

Kompetensförsörjning inom svensk skogsindustri

Verksamheten inom Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté - utvärdering av delprojekt
Egna branschen – Vad gör företagen?

Lotta Woxblom

Ämne

Företagsekonomi

5 poängs examensarbete i utbildningen

Affärsledarskap för den Gröna sektorn

Examinator:

Carl-Johan Asplund

FÖRORD

Denna rapport innehåller resultatet av en intervju- och enkätundersökning med företrädare för massa- och pappersindustrin samt sågverksindustrin och har utförts på uppdrag av Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté. Undersökningen utgör ett delprojekt inom utvärderingen av kompetensförsörjningskommitténs verksamhet 2002 - 2004. Arbetet ska, tillsammans med övriga delar av utvärderingsprojektet, ligga till grund för beslut om en ev. fortsättning av kompetensförsörjningskommitténs verksamhet. Studien har utförts under april 2004.

Flera personer har på olika sätt bidragit till detta arbete:

Mikael Pekkari förmedlade kontakten till Mårten Ericsson och Ann-Soffie Perrin som gav mig uppdraget att genomföra undersökningen och Anna Malmqvist överlämnade bakgrundsarbetet, samtliga är verksamma vid Skogsindustrierna.

Företrädarna för branschen som i de flesta fall på ett engagerat sätt besvarat intervjufrågorna.

Ylva Holm-Larsson på TNS-Gallup i Malmö tog sig tid att berätta för mig om upplägg, genomförande och utvärdering av kvalitativa studier.

Sist men inte minst, Carl Johan Asplund har på elektronisk länk från USA fungerat som en aktiv och engagerad handledare

Till dessa personer riktar jag ett stort TACK!

Uppsala i juni 2004

Lotta Woxblom
SkogD

SAMMANFATTNING

Kunskap och kompetens är en förutsättning för företagens konkurrenskraft och långsiktiga överlevnad. Den snabba teknikutvecklingen inom många branscher, det minskade intresset för många utbildningar inom teknik och naturvetenskap liksom de förväntade stora pensionsavgångarna sätter frågan om kompetensförsörjning i fokus. Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté arbetar bl a med branschens image och attraktionskraft med syfte att stärka den långsiktiga konkurrenskraften för branschens företag. Målgrupperna för satsningen är ungdomar inom gymnasium och högskola samt företrädare för den egna branschen. För närvarande pågår en utvärdering som ska visa om kompetensförsörjningskommitténs verksamhet åstadkommer eftersträvarade reella resultat.

Syftet med den delstudie som redovisas i denna rapport har varit att fånga branschens synpunkter på kompetens och hur man värderar kompetensförsörjningskommitténs verksamhet. I syftet för denna rapport ingår också att titta närmare på begreppet kompetens samt att placera kompetensförsörjningsfrågan i ett större perspektiv.

I litteraturstudien behandlas kompetensbegreppet, arbetslivets krav samt metoder för kompetensförsörjning. "Projekt Skogsindustrin" presenteras närmare och exempel på kompetensförsörjningsinsatser från andra branscher ges. Den empiriska undersökningen har genomförts i form av en kvalitativ studie bestående av 24 intervjuer med personer i ledande ställning inom delbranscherna sågverk resp. massa och papper.

Slutsatserna från studien är att kompetensförsörjningsfrågan anses viktig och står högt på företagets agenda och att en majoritet av de tillfrågade anser att Skogsindustrierna jobbar med rätt saker inom området. Ett av kompetensförsörjningskommitténs mål är att förbättra kommunikationen med den egna branschen. Studien visar att det inom detta område finns behov av ytterligare insatser eftersom kännedomen om kommitténs verksamhet i vissa fall var dålig. Så gott som samtliga inom massa- och pappersindustrin anser att Skogsindustriernas verksamhet haft betydelse för företagets egna aktiviteter medan en majoritet av sågverksrepresentanterna är tveksamma eller anser man inte påverkats. Drygt hälften av de tillfrågade menar att Skogsindustrierna bör öka sin insatser inom vissa områden; t ex bearbeta studie- och yrkesvägledare, jobba med lokala högskolor samt vända sig till även andra utbildningar än de tekniska. Skogsindustrierna bör också i högre utsträckning än idag engagera sig i frågor som rör utbildning, könsfördelning inom industrin, kompetensutveckling och FoU samt rekrytering av arbetskraft till inland och glesbygd. Det finns dock mycket företagen själva kan göra för att öka intresset för branschen och kommitténs arbete ska ske parallellt och i samverkan med företagets egna insatser.

Nyckelord: kompetensförsörjning, skogsindustrin, rekrytering, attraktionskraft

INNEHÅLL

1 INLEDNING	5
1.1 Bakgrund	5
1.2 Syfte och avgränsningar	6
1.3 Kapitelöversikt	7
2 TEORETISK REFERENSRAM	8
2.1 Kompetens och kompetensförsörjning	8
2.2 Nya krav i arbetslivet	10
2.3 Morgondagens medarbetare	10
2.4 Metoder för kompetensförsörjning	11
2.5 En svensk standard för kompetensförsörjning	11
2.6 Projekt Skogsindustrin	12
2.7 Kompetensförsörjning – exempel från andra branscher	17
3 METOD OCH MATERIAL - INTERVJU- OCH ENKÄTSTUDIE	20
3.1 Utvärdering delprojekt ”Egna Branschen – Vad gör företagen?”	20
4 RESULTAT - INTERVJU- OCH ENKÄTSTUDIE	22
4.1 Företagens syn	22
4.2 Kompetensförsörjningskommitténs verksamhet	24
4.3 Kommittén och företagen	27
4.4 Övriga synpunkter	29
5 DISKUSSION.....	31
5.1 Undersökningsprocessen och studiens syfte	31
5.2 Företagens syn på kompetensförsörjning	32
5.3 Kommitténs verksamhet	33
5.4 Kommittén och företagen	34
5.5 Skogsindustrin vs andra branscher	35
6 SLUTSATSER	37
REFERENSER	38
BILAGOR.....	40
Marknadsundersökningar – Metodöversikt	40
Intervjuguide Företag	44
Kommentarer och öppna svar	47
Medverkande	58

1 INLEDNING

1.1 Bakgrund

1.1.1 Kunskap och kompetens framtidens konkurrensmedel

På dagens och morgondagens arbetsmarknad blir kunskap och kompetens allt viktigare. Ny teknik och ändrad arbetsorganisation, liksom produkternas ökade innehåll av kunskap och service är starkt bidragande orsaker till den snabba utvecklingen. Faktorer som flexibilitet i organisationen och en snabb produktivitet utveckling är avgörande för företagens konkurrenskraft. Detta förutsätter att arbetskraften har en bredare kompetens än vad som ofta är fallet idag (Gustavsson & Tydén 2004). God tillgång på kompetenta medarbetare är en förutsättning för att företagen ska kunna växa och utvecklas. Enligt flera bedömare (bl a Eriksson 2002, Gustavsson & Tydén 2004) kommer företagens svårigheter att rekrytera nya medarbetare med rätt kompetens att bestå under en lång tid framöver. Orsakerna som nämns är flera. Fram till och med år 2015 kommer en tredjedel av samtliga idag yrkesverksamma att lämna arbetsmarknaden och gå i pension. Med dem som lämnar arbetslivet, framförallt 40-talisterna, försvinner även deras erfarenhet. Ytterligare en faktor är att utbildningssystemets dimensionering inte anpassats till arbetsmarknadens behov (Gustavsson & Tydén 2004). Dessa faktorer medför att nyrekryteringsbehovet ökar samtidigt som konkurrensen om kvalificerad arbetskraft förväntas hårdna (Anon 2001).

1.1.2 Låg formell utbildningsnivå inom skogsindustrin

Inom skogsindustrin är den formella utbildningsnivån låg i jämförelse med andra teknikintensiva branscher. En enkätundersökning inom massa- och pappersindustrin visar att endast 10 % av de anställda har någon form av högskoleutbildning, 55 % har gymnasieutbildning och 35 % har grundskolekompetens. Inom sågverksindustrin är utbildningsnivån ännu lägre. Trots ständiga effektiviseringar finns det fortfarande en outnyttjad lönsamhetspotential och för att kunna utnyttja denna och öka företagets konkurrenskraft krävs en höjning av kompetensen på samtliga nivåer i företagen. Hos många linjechefer är dock ambitionsnivån alltför låg när det gäller att utnyttja befintliga rekryteringstillfällen för att medvetet höja kompetensnivån i företaget (Anon. 2001).

Den pågående generationsväxlingen på svensk arbetsmarknad berör även skogsindustrin. Under senare år har dessutom intresset för branschens egna utbildningar¹ sjunkit och närmar sig en kritisk gräns. För att kunna rekrytera personal med hög kompetens är det därför nödvändigt för branschen att medvetet satsa på att stärka sin attraktionskraft. Detta har man inom branschorganisationen Skogsindustrierna², tidigare Sveriges Skogsindustrieförbund, sedan snart 10 år arbetat med på olika sätt. Inom projektet ”Nya Skogsindustrin”, som uppgraderats och idag benämns ”Projekt Skogsindustrin”, arbetar man bl a med image och

¹ Textcellulosainriktningen på KTH (4 studenter), Träteknologiprogrammet vid Luleå tekniska högskola i Skellefteå (antal sökande nära 0) samt Jägmästarutbildningen vid SLU i Umeå (färre behöriga sökande än utbildningsplatser) (Anon. 2001).

² Skogsindustrierna är bransch- och arbetsgivarorganisation för massa-, pappers- och trämekanisk industri i Sverige. I samverkan med företagen arbetar Skogsindustrierna med svensk och europeisk näringspolitik, marknadsfrågor för trämekaniska produkter samt arbetsgivarfrågor (Anon. 2004d).

kompetensförsörjning för att på så sätt stärka den långsiktiga konkurrenskraften för branschens företag (Anon. 2001). Målgrupperna för satsningen, som bedrivs inom ramen för kompetensförsörjningskommitténs verksamhet, är ungdomar inom gymnasium och högskola, beslutsfattare (centralt och lokalt inom skogsindustrin) samt arbetsgivare, fack och utbildningssamordnare inom industrin (Anon. 2003).

1.1.3 Utvärdering av kompetensförsörjningskommitténs verksamhet

För närvarande pågår en utvärdering av kompetensförsörjningskommitténs verksamhet 2002-2004. Denna ska visa vilka satsningar som påtagligt bidragit till att förbättra skogsindustrins image och stärka dess attraktionskraft. Detta görs dels löpande genom resultatuppföljning av mål enligt gällande verksamhetsplan, dels som en mer genomgripande utvärdering som söker svar på frågan om verksamheten åstadkommer eftersträfvade reella resultat. Utvärderings- och analysarbetet följer en struktur som ansluter till de tidigare nämnda målgrupperna (Nyberg m fl 2003).

En sammanställning av befintliga elevundersökningar och utvärderingar av lärarfortbildning samt en sammanställning av tidningsklipp som visar bilden i media och dess effekter utgör underlaget för utvärdering av gymnasieverksamheten. Högskolesatsningen bedöms utifrån djupintervjuer med studenter vid branschens "egna" utbildningar, en bred attitydundersökning bland teknologer i allmänhet samt en trendanalys med hjälp av andra befintliga studier, t ex Företagsbarometern. I utvärderingen av delprojekt "Egna branschen" ingår dels djupintervjuer med unga akademiker verksamma inom skogsindustrin och dels den intervju- och enkätundersökning med företrädare för branschens medlemsföretag som redovisas i denna rapport.

Utvärderingsarbetet, som påbörjades under 2003 och avrapporteras till halvårsskiftet 2004, ska ligga till grund för beslut om en ev. fortsättning av kompetensförsörjningskommitténs verksamhet (Nyberg m fl 2003).

1.2 Syfte och avgränsningar

Syftet med detta diplomeringsarbete kan sammanfattas i följande punkter:

- Att ge en bild av hur ledande personer inom massa-, pappers- och trämekanisk industri ser på kompetens och hur man värderar branschorganisationens satsning på att stärka skogsindustrins image och attraktionskraft.
- Att titta närmare på begreppet kompetens och belysa kompetensförsörjningsfrågans betydelse för företag och organisationer, bl a genom att ge exempel på hur olika industribranscher jobbar med frågan.

Utgångspunkten är den verksamhet som bedrivs av Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté och den utvärdering av verksamheten som för närvarande pågår. Den empiriska undersökning som redovisas i denna rapport kan hänföras till målgruppen egna branschen.

Den teoretiska referensramen ska placera kompetensförsörjningsfrågan i ett större perspektiv och också utgöra en teoretisk grund för att belysa resultatet från den empiriska undersökningen.

Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté innefattar i begreppet kompetensförsörjning såväl nyrekrytering av personal som kompetensutveckling av befintliga anställda (Ericsson 2004).

Fokus i detta diplomeringsarbete ligger framförallt på den verksamhet för att säkerställa framtida kompetensförsörjning som bedrivs i branschorganisationernas, speciellt Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté, regi. Företagens egna insatser för att öka möjligheten till nyrekrytering berörs endast i de fall ämnet kommer upp i samband med kompetensförsörjningskommitténs verksamhet.

Den kompetensutveckling av befintlig personal som bedrivs inom företagen behandlas inte i rapporten. Detta beror dels på att Skogsindustrierna själva i skriften "Hjärnkraft 2005"³ ger goda exempel på hur företagen arbetar och dels på att kompetensförsörjningskommitténs arbete för att stödja företagens egna insatser för kompetensutveckling av befintlig personal just startat och därför inte tas upp i utvärderingen.

1.3 Kapitelöversikt

Kapitel 1 ger en bakgrund till det ämne som avhandlas i denna rapport.

Kapitel 2 innehåller litteraturstudien och den teoretiska referensramen.

I kapitel 3 redovisas metod och material för den empiriska studien som genomförts inom ramen för detta diplomeringsprojekt.

Resultatet av enkät- och intervjuundersökningen presenteras i kapitel 4.

I kapitel 5 diskuteras resultatet av den empiriska studien med utgångspunkt i den teoretiska referensramen. Även rapportens disposition och projektets genomförande kommenteras.

Slutsatser och rekommendationer redovisas i kapitel 6.

I bilagorna återfinns metodöversikt, intervjuunderlag, kommentarer och öppna svar i sin helhet samt en förteckning över de som medverkat i den empiriska studien.

³ "Hjärnkraft 2005" utkommer med 3-4 nummer per år och finns att hämta på Skogsindustriernas hemsida www.skogsindustrierna.org.

2 TEORETISK REFERENS RAM

Referensramen utgör i denna rapport en teoretisk grund för att belysa resultatet från den empiriska undersökningen. Underlag för denna utgörs av en litteraturstudie som bygger på information från litteratur och artiklar från tidskrifter, dagstidningar och Internet. Litteraturstudien genomfördes efter att intervjuundersökningen och sammanställning av resultaten slutförts.

2.1 Kompetens och kompetensförsörjning

Kompetens är ett ord som förekommer i flera olika sammanhang och med olika innebörd. I en färsk rapport från AMS (Gustavsson & Tydén 2004) skiljer man på begreppen *kunskap* och *kompetens*. Oavsett hur omfattande kunskaper man besitter inom ett ämnesområde så är värdet av dessa begränsade om man inte klarar att använda dem på ett konstruktivt sätt. Kompetens inom ett område uppnås inte förrän man lärt sig att på ett, för ändamålet lämpligt sätt, tillämpa och/eller överföra sina kunskaper. Eller kortare uttryckt, kompetens är förmågan att handla i förhållande till vissa arbetsuppgifter (Axelsson 1996).

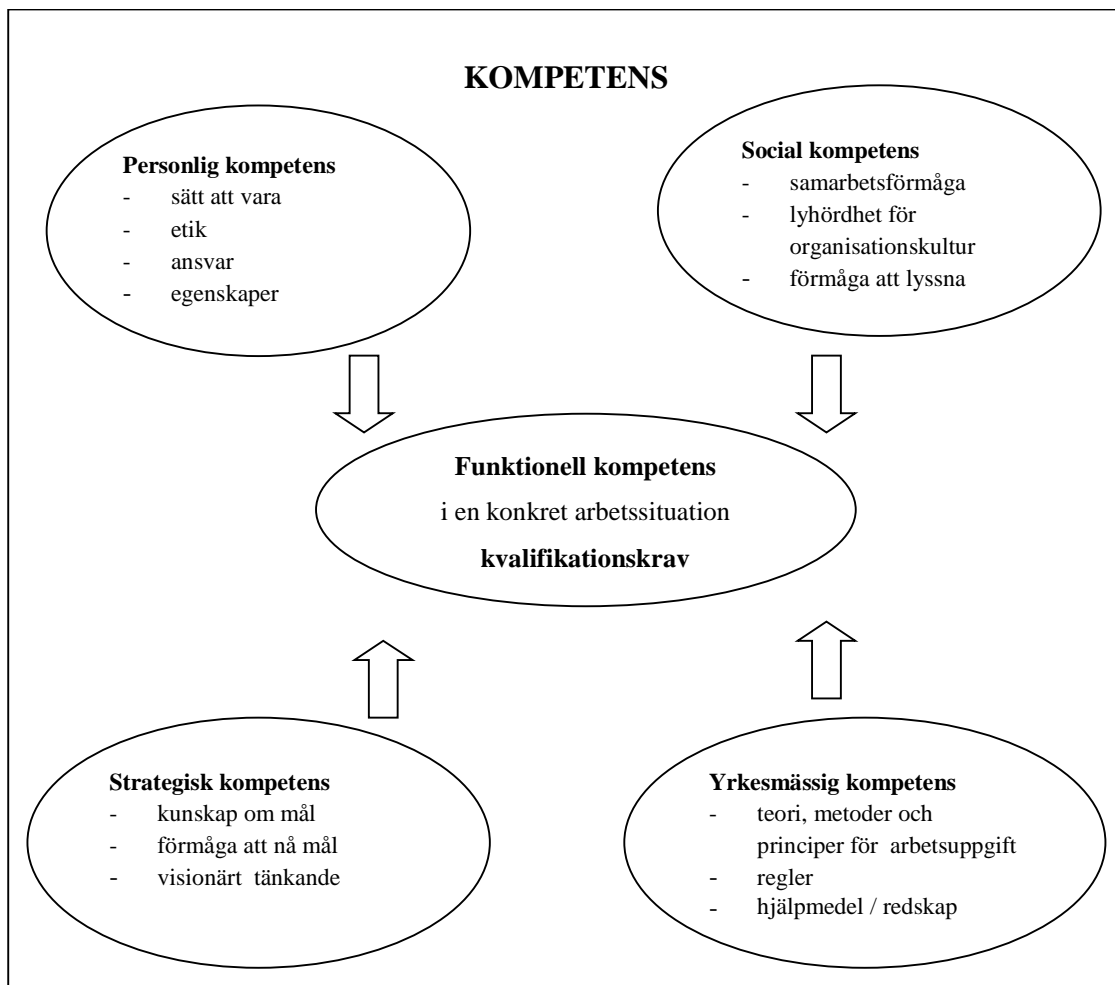
I dagens arbetsliv krävs flera olika slag av kompetens hos personalen. De viktigaste typerna av kompetens är enligt Gustavsson & Tydén (2004) yrkesmässig, social, strategisk och personlig kompetens. Dessa fyra begrepp bildar tillsammans (i olika andelar) den funktionella kompetensen, dvs kvalifikationskraven för en konkret arbetssituation (figur 1).

Yrkesmässig kompetens handlar om arbetskraftens utbildning inom olika områden. Här innefattas bl a aktuell utbildning och arbetslivserfarenhet inom yrket samt att man behärskar olika hjälpmedel, t ex IT eller ny teknik som krävs för att kunna utföra arbetsuppgiften. Även grundkunskaper i kärnämnen matematik, svenska och engelska är krav som ofta förekommer i detta sammanhang.

I begreppet *strategisk kompetens* ligger förmågan att klara nya, svårare och mer varierande uppgifter. Det handlar om förmågan att lära och ha beredskap för förändring och utveckling av verksamheten samt att själv vilja initiera och bidra till detta. Visionärt tänkande och förmåga att ompröva gamla lösningar och att kritiskt pröva nya är viktiga egenskaper. Axelsson (1996) talar i detta sammanhang om utvecklingskompetens. För att företagets kompetensbehov ska kunna tillgodoses krävs att företaget och individerna har en förmåga att förändras och utvecklas.

Social kompetens är ett begrepp som fått stor spridning och som ofta förekommer som önskemål vid rekrytering till alla typer av befattningar och yrken. Det finns dock enligt författarna ingen vetenskaplig och heltäckande definition av begreppet social kompetens. I vid bemärkelse kan det sägas vara synonymt med "samarbetsförmåga". Det räcker dock inte att vara trevlig, omtänksam, lyhörd eller empatisk för att besitta social kompetens. Även förmåga att skapa och upprätthålla goda relationer samt förmåga att kommunicera på ett naturligt och icke-provocerande sätt (även med människor man normalt inte skulle ägna särskilt stor uppmärksamhet och energi) inryms i begreppet.

Personlig kompetens slutligen, som till sin karaktär ligger relativt nära begreppet social kompetens, innefattar en persons sätt att vara, etik, ansvar och andra personliga egenskaper.



Figur 1. Kompetensbegreppet (efter Gustavsson & Tydén (2004)). Bilden är något modifierad jämfört med ursprungsfiguren.

Axelsson (1996) presenterar en modell som förklarar det enskilda företags behov av kompetens. Företags förmåga består av både individ- och företagskompetens. Individkompetens innefattar kunskaper, färdigheter och egenskaper på individnivå, medan viktiga inslag i företagskompetensen är samspelet mellan företags strategier (affärs-, konkurrens- och produktionsstrategier), val av organisatoriska lösningar samt teknikval. Företags situation beskrivs av inre och yttre faktorer. De inre faktorerna är affärsidé, produkt, teknologi, organisation, resurser och personal. Till de yttre faktorerna hör marknad med kunder och konkurrenter, socialt system, teknologisk miljö, arbetsmarknad och utbildningssystem. Vilka individ- och företagskunskaper företaget behöver beror på dess situation, dvs företags sammansättning av de inre och yttre faktorerna.

De inre och yttre faktorerna påverkar tillsammans företags behov av kompetensförsörjning och kompetensutveckling. *Kompetensförsörjning* handlar, enligt Axelsson (1996) om att rekrytera personal, men också om att fördela och använda befintliga resurser i företaget.

Kompetensutveckling beskrivs som olika system av åtgärder som används för att höja en medarbetares, en grups eller ett företags kompetens inom ett visst område.

Begreppet kompetensförsörjning, som det används av Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté, innefattar såväl nyrekrytering av personal som kompetensutveckling av befintliga anställda (Ericsson 2004).

2.2 Nya krav i arbetslivet

Ett tydligt inslag på dagens arbetsmarknad är att arbetsformerna och därmed kraven på de anställda har förändrats, ”på arbetsgolvet” såväl som inom skilda tjänstemannaskikt. En genomgående trend är att företagen lämnar de ”uppstyckade” och specialiserade arbetsmomenten enligt ”Fordismen” och Taylorism bakom sig (Axelsson 1996). Detta förutsätter att arbetskraften har en bredare kompetens än vad som ofta är fallet idag (Gustavsson & Tydén 2004).

Enligt en undersökning från Svenskt Näringsliv⁴ upplevde en stor andel av de tillfrågade företagen att de inte kunnat rekrytera den personal de behöver och därmed tvingats tacka nej till order. ”Mismatch”, dvs att tillgången på arbetskraft inte matchar företagets behov med avseende på utbildning och yrkeserfarenhet, uppges vara ett av huvudproblemen när det gäller rekrytering av personal (Eriksson 2002). Bristen på arbetskraft leder till att vakanstiden förlängs, att rekryteringskraven sänks eller att personal hyrs in. Inom de yrkesområden där tillgången på utbildad arbetskraft är god skärps istället kraven på de sökande (Gustavsson & Tydén 2004).

2.3 Morgondagens medarbetare

Under 2004 gör ca 90 000 ungdomar sitt val till gymnasiet och tre års studier, som är ett avstamp mot ett yrke eller fortsatt utbildning. Sedan slutet av 1980-talet har trenden varit att gymnasieskolans yrkesinriktade industriprogram tappat sökande och runt om i landet läggs nu dessa program ned. På många håll, bland både lärare, studie- och yrkesvägledare, föräldrar och elever, finns en föreställning om att de jobb som industrin erbjuder är trista och monotona och bedrivs i mörka och bullriga lokaler. En viktig uppgift för bl a branschorganisationer och enskilda företag är därför att informera och förbättra industrins image för att förändra ungdomarnas attityder till jobb inom de naturvetenskapliga och tekniska områdena (Carlberg 2004, Narvinger 2004).

Analysföretaget Kairos Future har intervjuat nästan 2000 gymnasieungdomar med syfte att förstå hur morgondagens arbetskraft tänker när det gäller sitt kommande arbetsliv. Enligt studien, som refereras i di.se (Thulin 2002), är morgondagens medarbetare individualister som vill ha respekt och erkännande för sina insatser. Intressanta och roliga arbetsuppgifter,

⁴ Svenskt Näringsliv företräder små, medelstora och stora företag i Sverige. Genom att arbeta med opinionsbildning, kunskapsspridning och idéutveckling vill man skapa ett bra företagsklimat i Sverige. Organisationens medlemmar består av bransch- och arbetsgivarförbund i vilka företagen är organiserade (Anon. 2004f).

humana arbetsvillkor, bra arbetsmöjligheter och arbetsgemenskap måste kompletteras med svängrum och möjlighet att utvecklas. Eftersom företagskulturen enligt undersökningen kommer att avgöra vilka företag som får behålla sin personal och vilka som blir utan är det viktigt att arbetsgivarna har en tydlig personalpolicy och synliga visioner och värderingar. Traditionella värden som trygghet och bra lön är inte heller oviktiga. Rekrytering kostar mycket pengar och därför är det viktigt att arbetsgivarna ger de anställda en känsla för företaget så att de stannar kvar i verksamheten.

2.4 Metoder för kompetensförsörjning

Ett flertal olika metoder för kompetensförsörjning nämns i litteraturen, exempelvis arbetsrotation, spridning av information och kunskap internt och i företags- eller branschnätverk, seminarier, direktkontakt mellan personer på olika avdelningar inom företag samt nyrekrytering (Axelsson 1996). Två strategier som används för att höja kompetensen i företag och organisationer är rekrytering av personal med högre utbildning samt kompetensutveckling av den befintliga personalen. För att lyckas krävs tydliga mål och strategier och för att hålla engagemanget uppe måste man kontinuerligt jobba med frågan (Swanström 2001).

Det finns enligt Ericsson (2003) tre motiv för kompetensutveckling; företagets lönsamhet, medarbetarnas engagemang och kundernas behov. Kompetensutveckling är ett självklart sätt att genom medarbetarnas insatser öka produkternas kunskapsinnehåll och därigenom stärka företagets konkurrenskraft. Genom kompetensutveckling sätts medarbetarna i centrum och därmed ökar motivationen och engagemanget för jobbet. Ökad kompetens skapar också bättre förutsättningar att tillfredsställa kundernas behov, dvs att leverera rätt produkter i rätt tid till rätt plats och givetvis till rätt pris – utan kostsamma störningar längs vägen.

Ett genomtänkt kompetensutvecklingsprogram kan också vara ett sätt för företaget att kunna attrahera individer med rätt kompetens. Det upplevs ofta som positivt om en person vet att hon eller han vid en anställning inte endast kommer att utveckla unik företagsspecifik kompetens utan att den kompetensutveckling som äger rum också innebär en viss "allmänkompetens" som gör att individen lättare kan fungera också i andra företag (Axelsson 1996). ABB:s Bert-Olof Svanholm uttryckte enligt Axelsson (1996) saken på följande sätt "Vi kan inte garantera våra anställda en livslång anställning. Men vi kan garantera livslång "anställbarhet" ".

2.5 En svensk standard för kompetensförsörjning

Dagens snabba utveckling påverkar även arbetsgivarrollen och den långsiktiga kompetensförsörjningen är därför av strategisk betydelse. För att företag och organisationer på ett effektivt sätt ska kunna utnyttja medarbetarnas kompetens och tillgodose företagets behov av ny kompetens krävs att företagen utvecklar en "personalidé". Personalidén tydliggör vad företaget behöver göra för att tillvarata de resurser som finns hos medarbetarna och vad som behövs för att skapa överensstämmelse mellan behoven. I personalidén ingår tydliga mål

som kontinuerligt följs upp och betydelsen av att reda ut vilka medarbetare som företaget vill rekrytera lyfts fram (Axelsson 1996).

Det finns en mängd system och verktyg för att jobba med dessa frågor. Ett av de senare tillskotten är en svensk standard (SS 62 40 70) för kompetensförsörjning som fastställdes under 2002. Standarden kan användas såväl separat som i kombination med kvalitetsledningssystemet SS-EN ISO 9001. Genom en standardisering markeras områdets vikt och ett standardiserat arbete inom området kompetensförsörjning hjälper till att förtydliga vilken kompetens organisationen behöver, hur den ska införskaffas och attraheras, hur befintlig kompetens tas tillvara och sprids samt effekten av utvecklingsinsatser över tid. Genom detta kan företaget öka konkurrenskraften, använda resurserna på rätt sätt och lättare hantera förändringar. Med hjälp av standarden ska man kunna skapa ledningssystem som är anpassade till varje enskild organisation. Standarden har utvecklats i samverkan mellan näringsliv och offentlig sektor och bland de företag och organisationer som arbetat med implementering och prövning av standarden återfinns Semcon, Ericsson Microwave System, Volvo Cars, Arbetsförmedlingen, Kronans Droghandel, IDNet, Business Region Göteborg samt Arbetslivsinstitutet (Hedlund 2003).

2.6 Projekt Skogsindustrin

2.6.1 Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté

Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté, som bildades för ca fem år sedan, verkar för Sveriges samlade skogsindustri, dvs såväl små som stora företag inom massa- och pappersindustrin samt den trämekaniska industrin (Anon. 2003). Kommittén arbetar för att branschen ska kunna attrahera, rekrytera, behålla och utveckla den kompetens man behöver för att bibehålla sin konkurrenskraft även i framtiden. Ett flertal områden behandlas i kommitténs arbete t ex branschens image, arbetsorganisation, kompetensutveckling, högskolekontakter och rekryteringspolicy (Ericsson 2000). I kommitténs programverksamhet ingår idag "Projekt Skogsindustrin" (Anon. 2001).

2.6.2 Projektets verksamhetsidé

Verksamhetsidén för Projektet Skogsindustrin har formulerats på följande sätt:

Att verka för ökad kompetens- och utbildningsnivå i skogsindustrin - genom att stärka branschens attraktionskraft, vidga dess rekryteringsbas och höja ambitionsnivån i företagen för att rekrytera personal med högre utbildning.

För den trämekaniska industrin tillkommer:

Att övergripande stödja företagens egna insatser för kompetensutveckling av befintlig personal.
(Anon. 2003).

2.6.3 Projektets målgrupper och huvudbudskap

Målgrupperna för verksamheten är ungdomar inom gymnasium och högskola, beslutsfattare (centralt och lokalt inom skogsindustrin) samt arbetsgivare, fack och utbildningssamordnare inom industrin (Anon. 2003).

Huvudbudskapen för den externa kommunikationen är att skogsindustrin är internationell, kretsloppsanpassad och bredteknologisk. I den interna kommunikationens betonas att ökad kompetens lönar sig, både för företag och medarbetare (Anon. 2001).

2.6.4 Verksamhet inom projektet

Till projektets externa aktiviteter hör:

- Framtidsresan, som är en temadag för elever och lärare vid gymnasieskolor.
- Branschkvällar, annonsering och sponsring där målgruppen är studenter på tekniska högskolor.

Inom den egna branschen arbetar man med att:

- sprida goda exempel om pågående utvecklingsarbete.
 - stimulera företagen att utveckla lokala rekryteringspolicys.
 - stödja sågverksföretagens eget arbete med kompetensutveckling av befintlig personal.
- (Anon. 2004a).

I avsnitt 2.6.5 – 2.6.7 presenteras dessa aktiviteter samt det preliminära resultatet av de delar av utvärderingsprojektet som hittills redovisats.

2.6.5 Gymnasieskolan

Framtidsresan

Skogsindustriernas stora satsning riktad till Sveriges gymnasieskolor heter ”Framtidsresan”. Framtidsresan vänder sig till elever och lärare på de naturvetenskapliga, tekniska och samhällsvetenskapliga programmen. Syftet är att nå ut med kunskap om branschen och att knyta långsiktiga kontakter mellan näringsliv och skola (Anon. 2004e). Grunden för Framtidsresan är en *temadag* (Anon. 2001) under vilken deltagarna bjuds på en resa in i framtiden (Anon. 2003). Hittills har nära 50 000 elever vid 264 skolor deltagit i Framtidsresans temadag (Wiklund 2004). Huvudbudskapet är att skogsindustrin är internationell, kretsloppsanpassad och bredteknologisk (Anon. 2001). Framtidsresan vill väcka tankar kring fortsatta studier och framtida arbete. Eleverna konfronteras med frågor som berör och angår dem själva. Temadagens frågeställningar presenteras av unga engagerade ambassadörer som själva studerar eller har studerat till civilingenjörer och jägmästare (Anon. 2004e).

Resan startar med en interaktiv kick-off där de fyra ambassadörerna presenterar Skogsindustrin och temadagens innehåll. Därefter guidas eleverna genom tre stationer; Gate#1, Studio K och Fiberspace. I Gate#1 presenteras skogsindustrins verksamhet i Sverige, Europa och världen. Vikten av språkkunskaper och insikten om kulturella olikheter betonas och eleverna får en inblick i vilka utbildningar som efterfrågas inom skogsindustrin och vilka möjligheter branschen erbjuder. Ett viktigt budskap är att ökad kunskap och kvalificerad utbildning är en nyckel till framgång i det framtida arbetslivet. Nästa stopp, Studio K (där K står för kretslopp) illustrerar hur man inom skogsindustrin arbetar för att balansera branschens

miljö- och produktionsintressen. Fiberspace slutligen, visar på framtidens möjligheter för skogsindustrin med "den fantastiska fibern" i fokus. Nya produkter, ny teknik och nytt tänkande diskuteras och eleverna får delta i rollspel där de bl a får agera företagsledare, forskare, miljöaktivister och politiker (Anon. 2004e).

Efter temadagen ges skolan möjlighet att besöka en lokal skogsindustri för att se hur verksamheten fungerar i verkligheten (Anon. 2004e). Dessutom kan eleverna i samråd med sin lärare arbeta vidare inom fördjupningsblocket, en slags projektverkstad där utgångspunkten är att jobba med ett projekt som tar sin utgångspunkt i skogsindustrin (Anon. 2001). Inom ramen för Framtidsresan erbjuds också lärarfortbildningar i kemi, teknik och samhällskunskap. Under två dagar får lärarna delta i praktiska laborationer, lyssna på föredrag och besöka företag knutna till svensk skogsindustri (Anon. 2004e). Hittills har totalt 348 gymnasielärare deltagit (Anon. 2004b). I konceptet ingår även en hemsida, "Skogsindustrin.com", där eleverna kan delta i tävlingar, söka information om branschen, dess yrken och utbildningar.

Elevundersökningar och utvärdering av lärarfortbildning

På kommitténs uppdrag har bl a Gallup genomfört ett antal undersökningar i form av enkäter, gruppdiskussioner, kännedomsundersökningar och telefonintervjuer för att ta reda på mer om gymnasieelevernas inställning till skogsindustrin. Enligt dessa kan man se att det idag finns en totalt sett mer positiv bild av skogsindustrin än vid tidigare mätningar. Framtidsresan har påverkat eleverna i positiv riktning och i senaste mätningen anser nio av tio gymnasieelever att skogsindustrin är viktig för Sveriges ekonomi. Enligt 2003 års undersökning menar eleverna betydligt oftare än i 1999 års undersökning att skogsindustrin är en framtidsbransch, att utvecklingsmöjligheterna för den som börjar arbeta här är stora samt att det finns intressanta arbetsuppgifter inom branschen. Efter Framtidsresans besök var drygt tre fjärdedelar av eleverna positiva till skogsindustrin jämfört med drygt en femtedel före besöket. Även elevernas inställning till att skaffa sig en högskoleutbildning har påverkats i positiv riktning av Framtidsresan. Också lärarfortbildningarna har enligt utvärderingen varit uppskattade. Av de lärare som deltagit anser nio av tio att de haft nytta av skogsindustrins fortbildning i den egna undervisningen. De tycker också att det är viktigt att skapa en verklighetsanknytning, och då är industrin ett viktigt område att belysa (Anon. 2004b).

Mål för gymnasieverksamheten 2004

Bland de målsättningar för år 2004 som anges i kompetensförsörjningskommitténs verksamhetsplan kan nämnas att en ny fortbildning för studie- och yrkesvägledare ska utvecklas och genomföras samt att man eftersträvar positiva artiklar i lokalpressen med anledning av Framtidsresans besök. Framtidsresan fortsätter att besöka skolor och i anslutning till detta ska ett stort antal elever få möjlighet att åka på studiebesök till en lokal industri. Företagens aktiviteter i samband med Framtidsresan ska följas upp systematiskt. Även lärarfortbildningarna i kemi, teknik och samhällskunskap fortsätter (Anon. 2003).

2.6.6 Högskolan

Högskolesatsningen

Aktiviteterna i högskolesatsningen har hittills haft karaktären av traditionellt informationsarbete i form av annonsering, branschkvällar, högskolemagasinet

”Opportunities” samt sponsring (t ex arbetsmarknadsdagar) och genomförande av ett antal Kaoseum⁵. Man vill också stimulera fram mer examensarbeten och praktikplatser på företagen, för att på detta sätt erbjuda fler studenter chansen att bilda sig en egen uppfattning om branschen (Anon. 2001). Till de prioriterade universiteten och högskolorna räknas: Chalmers, KTH, Linköpings Tekniska Högskola, Karlstad Universitet, Umeå Universitet samt Luleå Tekniska Universitet (Anon. 2003). Under branschkvällarna gästas högskolan av personer verksamma inom skogsindustrin som berättar om sin syn på branschen och vilka möjligheter till jobb som finns inom de företag som de representerar. Kvällen avslutas med en buffé då studenterna får möjlighet att sitta ner och prata med branschens företrädare (Anon. 2004e).

Utvärdering - Attitydundersökning bland teknologer samt trendanalys

Precis som för aktiviteterna på gymnasieskolan har en utvärdering av universitetssatsningen nyligen genomförts. Under februari/mars 2004 genomförde Gallup en undersökning bland teknologer vid de prioriterade universiteten och högskolorna för att utröna om de aktiviteter som genomförs på högskolan påverkat attityden till skogsindustrin. Urvalet består till största delen av studenter som är bekanta med branschens insatser. Enligt studien anser majoriteten, drygt sju av tio av de tillfrågade, att skogsindustrin är bättre än andra branscher och företag när det gäller att marknadsföra sig mot studenter. Av aktiviteterna är branschkvällarna de viktigaste för att påverka attityden i positiv riktning. Därefter kommer sponsring, som anses medföra att man blir mer positiv till skogsindustrin. När det gäller skogsindustrins insatser för att samla ihop och marknadsföra praktikplatser och examensarbeten är studenterna splittrade, men med övervikt åt det positiva (Anon. 2004b). Teknologerna i 2003 års kännedomsundersökning från Gallup menar i högre grad än tidigare att det finns intressanta arbetsuppgifter inom skogsindustrin, att utvecklingsmöjligheterna är stora och att skogsindustrin är en framtidsbransch. Åtta av tio teknologer svarade att de kan tänka sig börja arbeta inom skogsindustrin, bl a eftersom det verkar vara en intressant, stabil och stor bransch som erbjuder många olika typer av jobb med goda utvecklingsmöjligheter. En lika stor andel av de teknologer som känner till branschensamarbetet Skogsindustrin uppgav att de kommit i kontakt med detta under sina högskolestudier och majoriteten menar att aktiviteterna påverkat deras inställning till branschen i positiv riktning. De senaste åren har sökandefrekvensen till branschnära civilingenjörsutbildningar, t ex träteknologiska ingenjörsutbildningar, minskat rejält. Även intresset för att läsa kemitekniklinjen har sjunkit, men inriktningen mot massa-papper inom ramen för denna linje har hållit ställningarna bättre. En utbildning som visar en allt positivare trend är Jägmästarprogrammet, där man år 2003 hade ungefär dubbelt så många förstahandssökande som det finns platser. Med hjälp av övriga befintliga studier, t ex ”Företagsbarometern” har en trendanalys för att få svar på frågan ”Hur ser utvecklingen ut för skogsindustrin i förhållande till konkurrenterna?” genomförts. Analysen visar bl a att man under de senaste åren kunnat se en stor ökning av antal sökande till branschens traineeplatser. Det stora antalet sökande kan bero på många olika faktorer och man konstaterar att det i nuläget är ett gynnsamt läge att rekrytera nyexaminerade akademiker (Anon. 2004b).

Mål för högskoleverksamheten 2004

”Skogsindustrin ska vara bäst i svenskt näringsliv på att kommunicera med studenter!”. Detta uppnås bl a genom att branschkvällarna vid de prioriterade högskolorna och distribution magasinet ”Opportunities” till studenterna fortsätter, liksom annonseringen i bl a ”Ny

⁵ Kaoseum är en slags Innovation Cup baserad på skogsråvara (Anon. 2001)

Teknik”. Nyantagna studenter vid de prioriterade utbildningslinjerna ska vid skolstart få en ryggsäck innehållande produkter baserade på skogsråvara. Man vill dessutom få medlemsföretagen att erbjuda examensarbeten och sommarpraktik. I samarbete med forskningskommittén ska branschens policy m a p skogsindustrins egna inriktningar inom civilingenjörsprogrammet formuleras (Anon. 2003).

2.6.7 Egna branschen

Branschinternt informationsarbete

Huvudbudskapet i denna del av verksamheten är att ökad kompetens lönar sig, både för företag och medarbetare (Anon. 2001). Kommittén jobbar i delprojektet på ett flertal sätt t ex genom utgivning av skriften ”Hjärnkraft 2005” som tar upp olika frågor med anknytning till kompetensförsörjning och visar upp ett antal goda exempel på hur företag i branschen jobbar med kompetensfrågan (Anon. 2003). Tidigare utgåvor har haft teman som t ex kompetensutveckling på sågverk, skolkontakt, praktikplatser och examensarbeten, karriärplanering, kompetensväxling och högskolekontakter. Genom att försöka stimulera idédebatten och visa upp konkreta praktikfall hoppas man kunna ge inspiration till företagens egna förändringsarbete (Anon. 2003). Man har också genomfört ett antal konferenser samt producerat informationsmaterial (Anon. 2001). För närvarande pågår också arbetet med att hjälpa företagen att utveckla lokala rekryteringspolicys (Anon. 2003). Arbetet med att stödja företag inom den trämekaniska industrin i arbetet med kompetensförsörjning av befintlig personal har startat under våren 2004 (Pekkari 2004).

Utvärdering⁶ - Djupintervjuer med unga akademiker

För att få svar på frågan om vilken bild unga, yrkesverksamma civilingenjörer har av skogsindustrin har djupintervjuer med tio civilingenjörer som jobbat i branschen mellan sex månader och ett och ett halvt år genomförts. Sju av de intervjuade jobbar inom pappers- och massaindustrin och tre inom sågverksindustrin. Alla utom en av de tillfrågade hade kommit i kontakt med skogsindustrin under studietiden, framförallt genom arbetsmarknadsdagar och branschkvällar och upptäckt att den kunde vara en möjlig arbetsgivare i framtiden. Majoriteten av de intervjuade har en mer positiv bild av skogsindustrin nu när de jobbar inom branschen än de hade under studietiden. Fördelarna med att arbeta inom branschen är att de känner frihet genom att de kan bestämma mycket över sina arbetsuppgifter och att arbetsuppgifterna är varierande. Branschen känns stabil och trygg och det finns goda möjligheter att utvecklas inom skogsindustrin. Samtliga har dock på olika sätt uttryckt att de upplever skogsindustrin som trög, stel eller seg och anser också att det är en gammal traditionell bransch som emellanåt har svårt att göra förändringar (Anon. 2004b).

Mål Egna branschen 2004

När det gäller den egna branschen är det önskvärt att kommunikationen mellan företagen och kompetensförsörjningskommittén förbättras. Man ska ägna särskild uppmärksamhet åt att peka på den unika möjlighet som den kommande generationsväxlingen innebär för att höja kompetensnivån i företagen. ”Hjärnkraft 2005” fortsätter att ges ut och kommittén ska jobba

⁶ Den del av utvärderingen som berör företagets åsikter och verksamhet har genomförts inom ramen för detta arbete och redovisas i kap. 4.

aktivt för att sätta kompetensförsörjningsfrågor högt på branschens agenda. Arbetet med att införa lokalt anpassade rekryteringspolicys vid bruk och sågverk ska också inledas under året. Kompetensutveckling av befintlig personal inom den trämekaniska industrin är ett nytt verksamhetsområde för kommittén. En aktivitetsplan för denna verksamhet ska utarbetas av en arbetsgrupp bestående av representanter för bl a sågverksindustrin (Anon. 2003).

2.7 Kompetensförsörjning – exempel från andra branscher

De exempel som ges i följande avsnitt har hämtats från Svenskt Näringslivs medlemsbranscher och koncentrerats till industribranscher med inriktning mot teknik- och naturvetenskapsområdet.

Svenskt Näringsliv skriver på sin hemsida att kompetensförsörjning är ett prioriterat område för organisationen. Utifrån medlemsföretagens behov arbetar man med frågor som rör utbildning, forskning och kompetensförsörjning (Anon. 2004f). En genomgång av medlemsbranschernas hemsidor visar att en övervägande majoritet tar upp ämnet kompetensförsörjning och de förväntade framtida problemen att hitta arbetskraft med rätt kompetens för just deras verksamhet. Genom olika aktiviteter, priser och stipendier, konferenser och webbplatser jobbar man för att sprida information och stimulera intresset för teknik och naturvetenskap hos lärare och elever från grundskola och uppåt. I det följande ges ett smakprov på några av de satsningar som genomförs inom området.

2.7.1 Branschgemensamma satsningar

Svenskt Näringsliv har en speciell webbplats ”Radar.nu”, som vänder sig till ungdomar mellan 15 och 19 år. Syftet är att vara en guide till framtidens arbete. Parallellt med webbplatsen genomförs också en turné med tematagen ”Radar” för gymnasiets andra årskurs. Eleverna får träffa företagare och personalchefer och har möjlighet att ställa frågor om hur det är att driva eget företag och hur en anställningsintervju går till (Anon. 2004g).

Bland de projekt som vill verka för ett bättre samarbete mellan arbetslivet och skolan kan webbplatsen ”ArbetslivSkola.info” nämnas som exempel. Det är en informations- och mötesplats för alla som är intresserade av, arbetar med och vill utveckla teknisk utbildning på gymnasienivå och däröver samt informera blivande elever. Bakom sajten står nio yrkesnämnder inom områdena industri- och fordonsteknik, däribland Pappersindustrins samt Sågverkens och Träindustrins Yrkesnämnd. Syftet är bl a att sprida information till lärare, skolledare och studie- och yrkesvägledare om de tekniska branscherna och om olika aktiviteter som berör teknisk utbildning. På sajten beskrivs de olika branscherna och man hittar länkar till olika sk ”Framtidssatsningar” inom området teknik och naturvetenskap. I sajtens idébank, kan besökare presentera idéer från undervisning, erfarenheter från utvecklings- och rekryteringsarbete eller från lokala samarbeten mellan skolan och ortens arbetsliv. På så sätt kan erfarenheter från metodik, arbetsformer och hjälpmedel enkelt förmedlas till andra. Informations- och utställningsmaterial som ska underlätta arbetet med information till grundskolans elever om tekniska utbildningar i gymnasiet eller till gymnasieelever om utbildningsinriktningar finns också tillgängliga (Anon. 2004g). Andra webbplatser med liknande syfte är t ex ”notnavet.se” (Anon. 2004h).

”Framtidståget” är en vandringsutställning för elever i årskurs 9. Utställningen bemannas av företrädare för branscher, företag och organisationer. Syftet är att ge eleverna bred information inför valet till gymnasieskolan. Framförallt vill man informera om olika yrkesutbildningar för att på sikt öka utbudet av arbetskraft inom respektive yrkesområde (Anon. 2004g).

2.7.2 Teknikföretagen

”Teknikspanarna”, som är namnet på Teknikföretagens⁷ satsning på elever och deras lärare i årskurs fem, vill ge lärarna verktyg som kan inspirera i undervisningen och underlätta arbetet (Anon. 2004o). Det är en viktig del i Teknikföretagens arbete för att trygga medlemsföretagens långsiktiga rekrytering och man menar att det för att uppnå detta är nödvändigt att uppmuntra teknikintresset mycket tidigt i åldrarna. Teknikspanarna genomför, med start i januari 2004, en turné genom landet och besöker elever i årskurs 5. Varje klass får under 1,5 timme tillsammans med informatörerna i uppgift att utveckla en apparat som gör något de flesta vill slippa – att städa. Eleverna får samarbeta i grupper och förutom att bygga, ställa krav på, programmera och testa apparaten får de också fundera över och prata om hur produktframtagningen går till. Varje vecka inbjuds dessutom lärare som undervisar i årskurserna 4-6 till inspirationsmöten på en skola. Läraraktiviteten, som är fristående från elevaktiviteten, syftar till att ge inspiration till undervisning i teknik, skapa en mötesplats för lärarna att utbyta tankar och idéer och ge förslag på konkreta övningar. Lärarna får också träffa företrädare för teknikföretag på orten (Anon. 2004i).

Teknikföretagen står även bakom en satsningen ”Årets teknikutbildning” som syftar till att lyfta teknikämnet och teknikundervisningen i Sverige. Varje år, med start 2004 och fem år framåt, kommer fem grundskolor och fem program med teknisk inriktning på gymnasieskolan att belönas för att de på olika sätt bedriver bra teknikundervisning. Även en framgångsrik ingenjörsutbildning på någon av landets universitet och högskolor samt tre lärare, en på vardera utbildningsnivå belönas. I satsningen ingår även stöd och handledning från Teknikföretagen och dess medlemmar (Anon. 2004n).

2.7.3 Plast- och Kemiföretagen

Branschorganisationen Plast- och Kemiföretagen⁸, står bakom ett årligt evenemang kallat ”Kemins dag” för lärare och elever i skolor runt om i landet. Syftet är att väcka intresse för kemi. De skolor som deltar i arrangemanget ska under en dag ägna sig åt kemi i någon form, gärna genom någon slags utåtriktad verksamhet, t ex bjuda in föräldrar och allmänhet till skolan, visa upp något projekt inom kemi eller göra något tillsammans med ett närliggande kemiföretag. Dagen har ett speciellt tema och skolor som anmäler sig får ett materialpaket. Arrangemanget har också en speciell webbplats där man kan beställa material. Där hittar man också länkar, boktips, experiment och pressklipp från tidigare år. På Plast- och kemiföretagens hemsida finns också en länk till ”Draknätet” där Draken Gilbert gör roliga experiment för de mindre barnen. Sagorna ska stimulera intresset för naturvetenskap och kemi hos elever i grundskolan (Anon. 2004j).

⁷ Teknikföretagen (f d Sveriges Verkstadsindustrier) representerar teknikföretag i Sverige (Anon 2004i).

⁸ Plast- och Kemiföretagen är plast- och kemindustrins branschorganisation (Anon. 2004j).

2.7.4 Stålindustrin

På Stålindustrins⁹ hemsida ges bl a information om utbildning, högskolor och aktuella stipendier till forskning, utveckling, utbildning och studieresor. Man länkar också till en ungdomssajt med spelet "Ferrumcity". Under 1999-2003 genomfördes en tävling kallad "En morot av stål" där gymnasieelever hade som uppgift att skriva manus till en reklamfilm med ståltema. Från stålindustrins sida har man även framställt ett interaktivt läromedel om stål och stålindustri (Anon. 2004k).

Stålindustrin, tillsammans med Jernkontoret och Metallgruppen¹⁰, står också bakom arrangemanget Brinelldagarna på KTH i Stockholm Det är ett årligt evenemang för elever i åk 2 på N- och T-programmen samt deras lärare. Syftet är att ge information om högskolestudier i allmänhet och speciellt om materialdesign. På programmet står föreläsningar, studiebesök, utfrågningar och spex m m. Det ges också en separat lärarfortbildning inom området materialteknik där teori varvas med laborativa moment med utgångspunkt från några av de projektuppgifter som KTH under kommande år erbjuder gymnasieelever (Anon. 2004k).

2.7.5 Livsmedelsföretagen

Livsmedelsföretagen¹¹ jobbar med kompetensförsörjningsfrågor genom att stödja uppbyggnaden av olika utbildningar med livsmedelsinriktning, verka för att läromedel inom området produceras samt genomför fortbildning av yrkeslärare och företagens handledare. Genom arbetet, som sker i nära samarbete med branschföreträdare och företag, vill man stimulera livsmedelsföretagen att formulera långsiktiga mål och strategier m h t kompetensförsörjning (Anon. 2004l).

2.7.6 Sveriges Byggindustrier

Sveriges Byggindustrier¹² jobbar bl a för att tillgodose byggbranschens behov av nya medarbetare och för att branschen får behålla befintlig arbetskraft. Man inriktar sig framförallt på att öka antalet sökande till byggutbildningar, både på gymnasie- och högskolenivå. För att säkerställa att utbildningarna ger den kompetens som efterfrågas av företagen jobbar man också för att stärka kontakten mellan byggindustrin och utbildningsväsendet. Målsättningen är att arbetskraftsutbudet ska motsvara byggindustrins efterfrågan. Förutom att öka ungdomarnas intresse för byggyrken vill man också pröva alternativa utbildningsformer och förbättra möjligheterna för kvinnor och invandrare att jobba inom industrin.

Branschen profilerar sig på olika sätt, bl a genom broschyren "byggare.com", tävlingar med bygganknytning, deltagande i utbildningsmässor och utlysning av stipendier. På hemsidan "byggare.com", som är byggbranschens webb om utbildningar och yrken, länkar man också till den för de mindre barnen populära "Byggare Bobs" hemsida. En förhoppning är att dagens femåringar ska bli intresserade och i framtiden välja att utbilda sig inom byggområdet (Anon. 2004c, Anon. 2004m).

⁹ Den svenska stålindustrins branschorganisation heter Jernkontoret (Anon. 2004k).

¹⁰ Metallgruppen består av arbetsgivarförbunden Stål- och Metallförbundet, Svets Mekaniska Arbetsgivarförbundet samt bransch- och arbetsgivarföreningen SveMin (gruvor, mineral- och metallproducenter i Sverige) (Anon. 2004p).

¹¹ Livsmedelsföretagen är livsmedelsbranschens bransch- och arbetsgivarorganisation (Anon. 2004l).

¹² Sveriges Byggindustrier är de enskilda byggföretagens bransch- och arbetsgivarorganisation (Anon. 2004m).

3 METOD OCH MATERIAL - INTERVJU- OCH ENKÄTSTUDIE

3.1 Utvärdering delprojekt "Egna Branschen – Vad gör företagen?"

Den del av utvärderingen av kompetensförsörjningskommitténs verksamhet som redovisas här berör målgruppen "egna branschen". Genom undersökningen vill man framförallt få intressenternas (Skogsindustriernas medlemsföretag) syn på kompetensförsörjningsfrågans betydelse, om kommittén jobbar med rätt saker och om företagens egna insatser inom området påverkats av kommitténs arbete (Nyberg m fl 2003).

3.1.1 Förutsättningar och uppdrag från Skogsindustrierna

Vid första kontakten med Skogsindustrierna låg projektet i startgroparna och grunden till undersökningen var redan lagd. Urvalet i form av intervjupersoner var gjort och frågeunderlaget var framtaget. Upplägget hade granskats av en fristående konsult. Hälften av intervjuerna var bokade och tidpunkten för slutrapportering till kompetensförsörjningskommittén var fastställd.

Uppdraget bestod i att boka resterande telefonintervjuer, att genomföra samtliga intervjuer samt att bearbeta och sammanställa resultatet i en kommunicerbar rapport till Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté.

3.1.2 Undersökningsmetod och urval¹³

Undersökningen kan karaktäriseras som en smal och ytlig fallstudie av kvalitativ karaktär (få respondenter och ett fåtal variabler). Datainsamlingen har skett i form av strukturerade telefonintervjuer och enkäten (bilaga 2) innehåller både slutna och öppna frågor.

I kvalitativa undersökningar är det ibland viktigare att erhålla respondenter som har insikt och kunskap om det som ska studeras än att uppnå statistisk representativitet (Christensen m fl 2001, Holm-Larsson 2004). Urvalet av intervjupersoner har därför till viss del styrts av att man identifierat personer som förväntades kunna bidra med synpunkter inom området (Ericsson 2004), det är således ett icke-sannolikhetsurval av strategisk karaktär.

Målpopulationen består av ledande personer inom svensk skogsindustri. Totalt 24 personer inom massa- och pappersindustrin (12 intervjuer) samt sågverksindustrin (12 intervjuer) ingår i materialet. Såväl små som stora företag finns representerade och undersökningen har spridning över hela landet (bilaga 4).

3.1.3 Genomförande

Telefonintervjuerna genomfördes under perioden 5 - 23 april 2004. Samtliga personer i förstahandsurvalet hade någon månad dessförinnan erhållit ett e-brev där projektet och syftet med intervjustudien presenterades. Dessa personer ringdes upp och tillfrågades om de hade möjlighet att medverka och tid för intervjun bokades. Samtliga fick också en bekräftelse av

¹³ I bilaga 1 återfinns en kortfattad metodöversikt som syftar till att ringa in den metod som använts i den empiriska undersökningen och att skapa en begreppskarta att använda vid beskrivning av hur undersökningen gick till.

tidpunkt för intervjun via e-post. För den händelse att någon inte hade tillfälle att ställa upp fanns en förteckning med reserver (ingen av dessa behövde dock tillfrågas).

För att underlätta dokumentation av svaren och säkerställa att redovisningen blev fullständig och korrekt bandades samtliga intervjuer. Innan intervjun startade tillfrågades respondenterna om de godkände att intervjun spelades in. Ingen av deltagarna hade något emot detta. Efter att intervjuerna skrivits ut raderades banden. Tidsåtgången per intervju varierade mellan 8 och 35 minuter. Intervjupersonerna fick också frågan om de hade något emot att en förteckning över de medverkande fanns med som bilaga rapporten. Ingen hade något att invända emot detta.

Svaren på de slutna frågorna har sammanställts i stapeldiagram och de öppna svaren har grupperats efter ämne och redovisas i sin helhet i en bilaga. Ur sammanställningen framgår inte hur de olika respondenterna svarat.

4 RESULTAT - INTERVJU- OCH ENKÄTSTUDIE

I detta avsnitt presenteras resultaten från intervju- och enkätundersökningen med företrädare för branschen som genomförts inom ramen för detta projekt. Redovisningen följer de teman som belyses i enkäten:

Företagens syn

- Är kompetensförsörjning en viktig fråga?
- Hur jobbar man inom företagen idag?

Kompetensförsörjningskommitténs verksamhet

- Hur väl känner man till kommitténs verksamhet?
- Vad tycker företagen om kommitténs verksamhet - jobbar man med rätt saker?
- Bör man inom något område öka / minska insatserna?

Kommittén och Företagen

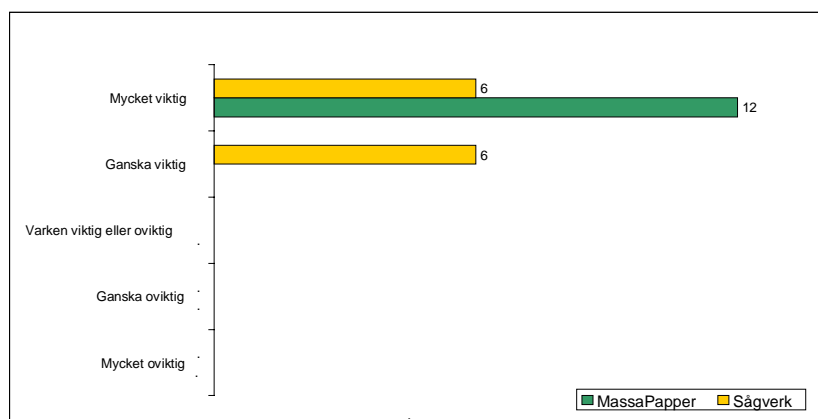
- Hur kan man samarbeta?
- Vad saknas?

Enkäten samt kommentarer och öppna svar återfinns i sin helhet i bilaga 2 resp. 3.

4.1 Företagens syn

4.1.1 Är kompetensförsörjning en viktig fråga?

I vilken grad är kompetensförsörjning en viktig fråga för ert företag?



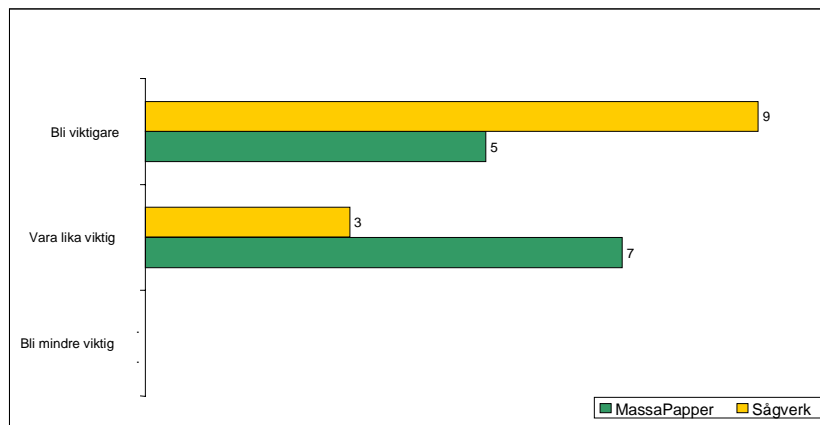
Figur 2. Kompetensförsörjningsfrågans betydelse idag (siffrorna anger antal personer per svarsalternativ).

Alla tillfrågade anser att kompetensförsörjning är en viktig fråga för företaget. Generellt handlar det om att kompetens är en förutsättning för företagets långsiktiga överlevnad och konkurrenskraft.

Av de som är verksamma inom massa- och pappersindustrin anser samtliga att kompetensförsörjning är en *mycket* viktig fråga för företaget. Framförallt är det ett förestående generationsskifte samtidigt som framtidens arbetskraft spås bli en bristvara som gör att frågan är viktig. En betydande fråga i sammanhanget är hur man lockar ”de bästa” till branschen.

Hälften av de tillfrågade inom sågverksindustrin svarar att frågan är *mycket* viktig och hälften att det för företaget är en *ganska* viktig fråga. Många sågverk har under de senaste åren gjort ett rejält teknikkliv, vilket ställer allt högre krav på medarbetarna. Utbildningsnivån i branschen är idag ganska låg och det är viktigt att man kommer i fas med teknikutvecklingen.

Hur tror du att kompetensförsörjningsfrågan kommer att utvecklas inom ert företag under den kommande treårsperioden?



Figur 3. Kompetensförsörjningsfrågans utveckling under kommande treårsperiod (2005-2007) (siffrorna anger antal personer per svarsalternativ).

Samtliga intervjuade anser att kompetensförsörjningsfrågan inom den kommande treårsperioden kommer att vara minst lika viktig för företaget som idag. En person uttryckte saken på följande sätt: ”Frågorna kommer inte att bli viktigare, men fler kommer att inse vikten av dem”

Fem av de tolv inom massa- och pappersindustrin som intervjuats anser att frågan kommer att bli viktigare och övriga sju att den kommer vara lika viktig som idag. Inom sågverksindustrin är åsikten densamma, men det är en övervägande majoritet som anser att frågan kommer att få ökad vikt under de kommande tre åren.

De viktigaste orsakerna till denna utveckling är snabb teknisk utveckling, framförallt inom sågverksindustrin samt hög medelålder och kommande pensionsavgångar, vilket betonas av massa- och pappersindustrin. Effektivisering och högre kompetens än idag är nödvändigt för att företagen och branschen ska kunna bibehålla och öka sin konkurrenskraft.

4.1.2 Hur jobbar företagen med kompetensförsörjningsfrågor idag?

Kompetensförsörjningsfrågans vikt avspeglas också i att det på många håll lokalt pågår aktiviteter inom området.

Intern verksamhet:

- Utveckling av kompetensförsörjningsstrategi.
- Kompetensutveckling och utbildningsplan för anställda.
- Internutbildning på olika nivåer.
- Mål vid nyanställning – lika många nyanställda av varje kön under ett år.

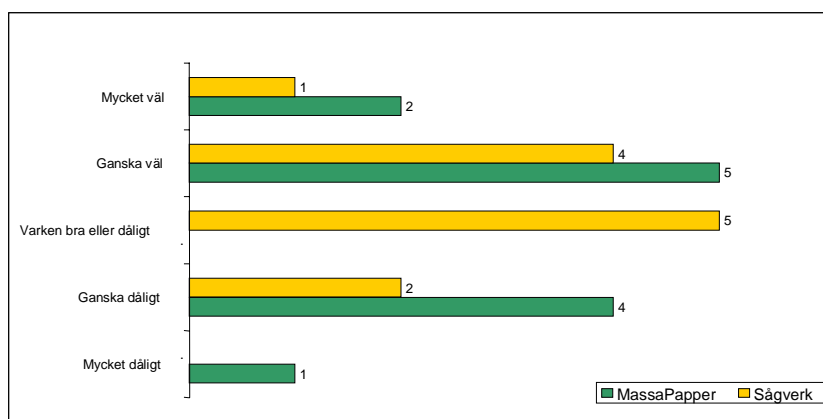
Extern verksamhet:

- Sponsring av ungdomsverksamhet.
- Samarbete med högstadieskolor.
- Studiebesök.
- Representation i gymnasienämnder bl a för att bidra med verklighet – ”vad efterfrågas?”
- Faddernätverk för lokala högskolor.
- Examensarbeten, praktikplatser och traineetjänster.
- Samarbete med arbetsförmedlingen om utbildningsverksamhet.

4.2 Kompetensförsörjningskommitténs verksamhet

4.2.1 Företagens kännedom om kommitténs verksamhet

Hur väl känner du till kompetensförsörjningskommitténs verksamhet?



Figur 4. Respondenternas kännedom om kompetensförsörjningskommitténs verksamhet (siffrorna anger antal personer per svarsalternativ).

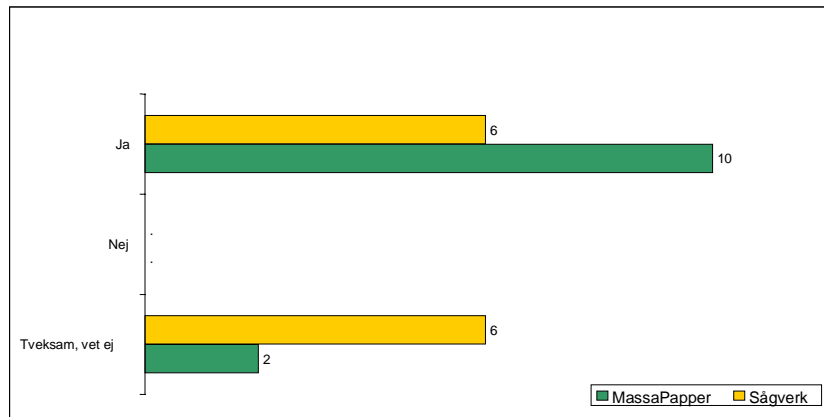
Hälften av de intervjuade uppgav att de känner till kompetensförsörjningskommitténs verksamhet väl, knappt en tredjedel att de känner till verksamheten dåligt, medan drygt en femtedel av de intervjuade svarar att de känner till verksamheten varken bra eller dåligt.

Drygt hälften av de tillfrågade inom massa- och pappersindustrin känner till kompetensförsörjningskommitténs verksamhet väl. Övriga uppger att de har dålig kännedom om verksamheten.

Av de tillfrågade inom sågverksindustrin är det knappt hälften som uppger att de känner till kompetensförsörjningskommitténs verksamhet väl. Lika många anger att deras kunskap om verksamheten är varken bra eller dåligt, medan övriga svarar att deras kännedom om verksamheten är ganska dålig.

4.2.2 Vad tycker företagen om kommitténs verksamhet - jobbar man med rätt saker?

Anser du, mot bakgrund av din kännedom av kommitténs verksamhet, att Skogsindustrierna jobbar med rätt saker inom detta område?



Figur 5. Respondenternas synpunkter på Skogsindustriernas verksamhet inom området kompetensförsörjning (siffrorna anger antal personer per svarsalternativ).

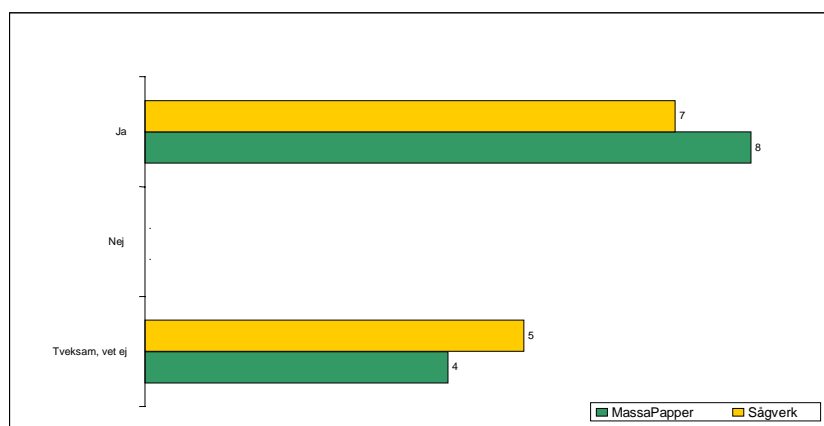
Två tredjedelar av de tillfrågade anser att Skogsindustrierna jobbar med rätt saker inom området kompetensförsörjning. Övriga intervjuade svarar tveksam, vet ej på frågan om Skogsindustrierna jobbar med rätt saker inom detta område.

Av de tillfrågade som är verksamma inom massa- och pappersindustrin anser två tredjedelar att Skogsindustrierna jobbar med rätt saker inom området kompetensförsörjning. Endast en liten andel är tveksamma och svarar vet ej.

Hälften av de tillfrågade inom sågverksindustrin anser att Skogsindustrierna jobbar med rätt saker inom området kompetensförsörjning medan övriga ger svaret tveksam, vet ej.

4.2.3 Behöver man öka eller minska insatserna inom något område?

Finns det något område där du tycker att skogsindustrierna bör öka insatserna?



Figur 6. De tillfrågades synpunkter på om kommittén och Skogsindustrierna bör öka sina insatser inom området kompetensförsörjning (siffrorna anger antal personer per svarsalternativ).

Drygt hälften av de tillfrågade anser att det finns områden där Skogsindustrierna bör öka sina insatser. Övriga är tveksamma och kan inte svara på om det finns något område där insatserna bör ökas.

Av de tillfrågade verksamma inom massa- och pappersindustrin anser två tredjedelar att det finns områden där Skogsindustrierna bör öka sina insatser, medan övriga svarar att de är tveksamma eller inte vet.

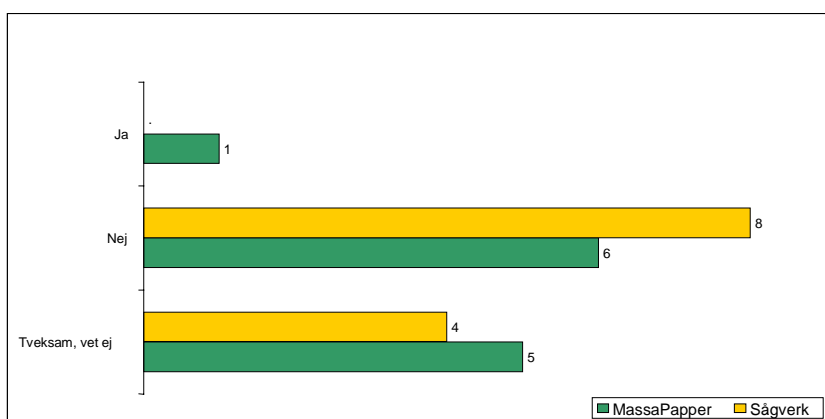
Drygt hälften av de tillfrågade inom sågverksindustrin anser att det finns områden där Skogsindustrierna bör öka sina insatser. Övriga är tveksamma och vet inte.

Inom vilka områden bör insatserna öka?

Majoriteten av de intervjuade anser att Skogsindustrierna arbetar med rätt saker. Det finns dock önskemål om att man ska jobba ännu intensivare för att öka intresset för tekniska ämnen och för branschen. De förslag som ges är att kompetensförsörjningskommittén ska:

- bidra med riktlinjer och idéer för hur man kan komma i kontakt med t ex skolor för att öka företagets insatser på det lokala planet.
- bearbeta lärare samt studie- och yrkesvägledare.
- börja tidigare – ”det är viktigt att fånga upp eleverna redan på grundskolan för att rekrytera in ungdomar att vilja utbilda sig inom branschen”.
- finna de rätta kommunikationskanalerna och använda de nya medierna - bl a SMS och webben, t ex Lunarstorm.
- inspirera företagen att jobba med skolorna från grundskola och gymnasium till lokala högskolor - bjuda in till studiebesök, erbjuda praktikplatser m m.
- jobba mer med lokala högskolor.
- vända sig även till andra utbildningar än de tekniska - t ex marknadsföra branschen mot studenter som läser ekonomi- och marknadsföringsämnen.

Finns det något område där du tycker att Skogsindustrierna bör minska insatserna?



Figur 7. De tillfrågades synpunkter på om Skogsindustrierna bör minska sina insatser inom området kompetensförsörjning (siffrorna anger antal personer per svarsalternativ).

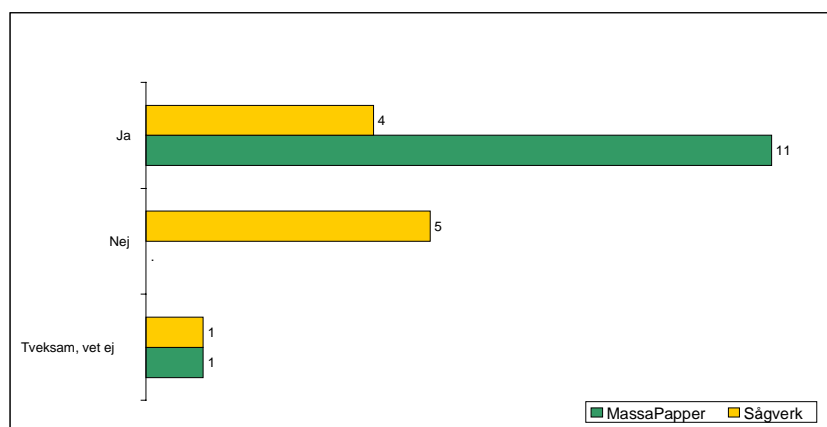
Drygt hälften av de tillfrågade anser inte att det finns något område där Skogsindustrierna bör minska insatserna. Endast en person kan peka ut ett område, gällande vissa trycksaker, där kommittén bör minska sina insatser. Övriga svarade att de är tveksamma eller inte vet. Flera av dessa tycker att de har för dålig inblick i projektet för att ha några synpunkter.

Det är egentligen ingen skillnad mellan branscherna i denna fråga. De flesta tycker att frågorna är viktiga och att verksamhetens nuvarande nivå och koncept är bra.

4.3 Kommittén och företagen

4.3.1 Hur kan man samarbeta?

Har Skogsindustriernas verksamhet haft någon betydelse för ert eget företags insatser inom området kompetensförsörjning?



Figur 8. Skogsindustriernas verksamhet påverkar företagens insatser i olika grad (siffrorna anger antal personer per svarsalternativ).

Nästan två tredjedelar av de tillfrågade menar att Skogsindustriernas verksamhet har haft betydelse för företagets insatser inom området kompetensförsörjning. Drygt en femtedel anser inte att Skogsindustriernas verksamhet haft inflytande på företagets egna insatser, medan övriga svarade tveksam, vet ej.

I denna fråga finns en klar skillnad mellan branscherna. Så gott som samtliga av de intervjuade inom massa- och pappersindustrin anser att Skogsindustriernas verksamhet haft betydelse för företagets egna insatser inom området kompetensförsörjning. Inom sågverksindustrin anser nära hälften av de tillfrågade att branschorganisationens aktiviteter inte påverkat företagets egen verksamhet inom området. En fjärdedel var tveksamma och övriga anser inte att Skogsindustriernas verksamhet haft någon betydelse för företagets insatser inom området kompetensförsörjning.

På vilket sätt har Skogsindustriernas verksamhet haft betydelse för företagets insatser?

De som anser att Skogsindustriernas verksamhet haft inflytande på företagets insatser inom området kompetensförsörjning anger att följande aktiviteter haft inflytande.

Deltagande i branschkvällar

- ger en möjlighet att profilera företaget och på så sätt locka studenter att genomföra examensarbeten samt söka praktikplatser och traineetjänster vid företaget.

Framtidsresans besök i företagets närområde

- har lett till att flera företag har bjudit in skolorna till studiebesök och anordnat aktiviteter för elever och lärare.
- underlättar för företagen att få kontakt och samarbeta med gymnasieskolorna.

Skogsindustrierna sätter fokus på frågorna

- vilket stimulerar företagen att jobba aktivt inom detta område.
- Hjärnkraft 2005 inspirerar.

Många anser också att företagen, parallellt med Skogsindustriernas verksamhet, själva måste:

- jobba med information till barn och ungdomar på lokal nivå.
- synliggöra branschens behov av kompetent personal och på så sätt öka intresset för tekniska utbildningar.
- engagera sig i den utbildningsverksamhet som finns på orten för att t ex påverka gymnasieprogrammen.
- bidra med praktikplatser och sommarjobb och tala om vad som verkligen efterfrågas, något man tror skulle öka intresset och motivationen hos eleverna.

4.3.2 Vad saknas?

Bland de områden som saknas eller som enligt intervjupersonerna kan utvecklas och förbättras nämns:

Information till medlemsföretagen:

- Marknadsföring av kommitténs verksamhet.
- Personlig kontakt.

Insatser för mindre och medelstor industri:

- Fokusera mer på de mindre företagens behov – ”de stora bolagen har egna resurser i form av personalavdelning, utvecklingsavdelning etc”.
- Utveckla ett koncept för kartläggning av befintlig kompetens och planering av medarbetarnas kompetensutveckling.

Kompetensförsörjning i glesbygd:

- Underlätta arbetskraftsrekrytering till företag i inland och glesbygd genom att uppmärksamma den problematik som finns.
- Stötta företagens lobbying gentemot t ex kommuner och myndigheter samt för dessa påtala vikten av att kunna attrahera kompetent arbetskraft.

Utbildningsfrågor:

- Medverka för att skräddarsy utbildningar för branschen.
- Säkerställa att det finns tillgång till relevant utbildningsmaterial för skogsindustriell kompetensförsörjning på alla nivåer - från gymnasieskola till universitetsnivå (samordnande/kvalitetssäkrande roll).

Könsfördelning:

- Jobba aktivt för att locka fler tjejer/kvinnor till branschen - allt från elektriker, reparatörer till universitetsutbildade.

Kompetensutveckling och FoU:

- Hjälpa till att starta kompetensnätverk inom sågverksbranschen i Sverige.
- Fungera som bro mellan forskning och industri.

4.4 Övriga synpunkter

I enkätens avslutande fråga gavs de medverkande möjlighet att ge övriga synpunkter på kommitténs verksamhet. Nedan redovisas några exempel på synpunkter och frågor som kom upp. Den fullständiga redovisningen återfinns i bilaga 3.

Några positiva röster

- *Jag tycker att man har lyckats väldigt bra med att sprida positiva exempel genom tidningen Hjärnkraft - man får tips, idéer och kontakter.*
- *Jag tycker definitivt att vi sett positiva resultat av aktiviteterna och de genomförs på ett proffsigt sätt.*
- *Jag tycker att man hittat en bra profil och ska jobba vidare målmedvetet.*

Några besvikna röster

- *Det finns stora skillnader inom branschen och vi som är glesbygds- och inlandslokaliserade får inte den uppmärksamhet vi skulle önska.*
- *Jag har tagit del av information om kampanjer etc. men känner mig inte hemma i det som pågår.*

- *Vi känner att verksamheten är mer riktad mot storbolagen. Det stora antalet mindre och medelstora sågverk har nog inte så mycket nytta av det här.*

Några frågor

- *Vilka är kompetensförsörjningskommittén och hur jobbar man?*
Flera tycker att de fått för lite information och vill veta mer om den konkreta verksamhet som bedrivs av kommittén.
- *Samarbetar Skogsindustrierna/kommittén med utbildningsmyndigheter?*
- *Jobbar man även med de mjuka delarna av kompetensen? - t ex hur människor fungerar i olika situationer, vad man kan utveckla hos sig själv och hur grupper fungerar.*
- *Vet man vad som är viktigt för dagens ungdomar - branschens framtida medarbetare?*

5 DISKUSSION

5.1 Undersökningsprocessen och studiens syfte

Undersökningsprocessen består av flera steg – problemanalys, skapande av en teoretisk referensram, fastställande av syfte, val av undersökningsmetodik (urvalsstrategi och datainsamlingsteknik) samt resultatsammanställning och analys. Som nämnts i avsnitt 3.1.1 var problemanalysen gjord och metod och urval var redan fastställda när uppdraget för detta arbete gavs. Eftersom intervjuperioden inleddes bara någon vecka efter det att uppdraget givits genomfördes den litteraturstudie som ingår i rapporten först efter det att den empiriska studien avslutats. Avsikten med litteraturstudien blir därför i detta fall inte att utgöra en problemanalys utan att istället sätta in den fråga som behandlas i ett större sammanhang och utgöra underlag till en diskussion av intervjuresultatet. Det framstår dock som mest naturligt att placera kapitlet ”Teoretisk referensram” före resultatet av den empiriska undersökningen. Därför följer dispositionen av denna rapport inte arbetsgången i strikt bemärkelse.

Utgångspunkten för arbetet är den verksamhet som bedrivs av Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté och den utvärdering som för närvarande pågår. Syftet har varit att fånga upp branschens synpunkter på kompetens och hur man värderar kompetensförsörjningskommitténs verksamhet. Respondenterna har valts ut m a p insikt och kunskap inom området och förmåga att bidra till värdefulla resultat. Målet har alltså inte varit att uppnå statistisk representativitet. Urvalet av undersökningspersoner är dock av avgörande betydelse även i av kvalitativa undersökningar som denna. Fel personer i urvalet kan leda till att resultatet i värsta fall pekar i fel riktning. Hur väl man lyckats med urvalet måste i detta fall de som dagligen är verksamma i branschen bedöma. Indikationer finns dock på att liknande studier inom branschens koncerner pekat i samma riktning som resultatet av denna intervjuundersökning.

I syftet för denna rapport ingår också att titta närmare på begreppet kompetens och att placera kompetensförsörjningsfrågan i ett större perspektiv.

Resultatet av den empiriska studien ger en intressant inblick i hur branschens företrädare tänker och en indikation på vilka skillnader som finns mellan de olika delbranscherna. Intervjusvaren bekräftar också att kompetensförsörjningskommitténs arbete i högsta grad är viktigt. Varken litteraturstudien eller intervjuundersökningen har dock i någon högre utsträckning lyckats bidra till att ge nya idéer eller uppslag till hur kommittén kan jobba för att den egna branschen ska få större genomslagskraft i den alltmer tilltagande konkurrensen från andra branscher.

5.2 Företagens syn på kompetensförsörjning

5.2.1 Kompetensförsörjning är en viktig fråga

Kompetensförsörjningsfrågan kan betraktas som ett strategiskt ledningsproblem. Samtliga tillfrågade i intervjuundersökningen anser att kompetensförsörjning är en viktig fråga, idag liksom under kommande treårsperiod. Detta är något som också de refererade rapporterna, artiklarna och Internetsidorna alla ger uttryck för. Man är överens om att den långsiktiga kompetensförsörjningen är av strategisk betydelse. I litteraturen betonas den av massa- och pappersindustrins företrädare påtalade åldersstrukturen i företagen, som sätter dessa frågor högt upp på företagens agenda. De stora pensionsavgångarna kan utgöra ett hot eftersom erfarenhet försvinner med dem som lämnar arbetslivet, men generationsväxlingen innebär också möjligheter för företaget att höja kompetensnivån genom nyrekrytering. Ytterligare ett motiv som lyfts fram är de senaste årens snabba teknikutveckling. Det är framförallt sågverkens företrädare som påpekar att industriarbetets innehåll och därmed kompetenskraven som en följd av detta påtagligt har förändrats. De som tidigare hade enklare uppgifter måste idag kunna hantera avancerade datorstyrda maskiner och robotar, vilket bl a innebär att kunskaper i matematik, teknik och engelska krävs även på lägre nivåer. Den tekniska utvecklingen leder också till att den totala arbetsstyrkan minskar vilket gör det extra viktigt att de som anställs har rätt kompetens. Till detta kommer att kundernas krav idag är högre, inte bara på produkternas kvalitet utan också på service och kringverksamhet överhuvudtaget. Detta innebär att den relativa betydelsen av individkompetensens tre komponenter; kunskaper, färdigheter och motivation ökat och framträder tydligt för alla typer av befattningar. Attityden till arbetet, att vilja ta ansvar och lösa problem samt att vilja utvecklas spelar stor roll i dagens arbetsliv. En av respondenterna sa så här ”Vi måste lyfta blicken och se hur marknaden fungerar och hur vi ska organisera vår verksamhet. Detta kräver nya kunskaper och insikter”.

5.2.2 Många företag jobbar aktivt

Den långsiktiga utvecklingen med befarad arbetskraftsbrist kräver att arbetsgivarna inom aktuella områden har god framförhållning i sin planering och arbetar för att locka dagens unga att utbilda sig inom just deras bransch. Av intervjusvaren framgår att många av företagen driver egna projekt inom området kompetensförsörjning. Exempelvis genom att i det lokala perspektivet informera ungdomar om att man finns och vad man gör för att på detta sätt öka deras intresse för tekniska utbildningar. Man bygger upp ett aktivt kontaktnät med berörda högskolor för att ta del av kunskap och öka möjligheten till nyrekrytering. Ett försök att påverka elevernas intresse, som ett av företagen berättar om, är att man har utbildat ett gäng medarbetare till s k ambassadörer som åker ut och hälsar på i högstadiet. Flera företag har också program för kompetensutveckling av befintlig personal. Goda exempel från branschen på denna typ av verksamhet lyfts fram i skriften ”Hjärnkraft 2005” som ges ut av Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté.

5.3 Kommitténs verksamhet

5.3.1 Företagens kännedom om kommitténs verksamhet bör öka

I såväl planen för kommitténs verksamhet för perioden 2002-2004 som i verksamhetsplanen för 2004 påtalas att kommunikationen med den egna branschen måste förbättras. Denna målsättning framstår med ledning av resultatet från intervjuundersökningen som helt korrekt, då hälften av de intervjuade uppgav att deras kännedom om verksamheten var varken bra eller dålig eller t o m dålig. Verksamheten är något mer välkänd inom massa- och pappersindustrin än inom sågverksindustrin. Det var dock en större andel av företrädarna för massa- och pappersindustrin jämfört med sågverksindustrin som sade sig ha dålig kännedom om verksamheten, medan man inom sågverksindustrin angav att kännedomen varken var bra eller dålig. Resultatet är dock svårtolkat eftersom respondenternas individuella bedömning av hur väl man känner till verksamheten troligtvis skiljer sig åt. En person som svarat ”ganska väl” kan i praktiken ha kunskap i nivå med en person som svarat ”varken bra eller dåligt” eller t o m ”ganska dåligt”. Detta avspeglas i några av enkätens övriga frågor om kommitténs verksamhet. Det är t ex flera av de som sagt sig känna till verksamheten väl som anser sig ha alltför dåliga kunskaper för att kunna uttala sig i frågan om Skogsindustrierna bör öka eller minska sina insatser inom något område. Intrycket överlag är att de flesta önskar få mer information om den verksamhet som bedrivs. Information till medlemsföretagen i form av marknadsföring av kommitténs verksamhet och ökad personlig kontakt var förslag som gavs.

5.3.2 Kommittén jobbar i huvudsak med rätt saker

De allra flesta av de tillfrågade anser att det är bra att branschorganisationen driver kompetensförsörjningsfrågorna och att verksamhetens nuvarande nivå och koncept är bra. Även resultaten från övriga delar av utvärderingsprojektet tyder på att de aktiviteter som ingår i kommitténs verksamhet fyller en funktion och får positiv respons från de olika målgrupperna. Under intervjuerna med branschens företrädare utpekades dock ett antal områden som man anser att Skogsindustrierna som branschorganisation skulle kunna jobba intensivare med och bidra med värdefulla insatser inom.

Generellt kan sägas att svaren i intervjuerna i mångt och mycket berör de faktorer som anges i kompetensförsörjningskommitténs verksamhetsplaner. Ett flertal av de önskemål som kom upp under intervjuerna har kommittén enligt verksamhetsplanen för 2004 redan identifierat. Exempelvis planerar man att utveckla och genomföra en fortbildning för studie- och yrkesvägledare vid gymnasieskolan samt att engagera sig i den branschpassade utbildningen genom att titta närmare på de skogsindustriella inriktningarna inom civilingenjörsprogrammet. Satsningen på att hjälpa företag inom den trämekaniska industrin med kompetensutveckling av befintlig personal rimmar väl med önskemålen om ökat fokus på de mindre företagens behov.

Problematiken kring rekrytering av kompetent arbetskraft inom glesbygdsområden påtalas av kommittén i de dokument som beskriver verksamheten. Denna fråga anges som ett av motiven till att arbeta med kompetensförsörjning. Dock framgår inte om och i så fall hur man hittills arbetat inom detta område.

En fråga som togs upp av flera av de intervjuade var att man kanske skulle vara aktiv redan i grundskolan för att få eleverna intresserade av teknik och naturvetenskap. Genom att visa vad det finns för möjligheter kan man kanske styra ungdomarna att i högre utsträckning än idag välja teknik- och naturprogram på gymnasienivå. För att öka rekryteringsbasen är det viktigt att också tjejerna får upp ögonen för ämnesområdet. Några anser att Skogsindustrierna skulle kunna göra en insats även här medan andra menar att företagen själva ska jobba på lokal nivå med aktiviteter för grundskolan. En synpunkt var att företagen kan behöva inspiration och tips på hur man skapar kontakter med skolan och vilken typ av aktiviteter som kan vara lämpliga. Exempelen från andra branschorganisationer som ges i kapitel 2 visar att en del av dessa driver aktiviteter som vänder sig till elever och lärare på grundskolan, t ex Teknikspanarna (åk 5) och Framtidståget (åk 9). Byggindustriernas och Plast- och kemiföretagens Internetsajter vänder sig även till ännu yngre barn med förhoppningen att sagorna om t ex "Byggare Bob" och "Draken Gilbert" ska skapa intresse för deras verksamhet.

5.4 Kommittén och företagen

5.4.1 Kommitténs verksamhet har påverkat delbranschernas insatser i olika grad

När det gäller kommitténs inflytande på företagens egna insatser inom området kompetensförsörjning finns en klar skillnad mellan de två delbranscherna. Medan nästan alla representanter för massa- och pappersindustrin anser att Skogsindustriernas verksamhet haft betydelse för företagens egna aktiviteter så är man inom sågverksindustrin tveksamma till om man påverkats i någon nämnvärd utsträckning. En orsak kan vara att det finns en skillnad i struktur mellan delbranscherna. Medan massa- och pappersindustrin är storföretag som ingår i koncerner med egna resurser inom bl a personalområdet så är en majoritet av de svenska sågverken förhållandevis små organisationer utan tillgång till personal som dagligen jobbar med frågorna. Brister i kommunikationen med den egna branschen spelar in även här. En företrädare för sågverken uttryckte saken på följande sätt: "Det jag vill tillföra är att det stora antalet sågverk och hyvlerier upplever att vi försvinner i mängden. Jag har tagit del av informationen om de olika kampanjerna, men vi känner oss inte riktigt hemma här". De olika delbranschernas struktur och företagens storlek ger olika förutsättningar och resurser att jobba med kompetensförsörjning. Detta innebär att man från Skogsindustriernas sida kanske ska närma sig och kommunicera med delbranscherna och företagen på olika sätt, via olika kanaler och med olika typer av verksamhet. Ett steg i rätt riktning tycks satsningen på kompetensutveckling av personal inom den trämekaniska industrin vara.

Bland de som uppger att de påverkats av Skogsindustriernas aktiviteter menar man att deltagande i branschkvällar på högskolan och Framtidsresans besök på orten underlättat för företagen att profilera sig och knyta kontakter med studenter och skolor. En viktig synpunkt är att Skogsindustriernas arbete sätter kompetensförsörjningsfrågan i fokus och att aktiviteterna har stimulerat företagen att jobba med frågorna i större utsträckning än man förmodligen skulle gjort utan det branschgemensamma stödet. Som exempel på hur man dragit nytta av "tänket" kan nämnas att ett av företagen utvecklat ett bra samarbete med gymnasieskolan och tillsammans med dem utvecklat ett industriprogram. Någon nämnde att de centrala aktiviteterna förstärker effekten av företagens egna insatser. Man slutar alltså inte jobba själva. Också "Hjärnkraft 2005" lyfts fram som en källa till inspiration.

5.4.2 Skogsindustrierna kan stödja företagen på olika sätt

En synpunkt som ofta förekommer i debatten och som också nämndes under intervjuerna är att kontakter mellan företagen och universiteten är alldeles för lite utvecklade och att kulturskillnaderna kan upplevas som alltför stora. Skogsindustrierna och dess kompetensförsörjningskommitté skulle i detta sammanhang kunna spela rollen som ”spindel i nätet” för att överbygga dessa skillnader och förmedla kunskap och kontakter mellan dessa två världar. Det enskilda företaget har inte den tid och i många fall inte heller den kompetens som krävs för att överblicka all ny kunskap som kommer fram. Den akademiska världens krav på internationell publicering gör att många resultat inte ens når ut till praktikens folk. En av sågverksföreträdarna kom med förslaget att det hos t ex Skogsindustrierna skulle finnas en kontaktperson som kan verka för att befintliga forskningsresultat görs tillgängliga även för praktikens folk. Det finns tyvärr fortfarande föreställningar i näringslivet om ”hur akademiker är...” och omvänt inom universitetsvärlden ”hur praktiker är...”. En viss sanning ligger det kanske i dessa påståenden och det vore nog värdefullt för båda parter om någon arbetar med att få dessa båda världar att närma sig varandra.

I målsättningen för kommitténs högskolesatsningen står att samverka med medlemsföretagen när det gäller examensarbeten och praktikplatser ska prioriteras. Detta är områden som endast i förbigående nämns under intervjuerna, men som likafullt kan vara av väsentlig betydelse för branschens företag. Genom denna typ av verksamhet får studenterna möjlighet att skapa sig en uppfattning om branschen. En titt på massa- och pappersindustrins hemsidor visar att flera av dessa länkar till speciella exjobbssidor på Internet. Däremot är annonseringen från sågverkens sida inte särskilt omfattande. Även detta kan ha att göra med branschens struktur och företagen kan behöva stöd för att formulera problem lämpliga för examensarbeten och att handleda studenter.

Många inom branschen jobbar med likartade problem och det förekommer troligen att hjulet uppfinns upprepade gånger på olika företag och t o m inom samma företag. Ett önskemål som framkom under intervjuerna var att Skogsindustrierna skulle kunna hjälpa till att starta kompetensnätverk inom sågverksbranschen i Sverige. Genom att få möjlighet att dra lärdom av erfarenheter som redan gjorts borde det finnas en potential att både spara resurser och att öka intäkterna. En fundering i detta sammanhang är att kanske konkurrensen sätter käppar i hjulet för att det ska fungera.

5.5 Skogsindustrin vs andra branscher

5.5.1 Fokus på att öka intresset för teknik

En del av den verksamhet som bedrivs för att säkerställa den långsiktiga kompetensförsörjningen inom industrin generellt genomförs som samarbete mellan flera branscher, t ex webbsajten Arbetslivskola.info. Här finns, som tidigare nämnts, även skogsindustrin representerad. Syftet är bl a att sprida information till lärare, skollärdare och syo om de tekniska branscherna och om olika aktiviteter som berör teknisk utbildning. Tyngdpunkten ligger på att stimulera det generella intresset för teknik och naturvetenskap. Detta är något som gynnar samtliga industribranscher.

5.5.2 Skogsindustrin ska vara bäst i svenskt näringsliv på att kommunicera med studenter!

Skogsindustrierna är väl medvetna om att branschen konkurrerar om välutbildad arbetskraft med andra branscher. Den verksamhet som hittills genomförts inom ramen för högskolesatsningen har, som kommittén själva påpekar, varit av traditionell karaktär. För att uppnå målsättningen att bli bäst i svenskt näringsliv på att kommunicera med studenterna krävs att man på ett kreativt sätt lyckas utveckla aktiviteter som syns och hörs i den flod av information som kommer från exempelvis andra branscher. Man har enligt attitydundersökningen bland teknologerna våren 2004, där en majoritet ansåg att skogsindustrin redan är bättre än många andra branscher på att marknadsföra sig, kommit en bra bit på väg. Flera av aktiviteterna har påverkat studenterna i positiv riktning och många säger att de skulle kunna tänka sig att börja arbeta inom branschen. Frågan är bara hur man når ända fram. Genomgången av aktiviteter i andra branscher ger egentligen inga nya idéer. De flesta satsningar från andra branscher som illustreras i denna rapport har liknande upplägg – webbplatser med information och tävlingar, upplevelsebaserade tematurnéer, presenter, tidsskrifter etc.

6 SLUTSATSER

Sammanfattningsvis kan sägas att kompetensförsörjning är ett i högsta grad aktuellt verksamhetsområde som tycks bli allt viktigare i takt med att pensionsavgångarna ökar och teknikutvecklingen går allt snabbare. Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté har, tillsammans med branschens företag, en mycket viktig uppgift att fylla för att säkerställa den långsiktiga kompetensförsörjningen och därmed branschens konkurrensförmåga och överlevnad. I det långa perspektivet syftar arbetet till att skapa en bred rekryteringsbas för skogsbranschens företag samt att öka insikten bland de som rekryterar om värdet av kompetens så att de kan tillvarata och anställa ”de bästa”

Slutsatserna från intervjuundersökningen kan sammanfattas i följande punkter:

- Kompetensförsörjning är en viktig fråga som idag står högt upp på företagens agenda.
- Företagens kännedom om kompetensförsörjningskommitténs verksamhet är i vissa fall dålig och Skogsindustrierna måste bli bättre på att kommunicera med den egna branschen.
- Kommittén jobbar i huvudsak med rätt saker, men det finns önskemål om ökade insatser inom vissa områden t ex kontakter med studie- och yrkesvägledare samt lokala högskolor, utbildningsfrågor, rekrytering till glesbygd och fokus på de mindre företagens behov.
- Kommitténs verksamhet har påverkat delbranschernas insatser i olika grad – några blir inspirerade, medan andra inte känner sig hemma i verksamheten.
- Det finns mycket företagen själva kan göra för att öka intresset för branschen och Skogsindustriernas arbete ska ske parallellt och i samverkan med företagens egna insatser.

REFERENSER

Tryckta källor och stenciler:

- Anon. 2001. Kompetensförsörjningskommitténs verksamhet 2002-2004. Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté.
- Anon. 2003. Verksamhetsplan 2004. Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté.
- Anon. 2004a. Intervjuguide företag. Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté.
- Anon. 2004b. Utvärdering av kompetensförsörjningskommitténs verksamhet 2002-2004. Grundversion (Ej komplett). Skogsindustrierna 2004-05-04.
- Anon. 2004c. byggare.com. Tidning till alla ungdomar i Sverige som går sista året i grundskolan. Utges av Sveriges Byggindustrier, Svensk Teknik och Design samt Svenska Väg- och vattenbyggares Riksförbund.
- Axelsson, B. 1996. Kompetens för konkurrenskraft - Källor, drivkrafter och metoder för kompetensutveckling i företag. SNS Förlag.
- Christensen, L., Andersson, N., Carlsson, C. & Haglund, L. 2001. Marknadsundersökning – en handbok. Andra upplagan. Studentlitteratur, Lund.
- Ericsson, M. 2000. Framtiden är redan här. Hjärnkraft 2005 – Tema Visioner, nr 1. Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté.
- Ericsson, M. 2003. Tre goda skäl för kompetensutveckling. Hjärnkraft 2005 – Tema Kompetensutveckling / Braviken, nr 2. Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté.
- Eriksson, H. 2002. Rekryteringsenkät november 2002 – En studie om arbetsgivares svårigheter att rekrytera kvalificerade medarbetare. Rapport 2002-11-11, Svenskt Näringsliv.
- Gustavsson, B. & Tydén, H. 2004. Var finns jobben år 2004? Ura 2004:1. Arbetsmarknadsstyrelsen.
- Holme, I.M. & Solvang, B.K. 1997. Forskningsmetodik. Om kvalitativa och kvantitativa metoder. Andra upplagan. Studentlitteratur, Lund.
- Nyberg, A-L., Moritz, J. & Ericsson, M. 2003. Plan för utvärdering av kompetensförsörjningskommitténs verksamhet 2002-2004.
- Swanström, G. 2001. Kompetensutveckling – företagens livselixir. Hjärnkraft 2005, nr 1. Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté.
- Wiklund, M. 2004. Framtiden på plats i Hallsta. Skogsindustrierna nr 2, s.6.

Internet:

- Anon. 2004d. Verksamhetsidé. Information hämtad 2004-03-28 från www.skogsindustrierna.org.
- Anon. 2004e. Information hämtad 2004-03-25 från www.skogsindustrin.com.
- Anon. 2004f. Information hämtad 2004-05-22 från www.svensktnaringsliv.se
- Anon. 2004g. Information hämtad 2004-05-22 från www.arbetslivskola.se.

- Anon. 2004h. Information hämtad 2004-05-22 från www.notnavet.se.
- Anon. 2004i. Information hämtad 2004-05-22 från www.teknikforetagen.se
- Anon. 2004j. Information hämtad 2004-05-22 från www.keminsdag.se.
- Anon. 2004k. Information hämtad 2004-05-22 från www.jernkontoret.se.
- Anon. 2004l. Information hämtad 2004-05-22 från www.li.se.
- Anon. 2004m. Information hämtad 2004-05-22 från www.bygg.org.
- Anon. 2004n. 25 miljoner till teknikutbildning. Nyhetsbrev hämtat 2004-05-22 från www.teknikforetagen.se
- Anon. 2004o. Teknikspanarna. Hämtad 2004-05-22 från www.teknikforetagen.se.
- Anon. 2004p. Information hämtad 2004-05-22 från www.metallgruppen.se.
- Carlberg, H. 2004. Uppdatera ungdomars bild av jobben i teknikföretagen. Hämtad 2004-01-09 från www.di.se.
- Hedlund, N. 2003. Ny svensk standard för kompetensförsörjning. Ur Personal & Ledarskap. Hämtad 2004-05-22 från www.ad.se.
- Narvinger, A. 2004. Kompetensen avgörande. Referat av presentation vid Teknikföretagens årliga utbildningskonferens "På spaning efter morgondagens medarbetare. Hämtat 2004-05-22 från www.arbetslivskola.info
- Thulin, C. 2002. Så vill 80-talisterna ha sina jobb. Hämtad 2004-05-22 från www.di.se.

Muntliga källor:

- Ericsson, M. 2004. Projektledare, Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté, Jönköping.
- Holm-Larsson, Y. 2004. TNS-Gallup, Malmö.
- Pekkari, M. 2004. Skogsindustrierna, Jönköping.

BILAGOR

Bilaga 1 – 1(4)

Marknadsundersökningar – Metodöversikt

1 Marknadsundersökningsproblemet – ett strategiskt ledningsproblem

Det som ofta benämns ett marknadsundersökningsproblem är egentligen inte något som endast är relaterat till marknadsföringsfunktionen i företaget utan kan ofta betraktas ur ett vidare perspektiv. Eftersom det kan beröra hela eller delar av företagets nätverk (medarbetare, kunder, leverantörer och övriga intressenter) skulle det, enligt Christensen m fl (2001), kunna betraktas som ett strategiskt ledningsproblem, ett managementproblem. Denna definition är tillämplig på den undersökning som genomförs i detta arbete. För enkelhetens skull används dock fortsättningsvis benämningen marknadsundersökningsproblem.

Informationen i en marknadsundersökning skiljer sig från annan information genom att den samlats in och analyserats på ett systematiskt sätt och tolkats med utgångspunkt från ett specifikt och definierbart undersökningsproblem. Vanligtvis utgör marknadsundersökningen endast en del av ett större beslutsunderlag och man kan därför främst se den som ett styr- och planeringsinstrument för företaget eller organisationen och dess ledning. Undersökningen kan också fungera som ett diagnostiskt instrument, t ex i form av mätningar av kundtillfredsställelse eller för att försöka identifiera vad man gjort bra eller dåligt. Resultaten kan ligga till grund för beslut om vilka åtgärder som behöver vidtas för att öka intressenternas tillfredsställelse. Slutligen kan marknadsundersökningar användas för att försöka förstå marknaden och dess aktörer. Förståelse för varför marknaden fungerar som den gör ger företaget bättre möjligheter att anpassa sin verksamhet till aktörernas olika behov (Christensen m fl 2001).

2 Undersökningsprocessen

Christensen m fl (2001) liknar undersökningsprocessen vid ett husbygge där varje steg utgör byggklossar som så småningom ska bilda ett hus, d v s resultatrapporten. Det är nödvändigt att starta med ett grundligt markarbete - en analys av problemets karaktär och innehåll (problemanalys). Därefter kan en stabil grund gjutas – fastställande av problemets syfte och avgränsningar. På grunden kan man sedan välja att uppföra en trä- eller betongstomme – välja undersökningsmetod. Husets fasad liknas vid strategi för urval av vem eller vilka som ska ingå i undersökningen, val av datainsamlingsteknik samt analys och resultat. Slutligen målas huset i en läcker färg - undersökningens resultat och slutsatser presenteras i en rapport utifrån vilken uppdragsgivaren (användaren) kan vidta åtgärder och fatta beslut. Fasaden, dvs urvalsstrategi, insamlingsteknik och analys, är utan tvekan viktig eftersom den ligger till grund för bedömningen av huset som helhet (Christensen m fl 2001).

2.1 Problemanalys och teoretisk referensram

För att få en övergripande bild av problemet och att kunna avgränsa ett relevant undersökningsproblem samt att formulera ett syfte genomförs en problemanalys. I analysen diskuteras vad man vill uppnå med undersökningen, t ex vilken typ av beslut som undersökningen ska utgöra underlag för och identifiera de faktorer som påverkar om målet kan uppnås eller ej. Den teoretiska referensramen byggs upp av både teoretisk och praktisk kunskap. Man måste också, för att kunna ta fram ”rätt” typ av information för ändamålet, fastställa vilka intressenter som kommer att använda

Bilaga 1 – 2(4)

undersökningens resultatet. Undersökningsproblemet ska uppfylla tre kriterier; det ska vara *relevant*, ha ett *högt förklaringsvärde* för beslutsfattarna och vara *praktiskt genomförbart* (Christensen m fl 2001).

2.2 Marknadsundersökningens syfte

Ett klart och tydligt formulerat syfte är viktigt eftersom detta bestämmer undersökningens målsättning. Ett syfte kan m h t dess inriktning huvudsakligen vara explorativt, beskrivande eller förklarande. En *explorativ* studie har till uppgift att ringa in och avgränsa problemområdet och ger sällan några exakta svar. Den fungerar ofta som en förstudie för att identifiera vilka frågor man bör söka svar på. Kunskap kring problemområdet byggs upp genom att olika ”Vad”-frågor ställs (t ex ”Vad är mervärde för en bilköpare?”). Undersökningar med ett *beskrivande* (deskriptivt) huvudsyfte genomförs i de fall då kännedomen om ett marknadsproblem är god, men en uppdaterad, klar och tydlig bild saknas. Den beskrivande undersökningen besvarar främst ”Hur”-frågor (t ex ”Hur fungerar kundernas beslutsprocess?”, ”Hur ofta..?”, ”Hur många...?” etc) samt de närliggande ”Vem”-, ”Var”- och ”När”-frågorna. *Förklarande* undersökningar bygger oftast på explorativa och beskrivande undersökningar, men går ett steg längre genom att de även identifierar anledningen till varför någonting äger rum. En undersökning med ett förklarande syfte ställer främst ”Varför”-frågor (Christensen m fl 2001).

2.3 Data

Behovet av en undersökning uppkommer då någon form av information saknas. Som informationskälla kan man använda redan befintlig data, s k *sekundärdata*, eller data som man själv samlar in, s k *primärdata*.

Data kan vara av kvantitativ eller kvalitativ karaktär. *Kvantitativa* studier presenterar information eller data i form av siffror, t ex mängd, antal etc. Styrkan med kvantitativa data är att de kan analyseras objektivt och bearbetas statistiskt (Holm-Larsson 2004). Kvantitativa studier passar bäst då man redan har god kännedom om det man ska studera och när man avser att testa en eller flera teorier (Christensen m fl 2001). *Kvalitativa* data utgörs av ord, text, symboler och handlingar. Fokus ligger på innebörden av dessa och man strävar efter att skapa en djupare förståelse för det som undersöks. Kvalitativa metoder är inte inriktade på att pröva om informationen har generell giltighet (Christensen m fl 2001, Holm-Larsson 2004). Vilken av de två undersökningskaraktärerna som ska få den mest framträdande rollen i undersökning avgörs av undersökningsproblemet och syftet. Om syftet exempelvis är att undersöka bakomliggande faktorer till ett visst mönster i personernas inställning passar en kvalitativ metod. Om syftet istället är att ta reda på hur utbredda vissa uppfattningar är används en kvantitativ metod. Ofta är en kombination av båda metoderna ett bra alternativ (Christensen m fl 2001, Holm-Larsson 2004, Holme & Solvang 1997).

2.4 Ansats

Man talar om fyra generella ansatser: tvärsnitt, longitudinell, fallstudie och experimentell ansats. *Tvärsnittsansatsen* är mest användbar då syftet är beskrivande och där man vill kunna kvantifiera beskrivningen. Man kan t ex fastställa hur många som tycker eller gör på det ena eller andra sättet eller hur mycket någon använder av en viss produkt. En *longitudinell ansats*, en tidsseriestudie, bygger på att samma typ av data samlas in vid ett antal tillfällen över en lägre tidsperiod. I studier som baseras på nämnda typer av ansatser mäts några få kvantifierbara faktorer på ett stort antal undersökningsenheter vid ett eller flera tillfällen. Med statistisk säkerhet kan man sedan presentera generaliseringar om den undersökta målpopulationen. En *fallstudieansats* kan användas då avsikten är att skapa förståelse för situationsspecifika processer, av problemets innebörd och mening. Studien är av kvalitativ karaktär och ett fåtal undersökningsenheter studeras vid ett specifikt tillfälle eller över tiden. Både kvalitativa och kvantitativa sekundär- och primärdata används. Utifrån flera olika situationsspecifika, ingående och omfattande beskrivningar kan generella mönster som skapar förståelse genom att förklara komplexa samband lyftas fram. Resultatet kan inte betraktas som en absolut sanning utan som en

Bilaga 1 – 3(4)

arbetshypotes, som i framtiden kan komma att förändras och utvecklas, men som vid en given tidpunkt kan utgöra underlag för ett beslut. Den *experimentella ansatsen* slutligen, baseras på att undersökaren har full kontroll över undersökningssituationen och lämpar sig bäst för laboratoriemiljö. I studien

jämförs individer eller grupper av individer som utsätts för någon form av förändring med andra individer eller grupper som ej utsätts för förändringen (Christensen m fl 2001).

2.5 Dimension

Med avseende på *tidsdimensionen* kan verkligheten ses som en process och problemet studeras över tiden eller också genomförs en *s k ad hoc*, undersökning då problemet studeras vid en given tidpunkt. Den *rumsliga* eller *analytiska dimensionen* handlar om att välja om urvalet av undersökningenheter ska vara stort eller litet och om det är många eller få variabler som ska studeras. Marknadsundersökningar är oftast antingen ytliga och breda (få variabler hos många undersökningenheter studeras) eller smala och djupa (många variabler hos ett fåtal undersökningenheter undersöks). Det är dock även fullt möjligt att genomföra en djup och bred statistisk undersökning, t ex i form av en totalundersökning eller en ytlig och smal fallstudie (Christensen m fl 2001).

2.6 Urval

Vid en primärdatainsamling fastställs först målpopulationen. Om gruppen är stor är det vanligtvis inte möjligt att göra en totalundersökning. Istället görs ett urval ur den stora gruppen för att undersöka hur denna del av populationen uppfattar det undersökta fenomenet och därefter dras slutsatser om målpopulationen. Det finns två olika typer av urval, sannolikhets och icke-sannolikhetsurval. Ett *sannolikhetsurval* innebär att varje respondent väljs slumpmässigt och har en känd chans att komma med i urvalet. Urvalets storlek bestäms av vilken precision som krävs och hur resultaten ska användas. Ett *icke-sannolikhetsurval* innebär att chansen att enheterna blir utvalda inte kan förutses, samt att de inte väljs slumpmässigt. Ett icke-sannolikhetsurval syftar till att identifiera respondenter som kan bidra till att skapa insiktsfulla och poängrika resultat. Oavsett urvalsmetod kommer undersökningens resultat, dess generaliserbarhet och representativitet att påverkas av i hur hög grad urvalet överensstämmer med populationen (Christensen m fl 2001). I t ex kvalitativa undersökningar är det ibland viktigare att erhålla respondenter som har insikt och kunskap om det som ska studeras än att uppnå statistisk representativitet. Urvalet av undersökningsspersoner är dock en avgörande del även av kvalitativa undersökningar, eftersom fel personer i urvalet kan leda till att hela undersökningen blir värdelös i relation till den ursprungliga utgångspunkten (Holme & Solvang 1997).

2.7 Datainsamling

Datainsamlingen kan ske t ex genom enkät- och intervjuundersökningar, observationer eller experiment. En *enkät* är en skriftlig sammanställning med frågor som respondenten ska besvara. Frågorna kan vara slutna (ett eller flera på förhand givna svarsalternativ väljs) eller öppna (frågorna besvaras med respondentens egna ord). Frågeformuläret ska hållas så kort som möjligt och enbart innehålla de frågor som är relevanta för syfte. På så sätt ökar chanserna att andelen inkomna svar blir tillräckligt stort för att resultatet ska kunna gå att tolka (Christensen m fl 2001).

En *intervju* fungerar som ett mer eller mindre strukturerat samtal med en eller flera respondenter. Vid en strukturerad intervju används en enkät med frågor och frågeområden som är bestämda i förväg. Semistrukturerade intervjuer innebär att intervjuaren utgår från en *s k intervjuguide* (en lista på teman och frågor som ska beröras under intervjun). Vid en helt ostrukturerad intervju, *s k djupintervjuer* är intervjun helt informell och dessa används för att undersöka ett speciellt område på djupet. Varje enskild intervju kan bestå av olika delar med varierande struktur. En intervjuundersökning kan vara lämplig att genomföra då avsikten är att lyfta fram och identifiera de bakomliggande orsakerna till

Bilaga 1 – 4(4)

respondenternas syn på det som undersöks eller om enkäten innehåller många, komplexa eller öppna frågor. Dokumentation av intervjun kan ske antingen genom anteckning av stödord, att man skriver ner allt eller spela in på band eller video. Det kan vara en fördel att banda intervjun eftersom det ofta är svårt att anteckna samtidigt som man lyssnar och ställer frågor. Om intervjun spelas in måste

respondenten tillfrågas om hon/han godkänner detta och det är även bra att klargöra orsaken till varför det görs (Christensen m fl 2001, Holm-Larsson 2004).

Vid *observationsstudier* studeras beteenden. Studien kan genomföras som en öppen observation då de som studeras är medvetna om att de observeras eller som en dold observation. *Experiment* är den enda insamlingsteknik som kan användas för att man ska kunna vara helt säker på att det finns ett samband mellan två eller flera variabler. Studien genomförs antingen i form av kommunikation med eller observation av personer (Christensen m fl 2001).

2004-02-20

Intervjuguide Företag

”Jag heter N N. Jag genomför för närvarande intervjuer på uppdrag av Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté.

Syftet med intervjuerna är att fånga upp företagets syn på kommitténs verksamhet och att få er syn på kompetensförsörjningsfrågan i stort. Jag intervjuar totalt Y personer vid Q företag. Intervjun tar ca Z minuter.

Först skulle jag vilja ha/kontrollera några uppgifter:

Namn:

Befattning:

Företag:

Innan vi startar med själva intervjun, och för att alla intervjuade skall ha samma bakgrundsinformation, vill jag berätta följande:

”Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté verkar för den samlade skogsindustrin. Här ingår såväl små som stora företag från den trämekaniska industrin samt massa- och pappersindustrin.

Verksamhetsidén har formulerats så här:

- Att verka för ökad kompetens- och utbildningsnivå i skogsindustrin - genom att stärka branschens attraktionskraft, vidga dess rekryteringsbas och höja ambitionsnivån i företagen för att rekrytera personal med högre utbildning

För den trämekaniska industrin tillkommer:

- Att övergripande stödja företagens egna insatser för kompetensutveckling av befintlig personal.

Till de centrala aktiviteterna hör:

- Framtidsresan på gymnasieskolan, som hittills mött ca 45 000 elever vid 250 skolor.
- Branschkvällar, annonsering, sponsring mm på ett antal utvalda tekniska högskolor.
- Att sprida goda exempel om pågående utvecklingsarbete till den egna branschen med hjälp av Hjärnkraft 2005, samt att stimulera företagen att utveckla lokala rekryteringspolicys

För sågverkens del jobbar kommittén dessutom med att stödja företagets eget arbete med kompetensutveckling av befintlig personal. Detta är nytt för i år”

Nu till frågorna:

Fråga 1. Hur väl känner du till kompetensförsörjningskommitténs verksamhet.

Känner du till den:

1. Mycket väl
2. Ganska väl
3. Varken bra eller dåligt
4. Ganska dåligt
5. Mycket dåligt
6. Tveksam, vet ej ## LÄS EJ UPP

Fråga 2. Är kompetensförsörjning en viktig eller oviktig fråga för ert företag?

OM IP SVARAR VIKTIG FRÅGA MYCKET ELLER GANSKA, OM IP SVARAR OVIKTIG FRÅGA MYCKET ELLER GANSKA

1. Mycket viktig
2. Ganska viktig
3. Varken viktig eller oviktig
4. Ganska oviktig
5. Mycket oviktig
6. Tveksam, vet ej

Fråga 2b. Kan du utveckla varför är det viktigt/oviktigt?

Fråga 3. Mot bakgrund av din kännedom av kompetensförsörjningskommitténs verksamhet, inklusive den tidigare beskrivningen jag gav: Anser du att Skogsindustrierna jobbar med rätt saker inom detta område?

1. Ja
2. Nej
3. Tveksam, vet ej

Fråga 4. Finns det något område där du tycker att Skogsindustrierna bör öka insatserna?

1. Ja
2. Nej
3. Tveksam, vet ej

Om ja

Fråga 4b. Vilket?

Fråga 5. Finns det något område där du tycker att Skogsindustrierna bör minska insatserna?

1. Ja
2. Nej
3. Tveksam, vet ej

Om ja

Fråga 5b. Vilket?

Fråga 6. Har Skogsindustriernas verksamhet haft någon betydelse för ert eget företags insatser inom området kompetensförsörjning?

1. Ja
2. Nej
3. Tveksam, vet ej

Om ja

Fråga 6b. Kan du beskriva hur?

Bilaga 2 - 3(3)

Fråga 7. Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté går från och med 2005 in i en ny programperiod om tre år. Hur tror du att kompetensförsörjningsfrågan kommer att utvecklas inom ert företag under de kommande tre åren. Kommer den att bli viktigare, vara lika viktig eller bli mindre viktig?

1. Bli viktigare
2. Vara lika viktig
3. Bli mindre viktig
4. Tveksam, vet ej

Fråga 7b. Kan du beskriva varför du tror att kompetensförsörjningsfrågan kommer att utvecklas i denna riktning?

Det var alla mina frågor.

Är det något du tycker vi har missat? Är det något du vill tillägga?

Kommentarer och öppna svar

Kommentarer och öppna svar - Massa- och pappersindustri

Fråga 1. Hur väl känner du till kompetensförsörjningskommitténs verksamhet?

Kommentarer:

- Vi har tidigare alltid fått protokollen så att vi kunnat följa verksamheten.
- Jag har ingen direkt insyn i deras dagliga arbete, men vi har ju varit i kontakt med dem t ex i samband med Kaoseum och Framtidsresan.
- Tidningen Hjärnkraft har skrivit om företaget.
- Förutom den information du gett så är det ganska dåligt.

Fråga 2a. Är kompetensförsörjning en viktig eller oviktig fråga för ert företag?

Fråga 2b. Kan du utveckla varför är det viktigt/oviktigt?

Öppna svar:

- Eftersom vi står inför ett generationsskifte samtidigt som framtidens arbetskraft kommer att bli en bristvara.
- Det är den resursen som ska ersätta de som går i pension och hjälpa till att utveckla fabriken.
- Det handlar dels om att kunna attrahera nya kompetenta medarbetare, fylla gluggar, kompetensgap efter de som slutar, dels att kunna behålla och utveckla de vi har – utveckla vår organisation genom medarbetarna.
- Vi ser framför oss en massa 40-talister som går i pension. Det kommer en peak för barnkullarna - det blir tuffare konkurrens om arbetskraften. Ungdomar idag söker sig till t ex media och de tekniska högskolorna och naturvetenskapliga ämnen har svårt att konkurrera. Vi är ju beroende av dem för vår utveckling. De arbeten vi erbjuder i vår industri blir alltmer tekniskt avancerade och det behövs högre och högre kompetens. Vad kan vi erbjuda jämfört med andra branscher som gör att de ska vilja börja jobba hos oss? Därför måste vi göra vad vi kan för att hävda vår näring.
- Vi står inför ett generationsskifte och arbetsuppgifterna har ändrats ganska mycket under de senaste åren. Vi behöver mer välutbildad arbetskraft än tidigare och har ett framtida rekryteringsbehov.
- Det är med tanke på den åldersstruktur vi har – vi har mycket hög medelålder på alla nivåer, men det är egentligen inom ledarkåren det är mest akut.
- Vi har en situation som inte är unik för branschen eller övriga samhället idag – hög medelålder och många som kommer att gå i pension. Det är en jätteviktig fråga både utifrån att vi ska få hit nya medarbetare och att vi kan ta tillvara de erfarenheter som finns hos våra medarbetare.
- Generellt får man säga att skogsindustrin inte lyckats kommunicera så väl – folk tänker fortfarande på kalhyggen och tråkig, dammig industri – detta måste vi vända om folk ska vilja jobba hos oss.
- Vi skriver i vår strategi att vi ska ha branschens högsta kompens här på företaget. Vi ser det som en konkurrens fördel. Med högsta kompetens menar vi inte att vi ska ha högst andel akademiker utan att vi ska ha rätt person på rätt plats.
- Det handlar ju om vår överlevnad. Vi kan hålla vårt goda förtjänstläge tack vare att vi lyckas hålla en kvalitetsnivå som är hög och konkurrenskraftig. Det bygger oerhört mycket på kompetens.
- Arbetsstyrkan minskar totalt och vi anställer ganska få idag. Det är väldigt viktigt att de vi anställer har rätt kompetens. Den genomsnittliga anställningstiden är normalt väldigt lång.
- Vi jobbar med kompetensförsörjning på alla nivåer. På tjänstemannasidan jobbar vi med att rekrytera rätt kompetenser och att utveckla kompetensen i företaget. Vi har en ambitiös process

kring nyrekryteringar av t ex trainees för att se till att vi verkligen får rätt personer och hittar rätt profil redan från början. Vi har också en viss rekrytering kopplat till investeringar och även här är det ganska högt ställda krav.

- Vår verksamhet har mer avancerade processer och system idag och det är högre krav från våra kunder, inte bara på produkternas kvalitet utan på service och kringverksamhet överhuvudtaget. Vi är hela tiden inriktade på att jobba effektivare och att våra medarbetare kan lösa fler uppgifter. För att kunna medverka i problemlösningen i verksamheten krävs bra kompetens.

Fråga 3. Mot bakgrund av din kännedom av kompetensförsörjningskommitténs verksamhet, inklusive den tidigare beskrivningen jag gav: Anser du att Skogsindustrierna jobbar med rätt saker inom detta område?

Kommentarer:

- Ja, det tycker jag absolut - Branschkvällarna är jättebra och Framtidsresan är helt otroligt bra. Alla aktiviteter där vi är ute och möter studenter tas ju emot väldigt väl.
- Ja, det gör dom absolut. Även om jag känner till arbetet i detalj dåligt så är vi ju med och stöttar indirekt och det tas ju upp vad man gör på våra centrala träffar och jag tror att det har ett brett stöd.
- Ja, det jag känner till tycker jag ligger i rätt härad.
- Man har jobbat ett tag och jag tycker att det börjar märkas också bland studenterna skulle jag våga påstå.
- Man märker att studenterna känner till skogsindustrin idag, vilket man inte gjorde tidigare. Det är positivt. man får också kommentaren från studenter att skogsindustrin är de enda som i de här tiderna satsar på dessa frågor.
- När det t ex gäller Framtidsresan tycker jag att vi märker tydligt att den har bidragit till en betydligt bättre förståelse för vad skogsindustrin håller på med. Det har kraftfullt påverkat våra möjligheter att kunna sälja oss lokalt.
- Vet ej, jag har inte den direkta insynen i vad de håller på med.

Fråga 4. Finns det något område där du tycker att Skogsindustrierna bör öka insatserna?

Fråga 4b. Om JA - Vilket?

Öppna svar:

- Vi är ju en högteknologisk industri och jag tycker att vi ska fundera på det här med SMS och Webb och möta ungdomarna där de finns t ex Lunarstorm. Jag tycker att vi hittills varit för traditionella – vi måste hitta rätt kanaler.
- Om vi tar branschen och använder beteckningen skogsindustrin istället – vi jobbar mycket i det lokala perspektivet med att informera ungdomar om att vi finns och vad vi gör för att öka deras intresse för tekniska utbildningar. På koncernnivå jobbar vi parallellt med branschkvällarna – vi har aktiviteter och faddrar varsin högskola runt om i landet. Vi jobbar nog i huvudsak med rätt saker, möjligen måste vi öka våra ansträngningar och jobba ännu intensivare.
- Framtidsresan är en bra grej, men den lever rätt mycket sitt eget liv – vi fick veta att nu kommer de till vår kommun, men så intimt samarbete har vi inte. Det kan man ju möjligen fundera kring om det behövs eller inte. Risken är att de åker runt som en satellit som inte har någon direkt koppling. Branschkvällarna vet jag väldigt lite om.
- Ser man på branschen som helhet tror jag väl att vi kompletterar varandra – de enskilda företagen och Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté. Jag tror att vi måste vara ännu ihärdigare.

Bilaga 3 – 3(11)

- Gymnasiet är bra, men sent – då har man redan valt inriktning. Vi måste börja redan tidigare, på grundskolan, åtminstone på lokal nivå. Det är viktigt att försöka få upp intresset för teknik i ett tidigt stadium och vi satsar på kontakt med lärare och studievägledare. Sen är det frågan vem som ska göra vad – det är kanske svårt att begära att Skogsindustrierna ska fara runt till alla grundskolor, men det kan behövas inspiration från dem för företagen.
- Vi har på sistone börjat diskutera att vi kanske går in för sent i skolorna. Man kanske skulle vara aktivare redan i grundskolan för att få folk intresserade av teknik och visa vad det finns för möjligheter. Det är ju så att man formas ganska tidigt i sina uppfattningar. Vi försöker ju verka lokalt i det här, vi tar hit skolklasser från området runtom.
- Vi har svårt att styra ungdomarna att välja rätt utbildning på gymnasienivå – det är alltså målgruppen därunder som vi inte har någon kontakt med idag vad jag känner till. Att man fångar upp dem redan i grundskolan, på högstadiet och får dem att välja teknik- och naturprogram. Det är också viktigt att få in flera tjejer på dessa inriktningar, idag finns ju knappt några tjejer som väljer dessa. Vi har utbildat ett gäng medarbetare till s k ambassadörer som åker ut och hälsar på på högstadiet – det är åtminstone ett litet försök att kunna påverka. Här skulle Skogsindustrierna också kunna göra en insats som organisation.
- Också gruppen lärare är väldigt viktig - ett område man skulle satsa på är att lärarna, även på grundskolan, får en positiv inställning till teknik, industri och naturligtvis då speciellt till skogsindustri. Där har vi tyckt oss märka att det finns väldigt mycket att göra. Eleverna frågar ju sin lärare eller yrkesvalsläraren ”vad tror du att jag ska göra” och då är det viktigt att de är uppdaterade på industrin och vad som händer där och också är positiva. För annars är det ju kört! Just yrkesvalslärare/studievägledare är en väldigt viktig grupp också att skjuta in sig på faktiskt.
- En grupp som jag tycker ger oss dålig image är lärarna. De ger ingen bra bild av den tunga industrin, det stöter man på gång på gång! Ska man förbättra bilden så tror jag att lärarna, redan från grundskolan faktiskt, är en viktig grupp.
- Man skulle kanske öka insatserna för att få en mer yrkesinriktad utbildning mot vår bransch i Sverige. Typ den som finns i Markaryd, men mer spritt över landet och också öka samarbetet med lokala högskolor/universitet.
- Kommittén är en viktig spelare som har möjlighet att påverka på nationell basis och man skulle kunna ta aktiv del och se till att vi har ett relevant utbildningsmaterial för skogsindustriell kompetensförsörjning på tekniska högskolor och på gymnasienivå. Idag ligger det på högskolorna och det finns ingen nationell samordning. De kan ha en roll som samordnare och kvalitetssäkrare.

Fråga 5. Finns det något område där du tycker att Skogsindustrierna bör minska insatserna?

Kommentarer:

- Med tanke på att jag har relativt dålig kunskap så kan jag inte svara på detta.
- Jag har inte den inblicken, så jag har svårt att svara på den frågan.

Fråga 5b. Om JA - Vilket?

Öppna svar:

- Det jag tror minst på är Opportunities och Hjärnkraft.

Fråga 6. Har Skogsindustriernas verksamhet haft någon betydelse för ert eget företags insatser inom området kompetensförsörjning?

Fråga 6b. Om JA - Kan du beskriva hur?

Öppna svar:

- Vi drar absolut en växel på Skogsindustriernas arbete. Vi är med på branschkvällar och ser till att profilera oss och i samband med Framtidsresan försöker vi alltid vara närvarande när de besöker skolor i närheten.

Bilaga 3 – 4(11)

- Vi deltar i verksamheten ute på högskolor, men jag vet inte om det styr människor hit, men jag hoppas att det är så.
- Vi har deltagit i både Framtidsresan och branschkvällar. Då Framtidsresan varit i närheten har vi alltid bjudit in skolorna att besöka oss. Genom dessa aktiviteter får vi skjuts och får möjlighet att profilera oss - Skogsindustrierna beskriver branschen och vi beskriver företaget.
- Vi har varit delaktiga både i Framtidsresan och på branschkvällar.
- Genom att vi deltagit på branschkvällar har vi fått kontakt med studenter och det har i vissa fall lett till att de gjort praktik och ex-jobb hos oss.
- Jag tycker att jag ser en indirekt koppling – Framtidsresan och alla sådana aktiviteter har medfört att det är betydligt lättare för oss att komma ut på skolor och saluföra vad vi håller på med.
- Vi deltar i branschkvällar och en del av de som sökt våra traineetjänster har kommit i kontakt med oss via dessa.

- Det har stimulerat oss att jobba med frågorna i större utsträckning än vi förmodligen skulle gjort utan det branschgemensamma stödet.
- Vi minskar inte våra egna aktiviteter för att man gör mer centralt, det snarare förstärker effekten.
- Vi jobbar ju med frågorna lokalt och tack vare det gemensamma t ex Hjärnkraft har frågorna hamnat mer i fokus.
- Ett exempel på att vi haft nytta av det här ”tänket” är att vi utvecklat ett väldigt bra samarbete med en gymnasieskola där vi fått igenom ett industriprogram enligt våra tankar och krav.
- Det är upp till oss att utifrån detta jobba med kompetensfrågan. Vi har jobbat med nya kompetensbeskrivningar och vid nyrekryteringar är det en väldigt viktig signal till organisationen i övrigt att vi ställer de här kraven på de som ska in i branschen i framtiden.

- Egentligen inte, om jag ska vara riktigt ärlig.

Fråga 7. Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté går från och med 2005 in i en ny programperiod på tre år. Hur tror du att kompetensförsörjningsfrågan kommer att utvecklas inom ert företag under de kommande tre åren. Kommer den att bli viktigare, vara lika viktig eller bli mindre viktig?

Fråga 7b. Kan du beskriva varför du tror att kompetensförsörjningsfrågan kommer att utvecklas i denna riktning?

Öppna svar:

- När arbetskraftsbristen dyker upp blir frågan viktigare än idag.
- Vi måste fortsätta att jobba med frågan och ta in ungdomar för att ersätta de som går i pension och för att utveckla företaget.
- Det är en av våra viktigaste frågor och det kommer den fortsätta att vara. Jag hoppas att även mina kollegor får upp ögonen mer för kompetensfrågornas vikt. Jag tror att den kommer att forceras fram av vår situation när det gäller åldersstrukturen.
- Det sägs att det ska bli arbetskraftsbrist framgent och vi i skogsindustrin ligger inte på så jätteattraktiva orter och har dessutom stämpeln på oss att det inte är så glamoröst att jobba här. Jag tror att vi kommer att behöva lägga mer tid på den här frågan fortsättningsvis än vad vi gjort tidigare.
- Ungefär 1/3 av vår personal kommer att gå i pension inom den kommande 10-årsperioden och frågan blir mer och mer aktuell för varje år.
- Det beror bl a på åldersstrukturen, men också på den teknikutveckling som sker och som går fortare och fortare.
- Generationsskiftet. Vi försöker jobba med det här rent strategiskt.

Bilaga 3 – 5(11)

- Vi drar ner personalstyrkan och måste bli effektivare. De vi rekryterar måste vara duktiga. Vi ska vara attraktiva som arbetsgivare och ha duktiga människor på alla nivåer.
- Det hänger tydligt ihop med det centrala löneavtal som träffats och som innebär kostnadsökningar, vi ser inte någon motsvarande ökning på prissidan. Som en konsekvens måste vi därför i ännu större utsträckning än tidigare se över våra befintliga anställda och deras kompetens. Långsiktigt måste vi bli färre och vi kommer att behöva ha högre kompetens fördelat på färre personer.
- Jag har nästan svårt att värdera upp frågan ännu mer, vi gör vad vi kan redan.
- Vi har satt ribborna för vad vi vill åstadkomma och det kommer vi att jobba målmedvetet med.
- Det är ett prioriterat område.

Är det något du tycker vi har missat? Är det något du vill tillägga?

- Det man kanske skulle kunna hjälpa till med inom kompetensutvecklingskommittén är att pusha lite grand för det här med jämlikhet i det här sammanhanget. Det gäller att få in mer tjejer. Vår erfarenhet är att det svåra är inte att få tag i högskoleutbildade tjejer (civilingenjörer, ekonomer etc.), utan problemet finns när det gäller att få tag på elektriker, mekaniker, instrumentmakare och reparatörer etc. Vi försöker jobba aktivt med detta och har målsättningen att vi helst ska ha anställt lika många tjejer som killar när vi summerar året.
- En viktig fråga framgent är vad som är viktigt för dagens ungdomar i olika frågor, t ex värderingar, lojalitet mot företaget, arbetstidsformer – vill man jobba skift som idag etc.? Jag vet inte hur frågan beaktas i det här arbetet. Är man lyhörd för sådana saker? Man bör lyfta frågan när man träffar eleverna och studenterna och förmedla deras tankar vidare till företagen så att vi kan fundera på lösningar.
- Ett område jag funderar lite på och som jag känner dåligt till är Skogsindustriernas och kommitténs samarbete med utbildningsmyndigheter. Det är ju ett område man skulle fundera på att bedriva lobbyverksamhet inom.
- Jag är inte så insatt att jag har kännedom om några detaljer och jag skulle nog vilja få veta lite mer om det konkreta jobbet som bedrivs av kommittén och organisationen.
- Jag tror att företagen på varje ort måste engagera sig i den utbildningsverksamhet som finns. Här i området har vi engagerat oss mycket i gymnasieutbildningen för att påverka programmen. Detta har bl a lett till att man på den processtekniska linjen ökat intagsbetyget enormt och från att knappt ha kunnat fylla kursen och därmed inga betygskrav alls, är det idag fyra sökande till varje plats. Vi har varit med och påverkat utbildningen och vi lovar sommarjobb och under förutsättning att man är lämplig och har bra betyg lovar vi också jobb. Skolorna är oerhört tacksamma, dels för att man kanske bidrar med något ekonomiskt, men framförallt för att vi bidrar med verklighet. Vi talar om vad som efterfrågas och eftersom skolorna konkurrerar om eleverna vill de ha attraktiva utbildningar att kunna erbjuda. Sen är det klart att man måste motsvara förväntningarna och faktiskt anställa några också.
- På orter där det finns flera skogsarbetsgivare eller annan process- eller verkstadsindustri kan man gå ihop och tillsammans försöka påverka utbildningarna.
- Hur attraherar man duktigt folk till de jobb som finns i glesbygden? Det har vi ingen lösning på ännu.
- Jag förstått av de som är ute och presenterar på diverse högskolor, t ex på KTH, att man kan få frågan ”Kan ni flytta fabriken hit till Stockholm, det skulle vara bra”. Vi som enskilt bruk kanske inte kan vara med och agera på alla högskolor. Frågan är vilka vi identifierar som de viktigaste, vi har ju lokala högskolor i närheten som det för vår del skulle vara intressant att jobba lite mera mot.

Bilaga 3 – 6(11)

- Den här branschen bedöms inte vara någon etta på topplistan. Därför är det viktigt att klargöra att det faktiskt är mycket högteknologiska saker man får jobba med här och att det finns mycket att bita i även i den här branschen. Det budskapet tror jag är väldigt viktigt. Det är kanske inte lika glamoröst som att jobba på Ericsson eller någon annat HighTech-företag, men det faktum att våra produkter kanske inte alltid förnyas dagligen kan tolkas som att vi inte gör något och det är ju inte sant. Just den delen tror jag är viktigt att trycka på för att öka intresset.
- Jag tycker att det är viktigt att man jobbar mer lokalt ute i de olika delarna av landet. Det finns ställen där skogsindustrin är mer koncentrerad än andra och där borde man jobba mer aktivt med seminarier m m. När det gäller utbildning så kanske man borde decentralisera en del av den utbildning som idag sker i Markaryd.
- Det är ju många som är väldigt oroliga för om vi intresserar de högutbildade ungdomarna för skogsindustrin. Jag delar inte den här oron för att vi inte fångar upp rätt kompetenser riktigt. Och det grundar jag mycket på när vi sökte våra traineer, till 6 platser fick vi över 900 ansökningar. Grundkravet att man hade civilingenjörsexamen uppfylldes kanske inte av alla, men vi hade ett enormt urval. Jag tror t o m att fler än 10 av dessa hade doktorandutbildning. Jag tycker nästan att det visar att det är något som inte står riktigt rätt till. Visst är det här är en effekt av konjunkturen, men det visar också att om det bara var 1/3 av de här som sökte så skulle man kunna säga att det här var i balans. Min poäng är att jag är inte så orolig för att vi har en obalans. Det finns många som uttrycker att skogsindustrin är en osexig bransch och att vi verkligen måste trycka på att det är HighTech och visa på att det finns spännande jobb. Jag får ändå intrycket av att många av de högutbildade har uppfattat att det finns intressanta jobb. Det kan ju delvis bero på kompetensförsörjningskommitténs arbete, men det kan ju också vara en sån sak som att det skrivits i pressen om IT-bubblan som sprack och vilka industrier som är viktiga. Det kanske är så att när man planerar sin karriär så vill man vara inom en bransch som känns solid och där det finns tillväxtmöjligheter. Såna grejer kan ju också påverka. Jag vet inte.....
- Jag vill slå ett litet slag för tidningen Hjärnkraft. Det är roligt att se positiva exempel i andra företag och se att andra gör bra grejer. Det är t o m så att jag ringt upp folk som förekommit i tidningen och frågat hur de arbetar med sina frågor. Syftet med tidningen, att sprida goda exempel, har man lyckats väldigt bra med.

Kommentarer och öppna svar - Sågverksindustri

Fråga 1. Hur väl känner du till kompetensförsörjningskommitténs verksamhet?

Kommentarer:

- Eftersom de varit här och gjort reportage för Hjärnkraft inbillar jag mig att jag känner till verksamheten ganska väl.
- För ett par veckor sedan hade vi besök av Skogsindustrierna som bl a berättade om verksamheten. Dessförinnan kände jag inte till den alls.
- Jag har fått information vid något tillfälle och känner till att de aktiviteter du nämnde pågår. Däremot känner jag inte till kommitténs övriga arbete.
- Jag känner igen de aktiviteter du räknade upp, men i övrigt känner jag till den ganska dåligt.

Fråga 2a. Är kompetensförsörjning en viktig eller oviktig fråga för ert företag?

Fråga 2b. Kan du utveckla varför är det viktigt/oviktigt?

Öppna svar:

- Det har att göra med de krav som ställs både organisatoriskt och tekniskt. Utbildningsnivån i branschen är ju i grunden ganska låg och det innebär att vi måste jobba på att rekrytera rätt folk för att komma på rätt nivå i förhållande till den tekniska nivån vi idag har. Det blir färre medarbetare och fler behöver en djupare kompetens.
- Det är främst teknikutvecklingen som är orsaken.
- Vi investerar i ny teknik och det ställer högre krav på medarbetarna och från att ha varit traditionella industrijobb så blir de alltmer komplicerade. Vi jobbar också på ett annat sätt mot kunder och det gör att även den traditionelle sågverksarbetaren behöver vara mer utbildad och ha en annan kompetens än tidigare.
- Vi har gjort ett ganska rejält teknikkiv inom samtliga avdelningar i processen och vi står och faller med ökad kompetens. Vi skulle aldrig klarat av att driva verksamheten idag med den kompetens vi hade för 3-4 år sedan.
- Det är en överlevnadsfråga. Teknikutvecklingen ökar och välutbildad personal är en förutsättning för verksamheten.
- Den långsiktiga överlevnaden hänger på att vi får kvalificerat folk till verksamheten.
- Det krävs ett annat tänk bland de som jobbar i företaget – mer planering och mer disciplin. Man måste lära sig att använda de planeringshjälpmedel som finns - andra branscher klarar ju att hålla ordning, varför skall inte vi göra det? De som är 50+ vill inte gärna ändra arbetsrutinerna och jobba på ett nytt sätt. Detta jobbar vi mycket med nu. Vi kan inte bara producera och konkurrera med priset utan måste erbjuda andra mervärden.
- Konkurrensen ökar mer och mer österifrån och prisbilden på våra varor och tjänster är inte den bästa. För att vi ska kunna klara konkurrensen måste vi sälja på att göra en bra produkt. Om man tittar i backspegeln tycker jag att vi på sågsidan varit lite sisådär på det. Vi måste lägga mer kraft på att göra bra produkter och det kan man inte göra om man inte har kunskap.
- Vi rationaliserar och det betyder färre människor som gör samma jobb. Vi har inget stort rekryteringsbehov, men de vi rekryterar måste ha rätt kompetens.
- Vi har på kollektivsidan många med grundskola som bakgrund och vi skulle önska att operatörerna i framtiden har högre kompetens. Vi hoppas kunna rekrytera operatörer med gymnasieskola efterhand som generationsväxlingen sker. När vi nyanställer tjänstemän försöker vi som regel få folk med högskolebakgrund.

- Ur min synvinkel vill jag ha olika typer av kompetens och en hög nivå på alla typer av kompetens – det kan vara sådant man kan lära sig studievägen, hög social kompetens eller sådant man har med sig från andra branscher. Vi ska tillsammans ha en väldigt hög kompetens inom många områden i organisationen. På försäljningssidan är allt vi gör idag i någon form relationsbaserat. För att vara duktig på relationer och i dialog behöver man också faktakunskap och branschkunskap.

Fråga 3. Mot bakgrund av din kännedom av kompetensförsörjningskommitténs verksamhet, inklusive den tidigare beskrivningen jag gav: Anser du att Skogsindustrierna jobbar med rätt saker inom detta område?

Kommentarer:

- Framförallt kan man hjälpa till att skapa en positiv uppfattning om branschen med hjälp av t ex Hjärnkraft. Det gör det lättare för oss att rekryterat framtida medarbetare.
- Ja, det tycker jag. Man har formulerat de frågeställningar som finns och de problem som finns på ett klokt och vettigt sätt. Jag har ingen insyn i kommittén direkt, men det är åtminstone i tanken och teorin helt rätt och klokt tänkt.
- Det är inte enkelt att få snabba resultat, men jag tycker att de jobbar i rätt riktning.
- Jag vet inte hur aktiva de varit med att besöka gymnasieskolorna i den här delen av landet. Jag tror att det är viktigt med närvaro även på mindre orter. Utifrån min horisont känns det ganska meningslöst om man bara besöker städer och storstäder.
- Det är tveksamt, vi tycker nog att sågverken drunknat i annat. Vi känner att verksamheten är mer riktad mot storbolagen. Det stora antalet medelstora och mindre sågverk har nog inte så stor nytta av det här.

Fråga 4. Finns det något område där du tycker att Skogsindustrierna bör öka insatserna?

Kommentarer:

- Jag är inte så insatt att jag kan ha några synpunkter.

Fråga 4b. Om JA - Vilket?

Öppna svar:

- Inom sågverksbranschen som helhet går utvecklingen för att göra en bra produkt väldigt sakta och det har väl satsats ganska lite. Skogsindustrierna skulle kunna vara med och stötta. Enskilda företag orkar inte dra den veven själva.
- Det är viktigt att även studenterna på utbildningar som riktar sig mot marknadsföring och försäljning får kännedom om branschen och dess möjligheter. Många tänker nog att det är en stenåldersbransch och känner inte till att vi jobbar med produktutveckling och säljer våra varor över hela världen.
- Det är väldigt viktigt att arbeta med attityden hos ungdomar. Jag tycker att det finns en attityd både hos ungdomar och allmänhet och i media där vår bransch ständigt är i strykclass jämfört med andra mer klatschiga branscher.
- För den trämekaniska sidan måste man koncentrera sig väldigt mycket på att rekrytera ungdomar att utbilda sig till yrken inom branschen. Jag har just diskuterat med tre nyanställda civilingenjörer och de tycker att vi är väldigt osynliga. Branschens företag måste synliggöra att det finns ett behov av kompetenta medarbetare. Man ska försöka skapa attityder så tidigt som möjligt. I Norr- och Västerbotten finns ett projekt där man erbjuder ”Sveriges bästa PRAO” tillsammans med ”Skogens i skolan”. Målet är att visa eleverna att det faktiskt är ett alternativ att jobba i skogen eller inom skogsindustrin, att det är ett stort och viktigt område.

Bilaga 3 – 9(11)

- Mer fokus på de mindre företagen och deras behov. Hos de stora bolagen finns ju kraft med egna personalavdelningar etc. det har ju inte vi små.
- Sågverksbranschen är ganska splittrad när det gäller synen på utbildning och det finns inte någon utbildning kopplad till sågverksbranschen idag. Jag tror att Skogsindustrierna skulle kunna hjälpa till genom att t ex starta någon form av kompetensnätverk i branschen inom Sverige. Det tror jag vi skulle kunna ha mycket nytta av.
- Jag har läst materialet och tycker att det är bra att frågorna drivs. En viktig sak för oss som driver industri i glesbygd är att kunna attrahera personer som är intresserade av att bo i denna typ av miljö. Det är angeläget att industriklustren i inlandet är attraktiva ur de arbetssökandes synvinkel. Det är en viktig fråga för oss och jag är inte säker på att Skogsindustrierna som branschorganisation jobbar med den. Det är viktigt att de t ex supportar vår lobbying mot kommuner och myndigheter för att göra bygden attraktiv att flytta till.

Fråga 5. Finns det något område där du tycker att Skogsindustrierna bör minska insatserna?

Kommentarer:

- Minska insatserna låter så defensivt, men man kan säkert omfördela resurser från sådant som inte ger så mycket utdelning, men jag vet för lite för att ha någon åsikt.

Fråga 5b. Om JA - Vilket?

Fråga 6. Har Skogsindustriernas verksamhet haft någon betydelse för ert eget företags insatser inom

området kompetensförsörjning?

Kommentarer:

- Inte direkt, men artikeln i Hjärnkraft har varit en positiv sak. Vi var redan igång med ett projekt och stod som exempel. Vi har på sätt och vis blivit tvingade in i det här p g a alla teknikskiften vi haft.
- Nej, det har inte påverkat oss lokalt här på sågen alls.
- Det kan jag inte påstå. Vi har i och för sig antagit en ny kompetensförsörjningsstrategi inom vår affärsgrupp, men den bygger på mycket eget arbete och sunt förnuft. Kanske är den lite influerad av Skogsindustrierna.

Fråga 6b. Om JA - Kan du beskriva hur?

Öppna svar:

- Vi håller på att ta fram en ny kompetens- och rekryteringspolicy och där har vi väl fått lite impulser från Skogsindustrierna.
- Den information man fått har gjort att man blivit inspirerad att se över sin egen organisation. Vi driver också egna projekt tillsammans med högstadieskolor i området mycket tack vare Skogsindustriernas information.
- Vi har fått kontakter genom t ex Framtidsresan där vi varit med på gymnasiet.

Fråga 7. Skogsindustriernas kompetensförsörjningskommitté går från och med 2005 in i en ny programperiod om tre år. Hur tror du att kompetensförsörjningsfrågan kommer att utvecklas inom ert företag under de kommande tre åren. Kommer den att bli viktigare, vara lika viktig eller bli mindre viktig?

Fråga 7b. Kan du beskriva varför du tror att kompetensförsörjningsfrågan kommer att utvecklas i denna riktning?

Öppna svar:

- Det beror på de förändringar som sker i både teknik och arbetssätt och inte minst de krav som finns från myndigheter.
- Vi är styrda av marknaden och marknadens krav bara växer och då måste vi höja kompetensen för att hänga med i kraven. Man måste också bli effektivare, idag är det bara 1/3 så många anställda som för tio år sedan och det krävs högre kompetens på färre anställda.
- En nyinvestering gör att vi behöver ett rejält lyft när det gäller kompetensen hos personalen i sågen.
- Vi står inför en stor investering och vi jobbar aktivt med kompetensutveckling av vår egen personal kopplat till denna.
- Det sker en snabb teknisk utveckling och då måste vi förbättra kompetensen hos de medarbetare vi har. Dessutom är medelåldern hög och vi behöver fylla på kompetensen också av det skälet.
- Frågan blir viktigare för oss på träsidan, vi ligger nog ett antal år efter massa- och papperssidan. Frågan blir nog viktigare för oss relativt sett.
- Vår bransch blir ju mer och mer en processindustri där kraven hela tiden ökar på arbetsledare och operatörer. Det är oundvikligt. Vi kan inte driva en industri med människor som inte behärskar datorer och processerna.
- Dels av åldersskäl och dels av utvecklingsskäl. Vi har under de senaste åren fokuserat på att få in en bredd i kompetensen – flera tjejer i organisationen, utbildningsmässigt, åldersmässigt, personmässigt....
- Vår organisation utvecklas hela tiden. Tidigare har vi varit ganska traditionella, men utvecklingen går fortare nu. Det gör att vi måste arbeta med de här frågorna mer och mer.
- Vi måste lyfta blicken och se hur marknaden fungerar, hur vi ska organisera vår verksamhet. Det kräver nya kunskaper och insikter.
- Kompetensförsörjning är alltid viktigt. Ungdomen måste få upp intresset för branschen. Det är många som har negativa förutfattade meningar om denna industri, men man vet egentligen inte vad det innebär att jobba på ett sågverk.

Är det något du tycker vi har missat? Är det något du vill tillägga?

- Det jobb man gör nu fokuserar på att höja kompetensnivån och det är rätt tänkt. Frågan är hur mycket man jobbat med de mjuka delarna av kompetensen, det vet inte jag, men den biten är viktig. Att lyfta upp de mjuka parametrarna för att få en fungerande organisation – hur fungerar människor i olika situationer, hur ska man bemöta folk, vad kan man utveckla hos sig själv och sin personal. Man kanske skulle fokusera på att stimulera insatser för att utveckla även dessa bitar.
- Jag vet inte speciellt mycket om kompetensförsörjningskommittén. Vem sitter i kommittén, hur jobbar de? De har inte marknadsfört sig speciellt!
- Jag vet ganska lite om hur många som är involverade i arbetet och hur man jobbar inom organisationen.
- Det jag vill tillföra är att det stora antalet sågverk och hyvlerier upplever att vi försvinner i den stora mängden. Jag har tagit del av informationen om de olika kampanjerna, men vi känner oss inte riktigt hemma här. I alla fall inte i södra och mellersta Sverige. Framtidsresan och Verkstadsindustriernas Tekniktåg är jättebra och kraftfulla satsningar och man väcker intresse, men sedan försvinner det från dagordningen i skolan. Det blir en tillfällig uppräckning, men vi saknar en uppföljning. Den måste komma in i rätt tid, t ex när de ska välja inriktning.

Bilaga 3 – 11(11)

- Det är angeläget att vi som är glesbygds- och inlandslokaliserade uppmärksammas – att insikten om vår problematik finns. Det gäller att locka tillbaka ungdomar som studerat hem igen och de tror jag inte kommittén jobbar så mycket med.
- För ca 10 år sedan fick vi hjälp av Träutbildningscentrum att göra en ordentlig kartläggning av utbildningsnivån i företaget och utifrån det gjorde vi tillsammans med varje arbetsledare en utbildningsplan med den anställde och en utbildningsdatabas. Det tror jag att många företag skulle vilja ha hjälp med. När vi fått det strukturerat har vi kunnat budgetera mycket bättre för utbildning och har kunnat satsa riktigt på det. Det hade vi ju aldrig gjort om vi inte riktigt visste vad vi hade och vart vi ville. Bland personalen har det också varit väldigt uppskattat. Ett litet företag tror jag kanske skulle behöva lite push och lite hjälp att komma igång. Kanske kan man ta fram något enkelt verktyg med någon enkel databas så att man sätter in de här uppgifterna på ett strukturerat sätt. Vi spann också vidare på det för vi fann ju att en stor del av vår okunskap egentligen fanns mellan avdelningarna. Ett informationsglapp. Då utgick vi ifrån databasen och gjorde en plan för varje anställd där tanken var att man skulle åka med några timmar med en truckförare, om man jobbade i sågen skulle man vara en eller två dagar i justeringen. Kanske två timmar åt gången vid varje arbetsmoment, kanske inte för att lära utan för att mera se och förstå att om jag gör det felet blir det här problemet i nästa steg och få bort det här med Vi och Dom.
- De senaste tre åren har vi också kört en träutbildning på 16 veckor tillsammans med arbetsförmedlingen, det är 10 st som går en träutbildning och vi har haft ett jätteintresse. I fjol var det 178 sökande till de 10 platserna. Det är Lernia som har uppdraget från arbetsförmedlingen som i sin tur anlitar Träutbildningscentrum.
- Jag tycker att det är viktigt att vi är synliga lokalt så att ungdomar ser att det finns möjligheter i branschen. En motpol till alla mörka rubriker om industrijobb som flyttar till låglöneländer. Kommittén kan komma med idéer till hur man kan komma i kontakt med skolor och kanske idrottsföreningar där man kan påverka yngre människor.
- Jag tror att det är viktigt att det sker någon slags samordning och någon som samlar in resultat och erfarenheter. Att det finns någon som är ”spindeln i nätet” som faktiskt vet vad som händer och har överblick, någon man kan kontakta för att få information. Någon som kan överbrygga kulturskillnaderna mellan forskning och industri. Göra resultaten konkreta och lättbegripliga. Kunskap finns på så många ställen men den kommuniceras inte särskilt bra. Vi har inte tid att läsa en massa rapporter utan vill ha konkret och lättbegriplig information.

Medverkande

Massa- och pappersindustri:

Namn:	Befattning:	Företag:
Håkan Andersson	Personaldirektör	SCA Forest Products
Jonas Berndtsson	Personalchef	Stora Enso Hylte
Gunnar Elgesjö	Personalchef	Iggesund Paperboard
Torbjörn Joghed	Platschef	Billerud Gruvön
Peter Kinell	VD / Platschef	M-Real Sverige / Husum
Tommy Möller	Produktionschef	Stora Enso Skutskär
Håkan Molden	VD	Stora Enso Fors
Maria Magnesjö	Personalchef	Södra Cell Mörrum
Elisabet Olin	Communications Manager	Billerud
Grete Solvang Stoltz	Personalchef	SCA Packaging Munksund
Åke Westberg	Produktionsdirektör	SCA Östrand
Magnus Wikström	Utvecklingschef	Korsnäs

Sågverksindustri:

Namn:	Befattning:	Företag:
Anders Andersson	Marknadschef	Jämtlamell Industri
Carl-Gustav Andersson	VD	JGA
Ulf Bergkvist	VD	Bergkvist-Insjön Trävaru
Nils Bergström	Sågverkschef	Stora Enso Kopparfors sågverk
Olof Martinson	Produktionschef	Martinsons Trä
Björn Nedin	Sågverkschef	BooForssjö, Forssjösågverk
Peter Norrman	Personalchef	Södra Timber
Katarina Palm	Personalutvecklingsansvarig	Stora Enso Timber
Per-Olof Salling	VD	Karl Hedin sågverk i Karbenning och Krylbo
Pär-Mikael Samuelsson	Sågverkschef	SCA Timber, Rundvik sågverk
Mats Sigvant	VD	Moelven, Norsälvens sågverk
Karl-Johan Taavo	Platschef	Setra group, Seskarö sågverk