



**Uddannelses- og
Forskningsministeriet**

Prækvalifikation af videregående uddannelser - Professionsbachelor i e-handel

Udskrevet 21. november 2024

Professionsbachelor (overbygning) - Professionsbachelor i e-handel - Erhvervsakademi Sjælland

Institutionsnavn: Erhvervsakademi Sjælland

Indsendt: 15/09-2022 05:16

Ansøgningsrunde: 2022-2

Status på ansøgning: Afslag

[Afgørelsesbilag](#)

[Samlet godkendelsesbrev](#)

[Download den samlede ansøgning](#)

[Læs hele ansøgningen](#)

Ansøgningstype

Nyt udbud

Udbudssted

Zealand Sjællands Erhvervsakademi, Næstved

Informationer på kontaktperson for ansøgningen (navn, email og telefonnummer)

Stine Rohde Frederiksen Mail: stfr@ealand.dk Telefon 50762781

Er institutionen institutionsakkrediteret?

Ja

Er der tidligere søgt om godkendelse af uddannelsen eller udbuddet?

Nej

Uddannelsestype

Professionsbachelor (overbygning)

Uddannelsens fagbetegnelse på dansk

Professionsbachelor i e-handel

Uddannelsens fagbetegnelse på engelsk

E-commerce Management

Angiv den officielle danske titel, som institutionen forventer at bruge til den nye uddannelse

Professionsbachelor i E-handel

Angiv den officielle engelske titel, som institutionen forventer at bruge til den nye uddannelse

Bachelor of E-commerce Management

Hvilket hovedområde hører uddannelsen under?

Medie- og kommunikationsfaglige område

Hvilke adgangskrav gælder til uddannelsen?

Adgang via erhvervsakademiuddannelserne

- Handelsøkonom
- Logistikøkonom
- Markedsføringsøkonom
- Multimediedesigner
- Serviceøkonom
- Finansøkonom

Ingen specifikke adgangskrav

Er det et internationalt samarbejde, herunder Erasmus, fællesuddannelse el. lign.?

Nej

Hvis ja, hvilket samarbejde?

Hvilket sprog udbydes uddannelsen på?

Dansk

Er uddannelsen primært baseret på e-læring?

Nej, undervisningen foregår slet ikke eller i mindre grad på nettet.

ECTS-omfang

90

Beskrivelse af uddannelsens formål og erhvervssigte. Beskrivelsen må maks. fylde 1200 anslag

Ikke relevant

Uddannelses struktur og konstituerende faglige elementer

Ikke relevant

Begrundet forslag til takstindplacering af uddannelsen

Ikke relevant

Forslag til censorkorps

Censorkorpset for Handel og Logistik

Dokumentation af efterspørgsel på uddannelsesprofil - Upload PDF-fil på max 15 sider. Der kan kun uploades én fil

Bilag 1, behovsanalyse_endelig.pdf

Kort redegørelse for det nationale og regionale behov for den nye uddannelse. Besvarelsen må maks. fylde 1800 anslag

E-handel er et forretningsområde i kraftig vækst – internationalt såvel som i Danmark. Eksempelvis viser Foreningen for Dansk Internethandel (FDIH) E-handels analyse fra 2021, at der siden 2014 har været en vækst på hele e-handelsområdet (målt i omsætning) på i gennemsnit næsten 13% pr. år. Alene fra 2020 til 2021 har væksten været på hele 18%. Der er altså med andre ord tale om en stor og tydelig tendens til, at mere og mere forbrug i Danmark bliver digitalt og foregår online. Selv i de tilfælde, hvor selve købet ender med at foregå i en butik, så viser undersøgelser af forbrugeradfærd (f.eks. Zero Moment Of Truth, Google, 2011), at købsprocessen for rigtig mange produkter starter online i dag.

Det er også en tendens, som vores lokale samarbejdspartnere i Region Sjælland oplever. En stor andel af virksomhederne er derfor enten allerede i gang med E-handelsaktiviteter. Der er derfor en omfattende efterspørgsel indenfor forretningsudvikling og digital markedsføring - og i den sammenhæng behov for 'digitale integratorer', altså profiler der selvstændigt kan håndtere disse ofte komplekse udviklingsopgaver.

En oplagt måde at styrke den regionale erhvervsudvikling på, er således at sikre adgangen til kompetencer indenfor E-handelsområdet, så regionens virksomheder kan udvikle deres E-handelsaktiviteter på en måde der modsvarer markedets stigende behov og dermed øger deres konkurrenceevne.

Uddybende bemærkninger

Se uddybning i behovsanalysen

Underbygget skøn over det nationale og regionale behov for dimittender. Besvarelsen må maks. fylde 1200 anslag

Som det også beskrives i behovsanalysen er PBA i e-handel stadig relativ ny uddannelse, hvilket medfører, at alle seks nuværende udbudssteder er underlagt uddannelsesspecifik dimensionering. Vi ser samtidig at de første resultater af ledighedsgraden 4.-7. kvartal indikerer, at dimittenderne hurtigt kommer i job. Sammenholdt med Zealands behovsanalyse, der påpeger et stadigt stødtstigende behov for kompetencer indenfor e-handel i regionen mener vi, at regionens behov bør dækkes med et udbud på Zealand i Næstved. Indikationer i det interne survey viser, at der er en opbakning fra de AK-uddannelser, der er optagsgrundlag til uddannelsen. På denne baggrund ansøger Zealand om 35 studerende, der matcher andre udbudssteder, der ligner Zealand. Det er vores antagelse, at regionens behov vil blive dækket løbende og fremadrettet på denne måde.

Hvilke aftagere har været inddraget i behovsundersøgelsen? Besvarelsen må maks. fylde 1200 anslag

For bedst muligt at kunne afdække behovet for uddannelsen i Region Sjælland, har Zealand udarbejdet en behovsanalyse, der tager udgangspunkt i det regionale erhvervsliv. Dette er gjort gennem 1) dialog med nogle af vores samarbejdspartnere (Erhvervshus Sjælland, Næstved Erhverv og Næstved City-forening), der har en bred kontakt til regionens virksomheder, 2) 7 kvalitative interviews. Dels med 5 regionale virksomheder indenfor forskellige brancher, og dels med 2 aktører, som har en bred kontakt til regionens erhvervsliv og 3) en survey blandt studerende og dimittender fra relevante adgangsgivende uddannelser.

Der er desuden indsamlet 15 støtteerklæringer fra regionale virksomheder. Disse virksomheder vil gerne indgå i et aktivt samarbejde med Zealands afdeling i Næstved omkring virksomhedsoplæg, case-opgaver og praktikpladser.

Den regionale analyse er understøttet af nationale undersøgelser og statistikker, da der er et stort sammenfald mellem regionale og nationale behov. Selvom undersøgelser påpeger regionale variationer, så er manglen på kvalificerede medarbejdere indenfor E-handel og digital forretningsudvikling generelt en udfordring for alle regioner i Danmark.

Beskriv ligheder og forskelle til beslægtede uddannelser, herunder beskæftigelse og eventuel dimensionering. Besvarelsen må maks. fylde 1200 anslag

PBA i e-handel har ikke en direkte pendant i Region Sjælland. På samme niveau (professionsbachelorniveau) udbyder Zealand tre uddannelser, der på forskellig vis har indholdselementer, der også genfindes i PBA i e-handel; PBA i Digital konceptudvikling, PBA i International Handel og PBA i webudvikling. De tre lignende professionsbacheloruddannelser giver dog ikke de studerende de praktiske digitale kompetencer inden for salg og marketing i e-handel, der efterspørges af virksomhederne.

Som også beskrevet tidligere er uddannelsen uddannelsesdimensioneret for nuværende, mens det afventes, hvordan dimittendernes ledighed de første år ser ud. Samtidig med dette viser medsendte behovsanalyse, at der siden 2014 har været en vækst på hele e-handelsområdet (målt i omsætning) på i gennemsnit næsten 13% pr. år. Alene fra 2020 til 2021 har væksten været på hele 18%. Der er altså med andre ord tale om en stor og tydelig tendens til, at mere og mere forbrug i Danmark bliver digitalt og foregår online. Af denne årsag mener vi, at et udbud af PBA i e-handel bør udbydes i Region Sjælland også.

Uddybende bemærkninger

Se behovsanalysen for yderligere bemærkninger

Beskriv rekrutteringsgrundlaget for ansøgte, herunder eventuelle konsekvenser for eksisterende beslægtede udbud. Besvarelsen må maks. fylde 1200 anslag

Zealand har fra 2019-2022 dimitteret 890 potentielle studerende på PBA i e-handel:

- Finansøkonom 152
- Handelsøkonom 85
- Logistikøkonom 46
- Markedsføringsøkonom 299
- Multimediesign 210
- Serviceøkonom 98

Som det ses i behovsanalysen har 68 nuværende eller tidligere studerende deltaget i et survey der viste, at en tredjedel ser det som relevant at læse PBA i e-handel på Zealand som top-up. Vi mener derfor, at der vil være et stærkt rekrutteringsgrundlag lokalt i regionen.

Det antages ikke, at det vil medføre en nævneværdig negativ konsekvens for andre beslægtede uddannelser.

Beskriv kort mulighederne for videreuddannelse

Det vil efter endt uddannelse være muligt at tage en kandidat på en kandidatuddannelse, der matcher de tillærte kompetencer, efter konkret, personlig vurdering.

Forventet optag på de første 3 år af uddannelsen. Besvarelsen må maks. fylde 200 anslag

2023: 30 studerende

2024: 35 studerende

2025: 35 studerende

Hvis relevant: forventede praktikaftaler. Besvarelsen må maks. fylde 1200 anslag

I forbindelse med udarbejdelsen af behovsanalysen i forbindelse med denne ansøgning, har Zealand modtaget 15 støtteerklæringer, der også er støtte til at tilbyde praktikplads. Zealand har derudover et omfangsrigt samarbejde med praktikvirksomheder i regionen, som PBA i e-handel også vil indgå i. Det er ikke et problem at sikre praktikpladser til alle studerende på de merkantile uddannelser, der føder ind til PBA i e-handel.

Øvrige bemærkninger til ansøgningen

Bemærk vedhftede behovsanalyse, bilag 1.

Hermed erklæres, at ansøgning om prækvalifikation er godkendt af institutionens rektor

Ja

Status på ansøgningen

Afslag

Ansøgningsrunde

2022-2

Afgørelsesbilag - Upload PDF-fil

Afgørelsesbrev C6 Zealand - professionsbachelor (overbygning) i E-handel.pdf

Samlet godkendelsesbrev - Upload PDF-fil

Afgørelsesbrev (efter indsigelse) C6 Zealand - professionsbachelor (overbygning) i E-handel.pdf

**Bilag 1:
Behovsanalyse.**

Prækvalifikation af E-handel

September 2022

1. Indledning

E-handel er et forretningsområde i kraftig vækst – internationalt såvel som i Danmark. Eksempelvis viser Foreningen for Dansk Internethandel (FDIH) E-handels analyse fra 2021¹, at der siden 2014 har været en vækst på hele e-handelsområdet (målt i omsætning) på i gennemsnit næsten 13% pr. år. Alene fra 2020 til 2021 har væksten været på hele 18%. Det samlede forbrug er steget fra knap 74 mia. kr. i 2014 til næsten 182 mia. kr. i 2021 (FDIH, 2021, s. 9). Der er altså med andre ord tale om en stor og tydelig tendens til, at mere og mere forbrug i Danmark bliver digitalt og foregår online. Selv i de tilfælde, hvor selve købet ender med at foregå i en butik, så viser undersøgelser af forbrugeradfærd (f.eks. Zero Moment Of Truth, Google, 2011²), at købsprocessen for rigtig mange produkter starter online i dag.

Det betyder, at der i disse år er et stigende pres på virksomhederne for at digitalisere deres handelsaktiviteter, hvad enten det handler om direkte salg på nettet (klassisk E-handel) eller om det handler om supporterende digitaliseringsaktiviteter, såsom digital systemintegration med leverandører/kunder på B2B markedet eller blot et digitaliseret produktkatalog eller salgs-/indkøbsproces.

Det er også en tendens, som vores lokale samarbejdspartnere i Region Sjælland oplever. En stor andel af virksomhederne er derfor enten allerede i gang med E-handelsaktiviteter (men mangler i nogle tilfælde kvalificeret arbejdskraft) eller også går de rundt om den varme grød, fordi de mangler medarbejdere med kompetencer til at iværksætte og videreudvikle deres digitale aktiviteter. Der er derfor en omfattende efterspørgsel indenfor forretningsudvikling og digital markedsføring - og i den sammenhæng behov for 'digitale integratorer', altså profiler der selvstændigt kan håndtere disse ofte komplekse udviklingsopgaver.

En oplagt måde at styrke den regionale erhvervsudvikling på, er således at sikre adgangen til kompetencer indenfor E-handelsområdet, så regionens virksomheder kan udvikle deres E-handelsaktiviteter på en måde der modsvarer markedets stigende behov og dermed øger deres konkurrenceevne. Netop derfor er det relevant med en uddannelse i E-handel på PBA-niveau og ikke på AK-niveau, fordi der ifølge kvalifikationsrammen er et større fokus på det selvstændige arbejde og komplekse, tværfaglige og udviklingsorienterede situationer.

Netop på grund af opgaveporteføljens diversitet og kompleksitet er det relevant med en uddannelse i E-handel på PBA-niveau, da der ifølge kvalifikationsrammen er det nødvendige fokus på håndtering af tværfaglige og udviklingsorienterede situationer, samt selvstændig opgaveløsning.

2. Metode

For bedst muligt at kunne afdække behovet for uddannelsen i Region Sjælland, har Zealand udarbejdet en behovsanalyse, der tager udgangspunkt i det regionale erhvervsliv. Dette er gjort gennem 1) dialog med nogle af vores samarbejdspartnere (Erhvervshus Sjælland, Næstved Erhverv og Næstved City-forening), der har en bred kontakt til regionens virksomheder, 2) en række interviews med et bredt udsnit af forskellige virksomheder og brancher i regionen, samt 3) en survey blandt studerende og dimittender fra relevante adgangsgivende uddannelser.

Interviews og survey

I forbindelse med udfærdigelsen af baggrundsanalysen er der gennemført en række interviews. En del af disse har indgået i Zealands interne arbejde med at vurdere behov, og fungerer derfor som baggrundsviden, og har været retningsgivende for Zealands vurdering af, hvilken kompetenceefterspørgsel der er i Region Sjælland indenfor uddannelsens hovedområder. En anden del af interviewene bruges direkte i denne behovsanalyse med angivelse af citater.

¹ Foreningen for Dansk Internethandel (FDIH). (2021). E-handelsanalysen 2021. Dansk Erhverv - Digital Handel <https://www.danskerhverv.dk/politik-og-analyser/e-handel/e-handelsanalyser-2021/>

² Lecinski, J. (2011). Winning the Zero Moment of Truth. E-book by Google Inc. Available at: <https://www.thinkwithgoogle.com/future-of-marketing/emerging-technology/2011-winningzmot-ebook>

Der er i alt foretaget 7 kvalitative interviews. Dels med 5 regionale virksomheder indenfor forskellige brancher, og dels med 2 aktører, som har en bred kontakt til regionens erhvervsliv.

Se skematisk oversigt herunder:

Virksomhed/organisation Kontaktperson	Type	JA til praktikanter	JA til at ansætte dimittender
<i>Erhvervshus Sjælland</i> Mads Váczy Kragh, Direktør	Aktør med bred kontakt til regionens virksomheder	ikke relevant	ikke relevant
<i>Næstved Erhverv</i> Rasmus Holst-Sørensen, Direktør Dennis Lisner Thyssen, Erhvervskonsulent	Aktør med bred kontakt til regionens virksomheder	ikke relevant	ikke relevant
<i>Holder 100 (webbureau)</i> David Lindberg, Partner	Virksomhed (med bred kontakt til regionens virksomheder)	X	X
<i>That's Mine (børnetøj)</i> Mette Neerup Mariager, Indehaver	Virksomhed	X	X
<i>LS-control</i> Stig Petersen, Salg- og marketingdirektør	Virksomhed	X	
<i>Atki</i> Benny Nissen, Indehaver & forretningsudvikler	Virksomhed	X	X
<i>VVS+</i> Stine Rix, Marketingkoordinator	Virksomhed	X	X

Der er desuden indsamlet 15 støtteerklæringer fra regionale virksomheder, der ser et potentiale i et regionalt uddannelsesudbud. Disse virksomheder vil gerne indgå i et aktivt samarbejde med Zealands afdeling i Næstved omkring virksomhedsoplæg, case-opgaver og praktikpladser.

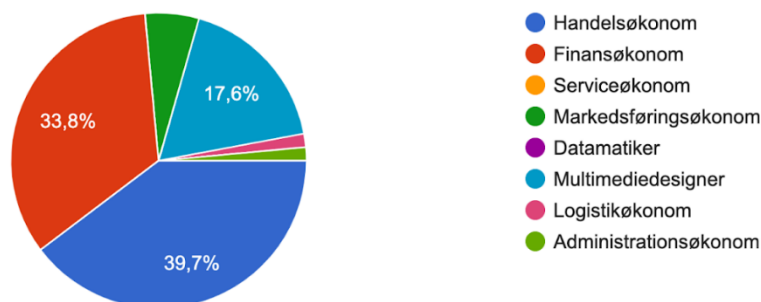
Se skematisk oversigt herunder:

Virksomhed	Kontaktperson
<i>GDS-Shop Aps</i>	Jack Stoustrup Hyltoft
Sass.dk	Nadia Sass
<i>KJEPS Bolighus</i>	Jesper Kjøp Rasmussen
<i>Synergi A/S</i>	Thomas Bagger Hansen
<i>My Heaven</i>	Marlene Pedersen
<i>Scanseason A/S</i>	Thomas Cramer Dalsgaard
<i>Næstved Flisecenter ApS</i>	Jens M. Jensen
<i>Dialægt Citatplakat</i>	Rasmus M
<i>Lundemøllen</i>	Signe Pedersen
<i>Plan Revision</i>	Søren Wienke
<i>Krabbes Revision</i>	Flemming Krabbe
<i>ProConsult</i>	Søren Lindegaard Olsen
<i>El og Teknik</i>	Anders Colding Lund Petersen
<i>VINBAREN Næstved ApS</i>	Susanne Hauerberg Jacobsen

Vi har tillige udarbejdet en survey blandt nuværende og tidligere studerende på relevante, adgangsgivende uddannelser på Zealand. Her er de blevet bedt om at vurdere, hvorvidt en top-up uddannelse i e-handel på PBA-niveau vil være relevant for dem. Der er indkommet 68 besvarelser. Fordelingen af uddannelser ser således ud:

Hvilken grunduddannelse tager eller har du taget?

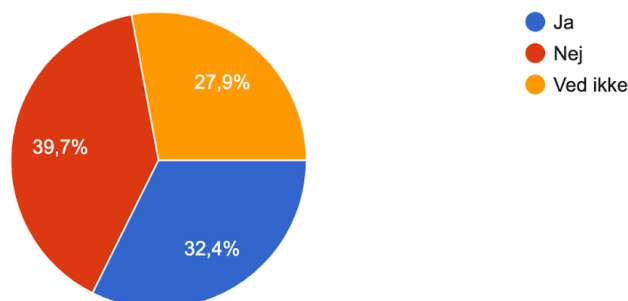
68 svar



Ud af de 68 svar har 32% angivet, at det vil være relevant at læse en top-up i e-handel.

Mener du, at det kunne være relevant for dig at læse en Top-up bachelor i E-handel på Zealand?

68 svar



Desk-research

Den regionale analyse er understøttet af nationale undersøgelser og statistikker, da der er et stort sammenfald mellem regionale og nationale behov. Selvom undersøgelser påpeger regionale variationer, så er manglen på kvalificerede medarbejdere indenfor E-handel og digital forretningsudvikling generelt en udfordring for alle regioner i Danmark.

Uanset virksomhedstype gives der tydeligt udtryk for, at digitalisering og e-handel er en nødvendig prioritering. Selv for virksomheder der ikke direkte varetager e-handelsaktiviteter, er den digitale tilstedeværelse en vigtig del af forrettningens strategi for at drive nye kunder ind i butikken.

3. Fra få e-handelsvirksomheder til boom

Behovet for dygtige medarbejdere inden for E-handel i den danske arbejdsstyrke er tidligere undersøgt af Foreningen for Dansk Internet Handel (FDIH). I deres seneste rapport fra 2018 med titlen "Uddannelsesbehov - er vi klar til digitaliseringen?", konstateres det, at der er et stort kompetenceunderskud, samt et samlet underskud mellem industriens forventninger og kandidaternes kompetenceniveau. Ifølge rapporten vurderer 44% af de undersøgte virksomheder, at de mangler kompetencer i forhold til E-handel hos deres medarbejdere. Kun 17% oplever, at ansøgere til jobs relateret til E-handel har de rette digitale kompetencer, mens 65% af ansøgerne kun delvist/i mindre udstrækning bliver fundet fagligt dygtige nok. Omkring 20% af virksomhederne gav udtryk for, at de har givet op i forhold til at finde kvalificeret arbejdskraft, ligesom 15% er blevet nødt til at nedskalere deres forventninger til medarbejdernes kvalifikationer for at kunne ansætte.

En PBA i e-handel har netop til formål at uddanne integratorer, da de kurser, vi har til hensigt at tilbyde, matcher integratorens færdigheder. Undersøgelsen konkluderer, at "ca. 90.000 digitale integratorer på det danske arbejdsmarked har utilstrækkelige digitale kompetencer for optimalt at varetage den stilling, de besidder". Det tilsvarende niveau for digitale specialister er 30.000 medarbejdere, hvorfor i alt 120.000 digitale medarbejdere på det danske arbejdsmarked ikke besidder tilstrækkelige digitale kompetencer".

At næsten halvdelen af de adspurgte virksomheder på landsplan mangler kompetente medarbejdere indenfor E-handelsområdet er også et billede der tegner sig i de regionale analyser og udtalelser. Eksempelvis viser en undersøgelse fra 2021 med titlen "Digitaliseringsparathed - analyse af virksomheder i Næstved", der er udført af Næstved Erhverv A/S, at virksomhederne kun i begrænset omfang er rustet til den digitale omstilling. I undersøgelsen er 134 virksomheder, der opererer på nationalt (54,95%) og regionalt niveau (47,75%) blevet stillet spørgsmålet: "Oplever virksomheden barrierer til at styrke digital omstilling?". Ud af de besvarelser oplyste 47 virksomheder, at de ikke havde de digitale kompetencer.

I egne interviews blev virksomheder og aktører med grænseflade til et stort antal virksomheder i regionen stillet følgende spørgsmål: *"Oplever I et øget fokus på digitalisering og/eller E-handel blandt virksomhederne i regionen?"*. Dette spørgsmål blev af alle respondenter besvaret positivt, blandt andet med følgende uddybninger:

"Ja, helt klart. Meget af den kompetenceudvikling vi understøtter virksomhederne med handler om digitalisering, særligt i relation til handel. Vi ser også i den lokale detailhandel flere eksempler på virksomheder, der har opnået mærkbar succes med E-handel."
(Rasmus Holst-Sørensen, Direktør, Næstved Erhverv)

"Når vi formidler kontakt mellem arbejdspladser og uddannelsessteder gennem projektet ArbejdskraftAlliancen er der ikke nogen tvivl om, at kompetencer indenfor digital markedsføring er i høj kurs hos virksomhederne."
(Dennis Lisner Thyssen, Erhvervsrådgiver, Næstved Erhverv)

"Ja, det kan man roligt sige, vi er gået fra 2 til 11 mand på 4 år. Vores kunder kommer 50% fra Næstved og omegn, 35% fra det øvrige region Sjælland og de sidste 15% fra København og resten af landet - og det er den samme tendens over det hele."
(David Lindberg, Partner, Holder 100)

Ovenstående udtalelser understøtter antagelsen om, at de nationale tendenser også gør sig gældende i regionen, ligesom de i høj grad matcher konklusionerne fra en omfattende behovsafdækning³ af digitale kompetencer på det danske arbejdsmarked, foretaget af Det Digitale Kompetencebarometer⁴.

Ifølge en Epinion SMV-måling (2021)⁵, gennemført af Danmarks Erhvervsfremme Bestyrelse og Erhvervsstyrelsen, der blev besvaret af 5.101 virksomheder nationalt, påpeger næsten en tredjedel (32%) af virksomhederne på, at manglende ressourcer i form af tid/medarbejdere er den største barriere for digitalisering og automatisering. Samtidig anføres det, at en femtedel (19%) af virksomhederne mangler digitale kompetencer blandt de ansatte.

FDIH-analysen (2018) gik videre til at fastslå potentialet for jobvækst inden for E-handel over de efterfølgende 18 måneder. Her oplyste 82% af de adspurgte, at de forventede at ansætte en medarbejder i branchen. 28% rapporterede, at de forventede at ansætte 2-3 medarbejdere, 19% forventede at ansætte 4-9 medarbejdere og 13% forventede at ansætte over 10 medarbejdere.

Ifølge Det Digitale Kompetencebarometer (2021) er der efterspørgsel efter digitale integratorer med færdigheder indenfor:

1. Digitalt salg og markedsføring, hvor private bruger digitale værktøjer til at optimere virksomheders salgs- og marketingindsats. *Eksempler på jobtitler: Marketing Automation Specialist, Digital Marketing Coordinator, Digital Marketing Consultant.*
2. Digital ledelse - profiler, der besidder både digitale kompetencer og ledelseskompetencer, og dermed er i stand til at organisere og lede en virksomheds digitale indsats og udvikling. *Eksempler på stillingsbetegnelser: Operations Manager, E-commerce Store Manager, CRM Manager, Head of Digital Marketing*
3. Digital forretningsudvikling - profiler, der arbejder inden for forretningsudvikling og digitale strategier. De har stærke kompetencer inden for dataanalyse og kan derved identificere, hvordan virksomheder kan drage fordel af de digitale muligheder gennem udvikling af digitale forretningsmodeller. *Eksempler på jobtitler: Business Intelligence-konsulent, applikationsudvikler, GDPR Business Specialist.*

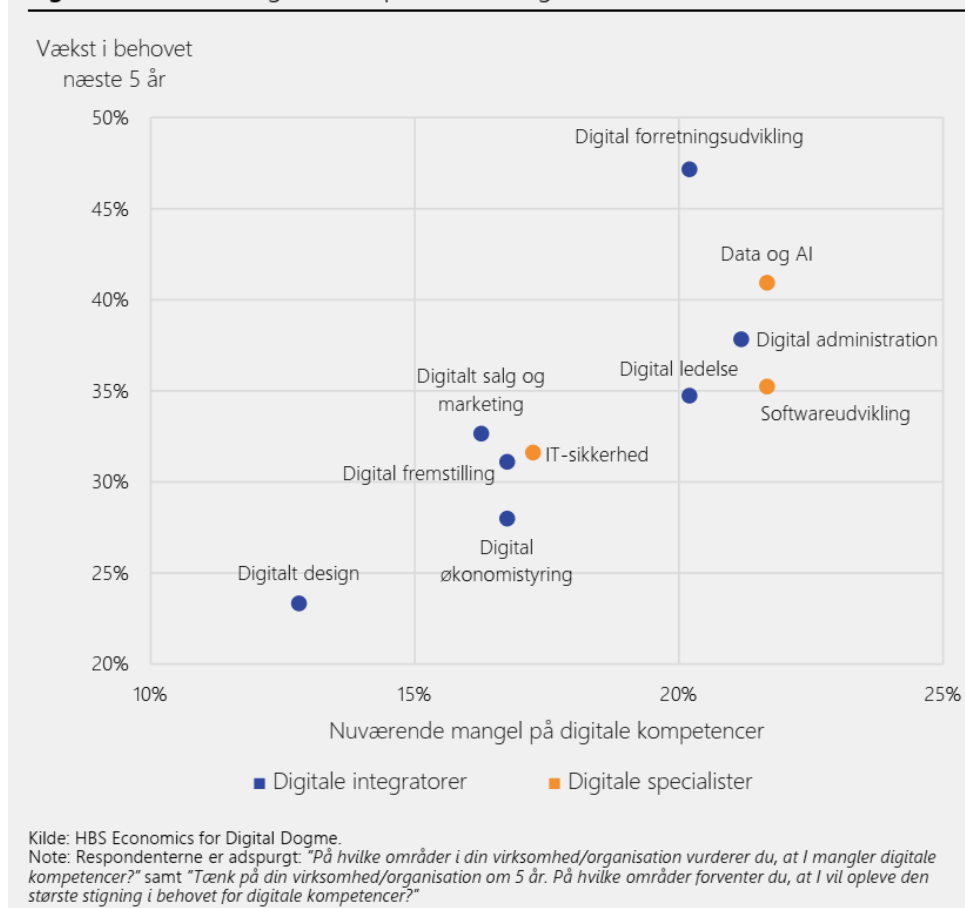
Efterspørgsel efter kompetencer inden for både digitalt salg og marketing, digital forretningsudvikling og digital ledelse forventes at vokse, se illustrationen nedenfor⁶:

³ For at afdække, om der er et digitalt kompetence-gap i den danske arbejdsstyrke, analyserede Det Digitale Kompetencebarometer data fra Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering (STAR), udsendte undersøgelser til virksomheder rundt om i landet, samt analyserede jobportaler og LinkedIn Economy Graph.

⁴ HBS Economics, & Industriens Fond. (2021). Det Digitale Kompetencebarometer 2021. Digital Dogme. <https://download.digitaldogme.dk/da/det-digitale-kompetencebarometer-2021>

⁵ Epinion for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse og Erhvervsstyrelsen. (2021). SMV-måling forår 2021. Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse. <https://erhvervsfremmebestyrelsen.dk/sites/default/files/2021-09/SMV-m%C3%A5ling%20for%C3%A5r%202021.pdf>

⁶ HBS Economics, & Industriens Fond. (2021). Det Digitale Kompetencebarometer 2021. Digital Dogme. <https://download.digitaldogme.dk/da/det-digitale-kompetencebarometer-2021>

Figur 13. Behov for digitale kompetencer nu og i fremtiden

Denne vækst er af særlig relevans, fordi det vil være de fokusområder (kompetencer), som en PBA i e-handel vil fokusere på. Det er også relevant, fordi efterspørgslen på disse kompetencer stort set er forblevet konstante, som det kan ses i FDIH-analysen (2018). Her kan det ses, at Marketing og marketingoptimering (SEM, SEO, email marketing mv.) sammen med Forretningsoptimering (kombination af IT og forretning) er steget i efterspørgsel mellem 2016 og 2018.

Selvom væksten fra 2016 til 2018 i denne analyse kan kaldes inkrementel, må der på grund af det store boom i e-handel forårsaget af Covid, forventes en fortsat stigning.

I egne interviews bliver virksomhederne også adspurgt om arten og omfanget af de kompetencer, som er nødvendige for at kunne løse deres opgaver indenfor e-handelsområdet. Svarene falder i god tråd med det, vi ser generelt i branchen og som er indholdselementer i uddannelsen:

"Det er meget på det operationelle plan. Helt basal research, konkurrentanalyser, segmentering/målgruppe, opsætning af splittet kampagner, monitorering af sider, databerigelse, tekstforfatning osv."
 (David Lindberg, Partner, Holder 100)

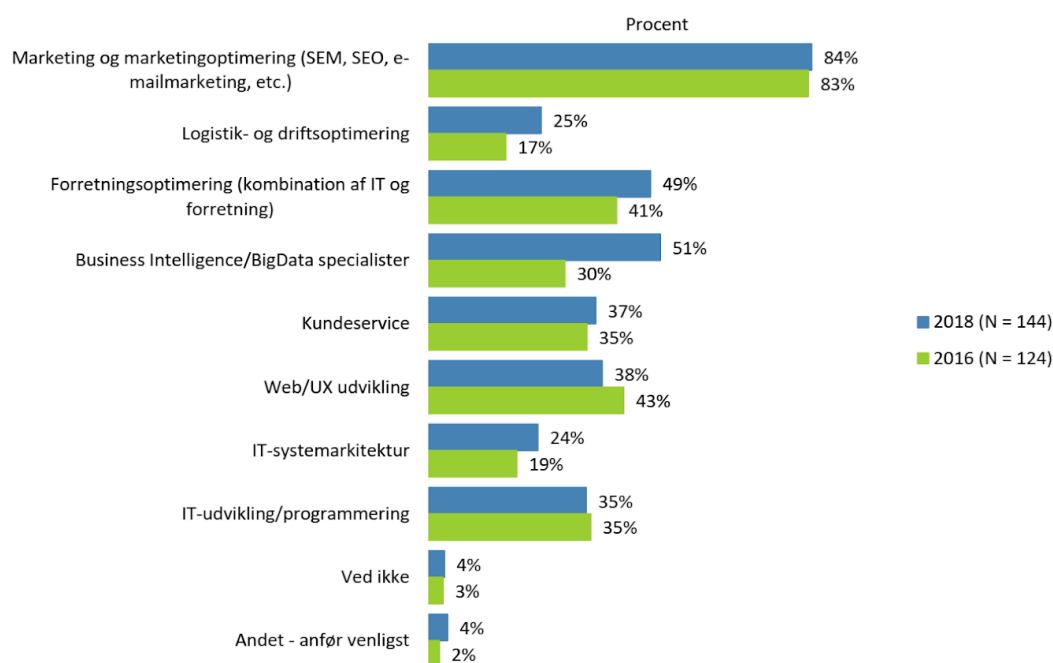
"Operationelt. Vi mangler nogen til at udføre. Vi har den overordnede plan på plads, men vi mangler hænder til at producere indhold"
 (Mette Neerup Mariager, Indehaver, That's Mine)

"Vi er rimelig godt dækket ind på markedsføringsområdet. Konkrete opgaver vi sidder med er annoncering online, tekster til vejledninger og produkter og film, som vi laver sammen med et bureau. Indholdsproduktion i det hele taget. Vi søger lige nu en lidt mere teknisk profil, som også har en indsigt i de systemer og 'sprog' omkring hjemmesider og hjemmeside integrationer"
 (Stig Petersen, Salg- og marketingdirektør, LS-control)

“Vi kommer til at se en trend i retningen af automatisering og dataflows. Altså, nogen som både har forståelse for forretningen og for dataflows, det her med at forstå hvordan bevæger data sig i organisationen og hvordan kan man arbejde strategisk med det”
(David Lindberg, Partner, Holder 100)

Af udtalelserne kan man se, at det primært er på det operationelle niveau der mangler hænder. Det handler om ‘content creation’, hvilket er et af fagene på uddannelsen. Værd at bemærke er det også, at Stig Petersen fra LS control efterspørger medarbejdere, der har et sprog og en teknisk indsigt i systemerne omkring hjemmesider og integrationer. Det er også lige præcis ét af de nationale fagelementer på uddannelsen og matcher med integratortrollen beskrevet tidligere. Den sidste udtalelse fra David Lindberg fra Holder 100 er også interessant. Han nævner en generel trend, som han ser, og lige præcis krydsfeltet mellem den strategiske forretningsforståelse og indsigt i data og databehandling er noget af det, som uddannelsen også lægger op til med de nationale fagelementer og igen også matcher med den integratortprofil, som uddannelsen sigter mod⁷:

15. Hvilke faglige kompetencer inden for digital handel ønsker du, at nye medarbejdere har?(flere svar mulige)



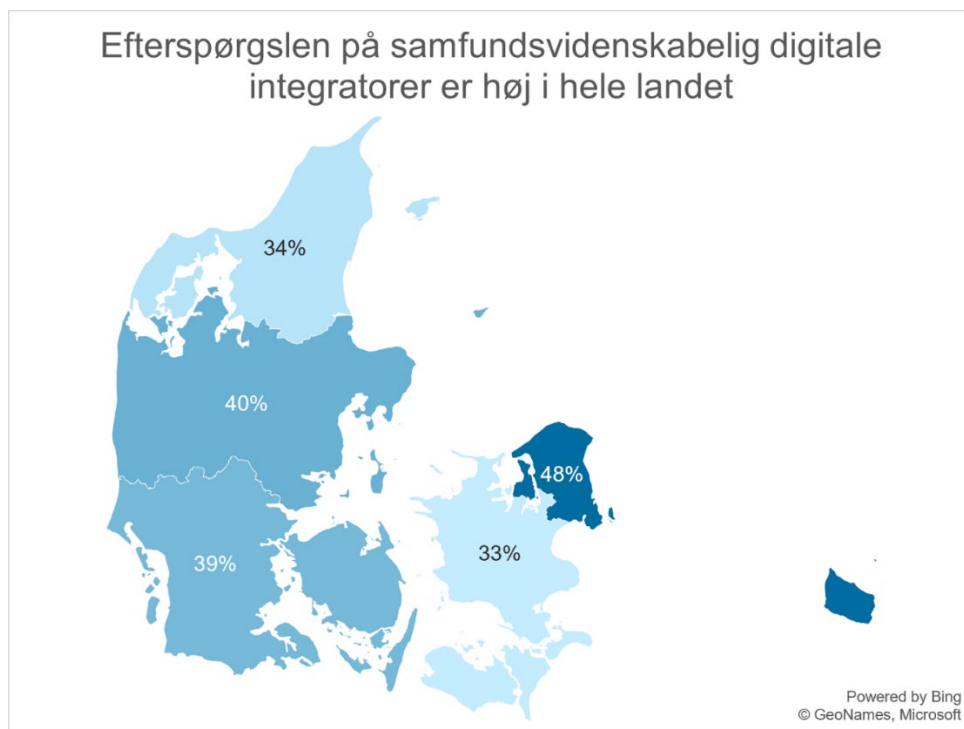
Ovennævnte vækst og sammenhæng i efterspørgslen efter disse kompetencer viser tydeligt, hvor afgørende disse kompetencer er og vil blive for den samlede digitalisering af erhvervslivet i Danmark. Særligt kan man se, at der inden for områderne ‘Forretningsoptimering’ og ‘Business Intelligence’ er en øget efterspørgsel. Igen er det kompetencer, som matcher uddannelsens indhold og førromtalte integratort rolle.

4. Digitaliseringsparathed i regionen

I en rapport med titlen "Behov for digitale kompetencer hos samfundsvidenskabelige kandidater", udgivet i april 2022 af Dansk Industri, understreges det, at behovet for medarbejdere med digitale kompetencer er steget kraftigt i de private virksomheder. Hele 33% af alle jobopslag i regionen efterspørger en digital profil, og det er således ikke længere kun it-specialisterne, der skal drive den digitale transformation i

⁷ Foreningen for Dansk Internethandel (FDIH). (2018). Uddannelsesanalyse, 2018. Uddannelsesbehov - er vi klar til digitaliseringen? Dansk Erhverv - Digital Handel <https://www.danskerhverv.dk/siteassets/mediafolder/dokumenter/01-analyser/digital-handel/analyser/uddannelse/fdihs-uddannelsesanalyse-2018.pdf>

virksomhederne, men også generalister som de samfundsvidenskabelige kandidater. Selvom rapporten primært fokuserer på kandidater, illustreres en tendens, der stemmer fint overens med resultaterne i de andre rapporter, der refereres til.



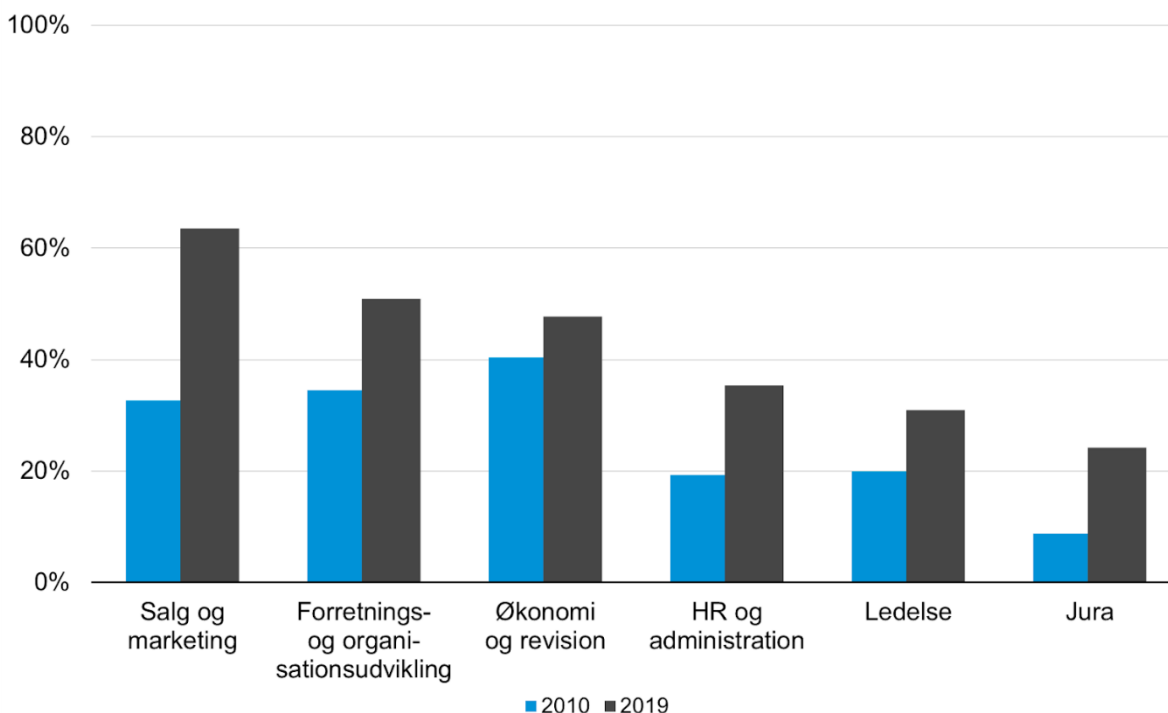
Figur 3: Efterspørgslen efter samfundsvidenskabelige digitale integratorer i hele landet Dansk Industri. (2022). Behov for digitale kompetencer hos samfundsvidenskabelige kandidater. Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

<https://www.danskindustri.dk/arkiv/analyser/2022/4/behov-for-digitale-kompetencer-hos-samfundsvidenskabelige-kandidater/>

Resultaterne viser også, at der er stor efterspørgsel efter digitale kompetencer inden for marketing, og efterspørgslen forventes at stige⁸.

⁸ Dansk Industri. (2022). Behov for digitale kompetencer hos samfundsvidenskabelige kandidater. Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse. <https://www.danskindustri.dk/arkiv/analyser/2022/4/behov-for-digitale-kompetencer-hos-samfundsvidenskabelige-kandidater/>

Udviklingen i efterspørgslen på samfundsvidenskabelige digitale integratorer fordelt på jobområder



Anm.: Denne opgørelse har alene inkluderet efterspørgslen i den private sektor og efterspørgslen efter integratorer med en videregående uddannelse. Efterspørgslen er baseret på andelen af jobopslag, der efterspørger digitale integratorer.

Kilde: HBS Economics for DI

I rapporten gøres brug af forskellige eksempler på jobopslag:

- *“Vi er på udkig efter en ihærdig og selvstændig Digital Marketing Coordinator med en can-do-attitude. Du lever og ånder for den digitale verden, men med et menneskeligt aspekt, og du forstår at lave en sammenhæng mellem de digitale værktøjer og vores kunders digitale rejse...”*
- *“Har du et digitalt mind-set og kunne du tænke dig at arbejde i et internationalt miljø? Er din digitale værktøjskasse i orden, og har du arbejdet med CMS, SEO, SEM, e-commerce og social media? Vil du arbejde med Wordpress, Shopify, Mailchimp, Salesforce, Hubspot?”*

I en supplerende “Digitaliseringsparathedsanalyse”, fra Næstved Erhverv A/S (2021) er det ligeledes tydeligt, at behovet for digitale kompetencer inden for markedsføring er udbredt. Da respondenterne eksempelvis bliver spurgt; “Inden for hvilke områder kan virksomheden styrke sin digitale omstilling?”, angiver 62,39% af 109 respondenter, at digital markedsføring er fokusområdet. Samtidig påpeger 59,09%, at “tiltrækning af nye kunder” udgør den højest prioriterede værdiskabelse, når der skal investeres i digital udvikling.

I det væsentlige illustrerer resultaterne fra ovenstående rapporter altså tendensen fra de forrige undersøgelser, og understreger det regionale behov for de færdigheder og kompetencer, som vi kan kvalificere de studerende med i en regional forankret PBA-uddannelse i e-handel.

Som vi vil illustrere i næste afsnit, går de øvrige PBA-uddannelser, der udbydes i regionen, f.eks. PBA i International Sales and Marketing, ikke så meget i dybden, når det kommer til praktiske digitale kompetencer inden for salg og marketing. Hvis ikke dette kompetencegab adresseres, kan det frygtes, at

regionen vil fortsætte med at halte bagud i forhold til de andre regioner, der i øjeblikket alle har enten en uddannelse inden for e-handel eller universitetsuddannelser, der udbyder lignende kurser.

I et interview med Sine Larsen fra UCL, fremgår det, at der har været 76 ansøgere til 40 pladser, uden at institutionen har gjort andre indsatser end at have haft åbent hus. Omtalen af uddannelsen har spredt sig meget hurtigt, ligesom erhvervslivet har taget rigtig godt imod de studerende. Der opleves faktisk et så stort behov for dimittender, at UCL har udviklet en praktikform, hvor den studerende er i praktik i en periode fra marts til november (to dage om ugen). Det betyder, at virksomhederne får stillet det akutte behov for kompetencerne, og samtidig opnås en frugtbar synergi mellem praksis og teori.

Sine Larsen fortæller endvidere, at der er stor rift om dimittenderne og at der allerede er flere praktikpladser end der er studerende til. "Virksomhederne ansætter ikke en studerende, men en kommende medarbejder", fortæller Signe, og fortsætter; "Flere studerende har også supplerende studentermedhjælper timer i samme virksomheder".

Både UCL, CPH Business og Dania, har på netværksmøde for Handelsøkonomuddannelsen oplyst, at de oplever en stor interesse fra deres uddannelser mod en PBA i e-handel. Samtidig oplever de også, at virksomhederne konkret efterspørger kompetencer fra e-handelsområdet, på det høje niveau, som denne står for.

5. Komparativ analyse af andre PBA'ere.

PBA i e-handel har ikke en direkte pendant i Region Sjælland. På samme niveau (professionsbachelorniveau) udbyder Zealand tre uddannelser, der på forskellig vis har indholdselementer, der også genfindes i PBA i e-handel; PBA i Digital konceptudvikling, PBA i International Handel og PBA i webudvikling

For et mere deskriptivt fordelt på læringselementer er konstrueret nedenstående skema, med uddybet forklaring på indholdsforskelle:

Digital forretningsforståelse
PBA i Digital konceptudvikling
Dette læringselement giver i vid udstrækning de studerende samme viden, færdigheder og kompetencer som PBA i e-handel.
PBA i Int. handel og markedsføring
Læringselementet "Virksomhedens strategiske grundlag (forretningsmodel)" på PBA'en internationalt salg og marketing fokuserer primært på forståelse af forretningsmodeller og implementering af forretningsmodelinnovation. Der er lidt eller ingen vægt på typen af forretningsmodel, hvorimod der på PBA i e-handel naturligvis vil blive lagt vægt på at forstå digitale forretningsmodeller og udvikle digitale strategier for at sikre forretningsmodelinnovation.
E-handelsteknologier
PBA i Digital konceptudvikling
Selvom begge kurselementer fokuserer på at forstå forskellige teknologier for bedre at optimere forretningsprocesser og dermed tilføre værdi til kunderne, lægger vægten på den "teknologiske forståelse" på PBA'en i Digital konceptudvikling ikke vægt på e-handelsteknologier som CRM. ; ERP, transaktionsbehandling, elektronisk dataudveksling (EDI) eller lagerstyringssystemer, og det er centrale søjler i e-handelsuddannelsen, som den er specialiseret.
PBA i Int. handel og markedsføring
I læringselementet "Salgsledelse og virksomheds salgsudvikling" på PBA i internationalt salg og marketing får de studerende en indsigt i udviklingen af internationale salgsstrategier herunder on- og off-line, CRM for nye og eksisterende kunder,

<p>kundeopfølgning, key account og global account ledelse. I dette læringsmål bliver studerende dog blot udsat for, hvilke CRM-systemer der er nogle få definitioner. De får ikke praktisk erfaring (integration med andre systemer som ERP-systemer, betalingssystemer osv.) med at arbejde med forskellige CRM-systemer såsom Hubspot eller Salesforce, som de ville på E-handel.</p>
<p>Customer Experience</p>
<p>PBA i Digital konceptudvikling</p> <p>Læringsmålet "Interface Design" på PBA i Digital konceptudvikling lægger vægt på udviklingen af de visuelle og funktionelle aspekter af et særligt websted, og selvom der lægges vægt på kundeoplevelse, er det ikke så vidtgående som det, der tilbydes på PBA i e-handel, hvor et helt tema kun er dedikeret til dette.</p>
<p>PBA i Int. handel og markedsføring</p> <p>Læringselementet "kunden som udgangspunkt" på PBA i internationalt salg og marketing fokuserer primært på relationsmarkedsføring og analyse af kundelevetidsværdi samt relationsmarkedsføringsstarter i traditionel forstand, og det dykker ikke dybere ned i at udvikle kundeoplevelsen, og dette er nøglen. del af dette kursus om PBA i e-handel.</p>
<p>PBA i Webudvikling</p> <p>Selvom der er ens fokus på kundeoplevelse i de to læringselementer, fokuserer "User Experiences" på PBA i Webudvikling holistisk på brugeroplevelse for cites, og det er ikke udelukkende fokuseret på denne oplevelse med hensyn til e-handel. Den optimering, som eleverne lærer, er ikke specialiseret.</p>
<p>Metode og videnskabsteori</p>
<p>PBA i Digital konceptudvikling</p> <p>Dette læringselement giver i vid udstrækning de studerende samme viden, færdigheder og kompetencer som PBA i e-handel.</p>
<p>PBA i Int. handel og markedsføring</p> <p>Dette læringselement giver i vid udstrækning de studerende samme viden, færdigheder og kompetencer som PBA i e-handel.</p>
<p>Dataanalyse</p>
<p>PBA i Digital konceptudvikling</p> <p>Selvom læringselement "Brugerbeforsknin og -metoder" på PBA i Digital Konceptudvikling og kursuselementet "Dataanalyse" på e-handelsuddannelserne har samme udgangspunkt i indsamling og analyse af brugerdata, de adskiller sig meget i forhold til typen af analyserede data samt indsamlingen af disse data. E-handelsuddannelsen fokuserer kun på e-handelsrelaterede data, som omfatter for eksempel BI og webanalyse, og disse data syntetiseres, analyseres, fortolkes og bruges specifikt til yderligere at optimere online shoppingoplevelsen. "Brugerbeforsknin og -metoderne" på PBA i Digital Concept Development begrænser sig ikke kun til e-handelsrelaterede data.</p>
<p>PBA i Int. handel og markedsføring</p> <p>På PBA in International sales and marketing i læringselement "Kunden som udgangspunkt" studerende "analysere og vurdere nuværende og fremtidig kundebase samt den individuelle kunde i forhold til virksomhedens værdiproposition ved anvendelse af metoder og værktøjer til analyse af kundernes adfærd, herunder brug af store data og profitabilitetsberetninger på det nationale og de internationale markører". De studerende på denne uddannelse lærer om, hvad big data er, men de arbejder ikke hånd på (lærer at bruge forskellige systemer til at indsamle, syntetisere og i sidste ende optimere). Der er heller ingen særlig vægt på big data i forbindelse med e-handel.</p>
<p>Advanced Digital Marketing</p>
<p>PBA i Digital konceptudvikling</p> <p>Dette læringselement giver i vid udstrækning de studerende samme viden, færdigheder og kompetencer som PBA i e-handel.</p>
<p>PBA i Int. handel og markedsføring</p>

Dette læringselement er ikke en kernetil af denne uddannelse og udbydes snarere som et valgfag.

6. Dimensionering og ledighed

PBA i e-handel udbydes i dag på seks følgende erhvervsakademier, og da der stadig er tale om en relativ ny uddannelse, så er e-handel alle seks steder underlagt uddannelsesspecifik dimensionering⁹:

- IBA Erhvervsakademi i Kolding, dimensioneret til et optag på 35 studerende
- Copenhagen Business Academy i København, dimensioneret til et optag på 60 studerende
- UCL Erhvervsakademi og Professionshøjskole, dimensioneret til et optag på 40 studerende
- Erhvervsakademi Dania i Skive, dimensioneret til et optag på 30 studerende
- Erhvervsakademi Aarhus, dimensioneret til et optag på 80 studerende
- UCN, Aalborg, dimensioneret til et optag på 40 studerende

Der findes endnu ikke ledigheds- eller beskæftigelsestal for e-handelsdimitterende på Cphbusiness eller UCL, som er de to erhvervsakademier, der begge udbyder e-handel, og som ligger nærmest Region Sjælland og Zealands dækningsområde. Det eneste udbud af uddannelsen hvor der for nuværende er officielle ledighedstal, er den første årgang af e-handelsstuderende der dimitterede fra Aarhus Erhvervsakademi i 2019. Data fra UFM's datavarehus viser, at den gennemsnitlige ledighed i 4.-7. kvartal efter fuldført uddannelse er på 11% for de som dimitterede i 2019, hvilket må vurderes som værende lav ledighed.

Data fra ministeriet viser, at ni studerende forud for optagelse på e-handel på CPHBusiness har studeret på Zealands de seneste tre år. Yderligere viser data, at seks ud af de ni studerende der studerede på Zealands, bor i Region Hovedstaden. Det kan derfor antages, at der for nuværende ikke uddannes nogle med e-handelskompetencer, som er bosiddende i Region Sjælland.

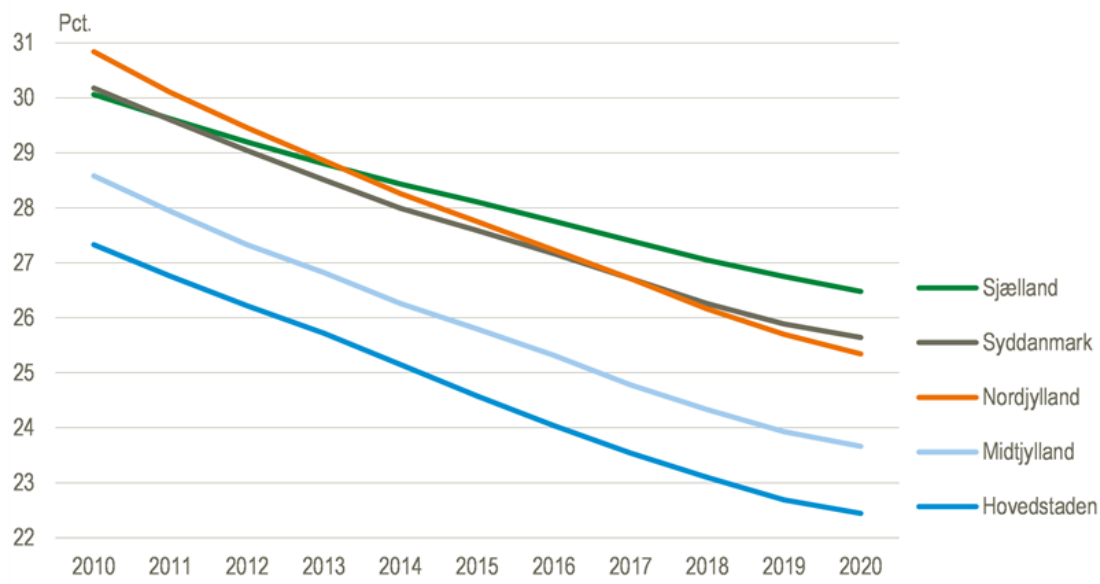
At PBA i e-handel udbydes i Odense, København og Hillerød som er de byer som ligger tættest på Zealands dækningsområde, kan få den konsekvens, at der sker en national skævvridning mht. erhvervslivets rekrutteringsmuligheder og dermed virksomhedernes og regionens konkurrenceudviklingspotentiale. Ved at udbyde PBA i e-handel i Næstved vil Zealands kunne understøtte Region Sjællands visioner om at skabe udvikling og vækst. Region Sjælland har store udfordringer med at digitalisere. Ifølge projektleder på strukturfondsprojektet Digitale Veje til Vækst Stine Mortensen er der: "... virkelig behov for, at virksomhederne på Sjælland får hjælp til at digitalisere. På Sjælland er virksomhederne mindre, og det er sværere at rekruttere medarbejdere med ny digital viden. En af årsagerne er, at den veluddannede arbejdskraft søger mod København, og derfor har vi et særskilt fokus på også at få højnet de digitale kompetencer blandt medarbejderne, der skal omsætte rådgivernes anvisninger til konkret værdi og vækst"

I Region Sjællands uddannelsesanalyse fra 2021 bliver det påpeget, at omkring 3.000 unge i aldersgruppen 20-24 år hvert år flytter fra Region Sjælland til København, Aarhus eller Odense for at tage deres videregående uddannelse. Der bliver ligeledes vurderet, at de i storbyerne skaber sig et liv og bliver boende, og flytter derfor ikke tilbage til Region Sjælland (Region Sjælland, 2021). Dette ræsonnement virker plausibelt og er med høj sandsynlighed årsag til, at Region Sjælland har den højeste befolkningsandel uden en erhvervskompetencegivende uddannelse. Ifølge data fra DST er Region Sjælland med lidt over 26 pct. den region i Danmark med den højeste befolkningsandel uden en erhvervskompetencegivende uddannelse. I den anden ende af skalaen er Region Hovedstaden med en andel på 22 pct. Dette ses visualiseret i grafen¹⁰ nedenfor:

⁹ [samlet-oversigt-uddannelsesspecifik-reguleret-optag.docx \(ufm.dk\)](#)

¹⁰ [NYT: Størst andel uden uddannelse i Region Sjælland - Danmarks Statistik \(dst.dk\)](#)

25-69-årige uden erhvervskompetencegivende uddannelse fordelt på region



Kilde: www.statistikbanken.dk/hfudd11.

Med et udbud af PBA i E-handel i Næstved vil Zealand kunne bidrage til et løft af Region Sjælland kompetenceniveau samt medvirke til at sikre konkurrenceevne og beskæftigelse der bl.a. kan imødekomme regionens digitaliseringsudfordringer.

Adspurgt om de kunne forestille sig at ansætte dimittender fra uddannelsen, svarer 4 ud af 5 interview virksomheder ja.

“Det vil jeg mene at vi kunne, ja. Vi fastansætter de praktikanter, som passer bedst ind.”
(David Lindberg, Partner, Holder 100)

“Ja, det kan jeg godt forestille mig. Det har vi gjort med alle de 3 praktikanter (Handelsøkonomer) vi har haft indtil videre.”
(Mette Neerup Mariager, Indehaver, That's Mine)

Danske Regioner har analyseret, hvor dimittender fra blandt andet erhvervsakademier er bosat 2, 5 og 10 år efter, de er færdiguddannet. Analysen baserer sig på registerdata fra DST og tager udgangspunkt i dimittender fra 2009, 2014 og 2017 (Danske Regioner, 2021). Dimittendernes bosætning er fordelt efter, om de bor i enten samme kommune eller samme region, som de tog deres uddannelse i. Analysen viser, at 72% af dimittenderne fra 2017 fortsat bor i eller ved deres akademis dækningsområde. Yderligere viser analysen, at Region Hovedstaden er den region, hvor flest dimittender bor i dimittend-regionen 10 år efter dimission. Andelen er den næstlaveste i Region Sjælland, hvor 55% bor i regionen 10 år efter dimission. Det kan ses af figur nedenfor¹¹:

Tabel 1: Andel der 1. januar 2020 boede i den region, hvor de tog deres uddannelse, fordelt på år for dimission.

	2009	2014	2017
Erhvervsskolerne	75%	75%	76%
Erhvervsakademierne	65%	67%	72%
Professionshøjskolerne	73%	71%	75%
Universiteterne	57%	59%	67%

At så stor en andel forbliver omkring akademiets dækningsområde, hvor de finder beskæftigelse, underbygger nødvendigheden for decentrale udbud, da det kan sikre fastholdelse af kvalificeret arbejdskraft i Region Sjælland, således at der kan skabes et Danmark i bedre balance. Som følge af, at e-handel

¹¹ [2021. 03.30 Bosætningsanalyse 2020 \(regioner.dk\)](https://regioner.dk/2021/03/30/Bosætningsanalyse-2020)

udbydes i Odense, København og Hillerød, som er de byer som ligger tættest på Zealands dækningsområde, vurderer vi, at der er en stor risiko for, at der bliver skabt en national skævvridning for erhvervslivets rekrutteringsmuligheder og dermed virksomhedernes og regionens udviklingsmuligheder. Af samme årsag ser Zealands meget positivt på, at regeringen ønsker at arbejde for at skabe uddannelsesmuligheder på tværs af land og by.

På baggrund af interviews med aftagervirksomheder i regionen vurderes det, at der er et behov for dimittender med kompetencer inden for e-handel. Blandt andet udtaler David Lindberg på spørgsmålet om de vil kunne tilbyde praktikpladser til studerende fra uddannelsen:

“Ja, vi vil gerne tage 2 pr. årgang. Vi har søgt praktikanter på de andre akademier, men de unge mennesker bor for langt væk og vi har svært ved at tiltrække dem.”
(David Lindberg, Partner, Holder 100)

Ikke alene vil de gerne tage praktikanter, men de giver også udtryk for, at de har svært ved at rekruttere medarbejdere fra andre steder i landet. Ganske kort fortalt, så siger alle de øvrige adspurgte virksomheder, at de er interesserede i at aftage praktikanter fra uddannelsen. Her et par eksempler på hvad de svarer:

“Ja, helt afgjort. Det kan jeg med 100% sikkerheds sige ja til.”
(Benny Nissen, Indehaver og forretningsudvikler, Atki)

“Ja, det vil vi godt kunne tilbyde, helt sikkert. Vi har gode erfaringer med de praktikanter vi har haft tidligere.”
(Mette Neerup Mariager, Indehaver, That's Mine)

“Ja, vi er interesserede i at indgå i en dialog om det. Vi vil ikke bare tage praktikanter ind for at gøre det, det skal være fordi de bliver en del af et konkret projekt, som vi skal udvikle. Så kan de få ansvaret for et projekt. Vi har været rigtig glade for at arbejde med praktikanter, så vi får noget nyt ind med dem hver gang og flere af dem bliver også hos os efterfølgende.”
(Stine Rix, Marketingkoordinator, VVS+)

Konklusion

Vi har igennem behovsanalysen vist, at e-handel er et område i kraftig vækst og at det medfører et behov for kvalificeret arbejdskraft i regionen såvel som på nationalt plan. Både de inddragede analyser såvel som de gennemførte interviews med aftagerne peger på, at der er et behov for lige præcis den type digitale integratorer, som uddannelsen kan levere. Det er vigtigt at der også i region Sjælland er et udbud af denne uddannelse, dels fordi virksomhederne efterspørger kompetencerne (men har svært ved at tiltrække dem fra f.eks. København) og dels fordi at 'mobiliteten' i arbejdsstyrken i den tilstødende region (Hovedstaden) er meget lav.

Adspurgt, siger omkring 33% af studerende på relevante, adgangsgivende grunduddannelser på Zealands, at det ville være relevant for dem at læse en bachelor i E-handel, så også hos de studerende er der en stærk relevans for uddannelsen. Slutteligt har vi med 15 støtteerklæringer fra regionale virksomheder også et solidt fundament for at opbygge et stærkt netværk af regionale aftagere, der både kan sikre praktikpladser, beskæftigelse og indgå i den løbende dialog og udvikling af uddannelsens regionale særpræg.

Kære Rasmus Helleberg Frimodt

På baggrund af gennemført prækvalifikation af Zealand – Sjællands Erhvervsakademis ansøgning om godkendelse af nyt udbud og efterfølgende indsigelse af 27. januar 2023 har jeg truffet følgende afgørelse:

Afslag på nyt udbud af professionsbacheloruddannelse (overbygning) i e-handel (Næstved)

Afgørelsen er truffet i medfør af § 20 i bekendtgørelse om akkreditering af videregående uddannelsesinstitutioner og godkendelse af videregående uddannelser (nr. 1558 af 2. juli 2021 med senere ændring).

Indsigelsen er blevet vurderet af Det rådgivende udvalg for vurdering af udbud af videregående uddannelser (RUVU):

"RUVU har fået forelagt Zealand – Sjællands Erhvervsakademis indsigelse mod RUVU's vurdering af, at ansøgning om nyt udbud af PB(O) i e-handel ikke opfylder prækvalifikationskriterierne.

RUVU vurderer, at uddannelsesinstitutionens indsigelse ikke indeholder væsentlige nye oplysninger, der kan lægges til grund for en ændret vurdering af ansøgningen.

RUVU finder det fortsat afgørende, at der på nuværende tidspunkt foreligger meget få ledighedsdata for uddannelsen, og at der over de seneste år er godkendt flere nye udbud af uddannelsen, hvilket har ført til en markant tilgangsudvikling for uddannelsen på landsplan.

RUVU er fortsat bekymret for, om arbejdsmarkedet kan absorbere denne markante tilgangsudvikling og vurderer derfor et behov for at afvente konsoliderede ledighedstal, før der godkendes nye udbud. Det vil også være relevant at supplere nye ledighedsdata med data for forgæves rekrutteringer blandt relevante virksomheder i området. RUVU noterer sig desuden, at flere overbygningsmuligheder på det merkantile område pt. er ledighedsbaseret dimensioneret som følge af høj ledighed."

Ved afslaget er der lagt vægt på, at RUVU har vurderet, at ansøgningen ikke opfylder kriterierne for prækvalifikation, som fastsat i bilag 4 i bekendtgørelse nr. 1558 af 2. juli 2021 med senere ændring.

Med venlig hilsen



Christina Egelund

31. marts 2023

**Uddannelses- og
Forskningsministeriet**

Børsgade 4
Postboks 2135
1015 København K
Tel. 3392 9700
ufm@ufm.dk
www.ufm.dk

CVR-nr. 1680 5408

Ref.-nr.
73323