



Handbok för strategisk kompetensförsörjning

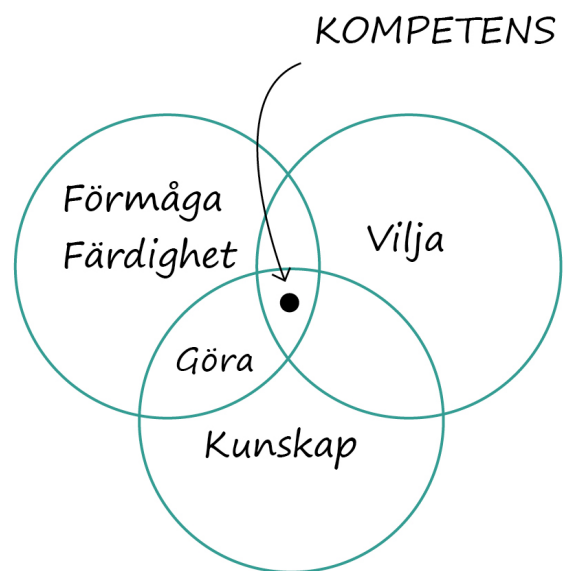
I den här handboken har vi samlat tips, information och verktyg kopplat till strategisk kompetensförsörjning. Vi hoppas att den kommer vara till nytta för dig och ditt företag i ert fortsatta arbete med kompetensfrågorna.

Att synliggöra kompetens

Hur värderar man kompetens? Ibland har en person färdigheter som det inte riktigt går att ta på, som till exempel social kompetens. Eller så kan en person ha mer praktiska färdigheter, utan att de för den sakens skull finns nedskrivna någonstans. I det här avsnittet har vi samlat information och verktyg om hur man kan synliggöra och bygga vidare på befintlig kompetens.

Vad är kompetens?

Kompetens kan förklaras som förmågan, färdigheten och viljan att utföra en uppgift. Först behöver du kunskapen. Men du behöver även ha förmåga och färdighet att göra något med din kunskap. Och för att lyckas med det behöver du ha vilja och motivation för att ta till dig kunskapen och lära dig att ställa om den till ett görande. Först då finns kompetensen.





Hard skills & soft skills

Man brukar prata om hard skills och soft skills i rekryteringsprocesser eller i skattningar av medarbetarnas kompetens. Men vad är egentligen skillnaden?

Hard skills = faktisk kunskap

- T ex. kunskap om ett system, språk, matlagning
- Kunskap som kan läras ut och ofta certifieras
- Kunskap som behöver fyllas på/utvecklas regelbundet

Soft skills = kognitiva färdigheter

- T ex. kreativt tänkande, problemlösning, ledarskap
- Kompetens som är svårare att lära ut och kvantifiera
- Soft skills utvecklas ständigt och fler och fler arbetsgivare anställer på detta – vilja, förmåga och attityd anses ofta mer värdefullt än teknisk kunskap

Självskattning – verktyg

Att kartlägga sin egen kompetens kan öka engagemanget hos medarbetaren och är även ett sätt för arbetsgivaren att synliggöra den kompetens som finns i organisationen och följa den över tid – något som är bra inför till exempel beställningar av utbildningar för personalen eller inför en rekrytering. Självskattning bygger på ett antal frågor som medarbetaren själv eller tillsammans med chefen svarar på för att få en bild av sin egen kompetens.

[Kolla in Arbetsförmedlingens självskattningsformulär här >](#)

Validering – verktyg

Inom hotell- och restaurangbranschen är det många som saknar papper på sin kunskap. Genom att validera sina färdigheter kan man omvandla det man lärt sig genom praktiskt arbete till ett skriftligt kunskapsbevis. Det synliggör också vilken kunskap man kanske behöver bygga på med. UHR har en metod för validering som är speciellt framtagen för branschen.

[Läs mer om UHR:s yrkesvalidering här >](#)



Framtidens kompetens

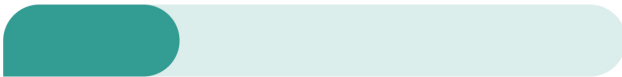
Vilka kompetenser blir viktiga i framtiden? Det är såklart omöjligt att veta säkert, men enligt en trendspaning som analysföretaget Kairos Future genomfört på uppdrag av projekt Besökskraft blir soft skills så som problemlösningsförmåga, flexibilitet och social kompetens allt mer eftertraktat hos arbetsgivare. Även teknisk kompetens spås bli åtråvärt. När vi frågade våra deltagande företag på ett av våra kompetensevent angav dock 78 % av deltagarna att de värderar social kompetens högre än teknisk kompetens.

Så tyckte deltagarna

Social kompetens



Teknisk kompetens



– JENNIE HESSLÖW, VD

”Våren 2020 insåg vi att vi behövde verka på nya sätt. Då föddes idén om en playkanal för Sala Silvergruva, och digitaliseringen av vår besöksupplevelse var ett faktum. I framtiden krävs nya kompetenser, och numera analyserar vi kontinuerligt vårt kompetensbehov och uppmuntrar våra medarbetare att vara aktiva i sin egen kompetensutveckling.”



SWOT-analys – verktyg

SWOT är en av de mest kända metoderna för att analysera organisationer. Det är en enkel men väldigt användbar modell som på ett tydligt sätt hjälper dig att identifiera styrkor, svagheter, hot och möjligheter inom organisationen. Att ha koll på ditt företags SWOT är bra när du sätter mål och vidare analyserar verksamheten, liksom när du ska planera för vilken framtida kompetens ni behöver.

En mall för SWOT finns i extramaterialet.

PESTLE-analys – verktyg

PESTLE är en form av omvärldsanalys. Att ha koll på omvärlden, och marknaden och hur den kan komma att förändras är viktigt för att få en uppfattning om framtida kompetensbehov. Den fungerar ofta som ett sätt att fortsätta analysera faktorerna i en SWOT-analys och hjälper dig att identifiera externa faktorer som påverkar ditt företag: politiska, ekonomiska, sociala, teknologiska, juridiska och miljömässiga.

En mall för PESTLE finns i extramaterialet.

GAP-analys – verktyg

En GAP-analys är till för att förstå hur organisationens situation ser ut idag och hur man vill att den ska se ut i framtiden. Genom att identifiera och konkretisera ”gapet” eller luckan mellan den nuvarande och den optimala verksamheten kan man även hitta vägar för att överbygga luckan. Analysen kan användas för att identifiera kompetensbehov.

En mall för GAP finns i extramaterialet.

Kompetensanalys – verktyg

När du har koll på styrkor, möjligheter, hot och hinder, påverkansfaktorer och kort- och långsiktiga mål för ditt företag är det lättare att identifiera vilka kompetenser som behövs. En enkel kompetensanalys kan hjälpa dig att få en överblick över kompetenser som redan finns eller som saknas. Utifrån det kan du göra en plan för kompetensutveckling och framtida rekrytering.

En mall för kompetensanalys finns i extramaterialet.



Att attrahera kompetens

När man har fått koll på vilka kompetenser som behövs i företaget, är man klar då? Nja, så enkelt är det inte riktigt. Personer med den kompetens som du letar efter måste ju också vilja jobba på ditt företag. För att attrahera nya medarbetare och behålla duktig personal måste alla organisationer jobba aktivt med sin image som arbetsgivare. Det kan handla om hur man kommunicerar med framtida medarbetare, om förmåner och personalvård eller om hur man tar hand om sina nyanställda. Men arbetsgivarvarumärket är lika mycket något som medarbetarna själva bär med sig. Medarbetare ska vara goda ambassadörer för ditt företag (eller för branschen) och känna att de kan rekommendera ditt företag som arbetsgivare.



– ANNA LAGNSTRÖM, HR-PARTNER

Arbetsgivarvarumärket, arbetsgivar- märket eller employer branding?

Kärt barn har många namn. Ovan begrepp betyder alla samma sak och handlar om hur företaget jobbar med att utveckla sitt varumärke som arbetsgivare. Syftet är att attrahera, rekrytera och behålla rätt medarbetare, men även att vårda relationen med tidigare medarbetare. Du vill ju inte att en före detta anställd ska prata om hur dåligt, tråkigt eller orättvist det var när hen jobbade på ditt företag, eller hur?

”För oss på Östgöta kök är arbetsgivarvarumärket jätteviktigt. Vi jobbar mycket med **fördomsfri rekrytering** och det är något som jag tror stärker vårt varumärke. Vi är noga med ordval i våra rekryteringsannonser, så att vi inte utesluter någon kandidat och vi testar gärna nya kanaler och metoder för att nå fler potentiella medarbetare.”



Morgondagens medarbetare

Vad värdesätter den yngre generationens medarbetare hos en arbetsgivare? Enligt generationsexperten Anders Parment lägger dagens unga mindre vikt vid hög lön och status utan och mer vikt vid att det man jobbar med är något man är intresserad av. Han menar också att för att besöksnäringen ska bli mer attraktiv att jobba i behöver det finnas fler olika och tydligare karriärvägar och man behöver jobba mer med social hållbarhet.

Branschkode – verktyg

Hotell- och restaurangfacket och Visita har samlat branschens bästa verktyg, mallar och checklistor för framgångsrikt personalarbete. Med branschkode kan du som chef eller ledare få stöd i din arbetsvardag. Ta hjälp av branschkode när du ska ta hand om en nyanställd, när du håller i personalmöten eller när du ska ge konstruktiv feedback. För att få tillgång till branschkode behöver du vara medlem.

Handled som ett proffs – verktyg

Skolverket har tagit fram en webbaserad handledar-utbildning som är perfekt för dig som ska handleda en elev under en praktikperiod, men även för dig som ska introducera en nyanställd.

[Läs mer om Skolverkets handledarutbildning här >](#)

CASE: Off-boarding i världsklass

Våren 2020 tvingades Scandic Hotels till att säga upp hälften av koncernens personalstyrka. Trots uppsägningarna har de klättrat på listor över attraktiva arbetsgivare och även prisats för sin effektiva omorganisering och förändringsledning under pandemin.

”Där och då bestämde vi oss: vi skulle ha en off-boarding i världsklass”, berättar Åsa Dammert, HR-direktör på Scandic.



– ÅSA DAMMERT, HR-DIREKTÖR



Att forma kompetens

En väl fungerande samverkan mellan bransch, utbildningsanordnare och branschföreträdare är en viktig nyckel för att lösa kompetensbristen inom besöksnäringen. Genom att kravställa utbildningar, ta emot elever för praktik eller delta i mässor och samverkansmöten kan ditt företag vara med och forma framtidens kompetens. Att stärka branschens långsiktiga kompetensförsörjning är inte något som en enskild aktör kan göra, utan här är vi flera som måste jobba tillsammans för att få till en förändring. I det här avsnittet har vi samlat tips på verktyg och inspirerande exempel på god samverkan mellan skola och näringsliv.



CASE: Internationellt samarbete

Färna Herrgård i Skinnskatteberg tar varje år emot franska gymnasiestuderande för praktik. Samarbetet startade som en del i ett utbytesprogram mellan en lokal gymnasieskola och det franska gastronomi- och hotellgymnasiet École hôtelière Sacré-Coeur, men nu driver herrgården och den franska skolan vidare det lyckade samarbetet på egen hand.

Färna Herrgård &
École hôtelière
Sacré-Coeur



CASE: Undervisning på hotellet

Sedan hösten 2021 har hotell- och turismprogrammet på Virginska gymnasiet sina praktiska delar av utbildningen på Elite Stora Hotellet i Örebro. Det är lärarna på Virginska som håller i undervisningen, men istället för att vara i ett klassrum och öva får eleverna vara ute i verkligheten.

Virginska
gymnasiet &
Elite Hotel



Certifiering av gymnasieutbildningar – verktyg

För att säkra att gymnasieutbildningarna inom besöksnäringen fortsätter att vara attraktiva, branschnära och drar åt samma håll har bransch- och arbetsgivarorganisationen Visita utvecklat en kvalitetssäkringsmodell. Den bygger på ett nära samarbete med besöksnäringen så att elever som utbildar sig inom branschen lär sig det som faktiskt är aktuellt och efterfrågat av företagen.

[Här kan du läsa mer om Visitas certifieringsmodell och hur företag kan vara med och påverka >](#)

CASE: Lärlingsutbildning leder till anställning

Eleverna på Realgymnasiet i Linköping får lära sig yrket direkt av yrkesverksamma handledare på Nordic Choice. Lärlingsutbildningen är framtagen i nära samarbete mellan hotellkedjan och flera skolor i Sverige. Eleverna är garanterade en provanställning på det lokala hotellet i sex månader efter examen.



Realgymnasiet
& Nordic Choice

Påverka YH-utbildningarna – verktyg

Visste du att företag inom besöksnäringen kan "beställa" utbildningar som de ser är relevanta för branschens kompetensförsörjning? Yrkehögskolans modell bygger nämligen på samverkan med branschen och ska spegla branschens behov.

[Du hittar kurser för besöksnäringen på YH:s webbplats >](#)