för kompetensutveckling

I stället för att rekrytera ny kompetens, satsar företagen på att kompetensutveckla sin egen personal. Även här finns svårigheter med att få fram en mer långsiktig planering, både på företagsnivå och på individnivå. Det enskilda företaget måste bestämma sig för om det ska behålla sin nuvarande marknadsposition, expandera eller överleva. Alla alternativ, förutom avveckling av företaget, kräver kompetensutveckling av personalen.



Ett angreppssätt som beskrivs av Jörgen Hansson (2015) är att företaget kopplar en kompetensidé till sin affärsidé. Han menar att hur företaget ser på matchningen mellan dessa båda, kan vara avgörande för ett företags utveckling³⁵, och att i så god tid som möjligt förutse förändringar och sätta in olika kompetensutvecklingsinsatser;

”Kompetens är en färskvara som påverkas både av de förändringar i omvärlden som ett företag möter och av förändringar i företagets och dess medarbetares situation och behov. Konkurrenstrycket förändras liksom kundens behov och preferenser. Spelregler i samhället ändrar karaktär och ny kompetens produceras ständigt. Medarbetare med kritisk kompetens slutar, den del tappar engagemang och andra skaffar sig ny kompetens. En del av dessa förändringar kan förutses medan andra kommer som överraskningar. Det gäller att i så god tid som möjligt få kännedom om förändringar utanför och inom företaget. De kan skapa nya affärsmöjligheter eller hota existerande och därmed påverka både affärs- och kompetensidéns utformning liksom matchning med olika åtgärder för kompetensutveckling.”³⁶

Per-Erik Ellström (2010) har beskrivit vad företag som vill arbeta framgångsrikt med kompetensutveckling bör tänka på;

”Få studier har försökt undersöka vad som kännetecknar framgångsrika strategier för kompetensutveckling. Ett annat sätt att formulera denna fråga är: Under vilka förutsättningar kan program för kompetensutveckling i organisationer förväntas leda till avsedda effekter? (...) Framgång i satsningar på utbildning och andra former för kompetensutveckling i företag beror inte enbart på den strategi och de metoder som tillämpas. Naturligtvis är detta viktiga aspekter, men detta får inte undanskymmas att forskningen inom området tämligen entydigt pekar på att uppnådda effekter av kompetensutveckling beror på ett samspel mellan:

- *deltagarförutsättningar (tidigare erfarenheter av utbildning, självförtroende, motivation, kompetens);*
- *planering, innehåll, utformning (design) och genomförande av gjorda satsningar på kompetensutveckling;*
- *förutsättningar relaterade till verksamhetens inre kontext, dvs. ledning, arbetsorganisation, företagskultur etc.*
- *förutsättningar relaterade till verksamhetens yttre kontext, dvs. faktorer som omgivningens komplexitet och stabilitet, konkurrensituationen, arbetsmarknaden samt den teknologiska utvecklingstakten inom branschen.”³⁷*

Denna kunskap kan kompetensmäklarna använda i framtida dialoger med företag om kompetensutveckling av deras personal.

³⁵ Kompetens som konkurrensfördel – matcha affärsidé med kompetensidé (2015), Jörgen Hansson, sid 21-22

³⁶ Kompetens som konkurrensfördel – matcha affärsidé med kompetensidé (2015), Jörgen Hansson, sid 35

³⁷ *Forskning om kompetensutveckling i företag och organisationer*, Ellström, Per-Erik (2010) sid. 40-41 (Arbetsplatslärande – att leda och organisera kompetensutveckling, Henrik Kock (red.)

Utbildningar/utbildningsnivå

Det är en relativt låg utbildningsnivå för såväl besöksnäring som industriteknik. Inom besöksnäring har cirka 35 procent en tvåårig gymnasieutbildning och cirka 40 procent en treårig gymnasieutbildning som högsta utbildningsnivå. Utbildningsnivån är aningen högre i Västra Götaland än i Halland. Inom industriteknik är den största utbildningsgruppen de med en högst tvåårig gymnasieutbildning, i Halland är den gruppen hela 47 procent jämfört med 37 procent i Västra Götaland. Västra Götaland har även en högre andel med högutbildade då 22 procent har en eftergymnasial utbildning om mer än tre år, jämfört med 10 procent i Halland för samma nivå. Att utbildningsnivån är låg inom besöksnäring kan ses mindre problematiskt än för industriteknik. Detta beror på att det är många unga personer som är sysselsatta där, drygt hälften är yngre än 35 år. Det kan alltså förväntas att många kommer vidareutbilda sig och att besöksnäringens arbetsplatser erbjuder många unga sina första arbeten. Det är även jämn könsbalans. Inom industriteknik är det motsatt, den största åldersgruppen är de i medelåldern, för både män och kvinnor. Halland har en aningen jämnare ålderskurva, även om medelåldern dominerar även där. Könsbalansen är skevfördelad med cirka 75 procent anställda män inom industriteknik. En låg utbildningsnivå kombinerat med skev könsbalans kan ge upphov till strukturella svårigheter, inte minst vid strukturomvandlingar där krav på högre utbildningsnivåer och omställningsförmåga blir allt viktigare. Vid brist på arbetskraft ger en skev könsfördelning också förlorade möjligheter i att anställningsresursen hos befolkningen blir mindre, jämfört med branscher med jämn könsbalans som då har en större rekryteringsbas. Sverige är även en kunskapsekonomi som konkurrerar med hög kompetens. Industrin är fortfarande en av landets största branscher och för att bibehålla konkurrenskraften gentemot omvärlden krävs hög kunskap och kompetens.

Arbetsmarknadens krav på utbildningar och utbildningsnivå ökar i en studie påpekas att *“De genomsnittliga kraven på utbildning har stigit på arbetsmarknaden de senaste decennierna, men individernas utbildningslängd har enligt flera studier ökat mer än jobbets krav. Äldre har dock större sannolikhet att vara underutbildade för sitt arbete än yngre, troligen för att de kan kompensera bristen på utbildning med yrkeserfarenhet.”*³⁸ Ett exempel på detta återfinns inom industriteknik där det syns en stor brist på gymnasieingenjörer. Bristen beror på att ett generationsskifte håller på att ske samtidigt som gymnasieingenjörsutbildning under många år har varit nedlagd. Det väsentliga här är däremot att även om det finns en bekräftad brist hos denna grupp så spår arbetsmarknadsanalytiker att de som nu går i pension inte kommer att ersättas av gymnasieingenjörer utan av högskoleingenjörer. De befintliga gymnasieingenjörerna är alltså underutbildade gentemot vad de faktiskt utför för arbetsuppgifter.

Arbetsgivarnas medverkan i utformningen av utbildningar;

*“Vad innebär det att vara kompetent? Svaret på denna fråga har stor betydelse för hur man ser på utbildningssystemets kvalitet, effektivitet och relevans, men också för synen på arbetsgivares medverkan och delaktighet i utbildningars utformning och genomförande, liksom för behoven av kontinuerlig uppdatering av kompetens och fortsatt lärande.”*³⁹

Utbildningar på yrkeshögskolenivå inom industriteknik;

*“Sammanfattningsvis är teknik- och industrisektorn en bransch i stark utveckling och som har stora behov av kompetens. Företagens vardag handlar om ständig konkurrens och därför behöver utbildningar inom yrkeshögskolan ständigt utvecklas och utöver baskompetensen innefatta den nya tekniken för att de examinerade ska ha den kompetens som efterfrågas av arbetslivet. Det nya behöver vävas in i det befintliga. Baskompetens är fortfarande avgörande och behövs för att kunna bygga vidare med ny kompetens som uppstår i digitaliseringen. IT-kompetens blir också allt viktigare för detta område.”*⁴⁰

³⁸ Kompetensspusslet - den viktigaste framtidsfrågan, Nils Karlson, Johanna Grönback och Patrick Joyce (2017), Forskningsinstitutet Ratio, sid 17

³⁹ Kompetensspusslet - den viktigaste framtidsfrågan, Nils Karlson, Johanna Grönback och Patrick Joyce (2017), Forskningsinstitutet Ratio, sid 21

⁴⁰ Teknik och tillverkning – Områdesanalys 2018 (2018), Myndigheten för yrkeshögskolan, sid. 1. För mer information se även motsvarande analys för Data/IT.

Vikten av ett livslångt lärande

Det är svårt idag att tydligt definiera ett yrkes kravbild pga. variation och en ständigt pågående förändring som i många fall går allt snabbare. Tydligt är dock att det är viktigt att individen kan vidareutbilda sig under sin yrkesverksamma tid, både för individen själv och för företagen.

Betydelsen av individens förmåga att lära nytt beskrivs i rapporten från Ratio;

”Utan relevant kompetens eller förmåga att lära nytt undergrävs individers försörjning, hälsa och välbefinnande. Trygghet i förändring blir omöjlig. Hela samhällets innovationsförmåga, jobbskapande och välbefinnande, liksom finansiering av socialförsäkringar och pensioner, försämras vid brist på kompetens. Näringslivets innovationsförmåga och konkurrenskraft minskar. Ett inkluderande samhälle omöjliggörs.”⁴¹

Eftersom detta är av så stor betydelse för hela arbetslivet och samhället i stort, kan vi inte låta bli att reflektera över att investeringar i kompetensutveckling borde vara mer gynnsamma.

För utbildningars och andra kompetensinsatsers kvalitet och relevans är en nära dialog med arbetslivet av största vikt. Här har kompetensmäklaren en viktig roll att fylla. Många exempel har testats under KOBRA-projektet t.ex. genom företagsbesök, nätverk och branschråd.

Kompetenser och yrken

Det är tydligt att företag inte bara efterfrågar yrken utan kompetenser på olika nivåer, men gränsdragningen mellan yrken och kompetenser blir allt svårare att göra. Det är också skillnad på hur ett visst yrke kan förstås av gemene man. De flesta kan relativt enkelt föreställa sig vilka kompetenser som behövs för efterfrågade yrken som kock, servitör, elektriker, lastbilschaufför och svetsare. Men vilka kompetenser behövs egentligen för en diagnostiker, systemutvecklare, testare, kökschef eller evenemangsproducent?

I Rekryteringsenkäten 2018, som tagits fram av Svenskt Näringsliv, diskuteras vilken kompetens företagen efterfrågar;

”Kompetens betraktas av företagen som något mycket bredare än bara formell utbildning. Företagen pekar i hög utsträckning på att yrkeskunskap och erfarenhet samt personliga egenskaper värdesätts vid rekrytering. Standardiseringsinstitutets definition av begreppet kompetens som ”förmåga och vilja att utföra en uppgift genom att tillämpa kunskaper och färdigheter”⁴² fångar in denna bredd. Det handlar om att individens förmågor och kunskaper ska överensstämma med de arbetsuppgifter som ryms inom tjänsten som ska tillsättas.”⁴³

⁴¹ Kompetenspusslet - den viktigaste framtidsfrågan, Nils Karlson, Johanna Grönbäck och Patrick Joyce (2017), Forskningsinstitutet Ratio, sid 9

⁴² Swedish Standards Institute (SIS), ”Standard SS 624070: 2017 Kvalitetsledning – Kompetensförsörjningsprocessen”, 2017

⁴³ Rekryteringsenkäten 2018, Svenskt Näringsliv, sid 14

Även Arbetsförmedlingen har börjat prata om en förskjutning yrken till kompetenser;

 Arbetsförmedlingen



Därför att:

- Hälften av alla yrken beräknas försvinna inom 20 år
- Flera yrken är redan idag sammanflätade
- Människor beräknas byta yrke allt fler gånger under sin karriär
- Allt fler arbetsgivare anställer utifrån inställning och attityd istället för formella meriter

Formella utbildningar eller mer kompetensutveckling av befintlig personal?

Det finns två huvudtrender; det ena är den formella utbildning som finns på olika nivåer inom utbildningssystemet i Sverige. Det andra är att företagen alltmer efterfrågar kortare flexibla kompetensinsatser som erbjuds av många olika utbildningsaktörer, såväl privata som offentliga.

Utbildning på högskolenivå;

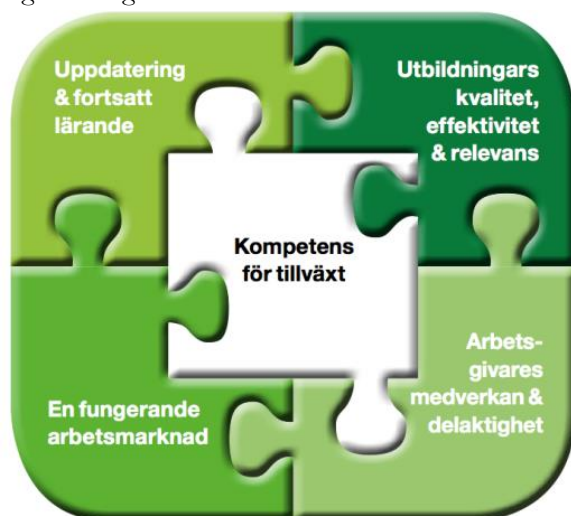
“Utbildning på universitet och högskolor har stor betydelse för näringslivets kompetensförsörjning. Denna utbildningsform har expanderats kraftigt av samtliga regeringar sedan början av 1990-talet. Antalet registrerade studenter, nybörjare och examina har mer än fördubblats. Även här finns dock problem med kvalitet, effektivitet och relevans för arbetslivet.”⁴⁴

Utmaningar i att hitta kompetens

Forskningsinstitutet Ratio forskar om hur företagandets villkor kan utvecklas och förbättras. Den viktigaste slutsatsen i deras forskningsprogram *Kompetens för tillväxt* som pågått mellan 2012 och 2017, sammanfattas i form av ”Kompetenspusset”;

*”Kompetens är sannolikt den viktigaste framtidsfrågan. Att vi kan lösa samhällets kompetensbrist är avgörande för näringslivets innovationsförmåga och utvecklingskraft, men också för individers försörjning, hälsa och välbefinnande, liksom för förmågan att klara finansieringen av gemensamma åtaganden, socialförsäkringar och pensionsystem. Huvudresultaten i Ratios forskningsprogram *Kompetens för tillväxt* kan sammanfattas med hjälp av *Kompetenspusset* i figuren nedan.*

Figur 1: Programmets huvudslutsatser



Kompetensbrist och matchningsproblem är idag det största tillväxthindret. Kompetens för tillväxt förutsätter att kompetenspusset fogas samman: att utbildningens kvalitet, effektivitet och relevans stärks, att arbetsgivares medverkan och delaktighet i utbildningens utformning och genomförande ökar, att arbetsmarknaden fungerar väsentligt bättre än idag och att uppdatering av kompetens och fortsatt lärande stimuleras. Samtliga pusselbitar måste på plats.”⁴⁵

“Svårigheten att rekrytera kompetent personal är, enligt företagen själva, det kanske viktigaste hindret för deras tillväxt. Internationella landsstudier, undersökningar av svenska myndigheter och undersökningar av bransch- och arbetsgivarorganisationer ger samma bild. Idag råder kompetensbrist inom nästan alla svenska branscher, oavsett region och konjunktur.”⁴⁶

⁴⁴ Kompetenspusset - den viktigaste framtidsfrågan, Nils Karlson, Johanna Grönbäck och Patrick Joyce (2017), Forskningsinstitutet Ratio, sid 40

⁴⁵ Kompetenspusset - den viktigaste framtidsfrågan, Nils Karlson, Johanna Grönbäck och Patrick Joyce (2017), Forskningsinstitutet Ratio, sid 6-7

⁴⁶ Kompetenspusset - den viktigaste framtidsfrågan, Nils Karlson, Johanna Grönbäck och Patrick Joyce (2017), Forskningsinstitutet Ratio, sid 14

”Kompetens är en färskvara som påverkas både av de förändringar i omvärlden som ett företag möter och av förändringar i företagets och dess medarbetares situation och behov. Konkurrenstrycket förändras liksom kunders behov och preferenser. Spelregler i samhället ändrar karaktär och ny kompetens produceras ständigt. Medarbetare med kritisk kompetens slutar, den del tappar engagemang och andra skaffar sig ny kompetens. En del av dessa förändringar kan förutses medan andra kommer som överraskningar. Det gäller att i så god tid som möjligt få kännedom om förändringar utanför och inom företaget. De kan skapa nya affärsmöjligheter eller hota existerande och därmed påverka både affärs- och kompetensidéns utformning liksom matchning med olika åtgärder för kompetensutveckling.”⁴⁷

En utmaning när det kommer till att arbeta lokalt med kompetensförsörjning är att arbetsmarknaden idag är större än vad som återfinns inom kommungränsen. En kommun kan alltså inte effektivt arbeta med kompetensförsörjning genom att endast inrikta sig på sina egna invånare eller arbetsplatser inom kommunen. Det är viktigt att förstå att en kompetensmäklare som endast arbetar med arbetsplatser lokaliserade i den egna kommunen riskerar utesluta arbetsplatser som är viktiga för kommunens invånare. Likaså innebär kompetensutveckling av lokala företags personal automatisk också kompetensutveckling av egna – och andra kommuners – invånare.

Utmaningar att inventera kompetensbehov hos företag

Många företag har svårt att tydligt uttrycka sina kompetensbehov över tid, i en pågående högkonjunktur är det fullt fokus på nutid. Det gör också att de har svårt att prioritera vilka kompetensbehov som kan finnas de kommande åren. Företagen behöver engagera sig i utbildningar t.ex. genom att ta emot praktikanter på olika nivåer, delta i programråd och ledningsgrupper, intressera unga människor för sina verksamheter och yrkesgrupper, uttrycka framtida kompetensbehov så att utbildningssystemet hinner med.

Vad bidrar KOBRA med?

Kompetensmäklarna har identifierat kompetensbehov och behovet av kompetensutveckling hos företag inom besöksnäring och industriteknik. Kompetensmäklarna jobbar på en operativ nivå och i närtid. Projektmaterialen bidrar till att komplettera bilden av kompetensbehovet och är ett komplement till befintliga rapporter och prognoser t.ex. från Arbetsförmedlingen och Västra Götalandsregionen.

⁴⁷ Kompetens som konkurrensfördel – matcha affärsidé med kompetensidé (2015), Jörgen Hansson, sid 35

Vad har KOBRA betytt för kommunerna?

För kommunerna har KOBRA betytt en möjlighet att testa funktionen kompetensmäklare och att få en modell för hur samverkan kring kompetensförsörjning mellan arbetsplatser och utbildningsanordnare kan utvecklas. Funktionen kompetensmäklare ska verka som en länk mellan arbetsliv och utbildningsanordnare. Det har visat sig viktigt i projekt KOBRA att tillåta en flexibilitet kring kompetensmäklarfunktionen. Detta på grund av att organisation i kommunen, geografi, demografi och andra yttre förutsättningar skiljer sig mellan partners.

En viktig framgångsfaktor, för såväl den enskilda kommunen som för hela projektet, är hur kunskapsöverföringen gått till när personer lämnat och tillkommit under projektets gång. Det handlar dels om kompetensmäklarens dokumentation, kommunikation och transparens. Dels om den egna organisationens förmåga vid omorganisering och förändringar.

Utveckla och testa en funktion som fyller ett gap i det svenska arbetsmarknadssystemet. Projekt KOBRA har bidragit till att

- sätta kompetensfrågan i centrum hos kommunerna
- förstärka kompetensförsörjningsfrågan i befintliga strukturer t.ex. branschråd och Kompetensplattform
- initiera och delta i projekt i kommunerna t.ex. värdschap, marinteknik och trä- & möbelindustrin
- samverkansytorna ökat mellan olika aktörer t.ex. mellan utbildningsaktörer och företagsnätverk/branschföreträdare
- Arbetsförmedlingens aktiva närvaro ökat lokalt t.ex. genom företagsrådgivare och samarbetsavtal
- utifrån olika förutsättningar fått möjligheter att arbeta med olika metoder, inriktningar och perspektiv.
- utveckla de inomkommunala och externa nätverken då befintliga strukturer och personliga kontakter visat sig vara viktiga för kompetensmäklarna att koppla upp sig till.

Störst kompetensbehov

Besöksnäring

Det finns stora behov av yrkesutbildad och erfaren personal generellt sett inom besöksnäringen. Kompetensmäklarna har identifierat ett stort behov av arbetskraft på olika nivåer i företagen som befäster den bild andra rapporter ger. Utmaningen är att hitta flexibla strukturer och metoder för att möta behoven så tidigt som möjligt. Det är inte alltid självklart om behoven är på kort- eller lång sikt. En del behov är akuta, men man ser också ofta att behovet kommer att kvarstå under lång tid. Det behövs både nyanställas inom många olika områden, men det finns även behov av att kompetensutveckla befintlig personal.

Tydligt är att formell kompetens är viktig, men för många roller inom besöksnäringen är det ytterst den sociala kompetensen som är avgörande. Det är interaktionen med gäst/besökare som är viktigast. Många ger uttryck för att det är bättre att hitta rätt person som kan utbildas efterhand på plats än att anställa någon med rätt formell kompetens men som brister i sin sociala kompetens. Generellt kan sägas att det största utbildningsbehovet ligger på gymnasial eller YH-nivå. Det finns en relativt låg efterfrågan på personer med högskoleutbildning inom besöksnäringen.

Sammanställningen visar på kompetensbehov inom vitt skilda områden och inom hela spektrat kunskaper – färdigheter – kompetenser. Oavsett avsaknaden av kvantitet för de olika behoven, är det tydligt att behoven inte enbart handlar om yrkes- eller branschspecifika ”hantverk” utan även om mjuka värden. Många av företagen visar på ett behov av att få ökad kompetens som är kopplad till att utveckla och förbättra sin verksamhet och sin affär.

Digitaliseringens påverkan på branschen syns tydligt och behoven av att kunna hantera denna utveckling framkommer på flera sätt både generellt och mer specifikt.

En utmaning för utbildningsanordnare är att kunna utbilda till yrken och samtidigt få med de krav som finns på andra kompetenser. I många fall behövs djupare analyser, ofta på enskild företagsnivå, för att förstå vad som ryms bakom de nu uttryckta behoven.

Industriteknik

Det framkommer tydligt att industriteknikbranschen påverkas mycket av utvecklingen av ny teknik och av digitaliseringen, automatiseringen och robotiseringen. Detta återspeglas i deras uttryckta behov, både generellt och specifikt.

Inom industriteknik behövs ofta mer specifik utbildning än inom besöksnäring, men även här tar många företag upp vikten av mjuka värden såsom social kompetens, attityd och engagemang.

I många fall behövs djupare analyser, ofta på enskild företagsnivå, för att förstå vad som ryms bakom de nu uttryckta behoven.

Skillnad mellan branscherna

Omsättningen på personal i besöksnäringen är hög och en stor andel av dem som är verksamma i branschen är unga.

I Västra Götaland så pendlar hela 54 procent av de sysselsatta över minst en kommungräns. För Halland är motsvarande siffra 28 procent, alltså betydligt lägre. Det skiljer sig även mellan branscherna, besöksnäringens arbetsmarknad är betydligt mer lokal än den är för industriteknik. Detta gäller främst för Västra Götaland där endast 30 procent av de sysselsatta inom besöksnäringen pendlar till annan kommun medan 42 procent pendlar över kommungräns inom industriteknik. För Halland är siffrorna lika för besöksnäring och industriteknik med 22 procent pendlare jämfört med 28 procent pendling totalt sätt. Det kan ses som mer naturligt att arbeta lokalt med kompetensförsörjning i Halland än i Västra Götaland, på en aggregerad länsnivå även om skillnader givetvis kan finnas mellan enskilda kommuner. När pendlingen är hög blir ett delregionalt eller regionalt perspektiv allt viktigare för utveckling av de lokala arbetsmarknaderna eller LA-regionerna. Kommunövergripande arbetsmarknadsregioner ställer krav på samverkan kring kompetensförsörjning för att på ett så effektivt sätt som möjligt verka för såväl näringslivet som invånarnas utveckling.

Trender och framtidsspaning

Exempel på några trender som kan påverka kompetensbehovet inom besöksnäringen på sikt är;

- digitalisering och nya tjänster
- Artificiell Intelligens (AI)
- delningsekonomi
- demografiska förändringar
- unikt, personligt och lokalt
- ökad miljövetenhet och klimatförändringar

Exempel på några trender som påverkar kompetensbehovet inom industriteknik är;

- automatisering
- digitalisering och nya tjänster
- additiv tillverkning (3D-print)
- globaliseringseffekter och klimatförändringar.

Bilaga 1 – Definition av besöksnäring, SNI-koder

SNI-koder	Aktivitetsrubrik
49390	Charterbussföretag, bussföretag för fjärrtrafik
55101	Hotell med restaurang
55102	Konferensanläggningar
55103	Hotell utan restaurang
55201	Vandrarhem m.m.
55202	Stugbyar m.m.
55300	Campingplatser m.m.
56100	Restauranger
59140	biografer
79110	resebyråer
79120	researrangörer
79900	turistbyråer o.d.
90010	producenter av konstnärliga, litterära och artistiska verk
90020	stödföretag till artistisk verksamhet
90030	enskilda artister, författare, journalister m.fl.
90040	teater- och konserthusföretag o.d.
92000	spel- och vadhållningsföretag
93111	skidsportanläggningar
93112	golfbanor, golfklubbar
93113	motorbanor
93114	trav- och galoppbanor
93119	sporthallar, idrottsplatser och andra sportanläggningar
93120	sportklubbar och idrottsföreningar
93130	gymanläggningar
93191	tävlingsstall
93199	professionella idrottsutövare, sportarrangörer, sportadministratörer
93210	nöjes- och temaparker
93290	övriga fritids- och nöjesanläggningar

Bilaga 2 – Definition av industriteknik, SNI-koder

SNI-koder	Aktivitetsrubrik
101	Beredning och hållbarhetsbehandling av kött och köttvaror
102	Beredning och hållbarhetsbehandling av fisk samt skal- och blötdjur
103	Beredning och hållbarhetsbehandling av frukt, bär och grönsaker
104	Framställning av vegetabiliska och animaliska oljor och fetter
105	Mejerivaru- och glasstillverkning
106	Tillverkning av kvarnprodukter och stärkelse
107	Tillverkning av bageri- och mjölprodukter
108	Annan livsmedelsframställning
109	Framställning av beredda djurfoder
110	Framställning av drycker
120	Tobaksvarutillverkning
131	Garntillverkning
132	Vävnadstillverkning
133	Blekning, färgning och annan textilberedning
139	Annan textiltillverkning
141	Tillverkning av kläder, utom pälsvaror
142	Tillverkning av pälsvaror
143	Tillverkning av trikåvaror
151	Garvning och annan läderberedning; tillverkning av reseffekter, handväskor, sadel- och seldon; pälsberedning
152	Tillverkning av skodon
161	Sågning och hyvling av trä
162	Tillverkning av varor av trä, kork, halm, rotting o.d.
171	Massa-, pappers- och papptillverkning
172	Tillverkning av pappers- och pappvaror
181	Grafisk produktion
182	Reproduktion av inspelningar
191	Tillverkning av stenkolsprodukter
192	Petroleumraffinering
201	Tillverkning av baskemikalier, gödselmedel och kväveprodukter, plaster och syntetgummi i obearbetad form
202	Tillverkning av bekämpningsmedel och andra lantbrukskemiska produkter
203	Tillverkning av färg, lack, tryckfärg m.m.
204	Tillverkning av rengöringsmedel, parfym och toalettartiklar
205	Tillverkning av andra kemiska produkter
206	Konstfibertillverkning
211	Tillverkning av farmaceutiska basprodukter
212	Tillverkning av läkemedel
221	Tillverkning av gummivaror
222	Plastvarutillverkning
231	Glas- och glasvarutillverkning
232	Tillverkning av eldfasta produkter
233	Tillverkning av byggmaterial av lergods
234	Tillverkning av andra porslinsprodukter och keramiska produkter
235	Tillverkning av cement, kalk och gips
236	Tillverkning av varor av betong, cement och gips
237	Huggning, formning och slutlig bearbetning av sten
239	Tillverkning av slipmedel och övriga icke-metalliska mineraliska produkter
241	Framställning av järn och stål samt ferrolegeringar
242	Tillverkning av rör, ledningar, ihåliga profiler och tillbehör av stål
243	Annan primärbearbetning av stål
244	Framställning av andra metaller än järn
245	Gjutning av metall
251	Byggnadsmetallvarutillverkning
252	Tillverkning av cisterner, tankar, kar och andra behållare av metall

253	Tillverkning av ånggeneratorer utom varmvattenpannor för centraluppvärmning
254	Tillverkning av vapen och ammunition
255	Smidning, pressning, prägling och valsning av metall; pulvermetallurgi
256	Beläggning och överdragning av metall; metallegoarbeten
257	Tillverkning av bestick, verktyg och andra järnhandelsvaror
259	Annan metallvarutillverkning
261	Tillverkning av elektroniska komponenter och kretskort
262	Tillverkning av datorer och kringutrustning
263	Tillverkning av kommunikationsutrustning
264	Tillverkning av hemelektronik
265	Tillverkning av instrument och apparater för mätning, provning och navigering samt ur
266	Tillverkning av strålningsutrustning samt elektromedicinsk och elektroterapeutisk utrustning
267	Tillverkning av optiska instrument och fotoutrustning
268	Tillverkning av magnetiska och optiska medier
271	Tillverkning av elmotorer, generatorer och transformatorer samt eldistributions- och elkontrollapparater
272	Batteri- och ackumulatortillverkning
273	Tillverkning av ledningar och kablar och kabeltillbehör
274	Tillverkning av belysningsarmatur
275	Tillverkning av hushållsmaskiner och hushållsapparater
279	Tillverkning av annan elapparat
281	Tillverkning av maskiner för allmänt ändamål
282	Tillverkning av andra maskiner för allmänt ändamål
283	Tillverkning av jord- och skogsbruksmaskiner
284	Tillverkning av maskiner för metallbearbetning och verktygsmaskiner
289	Tillverkning av andra specialmaskiner
291	Motorfordonstillverkning
292	Tillverkning av karosserier för motorfordon; tillverkning av släpfordon och påhängsvagnar
293	Tillverkning av delar och tillbehör till motorfordon
301	Byggande av fartyg och båtar
302	Tillverkning av rälsfordon
303	Tillverkning av luftfartyg, rymdfarkoster o.d.
304	Tillverkning av militära stridsfordon
309	Övrig tillverkning av transportmedel
310	Tillverkning av möbler
321	Tillverkning av smycken, guld- och silversmedsvaror samt bijouterier
322	Tillverkning av musikinstrument
323	Tillverkning av sportartiklar
324	Tillverkning av spel och leksaker
325	Tillverkning av medicinsk och dental utrustning
329	Övrig tillverkning
331	Reparation av metallvaror, maskiner och apparater
332	Installation av industrimaskiner och -utrustning
71122	Teknisk konsultverksamhet inom industriteknik

Bilaga 3 – Analysgruppens frågeformulär till kompetensmäklare oktober 2017

Hej,

Analysgruppen har fått i uppgift att ställa frågor till kompetensmäklarna i KOBRA för att

- 1) beskriva nuläget, dvs. vad som är gjort hittills i projektet
- 2) utifrån kompetensmäklarnas svar, ge vägledning om vad som behöver göras kommande halvår för att göra en analys och redovisa en kartläggning av metoderna och en sammanställning av företagens kompetensbehov på kort och lång sikt.

Genom att besvara frågorna i detta formulär ska varje svensk partner beskriva sitt arbete. Är ni flera kompetensmäklare i er organisation svarar ni gemensamt.

Två frågeformulär ska fyllas i per partner – ett för industriteknik och ett för besöksnäring. Svaren ska avse tiden 150901 - 170930.

Frågorna utgår ifrån rubrikerna i utvalda "boxar" kopplade till förväntat resultat utifrån projektansökan som Bemadett presenterade i våras (se bilder i samband med frågorna längre fram i formuläret).

Utgå ifrån att Analysgruppen helt saknar information om ert arbete (dvs. om allt ni tidigare rapporterat på olika sätt t.ex. i statusrapporter till Bemadett, i Fyrfotaren eller i företagsenkäten). Tänk på att utnyttja det som redan är gjort och använda er egen organisations dokumentation i svaren plus det som kommit till - t.ex. uppgifter som inte är registrerat i företagsenkäten.

Analysgruppen kommer inte att tanka ur några svar från företagsenkäten.

Det går att spara information i formuläret genom att spara en länk innan det stängs. Det kan vara klokt att spara även i Word-dokument för er egen del.

SVAREN LÄMNAS SENAST 25 OKTOBER 2017

Vi ser fram emot era svar!

Analysgruppen

BAKGRUNDSFRÅGOR

Först kommer några enkla bakgrundsfrågor om er som partner och Kompetensmäklare.

Obs! bara är EN REDOVISNING per partner.

Är ni flera kompetensmäklare i er organisation svarar ni gemensamt.

I) Vilken partner i KOBRA-projektet avser svaren?

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Alingsås kommun | <input type="checkbox"/> Halmstad kommun | <input type="checkbox"/> Skaraborgs kommunalförbund |
| <input type="checkbox"/> Boråsregionens Vuxenutbildning | <input type="checkbox"/> Kungsbacka kommun | <input type="checkbox"/> Sotenäs kommun |
| <input type="checkbox"/> Fyrbodals kommunalförbund | <input type="checkbox"/> Kunskapsförbundet Väst | <input type="checkbox"/> Uddevalla kommun |
| | <input type="checkbox"/> Lidköping, Campus | <input type="checkbox"/> Varberg, Campus |

II) Vem/Vilka har redovisat uppgifterna i detta frågeformulär?

Det behöver inte bara vara Kompetensmäklare som besvarar frågorna, utan det kan även vara andra personer i er organisation som arbetar i projektet KOBRA. Skriv namn och mejladress på alla, så att Analysgruppen har möjlighet att kontakta er för eventuella följdfrågor.

Namn _____

E-postadress _____

III) Vilka kommuner representerar dina/era svar?

Välj en eller flera kommuner i Västra Götaland eller Halland som kompetensmäklaren besökt företag i.

T.ex. Kunskapsförbundet Väst; Trollhättan och Vänersborg.

- | | | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ale | <input type="checkbox"/> Halmstad | <input type="checkbox"/> Mark | <input type="checkbox"/> Tidaholm |
| <input type="checkbox"/> Alingsås | <input type="checkbox"/> Herrljunga | <input type="checkbox"/> Mellerud | <input type="checkbox"/> Tjörn |
| <input type="checkbox"/> Bengtsfors | <input type="checkbox"/> Hjo | <input type="checkbox"/> Munkedal | <input type="checkbox"/> Tranemo |
| <input type="checkbox"/> Bollebygd | <input type="checkbox"/> Hylte | <input type="checkbox"/> Mölndal | <input type="checkbox"/> Trollhättan |
| <input type="checkbox"/> Borås | <input type="checkbox"/> Härryda | <input type="checkbox"/> Orust | <input type="checkbox"/> Töreboda |
| <input type="checkbox"/> Dals-Ed | <input type="checkbox"/> Karlsborg | <input type="checkbox"/> Partille | <input type="checkbox"/> Uddevalla |
| <input type="checkbox"/> Essunga | <input type="checkbox"/> Kungsbacka | <input type="checkbox"/> Skara | <input type="checkbox"/> Ulricehamn |
| <input type="checkbox"/> Falkenberg | <input type="checkbox"/> Kungälv | <input type="checkbox"/> Skövde | <input type="checkbox"/> Vara |
| <input type="checkbox"/> Falköping | <input type="checkbox"/> Laholm | <input type="checkbox"/> Sotenäs | <input type="checkbox"/> Varberg |
| <input type="checkbox"/> Färgelanda | <input type="checkbox"/> Lerum | <input type="checkbox"/> Stenungsund | <input type="checkbox"/> Vårgårda |
| <input type="checkbox"/> Grästorp | <input type="checkbox"/> Lidköping | <input type="checkbox"/> Strömstad | <input type="checkbox"/> Vänersborg |
| <input type="checkbox"/> Gullspång | <input type="checkbox"/> Lilla Edet | <input type="checkbox"/> Svenljunga | <input type="checkbox"/> Åmål |
| <input type="checkbox"/> Göteborg | <input type="checkbox"/> Lysekil | <input type="checkbox"/> Tanum | <input type="checkbox"/> Öckerö |
| <input type="checkbox"/> Götene | <input type="checkbox"/> Mariestad | <input type="checkbox"/> Tibro | <input type="checkbox"/> Annan _____ |

Ytterligare kommentarer kopplat till frågan som inte ryms i svarsalternativen ovan

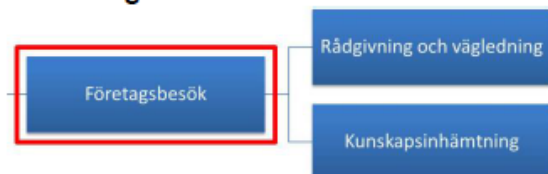
A. KOMPETENSMÄKLARE



Denna bild visar det förväntade resultatet i KOBRA enligt projektansökan (tolkad och sammanfattad av Westums koordinatör, presenterad på svenskt partnermöte i Skövde 170227, reviderad till mötet i Vänersborg 170428).

Avsnittet ska belysa Kompetensmäklarens företagsbesök och strategiska ansats.

A. Företagsbesök



Boxen "Företagsbesök" ska belysa Kompetensmäklarens företagsbesök och kunskapsinhämtning inom **besöksnäringen**.

Boxen "Företagsbesök" ska belysa Kompetensmäklarens företagsbesök och kunskapsinhämtning inom **industriteknik**.

A.1 Hur många företag har Kompetensmäklaren besökt inom **besöksnäringen**?

A.1 Hur många företag har Kompetensmäklaren besökt inom **industriteknik**?

Välj antal i rullistan. Antalet företagsbesök ska avse tiden 150901 - 170930.

- | | | | | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 26 | <input type="checkbox"/> 52 | <input type="checkbox"/> 78 | <input type="checkbox"/> 104 | <input type="checkbox"/> 130 | <input type="checkbox"/> 156 | <input type="checkbox"/> 182 |
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 27 | <input type="checkbox"/> 53 | <input type="checkbox"/> 79 | <input type="checkbox"/> 105 | <input type="checkbox"/> 131 | <input type="checkbox"/> 157 | <input type="checkbox"/> 183 |
| <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 28 | <input type="checkbox"/> 54 | <input type="checkbox"/> 80 | <input type="checkbox"/> 106 | <input type="checkbox"/> 132 | <input type="checkbox"/> 158 | <input type="checkbox"/> 184 |
| <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 29 | <input type="checkbox"/> 55 | <input type="checkbox"/> 81 | <input type="checkbox"/> 107 | <input type="checkbox"/> 133 | <input type="checkbox"/> 159 | <input type="checkbox"/> 185 |
| <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 30 | <input type="checkbox"/> 56 | <input type="checkbox"/> 82 | <input type="checkbox"/> 108 | <input type="checkbox"/> 134 | <input type="checkbox"/> 160 | <input type="checkbox"/> 186 |
| <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 31 | <input type="checkbox"/> 57 | <input type="checkbox"/> 83 | <input type="checkbox"/> 109 | <input type="checkbox"/> 135 | <input type="checkbox"/> 161 | <input type="checkbox"/> 187 |
| <input type="checkbox"/> 6 | <input type="checkbox"/> 32 | <input type="checkbox"/> 58 | <input type="checkbox"/> 84 | <input type="checkbox"/> 110 | <input type="checkbox"/> 136 | <input type="checkbox"/> 162 | <input type="checkbox"/> 188 |
| <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 33 | <input type="checkbox"/> 59 | <input type="checkbox"/> 85 | <input type="checkbox"/> 111 | <input type="checkbox"/> 137 | <input type="checkbox"/> 163 | <input type="checkbox"/> 189 |
| <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 34 | <input type="checkbox"/> 60 | <input type="checkbox"/> 86 | <input type="checkbox"/> 112 | <input type="checkbox"/> 138 | <input type="checkbox"/> 164 | <input type="checkbox"/> 190 |
| <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 35 | <input type="checkbox"/> 61 | <input type="checkbox"/> 87 | <input type="checkbox"/> 113 | <input type="checkbox"/> 139 | <input type="checkbox"/> 165 | <input type="checkbox"/> 191 |
| <input type="checkbox"/> 10 | <input type="checkbox"/> 36 | <input type="checkbox"/> 62 | <input type="checkbox"/> 88 | <input type="checkbox"/> 114 | <input type="checkbox"/> 140 | <input type="checkbox"/> 166 | <input type="checkbox"/> 192 |
| <input type="checkbox"/> 11 | <input type="checkbox"/> 37 | <input type="checkbox"/> 63 | <input type="checkbox"/> 89 | <input type="checkbox"/> 115 | <input type="checkbox"/> 141 | <input type="checkbox"/> 167 | <input type="checkbox"/> 193 |
| <input type="checkbox"/> 12 | <input type="checkbox"/> 38 | <input type="checkbox"/> 64 | <input type="checkbox"/> 90 | <input type="checkbox"/> 116 | <input type="checkbox"/> 142 | <input type="checkbox"/> 168 | <input type="checkbox"/> 194 |
| <input type="checkbox"/> 13 | <input type="checkbox"/> 39 | <input type="checkbox"/> 65 | <input type="checkbox"/> 91 | <input type="checkbox"/> 117 | <input type="checkbox"/> 143 | <input type="checkbox"/> 169 | <input type="checkbox"/> 195 |
| <input type="checkbox"/> 14 | <input type="checkbox"/> 40 | <input type="checkbox"/> 66 | <input type="checkbox"/> 92 | <input type="checkbox"/> 118 | <input type="checkbox"/> 144 | <input type="checkbox"/> 170 | <input type="checkbox"/> 196 |
| <input type="checkbox"/> 15 | <input type="checkbox"/> 41 | <input type="checkbox"/> 67 | <input type="checkbox"/> 93 | <input type="checkbox"/> 119 | <input type="checkbox"/> 145 | <input type="checkbox"/> 171 | <input type="checkbox"/> 197 |
| <input type="checkbox"/> 16 | <input type="checkbox"/> 42 | <input type="checkbox"/> 68 | <input type="checkbox"/> 94 | <input type="checkbox"/> 120 | <input type="checkbox"/> 146 | <input type="checkbox"/> 172 | <input type="checkbox"/> 198 |
| <input type="checkbox"/> 17 | <input type="checkbox"/> 43 | <input type="checkbox"/> 69 | <input type="checkbox"/> 95 | <input type="checkbox"/> 121 | <input type="checkbox"/> 147 | <input type="checkbox"/> 173 | <input type="checkbox"/> 199 |
| <input type="checkbox"/> 18 | <input type="checkbox"/> 44 | <input type="checkbox"/> 70 | <input type="checkbox"/> 96 | <input type="checkbox"/> 122 | <input type="checkbox"/> 148 | <input type="checkbox"/> 174 | <input type="checkbox"/> 200 |
| <input type="checkbox"/> 19 | <input type="checkbox"/> 45 | <input type="checkbox"/> 71 | <input type="checkbox"/> 97 | <input type="checkbox"/> 123 | <input type="checkbox"/> 149 | <input type="checkbox"/> 175 | |
| <input type="checkbox"/> 20 | <input type="checkbox"/> 46 | <input type="checkbox"/> 72 | <input type="checkbox"/> 98 | <input type="checkbox"/> 124 | <input type="checkbox"/> 150 | <input type="checkbox"/> 176 | |
| <input type="checkbox"/> 21 | <input type="checkbox"/> 47 | <input type="checkbox"/> 73 | <input type="checkbox"/> 99 | <input type="checkbox"/> 125 | <input type="checkbox"/> 151 | <input type="checkbox"/> 177 | |
| <input type="checkbox"/> 22 | <input type="checkbox"/> 48 | <input type="checkbox"/> 74 | <input type="checkbox"/> 100 | <input type="checkbox"/> 126 | <input type="checkbox"/> 152 | <input type="checkbox"/> 178 | |
| <input type="checkbox"/> 23 | <input type="checkbox"/> 49 | <input type="checkbox"/> 75 | <input type="checkbox"/> 101 | <input type="checkbox"/> 127 | <input type="checkbox"/> 153 | <input type="checkbox"/> 179 | |
| <input type="checkbox"/> 24 | <input type="checkbox"/> 50 | <input type="checkbox"/> 76 | <input type="checkbox"/> 102 | <input type="checkbox"/> 128 | <input type="checkbox"/> 154 | <input type="checkbox"/> 180 | |
| <input type="checkbox"/> 25 | <input type="checkbox"/> 51 | <input type="checkbox"/> 77 | <input type="checkbox"/> 103 | <input type="checkbox"/> 129 | <input type="checkbox"/> 155 | <input type="checkbox"/> 181 | |

Eventuella kommentarer kopplat till antalet företagsbesök

Besöksnäringen

A.2. Vilka branscher representerade företagen i dessa företagsbesök??

Markera en eller flera branscher. Skriv sedan antal företag i fältet till höger om branschen.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Camping _____ | <input type="checkbox"/> Restaurang/Café _____ |
| <input type="checkbox"/> Event _____ | <input type="checkbox"/> Transporter _____ |
| <input type="checkbox"/> Hotell _____ | <input type="checkbox"/> Varuhandel _____ |
| <input type="checkbox"/> Kultur _____ | <input type="checkbox"/> Övrig logi _____ |
| <input type="checkbox"/> Rekreation/aktiviteter _____ | <input type="checkbox"/> Annan _____ |

Eventuella kommentarer kopplat till branscherna

Industriteknik

A.2. Vilka branscher representerade företagen i dessa företagsbesök??

Markera en eller flera branscher. Skriv sedan antal företag i fältet till höger om branschen.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Bygg _____ | <input type="checkbox"/> Möbler och inredning _____ |
| <input type="checkbox"/> Data och elektroindustri _____ | <input type="checkbox"/> Plast och Gummi _____ |
| <input type="checkbox"/> Energi _____ | <input type="checkbox"/> Stål, metall och metallvaror _____ |
| <input type="checkbox"/> Kemi och läkemedel _____ | <input type="checkbox"/> Textil _____ |
| <input type="checkbox"/> Livsmedel _____ | <input type="checkbox"/> Tjänster och stöd _____ |
| <input type="checkbox"/> Maskiner, fordon och transport _____ | <input type="checkbox"/> Trä och pappersvaror _____ |
| <input type="checkbox"/> Mekanisk verkstadsindustri _____ | <input type="checkbox"/> Annan _____ |

Eventuella kommentarer kopplat till branscherna

A.3 Hur har ni använt metoden FÖRETAGSBESÖK?

Sammanfatta kortfattat hur ni gått tillväga, de viktigaste resultat och lärdomar ni fått genom att använda metoden FÖRETAGSBESÖK

A. Kunskapsinhämtning



Boxen "Kunskapsinhämtning" ska belysa Kompetensmäklarens kunskapsinhämtning som innehåller två delar (se 1 och 2). Svaren på de frågor som följer ska belysa hur arbetet gått till när Kompetensmäklaren inhämtat kunskap i båda (de behöver inte beskrivas separat);

1) den kunskap Kompetensmäklaren själv behöver skaffa sig innan företagsbesöket för att kvalificera dialogen med företaget.

2) den kunskap som inhämtas vid själva besöket om företagets verksamhet, utmaningar och möjligheter med fokus på kompetensbehov.

A.4 Vilka områden inom besöksnäringen har Kompetensmäklaren inhämtat kunskap om?

A.4 Vilka områden inom industriteknik har Kompetensmäklaren inhämtat kunskap om?

Markera ett eller flera alternativ. Sedan kommer följdfrågor inom dessa områden.

- Kunskap om UTBILDNING
- Kunskap om NÄRINGSLIVET
- Kunskap om BRANSCHEN & OMVÄRLDEN
- Kunskap om BRANSCHINRIKTNINGEN
- Kunskap om YRKEN & KOMPETENSER
- Ingen kunskap om besöksnäringen har inhämtats av Kompetensmäklaren, inför eller under företagsbesöken
- Ingen kunskap om industriteknik har inhämtats av Kompetensmäklaren, inför eller under företagsbesöken

Eventuella kommentarer kopplat till frågan som inte ryms i svarsalternativen ovan

A.4 Hur har Kompetensmäklaren inhämtat och använt kunskap om UTBILDNING?

Beskriv ert arbete med hur kunskapen inhämtats och hur den använts i dialogen med företagen.

A.4 Hur har Kompetensmäklaren inhämtat och använt kunskap om NÄRINGSLIVET?

Beskriv ert arbete med hur kunskapen inhämtats och hur den använts i dialogen med företagen.

A.4 Hur har Kompetensmäklaren inhämtat och använt kunskap om BRANSCHEN & OMVÄRLDEN?

Beskriv ert arbete med hur kunskapen inhämtats och hur den använts i dialogen med företagen.

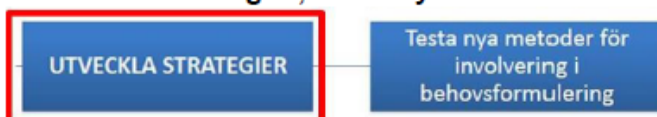
A.4 Hur har Kompetensmäklare inhämtat och använt kunskap om BRANSCHINRIKTNINGEN?

Beskriv ert arbete med hur kunskapen inhämtats och hur den använts i dialogen med företagen.

A.4 Hur har Kompetensmäklaren inhämtat och använt kunskap om branschens YRKEN & KOMPETENSER?

Beskriv ert arbete med hur kunskapen inhämtats och hur den använts i dialogen med företagen.

A. Utveckla strategier, Testa nya metoder för involvering i behovsformulering



Boxen "Utveckla strategier" ska belysa hur Kompetensmäklaren arbetat utifrån medvetna strategier och tanken bakom dessa.

A.5 Hur har Kompetensmäklaren valt ut vilka företag i besöksnäringen som ska besökas?

Av de företag som finns i besöksnäringen i er kommun, beskriv varför ni valde just dessa och det strategiska tänkandet bakom era val.

A.5 Hur har Kompetensmäklaren valt ut vilka företag inom industriteknik som ska besökas?

Av de företag som finns inom industriteknik i er kommun, beskriv varför ni valde just dessa och det strategiska tänkandet bakom era val.

A.6 Vilka ANDRA METODER, utöver företagsbesök, har använts för att involvera företag och andra aktörer i att få fram kompetensbehov?

Markera ett eller flera alternativ.

Beskriv i kommentarsfältet hur kunskapen inhämtats i den följdfråga som kommer inom de områden som markerats.

- Workshop
- Nätverksträff
- Mentimeter
- Telefonintervju
- Delta på andras arrangemang
- Intervju med branschorganisationer
- Annan, nämligen _____
- Ingen annan metod utöver företagsbesök har använts

Ytterligare kommentarer kopplat till frågan som inte rymts i svarsalternativen ovan

A.6 Hur har ni använt metoden WORKSHOP?

Sammanfatta kortfattat hur ni gått tillväga, de viktigaste resultat och lärdomar ni fått genom att använda metoden WORKSHOP

A.6 Hur har ni använt metoden NÄTVERKSTRÄFF?

Sammanfatta kortfattat hur ni gått tillväga, de viktigaste resultat och lärdomar ni fått genom att använda metoden NÄTVERKSTRÄFF.

A.6 Hur har ni använt metoden MENTIMETER?

Sammanfatta kortfattat hur ni gått tillväga, de viktigaste resultat och lärdomar ni fått genom att använda metoden MENTIMETER.

A.6 Hur har ni använt metoden TELEFONINTERVJU?

Sammanfatta kortfattat hur ni gått tillväga, de viktigaste resultat och lärdomar ni fått genom att använda metoden TELEFONINTERVJU.

A.6 Hur har ni använt metoden DELTA PÅ ANDRAS ARRANGEMANG?

Sammanfatta kortfattat hur ni gått tillväga, de viktigaste resultat och lärdomar ni fått genom att använda metoden DELTA PÅ ANDRAS ARRANGEMANG.

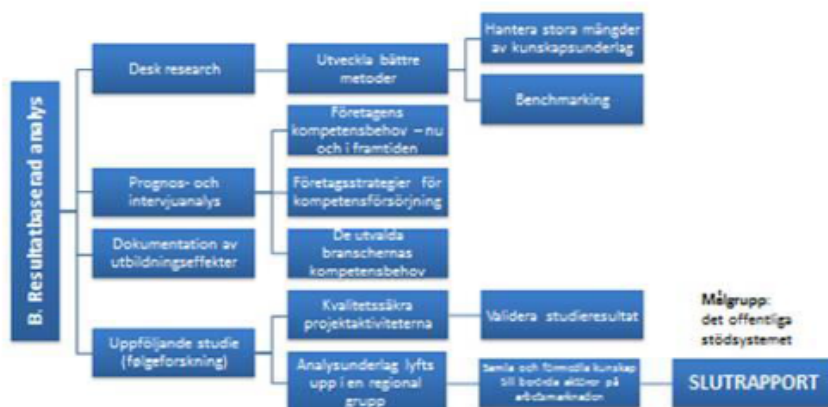
A.6 Hur har ni använt metoden INTERVJU MED BRANSCHORGANISATIONER?

Sammanfatta kortfattat hur ni gått tillväga, de viktigaste resultat och lärdomar ni fått genom att använda metoden INTERVJU MED BRANSCHORGANISATIONER.

A.6 Hur har ni använt metoden ANNAN?

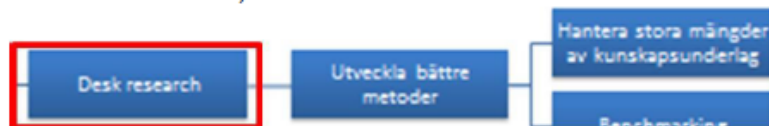
Sammanfatta kortfattat hur ni gått tillväga, de viktigaste resultat och lärdomar ni fått genom att använda metoden ANNAN (skriv också vilken/vilka).

B. RESULTATBASERAD ANALYS



Denna bild är Westums koordinators sammanfattning av det förväntade resultatet i KOBRA enligt projektansökan (presenterades på svenskt partnermöte i Skövde 170227). Avsnittet ska belysa Kompetensmäklarens arbete med Desk research och med Prognos- och intervjuanalys.

B. Desk research, Utveckla bättre metoder



Desk research innebär att använda fakta som redan finns och som kan göras vid skrivbordet t.ex. läsa rapporter eller hitta information online. Avsnittet ska belysa Kompetensmäklarens metoder för detta arbete och möjligheter att metodutveckla.

B.1 Vilka metoder, utöver företagsbesök, har Kompetensmäklaren använt för faktainsamling?

Beskriv den/de metoder du/ni använt och hur ni jobbat lokalt för att samla in information för att förbättra Kompetensmäklarens dialog med företagen inom *besöksnäringen* (t.ex. använt rapporter och prognoser).

Beskriv den/de metoder du/ni använt och hur ni jobbat lokalt för att samla in information för att förbättra Kompetensmäklarens dialog med företagen inom *industriteknik* (t.ex. använt rapporter och prognoser).

B.2 Vilka metoder har Kompetensmäklaren använt för att tillgodogöra sig stora mängder av kunskapsunderlag?

Beskriv hur du/ni gjort för att sortera, tolka och använda stora mängder av kunskapsunderlag i syfte att förbättra dialogen med företagen.

B.3 Hur upplever Kompetensmäklaren att den Desk research som använts, har höjt kvalitén och förbättrat dialogen i det uppsökande arbetet?

Sammanfatta din/era erfarenheter.

B. Prognos- och intervjuanalys



Boxen "Prognos- och intervjuanalys" ska belysa företagets kort- och långsiktiga kompetensbehov, strategier för kompetensförsörjning och sammanfatta den lokala **besöksnäringens** kompetensbehov.

Boxen "Prognos- och intervjuanalys" ska belysa företagets kort- och långsiktiga kompetensbehov, strategier för kompetensförsörjning och sammanfatta den lokala **näringsens** kompetensbehov inom **industriteknik**.

B. Företagens kompetensbehov - nu och i framtiden

Boxen "Företagens kompetensbehov - nu och i framtiden" ska belysa **besöksnäringen** lokalt.

Boxen "Företagens kompetensbehov - nu och i framtiden" ska belysa den lokala **närigen** inom **industriteknik**.

B.4 Vilka kompetensbehov är viktigast på KORT SIKT för företagen i den lokala **besöksnäringen**?

B.4 Vilka kompetensbehov är viktigast på KORT SIKT för den lokala **närigen** inom **industriteknik**?

Kompetensbehovet skriver du in i kommentarsfältet vid lämplig utbildningsnivå.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Gymnasial nivå _____ | <input type="checkbox"/> Högskola/universitet _____ |
| <input type="checkbox"/> YH-nivå (yrkeshögskola) _____ | <input type="checkbox"/> Annan _____ |

Ytterligare kommentarer kopplat till frågan som inte ryms i svarsalternativen ovan

B.5 Vilka kompetensbehov är viktigast på LÅNG SIKT för företagen i den lokala **besöksnäringen**?

B.5 Vilka kompetensbehov är viktigast på LÅNG SIKT för den lokala **närigen** inom **industriteknik**?

Kompetensbehovet skriver du in i kommentarsfältet vid lämplig utbildningsnivå.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Gymnasial nivå _____ | <input type="checkbox"/> Högskola/universitet _____ |
| <input type="checkbox"/> YH-nivå (yrkeshögskola) _____ | <input type="checkbox"/> Annan _____ |

Ytterligare kommentarer kopplat till frågan som inte ryms i svarsalternativen ovan

B. Företagsstrategier för kompetensförsörjning

Boxen "Företagsstrategier för kompetensförsörjning" ska belysa **besöksnäringen** lokalt.

Boxen "Företagsstrategier för kompetensförsörjning" ska belysa den lokala **närigen** inom **industriteknik**.

B.6 Hur diskuterar Kompetensmäklaren företagsstrategier för kompetensförsörjning med företagen?

Beskriv om och hur detta har gjorts och dina/erfarenheter och lärdomar kring detta.

B. De utvalda branschernas kompetensbehov

Boxen "De utvalda branschernas kompetensbehov" ska belysa **besöksnäringen** lokalt.

Boxen "De utvalda branschernas kompetensbehov" ska belysa den lokala näringen inom **industriteknik**.

B.7 Hur kan den lokala **besöksnäringens** kompetensbehov sammanfattas?

Sammanfatta behovet som framkommit i ditt/ert arbete som Kompetensmäklare.

B.7 Hur kan de lokala företagens kompetensbehov inom **industritekniska näringar** sammanfattas?

Sammanfatta behovet som framkommit i ditt/ert arbete som Kompetensmäklare.

Vill du/ni som Kompetensmäklare förmedla några övriga reflexioner till Analysgruppen?

Bilaga 4 – Kompetensmäklarnas företagsenkät våren 2016

Vilket/vilken företag/organisation representerar du?

Företag/Organisation _____
Namn (kontaktperson) _____
Befattning _____
Adress _____
Ort _____
Telefon _____
Mobiltelefon _____
E-post _____
Hemsida _____

Hur många medarbetare har företaget/organisationen?

Antal medarbetare _____
varav säsongsanställda _____

I vilken kommun har företaget/organisationen sin verksamhet?

Välj ett eller flera alternativ om ni har verksamhet på flera orter.

- | | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ale | <input type="checkbox"/> Karlsborg | <input type="checkbox"/> Strömstad |
| <input type="checkbox"/> Alingsås | <input type="checkbox"/> Kungsbacka | <input type="checkbox"/> Svenljunga |
| <input type="checkbox"/> Bengtsfors | <input type="checkbox"/> Kungälv | <input type="checkbox"/> Tanum |
| <input type="checkbox"/> Bollebygd | <input type="checkbox"/> Laholm | <input type="checkbox"/> Tibro |
| <input type="checkbox"/> Borås | <input type="checkbox"/> Lerum | <input type="checkbox"/> Tidaholm |
| <input type="checkbox"/> Dals-Ed | <input type="checkbox"/> Lidköping | <input type="checkbox"/> Tjörn |
| <input type="checkbox"/> Essunga | <input type="checkbox"/> Lilla Edet | <input type="checkbox"/> Trollhättan |
| <input type="checkbox"/> Falköping | <input type="checkbox"/> Lysekil | <input type="checkbox"/> Tranemo |
| <input type="checkbox"/> Falkenberg | <input type="checkbox"/> Mariestad | <input type="checkbox"/> Töreboda |
| <input type="checkbox"/> Färgelanda | <input type="checkbox"/> Mark | <input type="checkbox"/> Uddevalla |
| <input type="checkbox"/> Grästorp | <input type="checkbox"/> Mellerud | <input type="checkbox"/> Ulricehamn |
| <input type="checkbox"/> Gullspång | <input type="checkbox"/> Munkedal | <input type="checkbox"/> Vara |
| <input type="checkbox"/> Göteborg | <input type="checkbox"/> Mölndal | <input type="checkbox"/> Varberg |
| <input type="checkbox"/> Götene | <input type="checkbox"/> Orust | <input type="checkbox"/> Vårgårda |
| <input type="checkbox"/> Halmstad | <input type="checkbox"/> Partille | <input type="checkbox"/> Vänersborg |
| <input type="checkbox"/> Herrljunga | <input type="checkbox"/> Skara | <input type="checkbox"/> Åmål |
| <input type="checkbox"/> Hjo | <input type="checkbox"/> Skövde | <input type="checkbox"/> Öckerö |
| <input type="checkbox"/> Hylte | <input type="checkbox"/> Sotenäs | <input type="checkbox"/> Annan _____ |
| <input type="checkbox"/> Härryda | <input type="checkbox"/> Stenungsund | |

Vilken bransch tillhör er verksamhet?

- Industriteknik
 Besöksnäringen

Vilken branschkategori tillhör ert företag inom industriteknik?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Bygg | <input type="checkbox"/> Möbler och inredning |
| <input type="checkbox"/> Data och elektroindustri | <input type="checkbox"/> Plast och Gummi |
| <input type="checkbox"/> Energi | <input type="checkbox"/> Stål, metall och metallvaror |
| <input type="checkbox"/> Kemi och läkemedel | <input type="checkbox"/> Textil |
| <input type="checkbox"/> Livsmedel | <input type="checkbox"/> Tjänster och stöd |
| <input type="checkbox"/> Maskiner, fordon och transport | <input type="checkbox"/> Trä och pappersvaror |
| <input type="checkbox"/> Mekanisk verkstadsindustri | <input type="checkbox"/> Annan _____ |

Vilken branschkategori tillhör ert företag inom besöksnäringen?

- | | | |
|----------------------------------|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Camping | <input type="checkbox"/> Rekreation/aktiviteter | <input type="checkbox"/> Övrig logi |
| <input type="checkbox"/> Event | <input type="checkbox"/> Restaurang/Café | <input type="checkbox"/> Annan _____ |
| <input type="checkbox"/> Hotell | <input type="checkbox"/> Transporter | |
| <input type="checkbox"/> Kultur | <input type="checkbox"/> Varuhandel | |

Hur ser utvecklingen ut i er bransch just nu?

Vilka utmaningar står ni inför?

Hur löser ni ert kompetensbehov idag?

Med kompetensbehov menar vi rekrytering av ny personal och kompetensutveckling av befintlig personal.

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Arbetsförmedlingen | <input type="checkbox"/> Leverantörer |
| <input type="checkbox"/> Offentliga utbildningsanordnare (kommunal vuxenutbildning, högskola mm) | <input type="checkbox"/> Bemanningsföretag |
| <input type="checkbox"/> Privata utbildningsföretag | <input type="checkbox"/> Konsulter |
| <input type="checkbox"/> Internt | <input type="checkbox"/> Får tacka nej till kunder/uppdrag |
| <input type="checkbox"/> Branschorganisationen | <input type="checkbox"/> Annan _____ |

Har ni några yrkesroller som är svåra att hitta rätt kompetens till?

- Ja Nej

I så fall vilka?

Ser ni några arbeten/roller som försvinner på sikt?

Ser ni några arbeten/roller som tillkommer på sikt?

Inom vilka områden ser ert företag utvecklings/kompetensbehov?

Inom besöksnäringen

Välj ett eller flera alternativ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Administration, ekonomi och juridik | <input type="checkbox"/> Ledarskap/personlig utveckling |
| <input type="checkbox"/> Arbetsmiljö och säkerhet | <input type="checkbox"/> Marknadsföring och kommunikation |
| <input type="checkbox"/> Data/IT och media | <input type="checkbox"/> Språk |
| <input type="checkbox"/> Hotell, restaurang och storhushåll | <input type="checkbox"/> Sälj och inköp |
| <input type="checkbox"/> Hållbarhet | <input type="checkbox"/> Transport och logistik |
| <input type="checkbox"/> Installation, drift och underhåll | |

Inom vilka områden ser ert företag utvecklings/kompetensbehov?

Inom industriteknik

Välj ett eller flera alternativ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Administration, ekonomi och juridik | <input type="checkbox"/> Marknadsföring och kommunikation |
| <input type="checkbox"/> Arbetsmiljö och säkerhet | <input type="checkbox"/> Produktion och tillverkning |
| <input type="checkbox"/> Data/IT och media | <input type="checkbox"/> Språk |
| <input type="checkbox"/> Hållbarhet | <input type="checkbox"/> Sälj och inköp |
| <input type="checkbox"/> Installation, drift och underhåll | <input type="checkbox"/> Transport och logistik |
| <input type="checkbox"/> Ledarskap/personlig utveckling | |

Välj område inom Data, IT och media

Välj ett eller flera alternativ

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Bildbehandling | <input type="checkbox"/> IT-rätt | <input type="checkbox"/> Projektledning |
| <input type="checkbox"/> Datasäkerhet | <input type="checkbox"/> Logistik och IT | <input type="checkbox"/> Webbdesign |
| <input type="checkbox"/> Dator teknik | <input type="checkbox"/> Multimedia | <input type="checkbox"/> 3D modellering |
| <input type="checkbox"/> Datoranvändning | <input type="checkbox"/> Nätverksteknik | <input type="checkbox"/> 3D-CAD |
| <input type="checkbox"/> Data- och systemvetenskap | <input type="checkbox"/> Officepaketet | <input type="checkbox"/> Annan _____ |
| | <input type="checkbox"/> Programmering | |

Välj område inom Hållbarhet

Välj ett eller flera alternativ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Cirkulär ekonomi | <input type="checkbox"/> Miljöcertifiering |
| <input type="checkbox"/> Corporate Social Responsibility (CSR) | <input type="checkbox"/> Transporter |
| <input type="checkbox"/> Energieffektivisering | <input type="checkbox"/> Återvinning |
| <input type="checkbox"/> Kollaborativ ekonomi | <input type="checkbox"/> Annan _____ |

Välj område inom Administration, ekonomi och juridik

Välj ett eller flera alternativ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Affärskommunikation | <input type="checkbox"/> Redovisning/bokföring |
| <input type="checkbox"/> Affärssystem | <input type="checkbox"/> Juridisk översiktscurs (Jöken) |
| <input type="checkbox"/> Avtals- och köprätt | <input type="checkbox"/> Lean |
| <input type="checkbox"/> Arbetsrätt | <input type="checkbox"/> Logistik |
| <input type="checkbox"/> Beskattningsrätt | <input type="checkbox"/> Nationalekonomi |
| <input type="checkbox"/> Finansiering/kalkylering | <input type="checkbox"/> Personaladministration |
| <input type="checkbox"/> Företagsekonomi | <input type="checkbox"/> Personalekonomi |
| <input type="checkbox"/> Handel inom EU | <input type="checkbox"/> Starta eget/Entreprenörskap |
| <input type="checkbox"/> Handelsrätt | <input type="checkbox"/> Annan _____ |

Välj område inom Arbetsmiljö och säkerhet

Välj ett eller flera alternativ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Arbetsmiljö | <input type="checkbox"/> Hjärt- och Lungräddning (HLR) |
| <input type="checkbox"/> Bevakning och larm | <input type="checkbox"/> Integration |
| <input type="checkbox"/> Brand och räddningstjänst | <input type="checkbox"/> Jämställdhet |
| <input type="checkbox"/> Corporate Social Responsibility (CSR) | <input type="checkbox"/> L-ABC (livräddning) |
| <input type="checkbox"/> Ergonomi | <input type="checkbox"/> Livsmedelshygien |
| <input type="checkbox"/> Habilitering | <input type="checkbox"/> Rehabilitering |
| <input type="checkbox"/> Heta arbeten | <input type="checkbox"/> Annan _____ |

Välj område inom Hotell, restaurang och storhushåll

Välj ett eller flera alternativ

- | | | |
|---|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hotel Management | <input type="checkbox"/> Livsmedelshygien | <input type="checkbox"/> Sommelier |
| <input type="checkbox"/> Kock | <input type="checkbox"/> Reception | <input type="checkbox"/> Storhushåll |
| <input type="checkbox"/> Konferens | <input type="checkbox"/> Servering | <input type="checkbox"/> Annan _____ |

Välj område inom Produktion och tillverkning

Välj ett eller flera alternativ

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Automation | <input type="checkbox"/> Förnybar energi | <input type="checkbox"/> Produktionsteknik (Lean) |
| <input type="checkbox"/> CAD ritning | <input type="checkbox"/> Kvalitetsutveckling | <input type="checkbox"/> Produktutveckling |
| <input type="checkbox"/> Datateknik | <input type="checkbox"/> Marinteknik | <input type="checkbox"/> Skärande bearbetning |
| <input type="checkbox"/> Design | <input type="checkbox"/> Maskinteknik | <input type="checkbox"/> Annan _____ |
| <input type="checkbox"/> Elektroteknik | <input type="checkbox"/> Materialteknik | |
| <input type="checkbox"/> Energiteknik | <input type="checkbox"/> Miljöteknik | |

Välj område inom Installation, drift och underhåll

Välj ett eller flera alternativ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> CNC-teknik | <input type="checkbox"/> Svetskunskap |
| <input type="checkbox"/> Elinstallation | <input type="checkbox"/> TPM (underhåll av maskinpark) |
| <input type="checkbox"/> Fastighetskötsel | <input type="checkbox"/> VVS |
| <input type="checkbox"/> Fordonsmekanik | <input type="checkbox"/> Annan _____ |
| <input type="checkbox"/> Produktionsteknik | |

Välj område inom Sälj och inköp

Välj ett eller flera alternativ

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Affärssystem | <input type="checkbox"/> Kundservice | <input type="checkbox"/> Säljteknik |
| <input type="checkbox"/> Export & import | <input type="checkbox"/> Kundsupport | <input type="checkbox"/> Tullhanteringsregler |
| <input type="checkbox"/> Försäljning B2B | <input type="checkbox"/> Leveransvillkor/incoterms | <input type="checkbox"/> Varumärkesbyggande |
| <input type="checkbox"/> Försäljning B2C | <input type="checkbox"/> Logistik och lagerstyrning | <input type="checkbox"/> Annan _____ |
| <input type="checkbox"/> Handel inom EU | <input type="checkbox"/> Offentlig upphandling | |

Välj område inom Marknadsföring och kommunikation

Välj ett eller flera alternativ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Affärssystem | <input type="checkbox"/> Onlinemarknadsföring |
| <input type="checkbox"/> Copywriter/AD | <input type="checkbox"/> PR |
| <input type="checkbox"/> Digital kommunikation | <input type="checkbox"/> Retorik |
| <input type="checkbox"/> Foto och film | <input type="checkbox"/> Sociala medier |
| <input type="checkbox"/> Grafisk formgivning | <input type="checkbox"/> Utveckling av varor och tjänster |
| <input type="checkbox"/> Kundservice/Innesäljare | <input type="checkbox"/> Varumärkesbyggande |
| <input type="checkbox"/> Kundsupport | <input type="checkbox"/> Värdskap |
| <input type="checkbox"/> Marknadsföring | <input type="checkbox"/> Annan _____ |

Välj område inom Språk

Välj ett eller flera alternativ

- | | | |
|-------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Engelska | <input type="checkbox"/> Kinesiska | <input type="checkbox"/> Teckenspråk |
| <input type="checkbox"/> Franska | <input type="checkbox"/> Spanska | <input type="checkbox"/> Tyska |
| <input type="checkbox"/> Italienska | <input type="checkbox"/> Svenska | <input type="checkbox"/> Annan _____ |

Välj område inom Transport och Logistik

Välj ett eller flera alternativ

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Logistik och IT | <input type="checkbox"/> Transportlogistik | <input type="checkbox"/> Transportsäkerhet |
| <input type="checkbox"/> Produktionslogistik | <input type="checkbox"/> Sjöfart | <input type="checkbox"/> Annan _____ |

Finns det andra områden som kan vara intressanta för utveckling/kompetenshöjning av er verksamhet?

Välj ett eller flera alternativ

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Innovationsutveckling | <input type="checkbox"/> Nätverksbyggande | <input type="checkbox"/> Styrelseutveckling |
| <input type="checkbox"/> Trendanalys | <input type="checkbox"/> Kreativt tänkande | <input type="checkbox"/> Annan _____ |
| <input type="checkbox"/> Entreprenörskap | <input type="checkbox"/> EU-medel | |

Har ni några kommande kompetensbehov, på längre sikt?
