

Färdplan

– Strategisk plan för åren 2017–2019



Enklare tillsammans

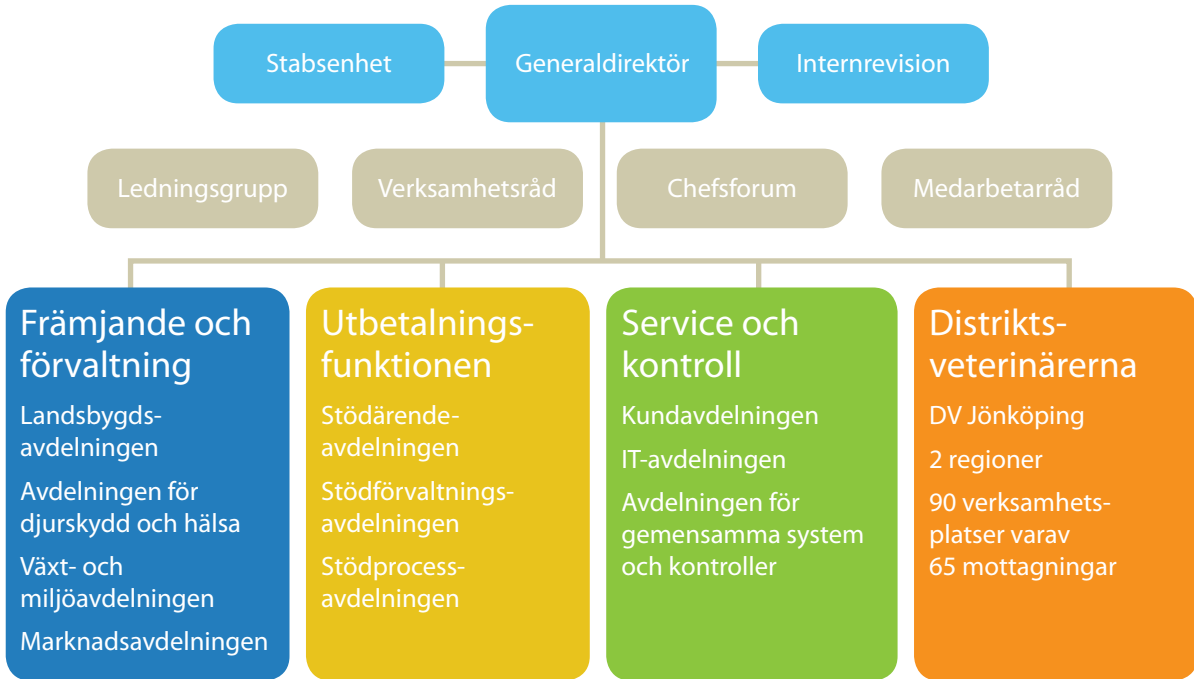
maten

djuren

miljön

landsbygden

Jordbruksverkets organisation



Tvärgående fokusområden:



Vår färdplan leder oss i rätt riktning

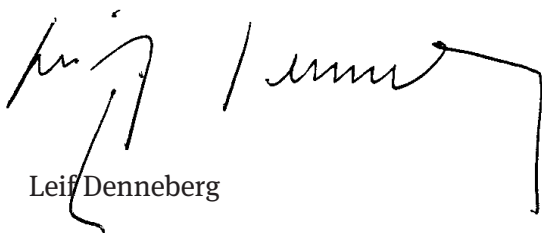
Vi har nu arbetat utifrån vår färdplan i tre år och jag är mycket glad över all utveckling som skett på många områden. Samtidigt är vi inte i hamn. Vi behöver fortsätta arbeta intensivt i våra fokusområden för att fortsätta skapa tydlig förändring för både våra kunder och oss själva. Allt för att vi enklare ska nå våra mål och lyckas i vårt uppdrag. Vi behåller därför vår färdplan med samma fokusområden som tidigare.

Tre år är ändå ganska lång tid och nya yttre och inre faktorer har dykt upp och påverkar vår verksamhet. Därför behöver vi aktualisera färdplanen och fokusområdena. Vi ser till exempel att regeringen ökat sitt fokus på oss myndigheter att utveckla digitaliserade processer och Jordbruksverket har utsetts till utvecklingsmyndighet för ett av regeringens fyra uppdrag kring digitalisering. Regeringen har antagit en ny livsmedelsstrategi vilket påverkar vår verksamhet. Vi har fått nya uppdrag, till exempel inom landsbygdsprogrammet och inom djurområdet med ett nytt så kallat 3R centrum för försöksdjursfrågor. Komplexiteten i regelverken som handlar om stöden fortsätter öka. Sammantaget påverkar detta vår färdplan och övertygar om att vi måste fortsätta utveckla oss inom fokusområdena.



Inför en aktualisering av färdplanen har jag och kollegorna i ledningsgruppen varit ute och träffat alla enheter under temat ”Fika med ledningen”. Det har varit väldigt roligt och givande. Tack för en god dialog! Under vår turné ville vi diskutera vilka utmaningar och förbättringsområden som finns för färdplanen. Det framgår till exempel att det är svårt att tillämpa färdplanen konkret i det egna arbetet. Jag vill mena att det alltid är utmanande att ta ned en strategi på konkret nivå – det ligger i sakens natur. Men det är samtidigt en tydlig signal att vi i ledningen tillsammans med våra chefer måste fortsätta stödja arbetet med att konkretisera färdplanen för varje medarbetare.

Dialogen ska fortsätta! Tillsammans utvecklar vi Jordbruksverket!



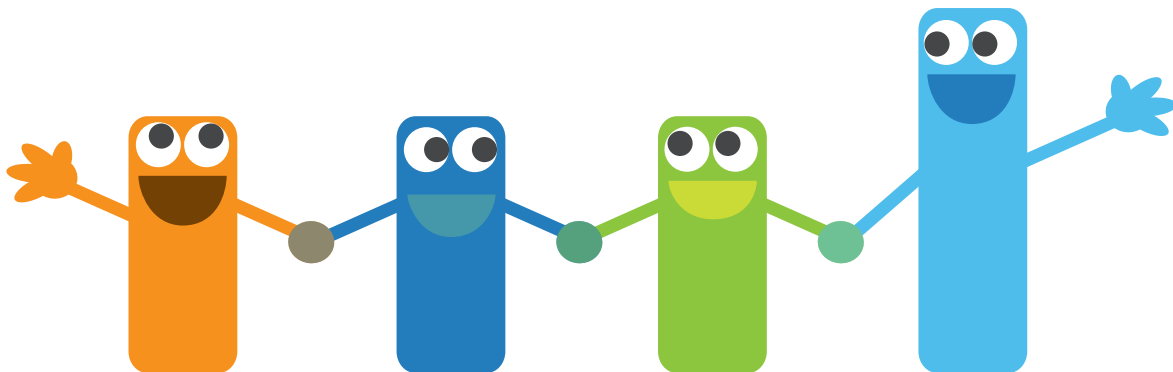
Leif Denneberg



Vision

Enklare tillsammans

Visionen är en ledstjärna för hela verksamheten och talar om för oss vår allra viktigaste prioritering. Vi ska arbeta på bredden för att göra det enklare för våra kunder och vi ska arbeta tillsammans både internt och externt för att uppnå detta. Det blir också enklare och roligare att arbeta på Jordbruksverket om vi hjälps åt.



Verksamhetsidé

Vår verksamhetsidé beskriver vad vi arbetar för. Den beskriver den gröna tråd som länkar ihop alla våra verksamheter på Jordbruksverket.

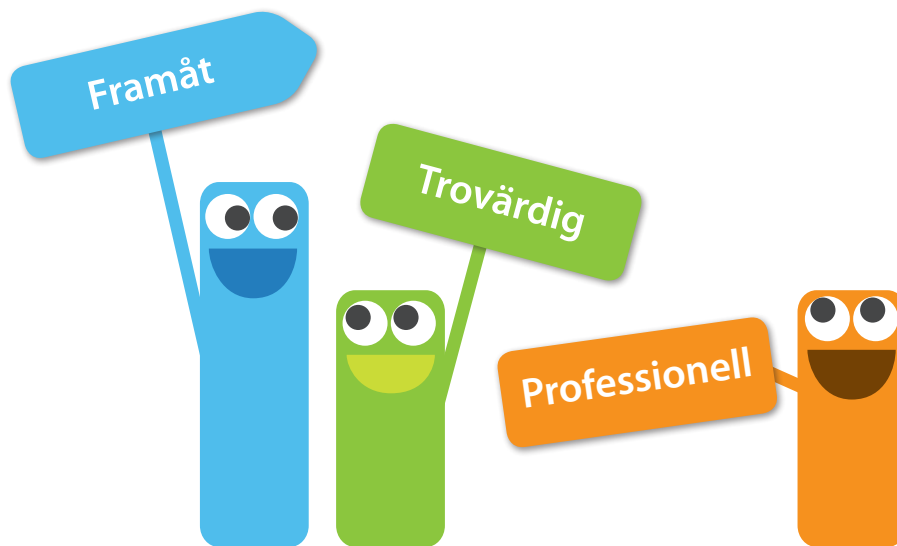
- Vi arbetar för ett livskraftigt jordbruk som grunden för en levande och attraktiv landsbygd.
- Vi bidrar till ett hållbart samhälle med en hälsosam miljö för människor och djur.
- Vi verkar för ett lönsamt företagande och tillväxt i hela landet.
- Vi utgår från kundernas behov och gör det krångliga enkelt.
- Vi skapar trygghet och förtroende, tillsammans och med andra.
- Vi är Jordbruksverket.



Värdeorden

Våra värdeord ska färga allt vi gör, stort som smått. Värdeorden talar på ett enkelt sätt om för oss och vår omvärld vilka vi är och hur vi agerar. Våra värdeord är en viktig byggsten i vår färdplan för att nå vår vision.

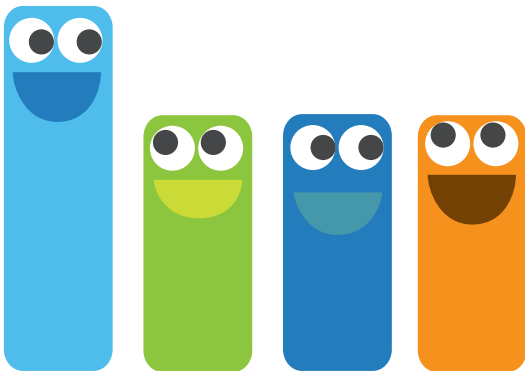
Våra värdeord är:



Den gemensamma statliga värdegrunden

Våra värdeord ska kopplas ihop med den gemensamma statliga värdegrunden som alla statsanställda ska utgå ifrån. Den gemensamma statliga värdegrunden bygger på de sex grundprinciperna:

- demokrati
- legalitet
- objektivitet
- fri åsiktsbildning
- respekt för allas lika värde, frihet och värdighet
- effektivitet och service



Färdplanens fokusområden

Färdplanen pekar ut riktningen för de kommande tre åren. För perioden 2017-2019 ligger de tidigare, men nu aktualiserade, fokusområdena fast. Genom ständiga förbättringar inom fokusområdena skapar vi förutsättningar för att uppfylla vårt uppdrag och våra mål på bästa sätt. Färdplanen ska genomsyra all vår verksamhet och är inget som pågår ”ovanpå” allt annat.

Här nedan kan du läsa mer om respektive fokusområde



Hållbar landsbygd och konkurrenskraftiga företag

En levande och attraktiv landsbygd är en förutsättning för att företag och människor ska finnas där.

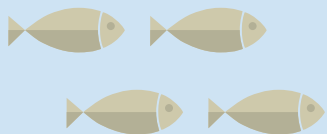
Vi arbetar för att stärka landsbygden och belyser landsbygdens utveckling ur flera perspektiv. Vi menar att landsbygden och staden är ömsesidigt beroende av varandra. Landsbygdens förmåga att producera mat och energi såväl som mjuka värden som öppna landskap, biologisk mångfald och rekreationsområden är avgörande för hela samhällets utveckling. Den förmågan skapas i stor utsträckning av det livskraftiga jordbruket.

Jordbruket måste vara ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbart. Det finns stora utmaningar för jordbruket i Sverige. Bland annat måste konkurrenskraften i jordbruket bli bättre. Ett förändrat klimat påverkar också förutsättningarna för att bedriva ett hållbart jordbruk. Näringsläckage, biologisk mångfald och friska djur är andra viktiga områden att fokusera på. Vår uppgift är att använda våra verktyg och in-

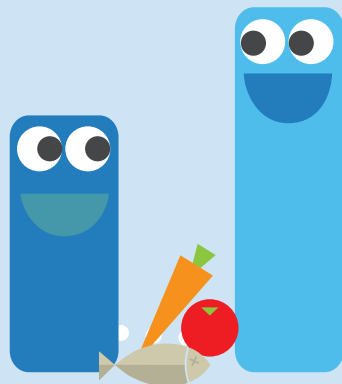
satser på bästa sätt för att bevara och utveckla landsbygdens förmåga och stötta företagen i att hitta möjligheter för ökad lönsamhet. I förlängningen bidrar detta till ett hållbart samhälle.

För att på ett bra sätt kunna bidra till målen måste vi i vårt arbete utgå från flera perspektiv. Grunden för att kunna ta väl avvägda beslut med helhetssyn är att inkludera perspektiv som jordbrukets konkurrenskraft, hållbarhet och andra landsbygdsperspektiv. Vi har många verktyg, system, program, insatser och regler som utgångspunkt för vårt arbete. Vi behöver fortsätta utveckla hur vi arbetar. Det sker genom mer samarbete, såväl mellan våra divisioner som med andra. Då får vi också ett bättre helhetsperspektiv! Medarbetarna ska vara delaktiga i arbetet och ha möjlighet att påverka denna förändringsprocess.

Regeringen har lanserat satsningen Digitalt först med målet att svenska kommuner, lands- ting och myndigheter ska vara bäst i världen på att använda digitaliseringens möjligheter



för att skapa en enklare vardag för privatpersoner och företag. Jordbruksverket är utsedd utvecklingsmyndighet för uppdraget ”smartare livsmedelskedja”. I nära samarbete med Livsmedelsverket ska vi skapa förutsättningar för att information tillgängliggörs och olika utvecklingsinitiativ sätts igång för att bidra till en smart, konkurrenskraftig och hållbar livsmedelskedja. För att detta ska kunna ske är samarbetet mellan alla aktörer i livsmedelskedjan av stor betydelse.



Strategiskt mål:

- - Vi främjar en ekonomisk, socialt och miljömässigt hållbar utveckling där företagens konkurrenskraft stärks och landsbygdens potential tas tillvara.

Goda exempel på utveckling i fokusområdet:

- Kraftsamling för hållbar produktion och konsumtion av mat.
- Ökat fokus på svensk export av livsmedel.
- Ökat fokus på analyser för stärkt konkurrenskraft.
- Nytt verktyg för hållbarhetssäkring av beslut.
- Prognos- och varningssystem för växtskadegörare.
- Effektivt nyttjande av möjligheterna i våra EU-program.

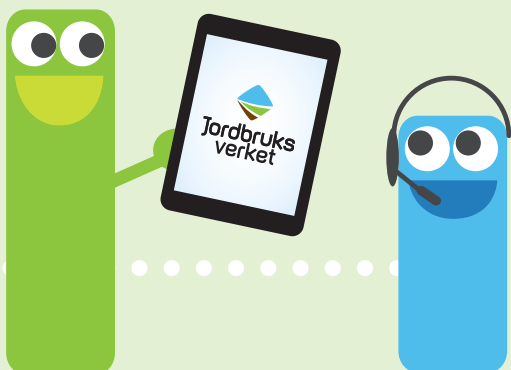
Kunden först

På Jordbruksverket sätter vi kunden i centrum. Att vara väl insatt i kundernas vardag och verklighet leder oss rätt i vårt arbete. Begreppet kund är ett bra begrepp för oss på Jordbruksverket att använda. Det ger oss det förhållningssätt vi ska ha gentemot våra målgrupper. I mötet med kunden ska vi utgå från att det är en person som vill göra rätt. Vi ska vara hjälpsamma och erbjuda en snabb service.

Det ska vara lätt att komma i kontakt med oss på Jordbruksverket. Det innebär att vi inom hela Jordbruksverket är tillgängliga och bemannade under kontorstid. Inom Distriktsveterinärerna finns tillgänglighet dygnets alla timmar året runt, för att garantera ett gott djurskydd i hela landet. Vi organiserar oss så att

kunderna kan nå oss och vi har ett personligt och vänligt bemötande. Genom våra e-tjänster och webbplatser är vi tillgängliga även utanför kontorstid. Vi ska utveckla fler digitala tjänster för kunderna som utgår från händelser i kundens vardag. Vi ska förbättra samordningen av våra befintliga e-tjänster. Webben är vår huvudkanal och vi styr så mycket information som är ändamålsenligt till denna kanal. För att öka kvaliteten i mötet med kunden behöver samverkan mellan kärnverksamhet och kundtjänst öka. Våra handläggningstider ska förbättras. Vårt serviceåtagande ska fortsätta utvecklas.

För att våra kunder ska kunna göra rätt är det viktigt att de förstår vår information. Kommunikationen ska ske på kundens villkor. Vi ska fortsätta att arbeta med bemötande och klarspråk. Vi ska möta kunderna där kunderna finns. Det innebär ett ökat fokus på sociala medier och nya digitala kanaler.



Alla medarbetare behöver ha kundfokus. Det är inte en syssla bara för några få utvalda. Det är vårt uppdrag som vägleder oss i vem vi i första hand finns till för, vilka som är våra kunder. Vi inför Lean-filosofin på bredden i våra verksamheter för att sätta ännu större fokus på kunden. Genom införandet av Lean ökar vi även effektiviteten genom ständiga förbättringar. För att lyckas med Lean måste vi börja med att identifiera och utveckla våra processer.

Vi ska vara aktiva i det myndighetsgemensamma samarbetet för en samlad e-förvaltning. Vi ska genomföra de gemensamma initiativ vi och våra kunder har nytta av.

Det är bara tillsammans med kunden som vi kan nå de samhällsmål regeringen har satt upp.



Strategiskt mål:

- Vi är en myndighet med hög service. Vi är tillgängliga utifrån kundernas behov, vi ger ett professionellt bemötande och håller hög kvalitet i vår handläggning.

Goda exempel på utveckling i fokusområdet:

- Genomtänkt och uthålligt arbete med klarspråk har gett resultat.
- Certifierad kundtjänst med höga betyg.
- Fler e-tjänster och ökad användning av e-tjänster.
- Statistikbloggen

Förenklingar överallt

I de verksamheter vi arbetar med finns många och omfattande regelverk. Både svenska krav och krav från EU påverkar vårt och kundernas arbete. Det är vår uppgift att förenkla och översätta denna komplexitet så att våra kunder och samarbetspartners förstår vad som förväntas av dem. Annars fyller reglerna inte någon funktion.

Vi har en mycket viktig uppgift i att påverka att reglerna i grunden blir mindre krångliga. Det gör vi genom en proaktiv och tät dialog med vår uppdragsgivare och genom att arbeta för förenklingar inom EU. Vi behöver även inom vår egen myndighet, i den regelutveckling vi ansvarar för, minimera den administrativa bördan och göra nyttoberäkningar. Ständigt måste nyttan i samhället till följd av regeln ställas mot hur stort krångel och hur stora kostnader den orsakar. I vårt förenklingsarbete fokuserar vi på helheten.



Genom att behålla helhetsperspektivet så ser vi till att helheten blir enklare.

Genom att utveckla smarta digitala lösningar kan vi förenkla företagens och medborgarnas vardag väsentligt. Därigenom kan vi öka servicen, öka kvaliteten och ge större trygghet till kunden. Men det förutsätter att processen i grunden inte är för krånglig och att vi samverkar inom och mellan myndigheter. Vi strävar mot fler e-tjänster, ökad självservice och fler automatiska lösningar. Vi utvecklar samarbetet inom Jordbruksverket och med andra myndigheter.

Många kunder upplever en stor oro över att göra fel. De upplever att mycket står på spel om de gör fel någonstans i sin verksamhet. De allra flesta gör sitt bästa för att förstå och följa de regler som finns – men att det är lätt att göra fel och missa något. Vår uppgift är att se till att det blir lätt att göra rätt. Vår utgångspunkt i mötet med kunden är att det är en person som vill göra rätt.

Vårt koncept med Förenklingsresan ska fortsätta på nya områden och förbättringsförslag ska värderas, genomföras och följas upp. Genom Förenklingsresan tar vi del av företagens utmaningar och händelser och låter dem sedan påverka vad vi utvecklar.

Vårt arbete ska leda till att företagen upplever en positiv förändring i sin vardag. Det som verkligen räknas i slutändan är att företagen upplever att det blivit lättare.



Strategiskt mål:

- Vi har fler enkla regler och fler digitala lösningar som förenklar företagens och medborgarnas vardag. I arbetet utgår vi från att i första hand förenkla ur ett helhetsperspektiv.

Goda exempel på utveckling i fokusområdet:

- Förenklingsresan för lantbrukare
 - Över 70 procent av de 148 förenklingsförslag som Jordbruksverket ansvarar för har genomförts.
- Förenklingsresan för livsmedelsföretag.
- Erfarenhetsutbyte på EU-nivå i olika nätverk, till exempel Learning Network och Panta Rhei.

Attraktiv myndighet i koncernen staten

För att vi ska kunna locka nya kompetenta medarbetare och behålla befintliga ska vi vara en attraktiv arbetsplats. Men vi behöver också vara attraktiva för att andra organisationer ska vilja samarbeta med oss och för att kunderna ska ha förtroende för oss.

För att möta framtidens utmaningar är vår kompetensförsörjning av yttersta vikt. Vi behöver stärka detta område på flera plan. De olika stegen i vår kompetensförsörjning behöver tydliggöras och vi behöver visa på den röda tråden. Vi ska även följa med i den snabba utveckling som sker på området med nya rekryteringsformer och sociala medier. Vi ska arbeta med att stärka vårt varumärke som arbetsgivare både genom att berätta om våra positiva värden och utveckla nya värden.

Jordbruksverket behöver utveckla den gemensamma kulturen där mer helhetssyn, bättre samarbete och ökad hjälpsamhet är viktiga mål. Alla medarbetare ska känna till vårt uppdrag, vår vision, vår verksamhetsidé och våra värdeord och arbeta i enlighet med dem.

Vi behöver även tydliggöra beslutsvägar och ansvar för att skapa goda förutsättningar för ett gott samarbete och en effektiv verksamhet. För att kunna utvecklas i denna riktning behöver vi stärka ledarskapet och medarbetarskapet. Medarbetarrådet och chefsforum (alla våra chefer) har aktiva roller i denna utveckling.

Vi ska erbjuda stimulerande arbetsuppgifter i en god arbetsmiljö där man som medarbetare kan vara med och påverka i stort och smått. De nya arbetssätten som LEAN medför ska leda till ett arbetsklimat där medarbetarna vill ta ansvar för att utveckla verksamheten, öka kvaliteten och nå goda resultat. Vi ska bli en bättre lärande organisation där vi delar med oss av kunskap och där medarbetarnas goda idéer och kunskap leder till förbättringar och utveckling. Vi ska fortsätta utveckla det aktivitetsbaserade arbetssättet i organisationen.

I vårt arbete och när vi utvecklar verksamheten ska vi också tänka på Jordbruksverket som en del i koncernen staten. Det innebär att vi ska samverka över organisationsgränser även för att

bidra till en modern och effektiv förvaltning.
Vi ska också fördjupa vårt samarbete med
andra myndigheter.

Vi blir en attraktiv myndighet genom att leva den
gemensamma statliga värdegrunden samt våra
värdeord; framåt, trovärdig och professionell.



Strategiskt mål:

- Vi är en attraktiv arbetsgivare och en attraktiv samarbetspartner för andra myndigheter och intressenter.

Goda exempel på utveckling i fokusområdet:

- Lyckat genomförande av pilotprojektet "Människa, teknik och lokaler i samverkan". Ca 100 medarbetare arbetar nu i två olika aktivitetsbaserade lokaler.
- Ny gemensam mötesplats och entré mellan Jordbruksverket och Skogsstyrelsen
- Samverkansavtal mellan Jordbruksverket och Skogsstyrelsen upprättat
- Treårigt ledarutvecklingsprogram för organisationens chefer genomfört
- Bildandet av medarbetarrådet
- Trainee-programmet på IT-avdelningen

Helheten med ett regionalt perspektiv

Nästan hälften av våra medarbetare är placerade utanför huvudkontoret i Jönköping. Vi har distriktsveterinärer med mottagningar över hela landet och vi har kontor på flera platser i landet. Våra regionala medarbetare har stor kunskap om kundernas vardag och de regionala förutsättningarna. Många av våra regionala medarbetare är en del av landsbygden. Våra regionala verksamheter bidrar ofta till att det går att fortsätta bo och driva företag på landsbygden. Förutom god sakkunskap vet vi också att många idéer finns i vår regionala verksamhet. Denna samlade kunskap ska vi använda mer i verksamheten.

Det är en styrka för Jordbruksverket att ha olika verksamhetsorter. Vi behöver öka integrationen mellan de regionala kontoren och huvudkontoret i Jönköping. Vi behöver även stärka tillhörigheten så att alla medarbetare känner att de är en del av Jordbruksverket. I kontakten med kunderna är det viktigt att alla medarbetare har god kännedom om hur de ska vägleda kunden i frågor som rör Jordbruksverket. Vår gemensamma värdegrund ska genomsyra våra arbetssätt.



Vi ska bli bättre på att knyta samman vår organisation. För att lyckas med det behöver vi i vårt verksamhetsstöd ta hänsyn till förutsättningarna för regional verksamhet. Verksamhetsstödet ska vara på alla verksamheter, inte bara den som finns på huvudkontoret i Jönköping. Till exempel måste förutsättningarna för digitala möten utvecklas. Mötena ska ske på lika villkor. Detta behöver mötas av ökad helhetssyn hos de regionala kontoren och en högre medvetenhet om tillhörigheten till Jordbruksverket och den statliga värdegrunden.



Strategiskt mål:

- Alla medarbetare ska delta på lika villkor i verksamheten oavsett arbetsort genom smarta arbetssätt och rätt teknik. Vår gemensamma värdegrund ska genomsyra vårt arbetssätt..

Goda exempel på utveckling i fokusområdet:

- Ökat fokus på regional verksamhet i internkommunikationen.
- Förbättrade möjligheter till digitala möten har lett till ökad samverkan mellan central och regional nivå.

Tydlig ledning och samordning – vi är ett Jordbruksverk

Jordbruksverket är en sektorsmyndighet där verksamheter och uppdrag med olika inriktning samlas. För att lösa uppdragen och lyckas i arbetet sker nära samverkan över enhets-, avdelnings- och divisionsgränser och olika målavvägningar görs. En god samverkan är en grundförutsättning och vi strävar alla efter att leva vår vision Enklare tillsammans.

Verksamheten kännetecknas av tvärgående processer som länkar till varandra och som kräver kompetensdelning och ett kontinuerligt lärande. Allt med syftet att lyckas i vårt uppdrag.

Vi har ett starkt gemensamt varumärke i Jordbruksverket som både medarbetare, kunder och uppdragsgivare känner igen. Vi vårdar vårt varumärke och anstränger oss för att omvärlden uppfattar oss som en sammanhållen myndighet.

Vi arbetar kontinuerligt med att utveckla mål, styrning och uppföljning och ser varje ledare som nyckeln för att skapa tydlighet i hur vi når våra mål på Jordbruksverket.



Jordbruks verket

Jordbruksverket

551 82 Jönköping

Tfn 036-15 50 00 (vx)

E-post: jordbruksverket@jordbruksverket.se

www.jordbruksverket.se

OVR307