



16. SEPTEMBER 2019

Analyse af Behovet for Serviceøkonomuddannelsen i Vækstområdet

KOLDING * FREDERICA * VEJEN * HADERSLEV

UDARBEJDET AF SONIA CAROLINE BAPTISTA FOR IBA ERHVERVSAKADEMI KOLDING

Indholdsfortegnelse

Analyse af behovet for serviceøkonomuddannelsen i vækstområdet	2
Det regionale vækstområde	2
Vækstområdets strategier og økonomiske udvikling	3
KAPITEL 1: Serviceøkonomuddannelsens betydning for vækstområdet	4
1.1 Hvorfor det er vigtigt at placere serviceøkonomuddannelsen i Kolding	4
1.2 Hvorfor det er nødvendigt med større regional dækning af uddannelsespladser	5
1.3 Lokale/regionale uddannelser sikrer forsyningen til det lokale/regionale arbejdsmarked	6
1.4 Overgang til uddannelse 27 måneder efter fuldført gymnasial uddannelse	6
1.5 Studenter uden en erhvervskompetencegivende uddannelse	7
1.6 Antal elever der har gennemført en gymnasial uddannelse	7
1.7 Analyse af dimittenders mobilitet efter endt uddannelse	8
1.8 Dimitterede serviceøkonome på landsplan	8
1.9 Dimittender på landsplan og IBA i forhold til det økonomisk-merkantile område	9
1.10 Nyuddannedes beskæftigelse	10
KAPITEL 2: Service- og kompetenceudvikling i dækningsområdet	11
2.1 Virksomhederne i Region Syddanmark om service	11
2.2 Turismen i Danmark	12
2.3 Job udenfor turistbranchen	13
2.4 Efter krisen er der skabt flest job indenfor service-, videns- og oplevelsesøkonomien	14
2.5 Arbejdskraften i den operationelle servicebranche	14
2.6 Årsager til jobskifte	15
KAPITEL 3: Hvad fortæller erhvervet?	16
3.1 Udtalelse fra Business Kolding	17

Analyse af behovet for serviceøkonomuddannelsen i vækstområdet

Analysen behandler problemstillingen omkring "Hvorfor der er et behov for et udbud af serviceøkonomuddannelsen, som ikke i tilstrækkeligt omfang er opfyldt af de nuværende udbud". Analysen er opbygget med udgangspunkt i følgende tre kapitler:

KAPITEL 1:
Serviceøkonom-
uddannelsens betydning
for dækningsområdet

KAPITEL 2:
Service- og
kompetenceudvikling i
dækningsområdet

KAPITEL 3:
Hvad fortæller
erhvervet?

Alle kilder anvendt til udarbejdelse af denne analyse er angivet i fodnoter.

Det regionale vækstområde



Analysen sandsynliggør, at der er et behov for et udbud af serviceøkonomuddannelsen i IBA Erhvervsakademi Koldings dækningsområde, som består af vækstområdet Kolding, Fredericia, Vejle og Haderslev. De fire kommuner ligger i trekantområdet i en radius af 25-30 km og hører under Region Syddanmark¹.

Antal	Kommune	KM2	Indbyggertal 2018	Indbygger/KM2
1	Kolding	604,4	92.515	153
2	Haderslev	816,8	55.963	69
3	Fredericia	133,6	51.326	384
4	Vejle	813,7	42.844	53
	Total	2368,5	242.648	102

<https://www.trekantomraadet.dk/>

¹ <https://www.trekantomraadet.dk/>

Vækstområdets strategier og økonomiske udvikling

Hver af de fire kommuner i vækstområdet har udarbejdet en vækststrategi for de kommende år. Prioriterede indsatsområder er bl.a. at tiltrække uddannelser, højne uddannelsesniveaut og opnå kvalificeret arbejdskraft. Vækststrategierne er: *Kolding Vision 3.0*², *Fredericia Vision 2020*³, *Vejen Vækststrategi 2020*⁴ og *Haderslev Erhvervsstrategi 2019-2022 Vækst med Vilje*⁵.

En veluddannet lokal arbejdsstyrke er helt afgørende for at fastholde de nuværende arbejdspladser og virksomheder for dels at tiltrække nye virksomheder og dels for virksomhedernes fremtidige vækstmuligheder. Generelt set vil kommunerne sammen med uddannelsesinstitutionerne, virksomhederne og arbejdskraftoplandet ruste sig til fremtiden ved at uddanne, efteruddanne og tiltrække den efterspurgte arbejdskraft på alle niveauer. Målet er at sikre et arbejdskraftgrundlag, der matcher den nuværende og fremtidige efterspørgsel efter arbejdskraft hos virksomhederne i kommunerne.

Regionen er et vækstområde, hvor service bidrager til at skabe øget vækst, udvikling og arbejdspladser. Regionen har oplevet BNP-fremgang og økonomisk vækst og nåede op over før-kriseniveauet i 2014⁶.

Tabel 2: **Udvikling i BNP per indbygger fra 2008 til 2016 (faste priser)**

	Samlet vækst over hele perioden	Gennemsnitlig årlig vækst
Hovedstaden	5,5 pct.	0,7 pct.
Sjælland	0,9 pct.	0,1 pct.
Syddanmark	2,3 pct.	0,3 pct.
Midtjylland	-3,2 pct.	-0,4 pct.
Nordjylland	-2,1 pct.	-0,3 pct.
Hele Danmark	0,3 pct.	0,0 pct.

Kilde: Dansk Erhverv på baggrund af Danmarks Statistik og egne beregninger.

Af: Malthe Munkøe, analysechef. Udgivelsestidspunkt: juni 2018

I Region Syddanmark har væksten i BNP per indbygger været 2,3%, mod 0,3% på landsplan, fra 2008 til 2016. Regionen har dermed haft større vækst end landsgennemsnittet⁸.

Efter Region Hovedstaden har Region Syddanmark oplevet den højeste økonomiske vækst i BNP på 3,9% og en gennemsnitlig årlig vækst på 0,5% fra 2008-2016⁷.

Tabel 1: **Udvikling i samlet BNP fra 2008 til 2016 (faste priser)**

	Samlet vækst over hele perioden	Gennemsnitlig årlig vækst
Hovedstaden	14,5 pct.	1,7 pct.
Sjælland	2,0 pct.	0,2 pct.
Syddanmark	3,9 pct.	0,5 pct.
Midtjylland	1,4 pct.	0,2 pct.
Nordjylland	-0,9 pct.	-0,1 pct.
Hele Danmark	6,8 pct.	0,8 pct.

Kilde: Dansk Erhverv på baggrund af Danmarks Statistik og egne beregninger.

² <https://www.kolding.dk/om-kommunen/sammen-designer-vi-livet/vision-sammen-designer-vi-livet>

³ <https://www.fredericia.dk/politik/planer-politikker-strategier/strategier-projekter/vision2020>

⁴ <https://vejen.dk/media/3368/vaekststrategi-2020.pdf>

⁵ https://www.haderslev.dk/files/14239/Erhvervsstrategi_2019_2022.PDF

⁶ Dansk Erhverv, Den økonomiske udvikling i regionerne: Alle har vækst, men nogle mere end andre. To regioner har fortsat under førkrise-niveau, 2018, s. 1

⁷ Dansk Erhverv, Den økonomiske udvikling i regionerne: Alle har vækst, men nogle mere end andre. To regioner har fortsat under førkrise-niveau, 2018, s. 1

⁸ Dansk Erhverv, Den økonomiske udvikling i regionerne: Alle har vækst, men nogle mere end andre. To regioner har fortsat under førkrise-niveau, 2018, s. 1

1.1 Hvorfor det er vigtigt at placere serviceøkonomuddannelsen i Kolding

En rapport udarbejdet af Danmark på Vippen fra 2016 giver et overblik over, hvorfor det er nødvendigt med flere uddannelsespladser uden for de store byer¹⁰:

- Figur 17:** Utvælgelsen i forhold til størrelse af virksomheden og den vigtigste årsag til at vælge størrelsen i 2012 til 2019

¹¹ Danmark på Vippen, Den geografiske placering af videregående uddannelser i Danmark, 2016, s. 18 & egen tilvirkning



Kilder:
Styrelsen for Forskning og Uddannelse
Styrelsen for Dataforsyning og Effektivisering
Kontaktperson: Louise Bank - lob@ufm.dk

Andelen af optagne fordelt på alle uddannelser på IBA Erhvervsakademi Kolding i 2018:
Geografisk set tiltrækker IBA Erhvervsakademi Kolding studerende fra vækstområdet Kolding, Haderslev, Fredericia og Vejle samt Billund, Vejle, Hedensted, Tønder og Aabenraa.
En meget lille procentdel kommer fra hhv. Odense og Esbjerg¹².

1.2 Hvorfor det er nødvendigt med større regional dækning af uddannelsespladser

Det er ikke en naturlov, at de unge mennesker bosætter sig i storbyerne, men i lige så høj grad en udvikling, der er blevet skabt, fordi man igennem en årrække har centraliseret de videregående uddannelser i og omkring de fire store byer¹³.

Der peges bl.a. på, at de unge mennesker bliver boende i det område, de studerer, efter endt studie. Dermed tømmes automatisk store dele af landet for unge mennesker, hvilket har stor betydning for de virksomheder, der er placeret uden for de store byer, og som mangler højtuddannet arbejdskraft¹⁴.

Områder, hvor langt størstedelen af landets nettoeksport bliver skabt. Netop derfor er en decentralisering af videregående uddannelser et gavnligt redskab, hvis der skal skabes øget vækst både regionalt og nationalt. Med uddannelser fordelt fornuftigt i hele Danmark vil det blive muligt at fastholde flere unge i de områder, hvor virksomhederne efterspørger arbejdskraft¹⁵.

¹² <https://ufm.dk/uddannelse/statistik-og-analyser/sogning-og-optag-pa-videregaende-uddannelser/grundtal-om-sogning-og-optag/sogmonstre-efter-bopael-vist-pa-danmarkskort/kort-opt/2018/erhvervsakademi-kolding.pdf>

¹³ Danske Erhvervsakademier, Analyse af dimittenders mobilitet efter endt uddannelse, 2015, s. 1

¹⁴ Danske Erhvervsakademier, Analyse af dimittenders mobilitet efter endt uddannelse, 2015, s. 1

¹⁵ Danske Erhvervsakademier, Analyse af dimittenders mobilitet efter endt uddannelse, 2015, s. 1

Tallene viser, at placeringen af videregående uddannelsesinstitutioner har betydning for antallet af unge mennesker, der tager en videregående uddannelse. Og dermed har placeringen af videregående uddannelsesinstitutioner igen betydning for, at landets produktionsvirksomheder uden for de store byer kan få tilknyttet den rette, højtuddannede arbejdskraft²⁰.

Analysen²³ peger på, at elever med lave karaktergennemsnit fra folkeskolens afgangsprøve har en større tendens til at starte på en erhvervsskole eller professionsbachelor efter gymnasiet, mens elever med højere karakterer vil tage en akademisk uddannelse. Størstedelen 61,1% vælger en akademisk eller professionsbachelor. 6,7% vælger en erhvervsuddannelse.

²³ <https://politiken.dk/indland/uddannelse/art5514104/Mange-unge-bruger-ikke-gymnasiet-til-noget>

1.5 Studenter uden en erhvervskompetencegivende uddannelse

I 2009 blev 34.851 unge færdige som studenter fra enten stx, hf, hhx eller htx på landsplan. I 2014 havde 2.986 eller knap 9 % af dem endnu ikke gennemført en erhvervskompetencegivende uddannelse, og de var heller ikke i gang med en, viser tal fra Danmarks Evalueringsinstitut²⁴. Det, til trods for at det netop er et formål med de gymnasiale uddannelser at forberede til videre studier.

1.6 Antal elever der har gennemført en gymnasial uddannelse

På landsplan er antallet af elever, der har gennemført en gymnasial uddannelse steget i perioden 2014 til 2018 fra 46.167 til 47.528, en stigning på knap 3%²⁵.

Uddannelsesaktivitet
Status: Fuldført | Enhed: antal

	2014	2015	2016	2017	2018
I alt	250 852	251 988	265 800	256 386	250 383
H10 Grundskole	103 596	103 155	103 885	100 900	100 048
H20 Gymnasiale uddannelser	46 167	46 229	46 559	45 855	47 528
H30 Erhvervsfaglige uddannelser	35 238	32 267	34 315	32 275	28 993
H35 Adgangsgivende uddannelsesforløb	990	878	813	835	810
H40 Korte videregående uddannelser, KVV	7 722	8 641	9 371	9 470	9 328
H50 Mellem lange videregående uddannelser, MVU	19 594	20 613	21 489	21 545	21 941
H60 Bacheloruddannelser, BACH	17 700	18 353	20 334	18 229	18 348
H70 Lange videregående uddannelser, LVU	17 724	19 670	26 837	25 047	23 387
H80 Ph.d. og forskeruddannelser	2 121	2 182	2 197	2 230	..

Fodnote til tabellen «

For dokumentation af tabellerne se: <http://dst.dk/ext/uddannelse/Uddannelsesstabeller> #5e bemærkninger vedr. seneste version af Elevregistret her: www.dst.dk/ext/uddannelse/Uddannelsesnotat. Til og med skoleåret 2013 er alderen opgjort pr. 31. december det valgte år. Fra skoleåret 2014 og fremefter opgøres alderen pr. 30. september det valgte år.

Hent flere tal om Uddannelsesaktivitet (UDDAKT10)

Uddannelsesaktivitet efter uddannelse, status, bopælsområde og tid

	2014	2015	2016	2017	2018
H20 Gymnasiale uddannelser					
Fuldført					
Fredericia	403	403	438	427	440
Haderslev	481	459	437	476	469
Kolding	790	744	825	751	833
Vejen	292	320	305	322	313

For dokumentation af tabellerne se: <http://dst.dk/ext/uddannelse/Uddannelsesstabeller>

Se bemærkninger vedr. seneste version af Elevregistret her: www.dst.dk/ext/uddannelse/Uddannelsesnotat. Til og med skoleåret 2013 er alderen opgjort pr. 31. december det valgte år. Fra skoleåret 2014 og fremefter opgøres alderen pr. 30. september det valgte år.

	2014	2015	2016	2017	2018
I alt for vækstområdet	1.966	1.926	2.005	1.976	2.055

(Egen tilvirkning)

²⁴ Danmarks Evalueringsinstitut, Studenter uden uddannelse efter gymnasiet, 2016, s. 9

²⁵ <https://dst.dk/ext/uddannelse/Uddannelsesstabeller>, s. 13

²⁶ <https://dst.dk/ext/uddannelse/Uddannelsesstabeller>, s. 13

1.7 Analyse af dimittenders mobilitet efter endt uddannelse

Erhvervsakademierne har til opgave at uddanne merkantile og tekniske dimittender i deres geografisk afgrænsede dækningsområder. Hvis der skal opretholdes en decentral struktur for erhvervsrettede videregående uddannelser, giver det mening at se på, hvor dimittenderne bosætter sig og skaber sig et liv efter endt uddannelse.

En analyse udarbejdet af Danske Erhvervsakademier i 2015²⁷ måler på dimittender fra årgangene 2012 og 2013, og hvor de er bosat pr. 1. januar 2015, for at afdække hvor stort et antal dimittender, der bosætter sig i dækningsområderne efter endt uddannelse.

Erhvervsakademierne har dermed som lovfastsat formål at udbyde videregående uddannelser og sikre arbejdskraft i deres respektive dækningsområder²⁸.

Analysens hovedkonklusioner viser, at dimittender fra de store byer bliver i nærområdet efter endt uddannelse. Endvidere viser analysen, at 74% af dimittenderne fra 2013 forsat bor i eller ved akademiernes dækningsområde i 2015. Der er decentrale udbud nødvendige for national dækning af videregående uddannelser på erhvervsakademier²⁹.

1.8 Dimitterede serviceøkonomer på landsplan

Tilbage til Økonomisk/merkantil, KVV												
Økonomisk/merkantil, KVV												
-Serviceøkonom												
		2015			2014			2013			2012	
		I beskæftigelse mv	Øvrige	Antal dimittender	I beskæftigelse mv	Øvrige	Antal dimittender	I beskæftigelse mv	Øvrige	Antal dimittender	I beskæftigelse mv	Øvrige
Serviceøkonom i alt		87%	13%	664	88%	12%	638	87%	13%	523	92%	8%
Campus Bornholm	Afdelinger	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Erhvervsakademi Dania	Afdelinger	75%	25%	107	87%	13%	138	75%	25%	110	89%	11%
Erhvervsakademi MidtVest	Afdelinger	75%	25%	24	77%	23%	13	77%	23%	13	*	*
Erhvervsakademi Sjælland	Afdelinger	90%	10%	58	88%	12%	33	70%	30%	20	*	*
Erhvervsakademiet Copenhagen Business Academy	Afdelinger	91%	9%	234	90%	10%	239	92%	8%	242	92%	8%
Erhvervsakademiet Lillebælt	Afdelinger	89%	11%	102	83%	17%	94	87%	13%	47	91%	9%
Hotel- og Restaurantskolen	Afdelinger	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Knord	Afdelinger	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Kold College	Afdelinger	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Professionshøjskolen University College Nordjylland	Afdelinger	90%	10%	138	90%	10%	121	96%	4%	91	96%	4%
TECHCOLLEGE	Afdelinger	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
TietgenSkolen	Afdelinger	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Tradium	Afdelinger	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Dimitterede serviceøkonomer fra landets erhvervsakademier:

De seneste tal fra 2015 fra Uddannelses- og Forskningsministeriet viser, at 87% af dimitterede serviceøkonomer er i beskæftigelse, uddannelse eller udlandet. Tallene dækker erhvervsakademier i hele landet³⁰.

<https://ufm.dk/uddannelse/statistik-og-analyser/faerdiguddannede/beskaeftigelse>

²⁷ Danske Erhvervsakademier, Analyse af dimittenders mobilitet efter endt uddannelse, 2015

²⁸ Danske Erhvervsakademier, Analyse af dimittenders mobilitet efter endt uddannelse, 2015, s. 2

²⁹ Danske Erhvervsakademier, Analyse af dimittenders mobilitet efter endt uddannelse, 2015, s. 1

³⁰ <https://ufm.dk/uddannelse/statistik-og-analyser/faerdiguddannede/beskaeftigelse> (Beskæftigelsesgrad, organiseret efter institutionstyper (excel))

1.9 Dimittender på landsplan og IBA i forhold til det økonomisk-merkantile område

I forhold til de øvrige uddannelser på det økonomisk-merkantile område f.eks. markedsføringsøkonom- og finansøkonomuddannelserne ligger andelen af dimitterede serviceøkonomer, som er i beskæftigelse, uddannelse eller udlandet på et højt niveau.

Det samme gør sig gældende for dimitterede markedsførings- og finansøkonomer fra IBA (Erhvervsakademi Kolding), der ligger pænt ift. gennemsnittet³¹.

Dimittender i beskæftigelse, uddannelse eller udlandet	2015		2014		2013	
	Landsplan	IBA	Landsplan	IBA	Landsplan	IBA
Serviceøkonom	86%		88%		85%	
Markedsføringsøkonom	92%	91%	92%	91%	92%	94%
Finansøkonom	91%	89%	90%	94%	91%	91%

<https://ufm.dk/uddannelse/statistik-og-analyser/faerdiguddannede/beskaeftigelse> (Beskæftigelsesgrad, organiseret efter institutionstyper (excel))

³¹ <https://ufm.dk/uddannelse/statistik-og-analyser/faerdiguddannede/beskaeftigelse> (Beskæftigelsesgrad, organiseret efter institutionstyper (excel))

1.10 Nyuddannedes beskæftigelse

Tallene på landsplan viser, at en større andel dimittender på serviceøkonomuddannelsen vælger en videregående uddannelse fremfor arbejdsmarkedet. Der er forholdsvis lav ledighed blandt serviceøkonomere.

Tabel 2

Procentandel i beskæftigelse, i uddannelse, i udlandet, ledige og uden for arbejdsmarkedet samt antal for nyuddannede inden for gruppen af videregående uddannelser i 2015

	Erhvervsakademi- udd. + øvr. KVVU	Prof.bach + øvr. MVU	Akademisk bachelor	Kandidatuddannel- ser	Ph.d., mv.
I beskæftigelse	41%	71%	8%	66%	70%
I uddannelse	42%	9%	86%	4%	.
I udlandet	6%	6%	2%	12%	19%
I beskæftigelse mv.	88%	86%	96%	83%	89%
Ledige	6%	7%	1%	11%	4%
Uden for arbejdsmarkedet	5%	7%	3%	7%	7%
Antal	7.636	19.883	17.618	17.881	2.120

Anm. Kategorien "I beskæftigelse mv." består af summen af "I beskæftigelse", "I uddannelse" og "I udlandet"

Kilde: Danmarks Statistiks Elevregister, ph.d.-register samt den registrerede arbejdsstyrke (RAS)

For de nyuddannede indenfor erhvervsakademiuddannelserne har udviklingen betydet et fald i andelen af i beskæftigelse og en øget andel, der videreuddanner sig. Hvor 43% i 2012 var i beskæftigelse, er det 41% i 2015³².

I samme periode er andelen i videreuddannelse steget fra 39% til 42%. Udvandringsandelen på 6% er uændret gennem hele perioden³³.

Tilmed ledighedsandelen samt andelen uden for arbejdsmarkedet er nogenlunde stabile hele perioden på hhv. 6-7% og 5-6%.

Tabel 3

Erhvervsakademiuddannelser samt øvrige korte videregående uddannelser.

Procentandel i beskæftigelse, i uddannelse, i udlandet, ledige og uden for arbejdsmarkedet samt antal nyuddannede 2012 - 2015

	2012	2013	2014	2015
I beskæftigelse	43%	41%	41%	41%
I uddannelse	39%	41%	42%	42%
I udlandet	6%	6%	6%	6%
I beskæftigelse mv.	88%	88%	89%	88%
Ledige	6%	7%	6%	6%
Uden for arbejdsmarkedet	6%	5%	5%	5%
Antal	6.147	6.684	7.347	7.636

Anm. Kategorien "I beskæftigelse mv." består af summen af "I beskæftigelse", "I uddannelse" og "I udlandet"

Kilde: Danmarks Statistiks Elevregister, ph.d.-register samt den registrerede arbejdsstyrke (RAS)

³² <https://ufm.dk/uddannelse/statistik-og-analyser/faerdiguddannede/nyuddannedes-beskaeftigelse/nyuddannedes-beskaeftigelse-notat.pdf>, s. 4

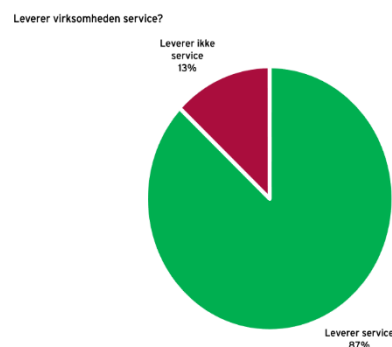
³³ <https://ufm.dk/uddannelse/statistik-og-analyser/faerdiguddannede/nyuddannedes-beskaeftigelse/nyuddannedes-beskaeftigelse-notat.pdf>, s. 5

KAPITEL 2: Service- og kompetenceudvikling i dækningsområdet

2.1 Virksomhederne i Region Syddanmark om service

Over hver tredje syddansk virksomhed³⁴ mener, at service er helt afgørende for virksomhedens overlevelse. Over halvdelen af virksomhederne³⁵ forventer, at service får en endnu større betydning i de kommende år. Det ruster virksomhederne sig til ved at uddanne medarbejdere, og de har service med i strategien³⁶.

Ni ud af ti leverer service



87% af virksomhederne i Region Syddanmark fortæller, at de leverer service, det svarer til 9 ud af 10 virksomheder³⁷.

Knap 70% af virksomhederne i Region Syddanmark svarer, at service har betydning eller er afgørende for virksomhedens indtjening³⁸.

Region Syddanmarks Vækstbarometer, Februar 2012, 903 besvarelser. 14 "Ved ikke" svar er indregnet under "Leverer ikke service".

Virksomhederne i Region Syddanmark svarer, at service har betydning og skaber indtjening i alle brancher³⁹. Service har ikke længere kun betydning i de traditionelle serviceerhverv.

Service skaber indtjening i alle brancher



Region Syddanmarks Vækstbarometer, Februar 2012, 903 besvarelser. Beregningen er baseret på en vurdering af svarene på "Hvilken betydning har service for virksomhedens indtjening?", skellet af virksomhederne, der ikke tillægger service betydning, svarer 0, og virksomhederne, der tillægger service en afgørende betydning, svarer 100. Gennemsnit: 69.

³⁴ Region Syddanmarks Vækstbarometer – Service, Region Syddanmark, Teknologisk Institut og Jysk Analyse, 2012, s. 5

³⁵ Region Syddanmarks Vækstbarometer – Service, Region Syddanmark, Teknologisk Institut og Jysk Analyse, 2012, s. 8

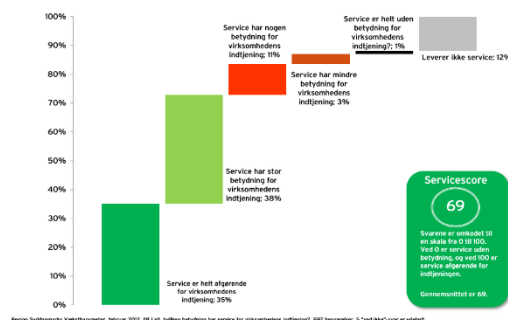
³⁶ Region Syddanmarks Vækstbarometer – Service, Region Syddanmark, Teknologisk Institut og Jysk Analyse, 2012, s. 9

³⁷ Region Syddanmarks Vækstbarometer – Service, Region Syddanmark, Teknologisk Institut og Jysk Analyse, 2012, s. 2

³⁸ Region Syddanmarks Vækstbarometer – Service, Region Syddanmark, Teknologisk Institut og Jysk Analyse, 2012, s. 5

³⁹ Region Syddanmarks Vækstbarometer – Service, Region Syddanmark, Teknologisk Institut og Jysk Analyse, 2012, s. 6

Service er vigtigt for syv ud af ti virksomheder

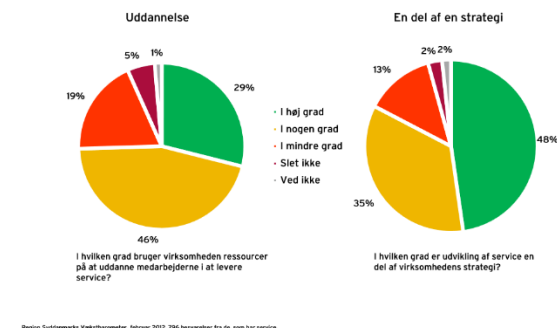


75% af virksomhederne i Region Syddanmark bruger i høj eller nogen grad ressourcer på at uddanne deres medarbejdere i at levere service⁴⁰.

83% af virksomhederne svarer, at udvikling af service i høj eller nogen grad er en del af virksomhedens strategi⁴¹.

Tilsammen udgør service og kompetencer dermed en markant del af virksomhedens strategi.

Service og kompetencer er en del af virksomhedens strategi



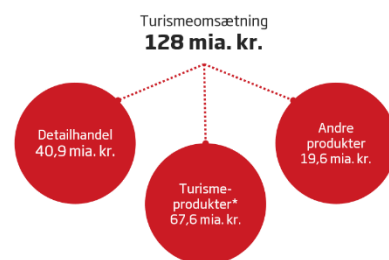
2.2 Turismen i Danmark

Turismen skaber vækst og velstand i Danmark – og arbejdspladser som ikke kan flyttes ud af landet.

De seneste tal fra Visit Denmark⁴² viser Danmarks turismeomsætning på 128 mia. kr., hvilket var 28 mia. kr. mere i forhold til 2014. Samme år blev der skabt 161.000 arbejdspladser.

Turisternes forbrug spredtes til mange produkter og erhverv

Detailhandlen og mange andre erhverv, som traditionelt ikke forbindes med turismen, får også del i den omsætning og de arbejdspladser som turismen skaber.



Detailhandlen og mange andre erhverv, som traditionelt ikke forbindes med turismen, får også del i den omsætning og de arbejdspladser, som turismen skaber.

De seneste tal viser, at detailhandelen på landsplan udgjorde 40,9 mia. kr. eller 32% af den samlede turismeomsætning⁴³. Stigningen i turismeomsætningen har betydet 25.200 flere arbejdspladser fra 2016 til 2017⁴⁴.

⁴⁰ Region Syddanmarks Vækstbarometer – Service, Region Syddanmark, Teknologisk Institut og Jysk Analyse, 2012, s. 9

⁴¹ Region Syddanmarks Vækstbarometer – Service, Region Syddanmark, Teknologisk Institut og Jysk Analyse, 2012, s. 9

⁴² VisitDenmark, Turismen i Danmark, 2019, s. 2

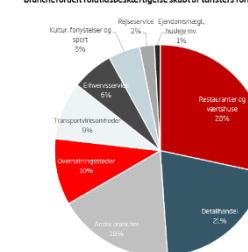
⁴³ VisitDenmark, Turismen i Danmark, 2019, s. 9

⁴⁴ VisitDenmark, Turismen i Danmark, 2019, s. 10

Region Syddanmark 2018		
Turismeomsætning	25,6 mia. kr.	20%
Turismeskabt beskæftigelse	32.300 jobs	20%
Antal turismeovernatninger	16,8 mio.	32%

Kilde: Egen tilvirkning efter tal fra VisitDenmark, Turismen i Danmark, 2019, s. 12&13

Branchefordelt fuldtidsbeskæftigelse skabt af turisters forbrug i Danmark



Udvikling i turismeskabte arbejdspladser

En øget turismeomsætning betyder flere arbejdspladser i Danmark.

Stigningen i turismeomsætningen fra 2016 til 2017 har betydet **25.200** flere arbejdspladser i Danmark.

Udvikling i antal fuldtidsbeskæftigede skabt af turismen 2016-2017*

	2016	2017
Samlet beskæftigelseseffekt	135.792	160.961
Turismeomsætning (mio. kr.)	108.109	128.037
Beskæftigede pr. mio. kr. turismeomsætning	1,25	1,25

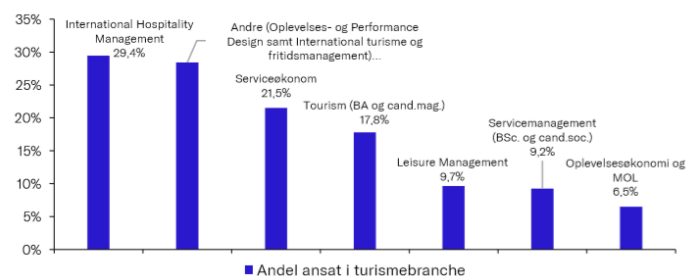
Kilde: VisitDenmark, Turismens økonomiske betydning i Danmark 2017. *Beskæftigelse som følge af direkte økonomiske omkostninger vedgik i 2017 mere end 2016.

Alle landets regioner får en andel af den turismeskabte omsætning og arbejdspladser⁴⁵. I Region Syddanmark alene udgjorde turismeomsætningen 25,6 mia. kr. eller 20% af den samlede turismeomsætning i Danmark. Turismen skabte 32.300 jobs i Region Syddanmark, hvilket ligeledes svarer til 20% af landets samlede turismearbejdsstyrke⁴⁶.

2.3 Job udenfor turistbranchen

Langt fra alle turismeuddannede arbejder i turismebranchen. Når man vælger en turismerelateret uddannelse, er det ikke sikkert, at man efterfølgende opnår beskæftigelse inden for turismebranchen.

Figur 4: Hvis du som turismeuddannet ønsker at arbejde i turismebranchen...



Kilde: Dansk Erhverv på baggrund af registerdata (RAS og UDDA) fra Danmarks Statistik.

Anm.: Data er for 2016.

Serviceøkonomer udgør en markant del af de turismeuddannede.

Serviceøkonomuddannelsen er designet bredt til servicevirksomheder, men har dog særlig vægt på turisme, hotel, restaurant samt kultur- og kongressvirksomhed. 21,5%, af de personer, der har taget en serviceøkonomuddannelse, er beskæftiget i turismebranchen og er med til at præge det samlede resultat⁴⁷. Det betyder omvendt, at næsten 80% med serviceøkonomuddannelsen ikke er ansat i turismebranchen, men er beskæftiget indirekte med turisme eller i et helt andet erhverv.

⁴⁵ VisitDenmark, Turismen i Danmark, 2019, s. 10

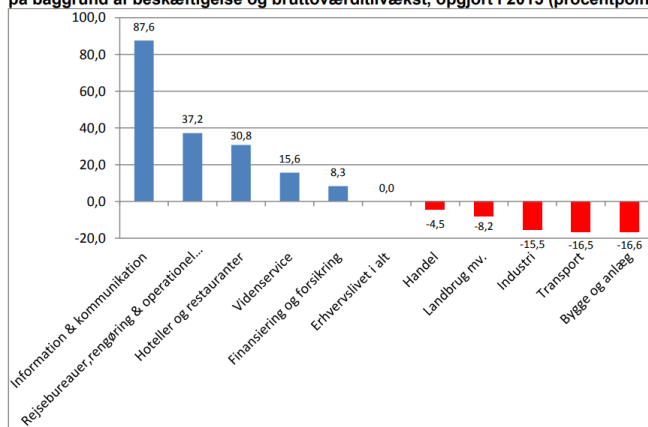
⁴⁶ VisitDenmark, Turismen i Danmark, 2019, s. 12&13

⁴⁷ Dansk Erhvervs Perspektiv, Analyse, økonomi, baggrund, 2018, s. 4

2.4 Efter krisen er der skabt flest job indenfor service-, videns- og oplevelsesøkonomien

De fem brancher, der har haft præstationer over erhvervslivets gennemsnit, hører til indenfor service-, videns- og oplevelsesøkonomien⁴⁸.

Figur 3: Udvalgte branchers afvigelse fra samlet udvikling i erhvervslivet 2005-2015, på baggrund af beskæftigelse og bruttoværditilvækst, opgjort i 2015 (procentpoint).



Kilde: Dansk Byggeri egne beregninger på baggrund af Danmarks Statistik

En opgørelse fra Dansk Erhverv fra 2017 viser, at branchen, hvor der er skabt flest job, er servicesektoren med 29.979 nye job siden 2007. Kommunikations- og informationssektoren har også haft vækst.

Brancherne vidensservice, hotel/restaurant samt sektorerne rejsebureauer, rengøring og anden operationel service kan alle fremvise et beskæftigelsesplus på mellem 20% og 23% siden 2005⁴⁹. I hotel- og restaurationsbranchen blev der i 2016 skabt over 5.000 arbejdspladser.

2.5 Arbejdskraften i den operationelle servicebranche

Årsrapporten viser, at den operationelle servicebranche yder et positivt bidrag til den danske økonomi og beskæftigelse. I perioden 2013 – 2017 er branchen på landsplan vokset mere end alle erhverv under ét, og i samme periode er omsætningen i branchen steget med godt 32%. Beskæftigelsen følger flot efter med en vækst på 22%. Den operationelle servicebranche består bl.a. af forretningsservice samt kontor- og administrationsserviceydelser⁵⁰.

⁴⁸ Dansk Byggeri, Krisens vindere og tabere – erhvervslivets brancher 2005-2015, 2016, s. 1

⁴⁹ Dansk Byggeri, Krisens vindere og tabere – erhvervslivets brancher 2005-2015, 2016, s. 2

⁵⁰ DI Service, Servicebranchens Årsrapport 2018, s. 1

Tabel 1: Rangordning af brancher efter resultater i beskæftigelse og bruttoværditilvækst 2005-2015 (point efter %-afvigelse fra samlet gennemsnit for dansk økonomi)

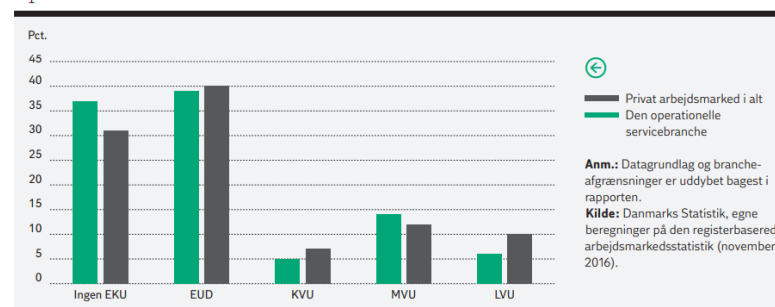
	Beskæftigelse	BVT	Samlet
1. Information & kommunikation	7,4	80,2	87,6
2. Rejsebureauer, rengøring og operationel service	21,5	15,7	37,2
3. Hoteller og restauranter	21,5	9,2	30,8
4. Videnservice	19,0	-3,3	15,6
5. Finansiering og forsikring	-1,8	10,0	8,3
Erhvervslivet i alt	0,0	0,0	0,0
6. Handel	2,8	-7,3	-4,5
7. Landbrug mv.	-12,2	4,0	-8,2
8. Industri	-21,0	5,5	-15,5
8. Transport	-9,6	-6,9	-16,5
9. Bygge og anlæg	-13,1	-3,5	-16,6

Kilde: Dansk Byggeris egne beregninger på baggrund af Danmarks Statistik

Flere ansatte i den operationelle servicebranche har en mellemlang videregående uddannelse i forhold til det private arbejdsmarked⁵¹.

Væksten i den danske servicebranche er baseret på adgang til dansk og udenlandsk arbejdskraft. Dog melder virksomhederne i servicebranchen i stigende grad om mangel på arbejdskraft.

Flere med en mellemlang videregående uddannelse i den operationelle servicebranche



2.6 Årsager til jobskifte

LinkedIn har i 2014 foretaget en undersøgelse⁵², der involverer 18.000 mennesker i 26 lande, hvor formålet var at afdække hvilke forhold, der får folk i arbejde til at søge nye udfordringer. Det danske datagrundlag er på 500 personer⁵³. De primære forhold er⁵⁴:

- Mere udfordrende arbejde: 32 % af de danske deltagere fortæller, at den primære årsag til, at de søger nyt job er ønsket om et mere udfordrende arbejde.
- En stilling, hvor man bedre kan udnytte sine kompetencer: 27 % søger nye udfordringer hvor de vurderer, at der bliver bedre mulighed for at udnytte alle deres kompetencer.
- Mulighed for at avancere: 27 % ønsker/overvejer at udskifte deres nuværende arbejde med et der er på et højere niveau.
- Bedre muligheder for at blive dygtigere: 26 % vægter udsigten til at dygtiggøre sig, som et afgørende forhold i deres jobskifteovervejelser.

⁵¹ DI Service, Servicebranchens Årsrapport 2018, s. 19

⁵² LinkedIn, Talent Trends, 2014, s. 1

⁵³ <https://receptor.dk/arsager-til-jobskifte/>

⁵⁴ <https://receptor.dk/arsager-til-jobskifte/>

KAPITEL 3: Hvad fortæller erhvervet?

Behovsanalysen består dels af en omfattende kvantitativ undersøgelse funderet i desk research af sekundært kvantitativt data i form af analyser, undersøgelser og strategiplaner, og dels af en kvalitativ undersøgelse bestående af field research af primær kvalitative data indhentet gennem telefoninterviews med ti forskellige erhvervsvirksomheder i vækstområdet med henblik på at granske serviceøkonomuddannelsens potentiale i vækstområdet. Den fulde interviewguide og erhvervsvirksomhedernes besvarelser kan rekvireres hos IBA Erhvervsakademi Kolding.

Det ses allerede på nuværende tidspunkt, at erhvervsvirksomheder tilkendegiver vigtigheden af den gode serviceoplevelse i vækstområdet. På trods af at kun 3 ud af 10 virksomheder har kendskab til serviceøkonomuddannelsen, hvilket er meget naturligt, eftersom uddannelsen ikke findes i vækstområdet, opleves et betydeligt behov for øget servicekompetenceudvikling. 8 ud af 10 virksomheder er positivt indstillet på at tage en serviceøkonomstuderende i praktik. Samtidig udtrykker 7 ud af 10 virksomheder, at de kunne forestille sig at deltage i opbygningen af serviceøkonomuddannelsen.

Idet 80% af dimitterede serviceøkonome arbejder indirekte med turisme eller i et helt andet erhverv bl.a. indenfor administration, kontor, engros- og detailvirksomhed⁵⁵, består de aftagere, der har været inddraget i behovsanalysen af erhvervsvirksomheder tilhørende det brede erhverv. De ti potentielle aftagere er: *Business Kolding*, *C.L. Seifert A/S Kolding*, *Dan Pumps A/S Kolding*, *Field Advice Vejen*, *Haderslev Erhvervsråd*, *IBA Erhverv*, *Koldinghus*, *Lidl A/S Kolding*, *Presenco Sport A/S Kolding*, *Real Relief Kolding*, *Temashop Fredericia* og *Trademark Textiles A/S Kolding*.

Nedenfor gengives et udpluk af erhvervsvirksomhedernes udtalelser omkring serviceoplevelsens betydning for virksomhedens overlevelse:

- "Service betyder alt. Vi skal levere mere service end forventet. Vi skal følge op, det er også service" (Real Relief Kolding).
- "Service betyder rigtigt rigtigt meget. Vi ved at over 50% af vores gæster kommer fordi de har hørt om os fra andre besøgende. Det er afgørende at de får en god oplevelse før, under og efter besøget" (Koldinghus).
- "Service har stor betydning både eksternt og internt i virksomheden" (Lidl A/S Kolding).
- "Service betyder, at vi kan sælge vores varer. Uden service kunne det ikke lade sig gøre" (Field Advice Vejen).
- "Service er vigtig i hele værdikæden af oplevelser, og skal være i orden" (Haderslev Erhvervsråd).
- "Service betyder at vi også har en virksomhed i fremtiden" (Temashop Fredericia).
- "Service betyder alt. Det har rigtigt meget at sige, så vi får glade kunder. Rygterne går fra mund til mund. Det er den bedste markedsføring. Det er ikke noget vi kan betale os fra. Det er skabt uden betalt reklame. Det er meget stærkere end købt reklame" (C. L. Seifert A/S Kolding).

⁵⁵ Jf. s. 17

3.1 Udtalelse fra Business Kolding

BUSINESS KOLDING

Business Kolding

Sdr. Havnegade 7

6000 Kolding

Tel +45 7633 2111

info@businesskolding.dk

www.businesskolding.dk

CVR 18746131

Til rette vedkommende

Service har stor betydning i alle erhverv. Service skaber vækst og flere arbejdspladser i området. I dag er service lige så vigtig i de traditionelle serviceerhverv som hotel-, restaurant- og turisme som i det bredere handels- og kontorerhverv.

Service sektoren er i vækst, og siden 2007 har det bevirket tæt på 30.000 nye job. Ligeledes er omsætningen og beskæftigelsen i den operationelle servicebranche steget hhv. 32% og 22% i perioden 2013 – 2017. Turismen har stadig omfattende betydning for vores område. Ikke mindst fordi, de arbejdspladser, som turismen skaber, ikke kan flyttes ud af landet. I 2018 blev der skabt 32.300 jobs i Region Syddanmark eller 20% af den samlede turismearbejdsstyrke i Danmark.

Den seneste undersøgelse af erhvervsvirksomheder i Region Syddanmark viser, at for 70% af de syddanske erhvervsvirksomheder har service betydning for virksomhedens indtjening. Tre fjerdedel af virksomhederne prioriterer uddannelse strategisk og bruger ressourcer på at uddanne deres medarbejdere i at levere den gode serviceoplevelse.

Mangel på arbejdskraft i servicebranchen er en reel udfordring. For at kunne følge med denne udvikling forudsætter det, at området har adgang til kvalificeret arbejdskraft. Det vil sige uddannede mennesker, der kender betydningen af service, og kan vurdere konsekvenserne af en underminering af den gode serviceoplevelse.

Dette medfører, at der er et stigende behov for et service- og kompetenceløft indenfor servicefagene. Ligeledes er der et øget fokus på tiltrækning af uddannelsespladser, som har stor betydning for erhvervet. Et udbud af serviceøkonomuddannelsen vil kunne understøtte vækstpotentialet og løfte service- og kompetenceniveauet i området.

Business Kolding har allerede udbytterige partnerskaber med videregående uddannelsesinstitutioner i området heriblandt IBA Erhvervsakademi Kolding. Vi støtter hermed IBA Erhvervsakademi Kolding i, at der på uddannelsesinstitutionen udbydes en akademiuddannelse for serviceøkonomer.

Med venlig hilsen
Business Kolding



Morten Bjørn Hansen, Adm. Direktør

Kolding, 16. august 2019

Side 1/1