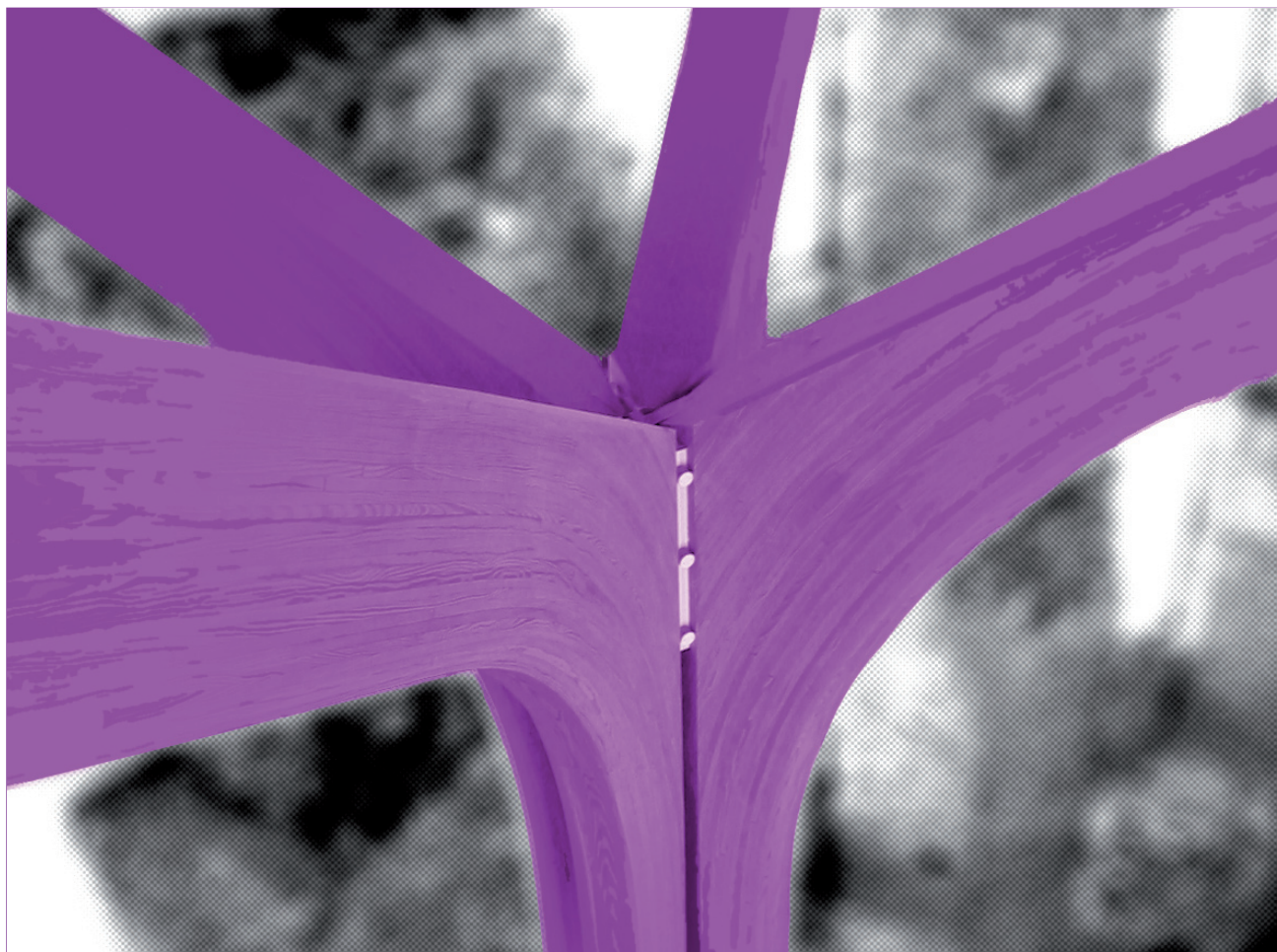

AT ANVENDE ANALYSER TIL STRATEGISK KOMPETENCEUDVIKLING

- Erfaringer fra kompetencecentrenes udviklingsprojekter



Teknologisk Institut

Erhvervsudvikling

Gregersensvej

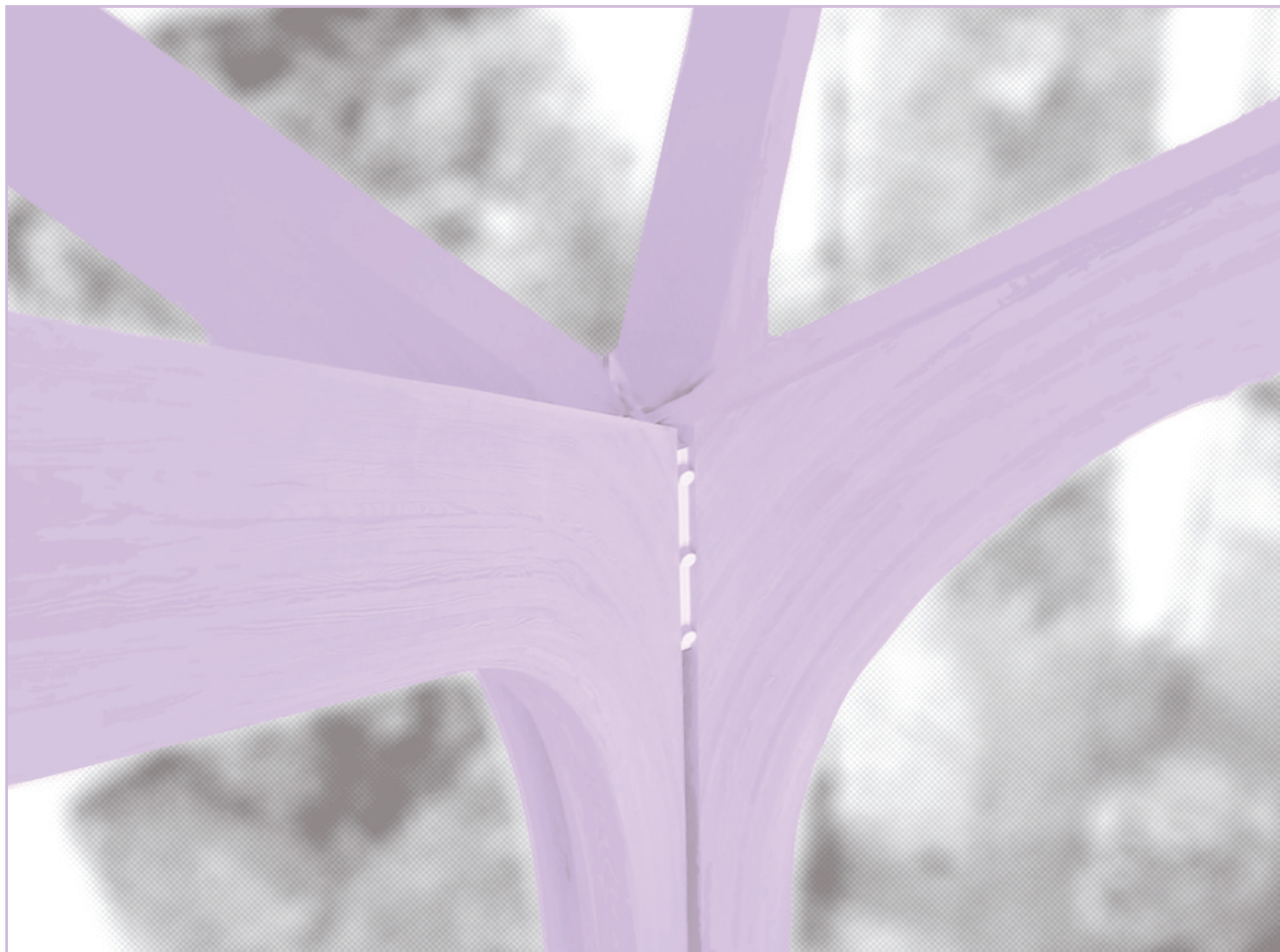
2630 Taastrup

Maj 2007

ISBN: 978-87-90489-89-2

AT ANVENDE ANALYSER TIL STRATEGISK KOMPETENCEUDVIKLING

- Erfaringer fra kompetencecentrenes udviklingsprojekter



DE GODE EKSEMPLER SKAL DANNE SKOLE

Forord ved kontorchef Peter Høier, Kontor for livslang læring, Undervisningsministeriet

Undervisningsministeriet har etableret femten regionale kompetencecentre med støtte fra Den Europæiske Socialfond. Formålet med de regionale kompetencecentre er at forbedre samspillet mellem uddannelsesinstitutioner og virksomheder. Projektet skal desuden bidrage til den livslange opkvalificering af især de kortuddannede. Det kræver nytænkning og nye værktøjer. Erfaringerne fra projektet skal derfor omsættes, udbredes og anvendes i praksis. Og det kræver viden om, hvad der virker. Derfor har Undervisningsministeriet taget initiativ til, at udviklingsarbejdet på de regionale kompetencecentre dokumenteres i seks tematiske pjecer.

Som led i kompetencecenterprojektet udvikles og afprøves der nemlig en række nye metoder og modeller til samspil med virksomheder, analyser af uddannelsesbehov, kompetenceafklaring og vejledning af kortuddannede, samarbejde mellem uddannelsesinstitutioner og kompetenceudvikling af uddannelseskonsulenter og lærere. Alt sammen store aktuelle udfordringer i forhold til den danske voksen- og efteruddannelsesindsats.

Vi har gennem det seneste år set mange gode eksempler på kompetencecentrene, og de skal frem i lyset. Hvis de i Esbjerg har fundet formelen til samarbejde med de små og mellemstore virksomheder, kan det give et løft til indsatsen i København. Hvis de har knækket koden for det gode institutionssamarbejde i Slagelse, kan succesen måske overføres til Aalborg.

God praksis kan ikke altid sættes på formel, men den kan dokumenteres og gøres tilgængelig. Og den kan herigennem inspirere. Med de seks pjecer er det mit håb, at de gode eksempler kan blomstre og den gode praksis spire. God læselyst.

Peter Høier



INDLEDNING

Analyser kan være et vigtigt redskab i uddannelsesinstitutionernes arbejde for at understøtte strategisk kompetenceudvikling på små og mellemstore virksomheder.

Men mange uddannelsesinstitutioner er i tvivl om hvordan analyser kan bruges.

Formålet med denne pjece er at give inspiration til, hvordan arbejdet med analyser kan gribes an. Inspirationen er hentet fra kompetencecentrenes erfaringer og gode eksempler i forbindelse med udviklingsarbejdet.

Fokusområder

Pjecen sætter fokus på forhold, der er centrale for anvendelse af analyser som et redskab til strategisk kompetenceudvikling.

Udvælgelsen af fokusområder er udsprunget af diskussioner og videndeling på de tematiske netværk, der er blevet afholdt som en del af projektet.

I pjecen vil anbefalinger og opmærksomhedspunkter blive skitseret, sådan som de har relation til disse centrale fokusområder:

- Hvorfor analyser?
- Afklaring af vidensbehov
- Modeller for indhentning af viden
- At benytte eksisterende analyser
- At gennemføre egne analyser
- At få andre til at gennemføre analyser for sig
- At gennemføre analyser i samarbejde
- Omsætning af resultater til praksis
- Formidling af analyser og viden

Pjecens struktur

De ovenstående fokusområder strukturerer pjecens indhold.

Formidlingen af de gode erfaringer, ideer og opmærksomhedspunkter sker gennem en række tekstbokse.

HVORFOR ANALYSER?

Begrebet analyser har for nogle en tung og kedelig klang. Analyser er for dem store tunge kvantitative undersøgelser hvor enkle forhold kompliceres.

Det er selvfølgelig en misforståelse. En analyse er en måde at strukturere indsamling og bearbejdning af data og viden på, så den kan håndteres og være udgangspunkt for beslutninger om handling.

At have analyseret et område før man handler kan betyde, at man kan gå mere målrettet efter den formentlig bedste løsning.

Selvom det er ressourcekrævende at gennemføre eller få gennemført analyser, kan det betyde, at der senere kan spares ressourcer ved at aktiviteterne bliver mere målrettede.

Kort sagt kan analyser anvendes med forskelligt sigte til en lang række formål eksempelvis ved at:

- styrke grundlaget for beslutninger
- være et middel til at møde kundekrav f.eks. gennem kortlægning af behov for kompetenceudvikling og efteruddannelse.

Det har været en af de centrale ideer i udviklingsprojektet, at kompetencecentre skal blive bedre til at benytte sig af analyser. Og rigtigt mange kompetencecentre har grebet stafetten.

Kompetencecentre har fået gennemført både kvalitative analyser (f.eks. interview i virksomheder og med nøglepersoner) og kvantitative analyser (f.eks. spørgeskemaundersøgelser og større undersøgelser baserede på telefoninterview). Nogle kompetencecentre har selv gennemført analyserne; andre har benyttet sig af eksterne leverandører til enten hele eller dele af analysen.

Kompetencecentrenes erfaringer peger på, at analyser kan anvendes til at understøtte en strategisk udvikling på flere niveauer.

Anvendelse af analyser i relation til regionsniveauet

Veldokumenterede analyseresultater kan være et vigtigt bidrag til diskussioner i de regionale netværk. Ét af kompetencecentrene beskriver deres udbytte af en gennemført analyse således:

“Vores kompetencecenter havde som satsningsområde at sætte særligt fokus på underleverandører inden for medicobranchen. Analysen fik åbnet vores øjne for, at der i vores region var langt flere virksomheder inden for denne kategori end vi havde troet, og at det var andre end elektronik og industri og f.eks. rengøring og service.

På baggrund af analysen har vi således fået udvidet vores kendskab til den lokale erhvervsstruktur, og ved nu hvem vi skal gå målrettet efter at skabe øget samarbejde med. Samtidig kan vi bruge analysen som indlæg i diskussionerne i regionen, når det gælder de fremtidige behov i vores region og prioriteringer af indsatsområder fremover.”

Anvendelse af analyser som led i den interne strategiske udvikling på kompetencecentret

Flere kompetencecentre har benyttet sig af analyser som led i udviklingen af den interne forretningsstrategi. Kompetencecentrenes erfaringer med at anvende analyser med dette fokus beskrives blandt andet som nedenfor:

“Analysen gav os et bedre overblik over virksomhedernes uddannelsesbehov. Det har givet mere gejst på skolen og stillet nogle udfordringer til, at vi skal arbejde sammen på tværs af institutionerne og på tværs af funktionerne som uddannelseskonsulent, faglærere, virksomhedskonsulent og sælger”

“Ud af den analyse vi har fået gennemført, har vi fået en række anbefalinger og forslag til hvordan vi i kompetencecentret skal blive bedre til at håndtere samarbejdet med SMV’erne – anbefalinger og forslag, som vi konkret kan arbejde videre med.”

Anvendelser af analyser over for virksomhederne

Analyser kan også bruges som en indgang til virksomhedskontakten på flere måder: Både ved at invitere sig indenfor og få viden om en virksomhed i forbindelse med selve gennemførelsen af analysen, og ved at bruge analyseresultater som et oplæg til en snak om, hvordan fremtiden tegner sig for den konkrete virksomhed.

Direktører og ledere i små og mellemstore virksomheder kan have en kort horisont på udviklingen. Resultater fra analyser kan bruges til at understøtte og perspektivere virksomhedens virkelighedsopfattelse. Kan de eksempelvis genkende de tendenser, som analysen har afdækket?

Analyser kan i det lys være nyttige som 'dokumentation' af uddannelsesbehov, argumentation for nødvendigheden af strategisk uddannelsesplanlægning og/eller markedsføring af de muligheder, som et samarbejde med kompetencecentret åbner op for.

Analyser kan samtidig være med til at ændre perspektivet på virksomhedernes behov.

NÅR ANALYSER GIVER PERSPEKTIVSKIFTE

Et af kompetencecentrene fortæller om deres erfaringer:

"Vores analyse har vist nogle andre resultater end vi havde forventet. Vi troede, at virksomhederne efterspurgte teknisk-faglige kompetencer til medarbejderne. Det har vist sig, at det slet ikke er dét de vil have. Tværtimod pegede analysen på, at virksomhederne havde fokus på holdningsbearbejdning. Det blev nogle andre uddannelsesbehov, der skulle sættes fokus på."

OPMÆRKSOMHEDSPUNKT!

Kompetencecentrenes erfaringer tydeliggør, at analyseresultater kan stille et kompetencecenter over for en række udfordringer.

Når virksomhedernes behov og efterspørgsel efter traditionel, fagteknisk holdundervisning falder, vil det medføre nye krav til underviserne. De skal i langt højere grad kunne coache og være proceskonsulenter - og det er ikke en udvikling, der bare sker fra fredag til mandag.

AFKLARING AF VIDENSBEHOV

Før man kaster sig ud i planlægning og gennemførelse af en analyse, er det vigtigt at gøre sig klart, hvad der er begrundelsen for og formålet med analysen.

OPMÆRKSOMHEDSPUNKT!

Det er helt centralt og afgørende for udbyttet af de kræfter og ressourcer, der lægges i arbejdet, at sikre fokusering af videnssøgningen og analyseaktiviteten.

Helt grundlæggende er det vigtigt at få afklaret, hvad det er for vidensbehov man har.

Som et led i præciseringen og fokuseringen af vidensbehovet indgår blandt andet overvejelser om niveauet og temaerne for analysen.

Eksempler på analysetemaer kunne være:

Demografi: Hvordan ser køn og alderssammensætningen ud inden for de offentlige arbejdspladser i vores region?

Brancheudvikling: Hvad karakteriserer branchen i dag, og hvad er f.eks. forventningerne til den teknologiske udvikling? Sker der ændringer i værdikæderne, der får betydning for kravene til virksomhederne?

Virksomhedsniveau: Hvilke ønsker har medarbejderne til kompetenceudvikling, og hvilke læringsformer foretrækker de?

Enkeltmedarbejdere: Hvilke medarbejdere kunne være interesserede i midlertidigt at flytte arbejdsplads til søsterafdelingen, og under hvilke forudsætninger?

GODE SPØRGSMÅL TIL AFDÆKNING AF VIDEN

Nedenfor er en række spørgsmål, der kan være nyttige at stille sig selv og hinanden forud for en planlægning og gennemførelse af en analyse:

- Hvad mangler vi viden om?
- Hvad skal undersøgelsen kunne udtale sig om?
- Hvilket niveau af viden har vi brug for
 - hvilket detaljeniveau skal vi gå efter
 - er det eksempelvis overblik eller dybdeviden, der er brug for?
- Hvilket sigte har undersøgelsen
 - kort sigt: eksempelvis afklaring/kortlægning af en aktuel tendens
 - lang sigt: fremadskuende pejling på eksempelvis uddannelsesbehov eller brancheudvikling.

MODELLER FOR INDHENTNING AF VIDEN

Når man har gjort sig klar hvilken viden man har behov for, er næste skridt at overveje, hvordan man kan indhente den nødvendige viden.

Der er flere modeller, som kan overvejes. I denne sammenhæng vil blive nævnt fire, der vil blive behandlet nærmere i de følgende afsnit:

- At benytte eksisterende analyser
- At gennemføre egne analyser
- At få andre til at gennemføre analyserne for sig
- At gennemføre analyser i samarbejde

Valget af model skal vurderes i forhold til en række forudsætninger på uddannelsesinstitutionerne, både hvad angår kompetencer, ressourcer og tidsanvendelse til både planlægning, gennemførelse og anvendelse af analyserne.

Ofte vil det vise sig nyttigt at tænke i mulighederne for at kombinere flere af modellerne.

GODE RÅD TIL VALG AF MODELLER FOR VIDENSINDHENTNING:

Det anbefales altid at lægge ud med en screening af eksisterende viden på det område, man har valgt at fokusere på.

Det kan være med til at kvalificere ens egen undersøgelse - og kan af og til spare en del kræfter og muliggøre en øget fokusering af ens egen indsats - hvis man opdager, at en del af den nødvendige viden allerede foreligger.

Ofte vil det vise sig nyttigt at tænke i mulighederne for at kombinere flere af modellerne.

Hent inspiration fra en international undersøgelse og suppler den med enten en spørgeskemaundersøgelse i jeres egen region - eller et fokusgruppeinterview med virksomhedsrepræsentanter inden for målgruppen for resultaterne.

AT BENYTTE EKSISTERENDE ANALYSER

Hvor finder man analyserne?

Det kunne jo tænkes, at man ikke er de første til at stille sig netop det bestemte spørgsmål, der ligger bag ens ønske om gennemførelse af en analyse. Med andre ord kan det være, at den ønskede viden allerede eksisterer. Det handler bare om at finde den.

SØGETIPS - HER KAN DU FINDE RELEVANTE ANALYSER

Lokaliser parter, der kunne have interesse i samme spørgsmål, og led hos vigtige aktører:

- Ministerier
- Erhvervsorganisationer
- Faglige organisationer
- Internationale organisationer
Find vidensbanker - og led hos:
- Universiteter og lokale forskningsmiljøer
- Forskningsinstitutioner
- Centrale, lokale aktører - eksempelvis beskæftigelsesråd og væksthuse

Husk de internationale undersøgelser

Erfaringerne fra projektet viser, at en del af kompetencecentrene har svært ved at skulle forholde sig til større europæiske studier.

Der er dog al mulig grund til at gøre en indsats for at udnytte den viden, der bliver indsamlet også på dette mere overordnede niveau.

Eksempelvis kan sektor- og brancheanalyser, der tegner linierne for udviklingen i Europa, være gode at lade sig inspirere af. De tendenser, der slår igennem i Europa, vil med stor sikkerhed få betydning herhjemme.

Muligheden ligger der altså for at kunne være lidt på forkant med en udvikling, som virksomhederne herhjemme med stor sandsynlighed vil blive berørt af, enten direkte eller gennem kunder og underleverandører.

CODE INTERNATIONALE KILDER

På EU-niveau er de analyser, der er gennemført af European Monitoring Centre on Change (EMCC) i Dublin, nogle af de nemmere tilgængelige sektorstudier. Det er samtidigt meget relevante studier, fordi de alle har et fremtidsperspektiv:

http://eurofound.europa.eu/emcc/indexes/emcc_dossier_date.html

Derudover gennemføres der også under EUs uddannelsesprogram Leonardo da Vinci løbende kvalifikationsstudier inden for sektorer: http://ec.europa.eu/education/programmes/leonardo/news_en.html

Hvordan anvender man eksisterende analyser?

Informationer, der kommer fra andre kilder end ens egne målrettede undersøgelser, er ofte kendetegnede ved, at struktur, form og fokus sjældent er direkte målrettet udvikling af uddannelser eller det faglige eller geografiske område der i udgangspunktet er i centrum for ens egne interesser.

Allerede eksisterende analyser kan derfor sjældent forventes at give direkte svar på alle jeres specifikke spørgsmål - men det kan være et vigtigt videnssupplement, og være med til at præcisere jeres egen analyse. Det var været den konkrete oplevelse for flere kompetencecentre. Samtidig er det vigtigt at forholde sig kritisk til baggrund og indhold før anvendelse af andres analyser.

GODE ERFARINGER MED ANVENDELSE AF EKSISTERENDE ANALYSER

Et kompetencecenter, der har haft succes med at bruge eksisterende analyser i deres eget arbejde:

"Vi har lavet en analyse, hvor vi har gennemgået de analyser, der allerede var lavet for vores region vedrørende uddannelse, arbejdsmarked og SMV'er. Nogle af resultaterne har vi kunnet bruge direkte i kompetencecentrets arbejde."

EKSEMPLER PÅ OVERVEJELSER OG VALIDERING AF EKSISTERENDE UNDERSØGELSER:

- Er kilden troværdig?
- Hvad er baggrunden og datagrundlaget for analysen?
- Siger flere analyser det samme - eller er der modstrid i informationerne?
- Hvilket tidsperspektiv har analysen - hvor langt bliver der set frem - og hvad er 'holdbarheden'/forældelseshorizonten på resultaterne?
- I hvilken grad kan resultaterne overføres til vores område (demografisk, geografisk, branchemæssigt m.m.)?
- Skal der suppleres med information og oplysninger fra andre kilder, for at vi har den nødvendige viden, vi var ude efter?
- Hvilken betydning vurderer vi, at resultaterne/tendenserne kan have for virksomheder i vores område?
- Hvilke virksomheder kunne det være interessant at præsentere for resultaterne af analysen?

AT GENNEMFØRE EGNE ANALYSER

En anden mulighed er at gennemføre undersøgelsen selv. Der er mange overvejelser omkring design, planlægning og gennemførelse inden man kaster sig ud i undersøgelsesarbejdet.

For at målrette analysearbejdet er det vigtigt at gøre sig klart, hvad præcist man ønsker at fokusere på. Fokus for undersøgelsen (problemstillingen og vidensbehovet) afgør hvilken tilgang (metode), der skal anvendes.

En overvejelse i relation til metodevalg er, om den nødvendige viden bedst tilvejebringes gennem:

- Spørgeskemaundersøgelse
 - papirbaseret
 - elektronisk spørgeskemaværktøj
- Interviewundersøgelse
 - telefoninterview
 - fokusgruppinterview
 - virksomhedsbesøg
- Casestudier
- Observationsstudie
 - besøg på virksomheder
 - 'praktik' på virksomheder.

En spørgeskemaundersøgelse giver mulighed for at stille en række faste spørgsmål til en udvalgt målgruppe. Denne metode er velegnet til at samle information på et overordnet niveau, fordi der er mulighed for at inddrage et stort antal respondenter. Metoden er omvendt ikke så god til at give dybdegående viden om sammenhænge og helheder.

En af de store fordele ved at vælge interview er netop, at det giver en mulighed for at gå i dybden, og metoden har lettere ved at opfange og afklare helt nye udviklingstendenser og behov. Men metoden er ofte mere ressourcekrævende.

Besøg og observationer kan give værdifulde informationer, der er vanskelige at formidle i skrift og tale - ting der skal ses og opleves for at blive forstået i sin helhed.

GODE IDEER:

- Brug netværket - find ud af hvilke erfaringer dine kollegaer og/eller jeres samarbejdspartnere har med at gennemføre analyser
- Find mere viden om undersøgelsesmetoder på www.kompetencecentre.dk/18781

AT FÅ ANDRE TIL AT GENNEMFØRE ANALYSERNE FOR SIG

Hvis man oplever ikke at kunne finde eksisterende analyser, der opfylder ens vidensbehov, men samtidig ikke vurderer at kunne afse ressourcer til at foretage en analyse selv, kan en mulighed være at entrere med eksterne samarbejdspartnere, der kan forestå analysen.

Man skal i den forbindelse være opmærksom på, hvordan man kvalitetssikrer analysen.

GODE RÅD I FORBINDELSE MED AT FÅ EKSTERNE SAMARBEJDSPARTNERE TIL AT FORESTÅ ANALYSER:

- Vær i tæt kontakt med de eksterne samarbejdspartnere
- Løbende dialog er nødvendig - og skal suppleres af faste møder.
- Deltag i kvalitetssikring/validering af undersøgelsen.

ET KONKRET EKSEMPEL PÅ GENNEMFØRELSE AF EN ANALYSE I SAMARBEJDE MED EKSTERNE SAMARBEJDSPARTNERE

- Kompetencecentret udarbejder bruttolister til virksomhedskontakter inden for udvalgte brancheområder og i henhold til valgte kriterier - eksempelvis virksomhedsstørrelse.
- To telemarketingfirmaer booker møder med virksomhederne.
- Mødeaftalerne med supplerende oplysninger om den enkelte virksomhed overleveres til kompetencecentret
- Kompetencecentret matcher virksomheder og konsulenter og bekræfter aftalerne over for virksomhederne.
- Det tilstræbes, at nogle besøg gennemføres i samarbejde med to konsulenter fra forskellige uddannelsesinstitutioner for at kunne møde en bredere vifte af ønsker og behov fra virksomheden.
- Under besøgene registreres oplysninger i en besøgsrapport, der efterfølgende bearbejdes og formidles elektronisk.
- Kompetencecentret fastlægger, hvilke videre analyser, der skal genereres ud fra rapporterne.

SAMARBEJDE OM ANALYSER

Selv om den strategiske analyse kan være med til at sikre, at uddannelsesinstitutionen bevæger sig i den rigtige retning, kan det være svært at afse og prioritere tid på hver enkelt institution. Det kan derfor være en god ide at gennemføre analyseaktiviteter sammen med andre f.eks. andre regionale uddannelsesinstitutioner, andre aktører eller andre netværkspartnere.

Analysearbejdet kan på den måde også være med til at knytte stærkere bånd til samarbejdspartnere og netværksinstitutioner. Samarbejde med øvrige lokale aktører
Et centralt fokusområde for kompetencecentrene er at etablere eller styrke relationerne med de andre uddannelsesinstitutioner i regionen.

Det sker blandt andet for at imødekomme virksomheders og enkeltpersoners behov for at få overblik over tilbud og muligheder i uddannelsessystemet - særligt set i lyset af, at alle nyere undersøgelser vedrørende VEU viser, at manglende overblik er en stor barriere for efteruddannelse. Samtidig giver de styrkede relationer uddannelsesinstitutionerne en mulighed for at tænke i et bredere samarbejde. Det gælder eksempelvis muligheden for at køre hold sammen - og muligheden for at kunne imødekomme en virksomheds behov - også når det ligger ud over, hvad den

enkelte uddannelsesinstitution kan dække. Dermed kan de enkelte institutioner sammen opnå synergi og bedre ressourceudnyttelse.

ERFARINGER MED ANALYSER I SAMARBEJDE

Et AMU-center fortæller:

"Vi fik gennemført en analyse i vores region sammen med de andre uddannelsesinstitutioner, dvs. Teknisk skole, Handelskolen og VUC. I undersøgelsen skelnede vi ikke mellem 'skolerne', og vi forventede heller ikke, at virksomhederne skelnede mellem os. Det handlede om at høre, hvad deres behov er, og så er det vores opgave efterfølgende at finde de bedste undervisere på de forskellige skoler."

"For at indhente viden og møde potentielle kunder, arbejder forskellige institutioner i et kompetencecenter sammen om at afdække virksomhedsbehov. Social- og sundhedsskolen gennemfører f.eks. undersøgelser sammen med erhvervsuddannelsescentret, der på den måde får et indblik i offentlige arbejdspladser, som de ikke kender så godt."

OMSÆTNING AF RESULTATER TIL PRAKSIS

Når analysen er gennemført, skal resultaterne formidles og bruges. Det gælder for resultater fra analyser som med erfaringer fra projekter - at det først er, når de omsættes og anvendes i praksis, at det rigtigt rykker noget.

Analysen giver forhåbentlig svar på en række spørgsmål 'nogen' har stillet og er ivrige efter at få svar på. Når resultaterne skal operationaliseres, er det vigtigt at præcisere hvem målgruppen er og overveje, hvordan de kan forventes at ville bruge resultaterne.

En central målgruppe er virksomhederne, men også andre aktører - eksempelvis det regionale beskæftigelsesråd - kan have interesse i resultater f.eks. angående demografisk udvikling i regionen eller ændringer i teknologianvendelse på virksomhederne, der kan få betydning for beskæftigelsessituationen.

Også internt på uddannelsesinstitutionen skal resultaterne bruges. Den interne omsætning kan foregå i et samarbejde mellem konsulenter og undervisere, hvor man kobler resultaterne med overvejelser om eksempelvis nye udbud. Der er også eksempler på, at skolens bestyrelse har brugt analyseresultater til strategisk udvikling.

KONSEKVENSER AF ANALYSER PÅ FLERE NIVEAUER

Et AMU-center har gennemført en kvalitativ analyse blandt ti regionstypiske virksomheder.

Analysens resultater viste sig at have konsekvenser på flere niveauer.

Analysen viste eksempelvis, at virksomhederne efterspørger engagerede og motive-rede medarbejdere, som man oplever det er svært at rekruttere. Analysen tydeliggjorde samtidig at produktionen er tilrettelagt på en meget traditionel vis, der ikke lægger op til meget ansvar og medindflydelse. Her ligger derfor en udfordring for virksomhederne.

For uddannelsesinstitutionen gav analysen anledning til refleksion omkring undervisningsform og indhold. Der vil sandsynligvis i fremtiden være mindre brug for fagspecialister og mere brug for undervisere i rollen som coach og konsulent.

I relation til det regionale niveau viste analysen, at jobcentre skal være mere opmærksomme på at bidrage til at skabe overgang fra ledighed til job.

FORMIDLING AF ANALYSER OG VIDEN

Intern formidling

Så snart en analyse er gennemført er det godt at sikre, at resultaterne bliver kendt i organisationen. Først og fremmest er det de overordnede resultater, den nye viden, man har fået på et givet område, som alle kan have glæde af at få. Dernæst, at tilrettelægge en mere målrettet og detaljeret formidling til forskellige målgrupper.

Men det er også vigtigt at dele gode og dårlige erfaringer fra selve undersøgelses gennemførelsen, f.eks. i forhold til metodevalg og samarbejde med andre, til resten af organisationen.

Resultater og erfaringer kan f.eks. formidles via:

- Gå-hjem møder
- Personalemøder
- Internt blad
- Elektronisk formidling - intranet

Ekstern formidling

Viden om analyserne skal også nå uden for huset. Målgruppen for den eksterne formidling kan være: samarbejdspartnere, andre uddannelsesinstitutioner, andre regionale aktører og virksomheder.

Resultaterne kan f.eks. formidles via:

- Mundtlige oplæg (virksomhedsnetværk)
- Artikler og formidling i lokale medier
- Foldere og pjecer
- Online formidling - God ide!: Lav både en appetitvækker - og mulighed for at se hele rapporten.

GENERELLE OVERVEJELSER OG OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER

- Det er vigtigt at arbejde for at sikre rammerne for den interne videndeling, så man i højere grad kan udnytte den eksisterende viden til fælles læring og udvikling.
- En løsning på dette kan være mere systematisk videndeling internt i organisationen.
- Eksempelvis gennem dialogfora/møder, hvor eksempler på gennemførelse af analyser og omsætning af resultater til daglig praksis bruges som genstandsfelt for videndelingen.

YDERLIGERE INFORMATION

Der vil løbende igennem projektet blive udgivet flere temapjecer i denne serie.

Du kan holde dig orienteret på hjemmesiden:

WWW.KOMPETENCECENTRE.DK

- hvor du også kan læse mere om projektet
'Kompetencecentre i lærende regioner'

For yderligere information
om projektet kontakt:

Morten Felding,
fuldmægtig i Undervisningsministeriet
Direkte telefon: 3392 5724
E-mail: Morten.Felding@uvm.dk

KOMPETENCECENTRE I LÆRENDE REGIONER

Udviklingsprogrammet "Kompetencecentre i lærende regioner" gennemføres af Undervisningsministeriet og er medfinansieret af Den Europæiske Socialfond.

I udviklingsprogrammet deltager 15 kompetencecentre, der er fysisk placeret på uddannelsesinstitutioner spredt over hele landet. I de fleste kompetencecentre deltager flere forskellige uddannelsesinstitutioner.

Udviklingsprogrammet har fokus på regionalt samarbejde om voksen- og efteruddannelse af især kortuddannede medarbejdere i små og mellemstore virksomheder. Dertil kommer følgende 5 fokusområder, som kompetencecentrene skal arbejde med:

1. Samarbejde med virksomheder om kompetenceudvikling
2. Udarbejde analyser og etablere regionale netværk med andre aktører og uddannelsesinstitutioner
3. Afprøve metoder til vejledning og kompetenceafklaring
4. Udvikle praksisnære efteruddannelses tilbud og nye læringsformer
5. Gennemføre organisations- og kompetenceudvikling på uddannelsesinstitutionerne.

I løbet af perioden (2006 - 2007) deltager alle kompetencecentrene i faglige netværk og temadage. Kompetencecentrene bidrager selv med oplæg og eksempler på metoder og værktøjer. Disse erfaringer samles og bearbejdes. Der udgives 6 pjecer i forbindelse med projektet.

Teknologisk Institut, Erhvervsudvikling er projektsekretariat og redaktør af pjecerne. Forfattere til pjecerne er: Mette Nørholm, Lisbeth Christensen, Annemarie Holsbo og Claus Müller.