

Fødevarerhverv i
forandring
kan vi det vi skal kunne?



Udgivet af **Region Midtjylland**
Oktober 2011

Layout: Grafisk Service
Oplag: 2000
ISBN: 987-87-7788-259-3
Fotos: Niels Åge Skovbo

Kontakt:
jan.dalskov@ru.rm.dk

Hæftet kan downloades fra:
www.rm.dk/via13164.html

Region Midtjyllands særlige indsats "Klog hverdagsmad som sund forretning" understøtter indsatser, der bidrager til en sund og lønsom vækst i fødevareerhvervet. Med dette hæfte ser vi en mulighed for at inspirere erhvervet og give anledning til nye former for samarbejde mellem virksomheder og uddannelsesinstitutioner.

Hæftet er udarbejdet som en kvittering med tak for bidrag til de 500 danske virksomheder inden for fødevareerhvervene, der deltog i undersøgelsen: "Uddannelsesbehov i fødevareerhvervet", NewInsight - Marts 2011.

Hovedkonklusionerne fra analysen fremstilles her i en lettilgængelig form og krydres med refleksioner over, hvad resultaterne kan betyde for den enkelte virksomhed.

Det er vores håb, at det kan inspirere virksomhederne til at sikre overensstemmelse mellem deres uddannelsesplaner og deres generelle udviklingsplaner og dermed bidrage til succesfulde resultater.

Uddannelsessystemet har en nøglerolle i at levere de kompetencer virksomhederne måtte mangle. En løbende dialog og udvikling til de nye behov er centrale elementer i at nå optimale resultater.

Ledelse er at se virksomheden – ikke som den er – men som den kan blive!

Indhold

Matcher nuværende kompetencer fremtidens udfordringer?	4
Forbrugerne kræver sunde fødevarer	5
Markedet bliver mere differentieret	6
Mange virksomheder ved, hvor de vil hen	7
Fokus på nye kunder og nye produkter	8
Udvikling øger opmærksomhed på kompetencebehov	9
Mange medarbejdere skal tilegne sig nye kompetencer	10
Faglærte i fokus	11
Uddannelsessystemet er til at tale med	12
Tag det første skridt	13
Om analysen	14

Fødevarerhverv i forandring – kan vi det vi skal kunne? | 3



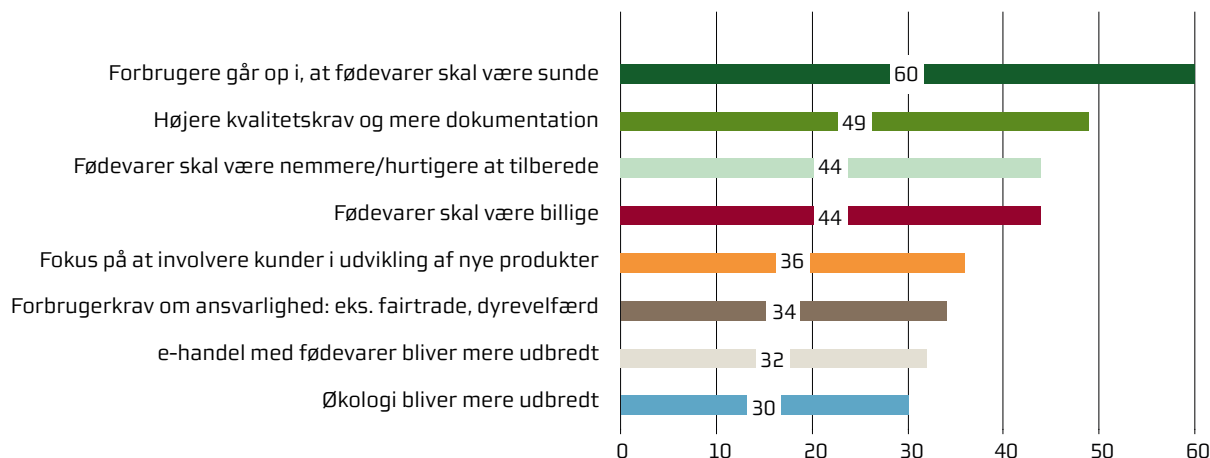
Matcher nuværende kompetencer fremtidens udfordringer?

Virksomheder i fødevareerhvervet oplever i disse år mange forandringer i markedet. Det gælder hensyn til efterspørgsel, konkurrencesituation, dokumentation og sporbarhed — for blot at nævne nogle få områder.

Der er stor sandsynlighed for at virksomheder, eller deres samarbejdspartnere overvejer, eller allerede er i gang med at udvikle nye produkter, services eller afsætningsmodeller.

Spørgsmålet er om den enkelte virksomhed har de kompetencer internt der skal til for at lykkes med forandringerne, og få den nødvendige succes i fremtiden.

Antagelsen er, at når virksomheder udvikler, og dermed måske ændrer strategi og markedsfokus, vil det stille krav om andre, måske helt nye kompetencer hos såvel ledere som medarbejdere. Krav som uddannelsesinstitutionerne ikke er forberedte på, før efterspørgslen bliver udtrykt tilstrækkelig massivt.



Forbrugerne kræver sunde fødevarer

Flertallet af virksomhederne nævner forbrugernes øgede interesse for sunde fødevarer som den fremtidstendens, der mere end noget andet vil påvirke deres virksomhed i fremtiden. De fremtidstendenser der samlet set forventes at påvirke virksomhederne er (Se figur A).

Tendenserne kan give anledning til forskellige strategier for de forskellige virksomheder. Disse afhænger af virksomhedens nuværende position, hvilke muligheder man kan se for at imødekomme markedet, og hvilke kompetencer virksomheden råder over.

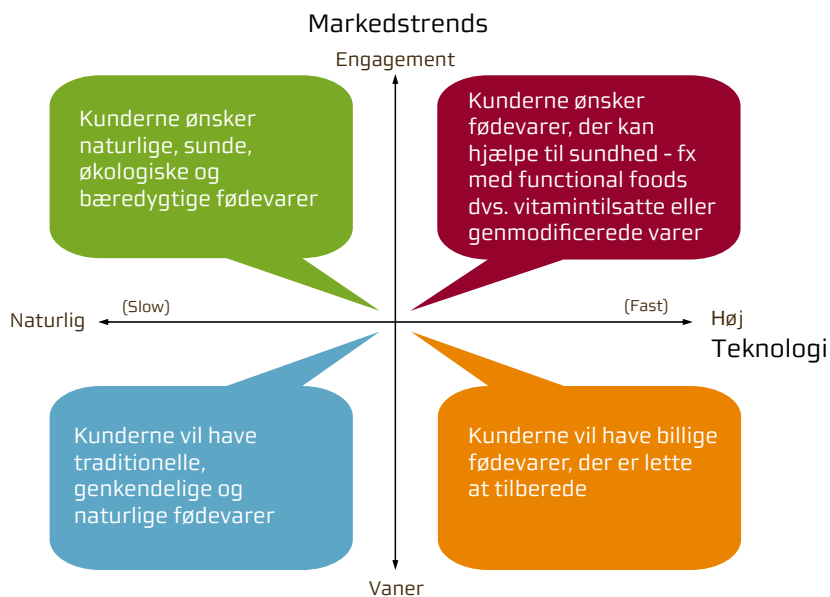
Kan man ikke imødekomme alle tendenserne, drejer det sig om at træffe de valg der placerer virksomheden bedst i markedet.

Fødevarerhverv i forandring – kan vi det vi skal kunne? | 5



B

Scenarier for forbrugerefterspørgsel



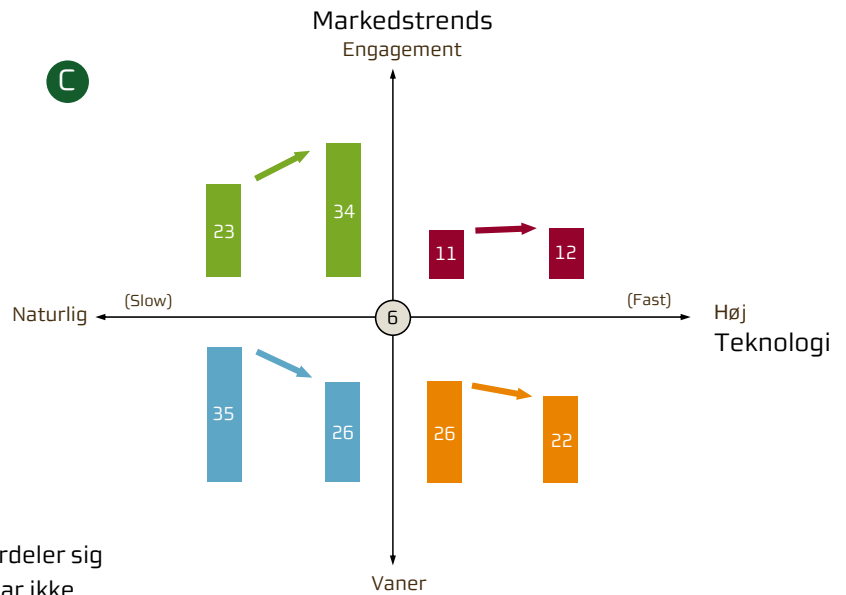
Markedet bliver mere differentieret

For at give et billede af markedskræfterne i form af udbud¹ og efterspørgsel² har vi udarbejdet scenarier der skitserer virksomhedernes markedsfokus. Ud fra en kort beskrivelse af 4 forskellige typer af efterspørgsel har de enkelte virksomheder udpeget, hvilken der bedst passer til deres forretning (se figur B).

De to øverste karakteriserer højt brugerengagement, mens de nederste beskriver de mere rutineprægede brugere. I højre side findes udbuddet, der er resultat af høj industrialisering og teknologisk effektivitet, mens venstre side i højere grad bygger på råvarernes egne unikke kvaliteter og egenskaber.

¹ I hvor høj grad forbrugerne engagerer sig i de fødevarer de køber og anvender.

² Hvilken forarbejdning og egenskaber varerne markedsføres på



Mange virksomheder ved, hvor de vil hen

Et markant flertal på 94 % af virksomhederne fordeler sig ud i de 4 retninger. Kun 6 % af virksomhederne har ikke et klart billede af, hvor de står i forhold til de 4 typer af efterspørgsel.

Figuren viser i første søjle i hvert felt, hvor stor en del af virksomhederne der i dag fokuserer på de forskellige typer af efterspørgsel. Den anden søjle i samme felt viser, hvor mange virksomheder der forventer at fokusere deres indsats her over de kommende 10 år (se figur C).

Næsten hver tredje virksomhed inden for både fremstilling og serviceerhverv forventer at skifte fokus over de kommende år.

De virksomheder, der skifter fokus, bevæger sig i alle retninger, men de fleste samler sig omkring efterspørgslen øverst til venstre i modellen - det naturlige, sunde, økologiske og bæredygtige fødevarersegment.

Det centrale er at virksomhederne skifter fokus, og dermed forventes at få behov for andre eller nye kompetencer.

Hvilke indsatsområder er det så virksomhedslederne fokuserer på?

Fødevarerhverv i forandring – kan vi det vi skal kunne? | 7



Fokus på nye kunder og nye produkter

En meget stor del af virksomhedslederne peger på udvikling af nye kunder/nye markeder og udvikling af nye produkter, som de vigtigste indsatsområder. Samtidig har mange fokus på udvikling af nye services og markedsføringsindsats over for eksisterende kunder. Der er på disse områder stort potentiale for værditilvækst.

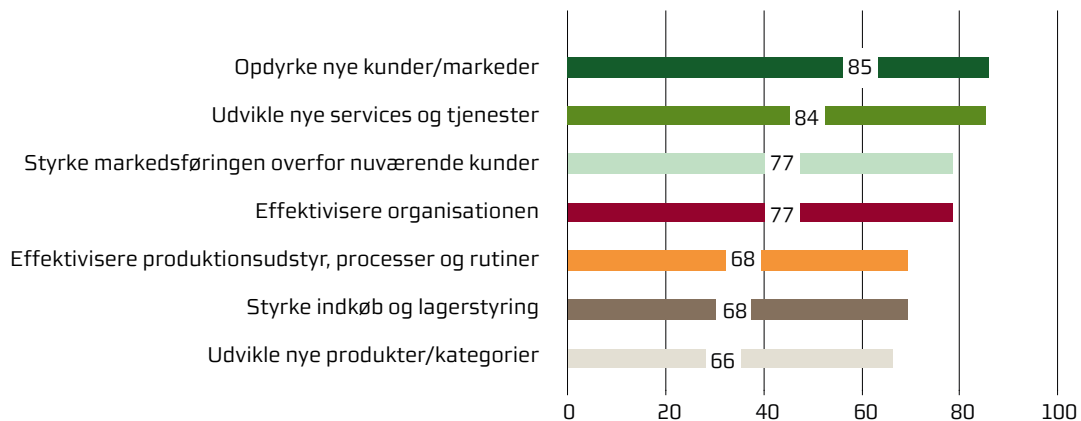
Tilsammen tegner det et billede af virksomheder, der er indstillet på forandring.

Det traditionelle, men nødvendige fokus på at optimere driften, har også stor opmærksomhed. Her er potentialet primært at forsvare positionen i et konkurrencepræget marked (se figur D).

Til gengæld kræver udviklingsindsatsen, at de nødvendige kompetencer er til stede både hos ledere og medarbejdere.

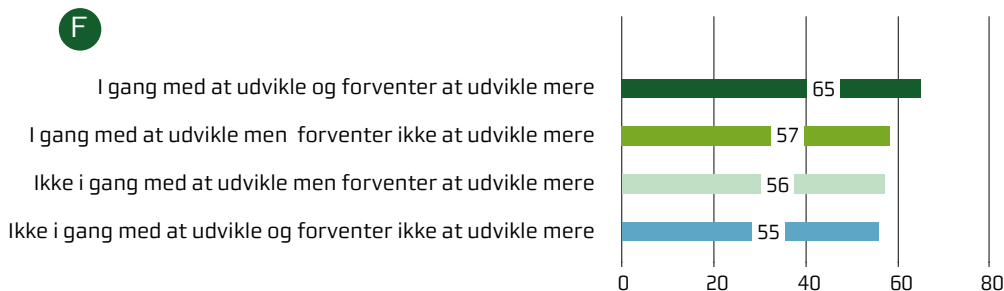
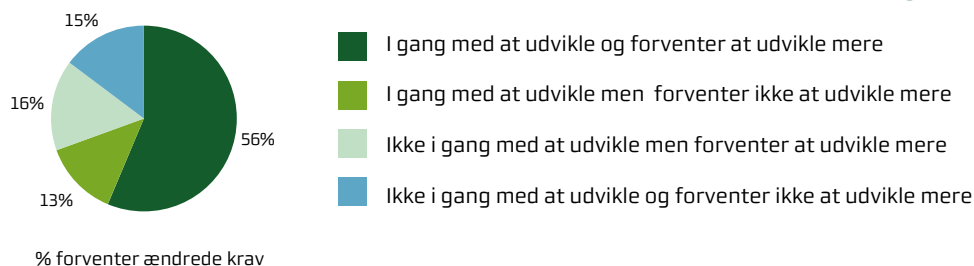
Er virksomhederne opmærksomme på det, og har de kompetencerne i dag?

D



Udvikling øger opmærksomhed på kompetencebehov

Over halvdelen af virksomhederne har allerede udviklingsaktiviteter i gang. Andelen vil stige, da en del af de virksomheder, der ikke har udviklingsaktiviteter i dag, forventer at få det i fremtiden (se figur E).



Samlet set forventer 61 % af virksomhederne at kravene til det, medarbejderne skal kunne, vil ændre sig inden for de kommende år. Især virksomheder, der er i gang med udviklingsaktiviteter og forventer at fortsætte, har denne forventning (se figur F).

Tænker virksomhederne for kortsigtet om kompetenceudvikling?

Fødevarerehøved i forandring – kan vi det vi skal kunne? | 9



Mange medarbejdere skal tilegne sig nye kompetencer

Det er især virksomheder med mange medarbejdere, som forudser ændrede krav til medarbejdernes kunnen. Det betyder, at en stor del af de nuværende medarbejdere står over for at skulle tilegne sig nye kompetencer (se figur G).

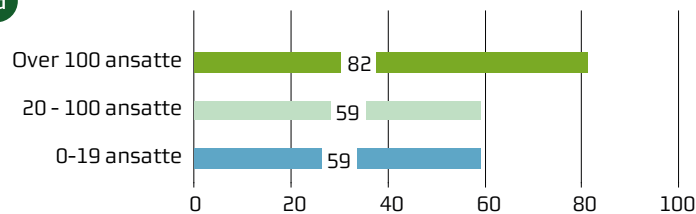
Virksomhedslederne ser først og fremmest behov for andre kompetencer på de områder, hvor virksomhederne har planer om udvikling (se figur H).

Det ser det ud til at det især er virksomheder, der allerede er i gang med at udvikle, der har erkendt behovet for nye kompetencer.

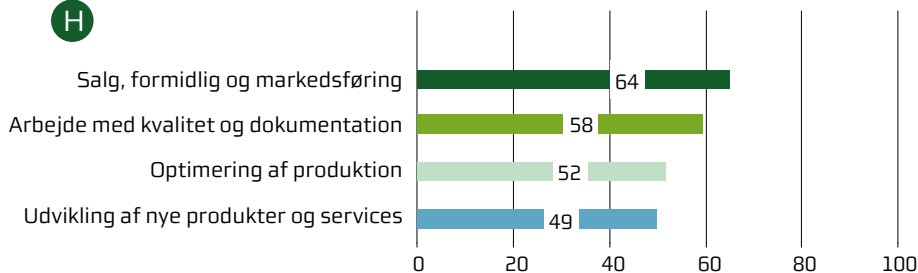
Er der her en læring for de virksomheder, der har planer om at gå i gang med at udvikle nyt?

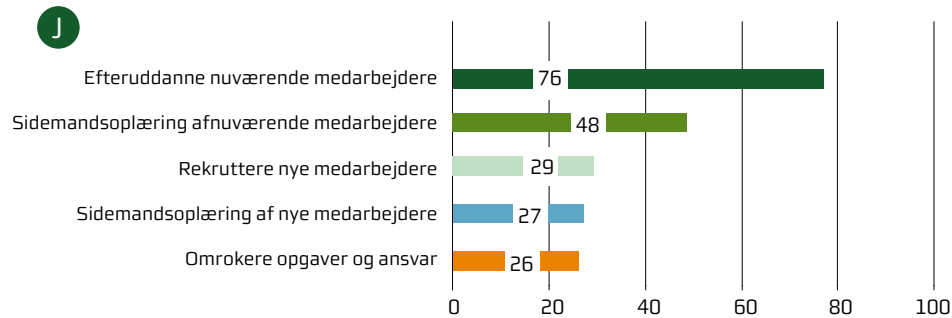
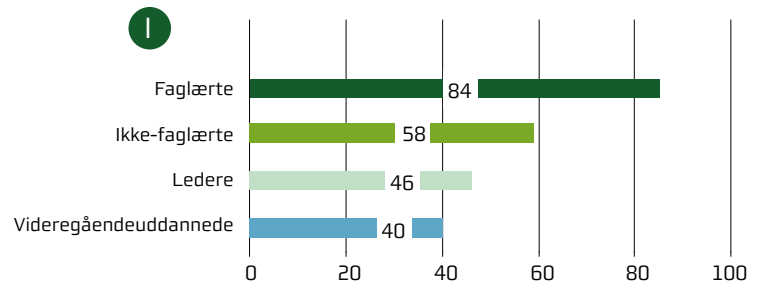
Hvilke medarbejdergrupper er det, der vil opleve ændrede krav?

G



H





Faglærte i fokus

De virksomhedsledere, der forventer at få behov for ændrede eller nye kompetencer, peger i meget høj grad på dette behov i relation til de faglærte. Det harmonerer godt med at udviklingen af produkter, services og kunder vil kræve ændrede processer i driften (se figur I).

En mindre andel af virksomhedslederne ser behov for ændringer hos ledere og medarbejdere med videregående uddannelser. Virksomhederne bør dog være opmærksomme på, at der udvikles meget både inden for ledelses- og forskningsområdet, hvilket betyder at der også kan være nyt at hente til disse grupper.

Virksomhedslederne forventer at langt den største indsats skal rettes mod efteruddannelse af nuværende medarbejdere (se figur J).

Er uddannelsessystemet gearet til at imødekomme denne efterspørgsel?

Fødevarerhverv i forandring – kan vi det vi skal kunne? | 11



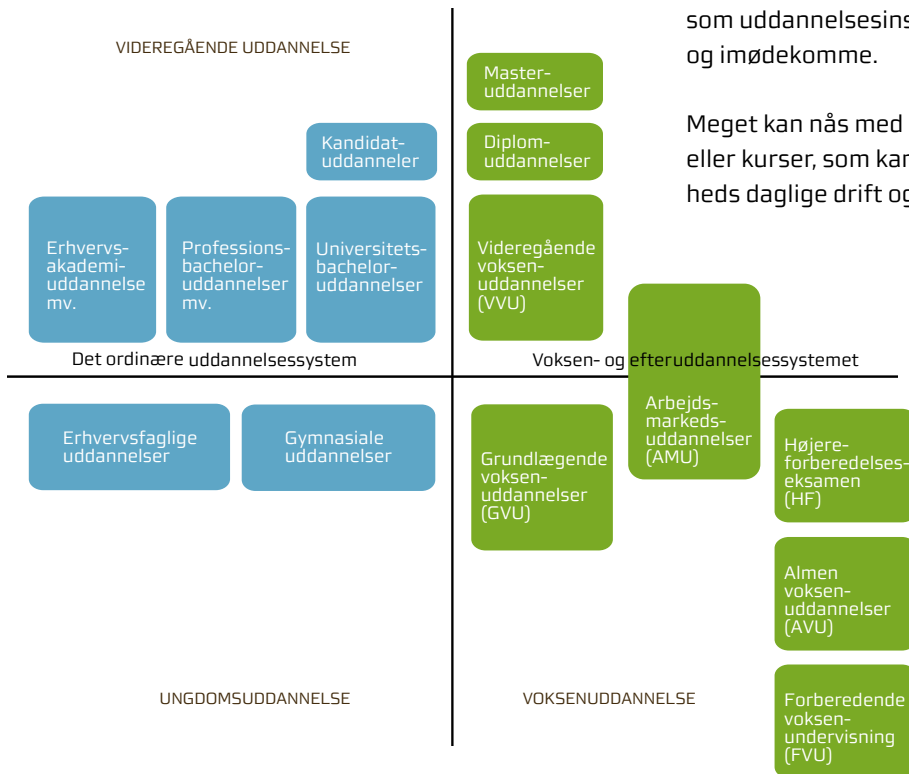
Uddannelsessystemet er til at tale med

De forskellige uddannelsesinstitutioner udbyder både meritgivende uddannelser og kurser, der er målrettet nye processer og funktioner i erhvervslivet.

Uddannelsesinstitutionerne har på forskellig vis kontakt til virksomhederne gennem råd eller bestyrelser med repræsentation fra erhvervslivet, arbejdsmarkedsorganisationer, videncentre, andre uddannelsesinstitutioner og offentlige myndigheder.

Endvidere har uddannelsesinstitutionerne organiseret sig til at være åbne for dialog og samarbejde med virksomheder, og de er parate til at imødekomme den efterspørgsel de møder. Det eksisterende udbud af uddannelser og kurser er således tilpasset de behov, som uddannelsesinstitutionerne har kunnet registrere og imødekomme.

Meget kan nås med de eksisterende efteruddannelser eller kurser, som kan tilpasses den enkelte virksomheds daglige drift og udvikling.



Tag det første skridt

Det drejer sig om indstilling – både hos virksomheder og uddannelsesinstitutioner.

Under alle omstændigheder har uddannelsessystemet en nøglerolle i at levere de kompetencer virksomhederne mangler.

Analysen kan ikke give os opskriften på de kurser eller moduler, der skal udvikles.

Det kan dreje sig om f.eks:

- Lederuddannelse, f.eks. forandringsledelse, innovation, strategisk planlægning
- Kurser i innovationsprocesser
- Kurser for udviklingsmedarbejdere i sensorik
- Kurser i positionering og branding af virksomheden
- Uddannelseskonsulenter som midlertidig udviklingskraft

Mange virksomhedsbehov kan dækkes med det eksisterende udbud, eller forholdsvis enkelt løses i en direkte dialog. Andre kræver afprøvning af nye metoder og rammer for samarbejde, f.eks. er sidemandsoplæring ofte brugt i virksomheder, men ikke direkte anvendelig, når nye processer skal implementeres. Kan undervisere fra uddannelsesinstitutionerne med deres brede og dybe kompetencer være en sparringspartner i virksomheden i direkte kontakt med virksomhedens produktionsudstyr?

Ved at betragte uddannelsesinstitutionerne som leverandører, åbner man for den dialog, der kan udvikle de nødvendige kurser og uddannelsesmoduler.

Der er behov for smidighed fra begge sider, for at få noget nyt til at ske, så fremtidens kompetencebehov kan imødekommes.

Som virksomhedsleder kan du tage det første skridt ved at kontakte en af de lokale uddannelsesinstitutioner, som enten selv kan gribe din udfordring eller lede dig videre til dem, der kan.

Brug uddannelsesinstitutionerne som kompetenceleverandører, for at styrke dine medarbejderressourcer til at realisere virksomhedens fremtidsplaner.

Viden og kompetencer er de vigtigste ingredienser i værdibærende produkter og services. Det handler i høj grad om netværk og samarbejde.

Fødevarerhverv i forandring – kan vi det vi skal kunne? | 13



Om analysen

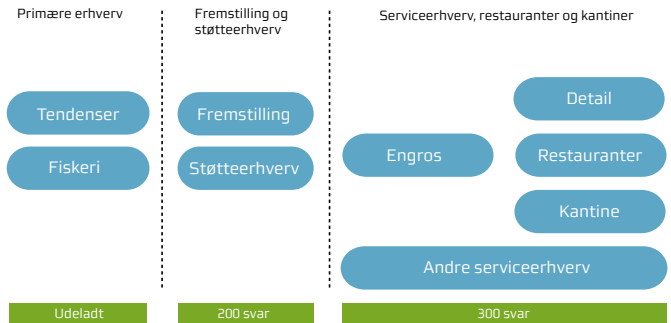
De primære erhverv er udeladt i denne analyse, da uddannelsessystemet her adskiller sig fra de mere generelle erhvervsuddannelser (se figur K og L).

Balancen mellem fremstillings- og serviceerhverv er valgt for at sikre at analysen er repræsentativ for antal beskæftigede. Gennemsnitligt består fremstillingserhvervene af forholdsvis få virksomheder med mange ansatte, hvor serviceerhvervene tæller mange virksomheder med færre ansatte.

Kilde: NewInsight A/S



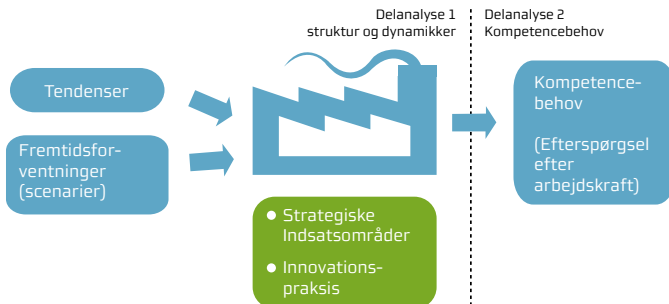
Analysens dækning



Kilde: NewInsight A/S



Analysens opbygning



Analyseprojektet er gennemført i samarbejde med repræsentanter for:

- Undervisningsministeriet
- VIA University College
- Erhvervsakademi MidtVest
- Horesta
- Landbrug & fødevarer
- NNF Midt Vestjylland
- Repræsentanter fra regionernes fødevarerenetværk

Data i dette hæfte er hentet fra 2 undersøgelser gennemført for Region Midtjylland

Kilder:

- Uddannelsesbehov i fødevarerhvervet, NewInsight 2011
- Sammenfattende rapport om fremtidens fødevareruddannelser

Rapporterne kan downloades fra: www.rm.dk/via13164.html

Fødevarerhverv i forandring – kan vi det vi skal kunne? | 15



Regional Udvikling
Skottenborg 26
8800 Viborg
www.regionmidtjylland.dk