

Kortlægning af virksomhedssidens holdning til rekruttering og fastholdelse af elever på frisørområdet

Serviceerhvervenes Uddannelsessekretariat (SUS)



Titel

Kortlægning af virksomhedens holdning til rekruttering og fastholdelse af elever på frisørområdet

Udarbejdet for

Serviceerhvervenes Uddannelsessekretariat (SUS)

Udarbejdet af

Konsulentfirmaet Practicum; Klosterbanken 44, 4200 Slagelse

Dato for udarbejdelse

August 2022

Forfatter

Jan F. Hansen

Indhold

Forord	4
Sammenfatning og konklusion	5
Analysens metode og design	8
Resultat af spørgeskemaundersøgelse	11
Fremadrettede anbefalinger	46

Forord

Med denne rapport præsenteres resultatet af en gennemført analyse på frisørområdet, hvor målet har været at kortlægge virksomhedssidens holdning til rekruttering og fastholdelse af elever.

Om analysen

Analysen er gennemført på initiativ af Uddannelsesudvalget for Frisører og Kosmetikere.

Analysen baserer sig primært på en spørgeskemaundersøgelse, målrettet den samlede virksomhedsgruppe på frisørområdet.

På baggrund af resultatet af gennemførte spørgeskemaundersøgelser er der supplerende foretaget opfølgende interviews med udvalgte virksomhedsrepræsentanter fra frisørområdet.

Analysen er gennemført i perioden fra maj til august 2022.

Rapportens opbygning

Rapporten er opdelt i 2 hovedafsnit:

- I første hovedafsnit præsenteres og kommenteres resultatet af den gennemførte spørgeskemaundersøgelse og gennemførte, opfølgende interviews.
- I andet hovedafsnit skitseres en række fremadrettede anbefalinger, idet målet er at øge rekruttering og fastholdelse af elever på frisørområdet.

Tak

Indledningsvis skal rettes en tak til de mange virksomheder på frisørområdet, som har deltaget i spørgeskemaundersøgelsen og på denne måde bidraget til den fortsatte rekruttering og oplæring af elever på området.

Sammenfatning og konklusion

Med denne rapport præsenteres resultatet af en gennemført analyse på frisørområdet, hvor målet har været at kortlægge virksomhedens holdning til rekruttering og fastholdelse af elever.

Analysen er gennemført på initiativ af Uddannelsesudvalget for Frisører og Kosmetikere.

Analysen baserer sig primært på en spørgeskemaundersøgelse, målrettet den samlede virksomhedsgruppe på frisørområdet.

Det overordnede formål med analysen har været følgende:

- For det første at kortlægge, hvilke muligheder og barrierer virksomheder på frisørområdet oplever i forhold til at rekruttere og fastholde elever.
- For det andet at kortlægge, hvilke forslag virksomhedssiden har i forhold til fremadrettet at øge rekruttering og fastholdelse af elever.
- For det tredje at skitsere anbefalinger til initiativer, som kan iværksættes fra udvalgs side med henblik på at øge virksomhedssidens motivation for – og kompetence til – at rekruttere og fastholde elever.

Overordnet konklusion

Det er analysens overordnede konklusion, at et flertal af deltagende virksomheder – direkte eller indirekte – tilkendegiver, at der ikke umiddelbart er potentiale for at øge optaget af elever. Men at det også er konklusionen, at denne vurdering i høj grad baserer sig på bagvedliggende faktorer, som vil kunne påvirkes og ændres, således at man fra virksomhedsside i højere grad kunne se fordele og muligheder ved at optage elever (jf. nedenstående anbefalinger). Altså en form for paradokssituation!

Denne konklusion baserer sig på det forhold, at de deltagende virksomheder gennemgående vurderer, at de inden for de seneste år er blevet mere tilbageholdende med at optage elever. Og at de videre ikke forventer, at de inden for de kommende år vil øge deres elevoptag.

Som den primære årsag til denne reservation peger de deltagende virksomheder på manglende tid til at oplære elever i en travl hverdag. En vurdering, som også skal ses i sammenhæng med, at hovedparten af de deltagende virksomheder er mindre eller helt små virksomheder (mikrovirksomheder) uden en egentlig ansvarlig for elevers oplæring. Rådgivning og vejledning af eleven må derfor foregå som en integreret del af den daglige drift og kundekontakt.

Parallelt med denne tidsproblematik vurderer et klart flertal af de deltagende virksomheder, at også økonomi udgør en barriere for optag af flere elever. Og her underforstået, at der ligger en økonomisk omkostning i at have elever. Eller at de økonomiske konsekvenser af at have elever som minimum er uafklarede. Den sidste pointe understøttes også af de gennemførte interviews.

Videre peger en stor gruppe af de deltagende virksomheder på elevpotentialer som en udfordring i forhold til rekruttering og fastholdelse af elever. Og her med den pointe, at kvaliteten af potentielle elever ikke er optimal.

De interviewede virksomhedsrepræsentanter supplerer i den forbindelse med, at det er et "lotteri", om man som virksomhed kan tiltrække en elev, der er tilstrækkeligt motiveret og engageret.

Disse 3 barrierer må forstås som sammenhængende og gensidigt forudsættende i den forstand, at elever ikke opleves – i kraft af deres faglige og personlige potentiale – at kunne opveje de tidsmæssige og økonomiske barrierer ved et oplæringsforløb.

Forudsætninger og præmisser

Mere specifikt peger analysen på følgende pointer som forudsætninger for analysens overordnede konklusion:

- At der er et betydeligt rekrutteringspotentiale blandt især virksomheder, som ikke i dag er godkendte til at have elever, og som gennemgående ikke begrundet denne manglende godkendelse i en principiel afstandtagen til *det* at tage et elevansvar. Men derimod forklarer deres manglende tilvalg (eller fravalg) i den ovenfor beskrevne reservation, som først og fremmest handler om oplevede tidsmæssige og økonomiske barrierer.
- At der ligeledes er et markant rekrutteringspotentiale blandt godkendte virksomheder hvor kun ca. halvdelen af de virksomheder, som har deltaget i de 2 spørgeskemaundersøgelser i dag, har en elev. Og hvor også denne virksomhedsgruppe begrundet sin tilbageholdenhed med tidsmæssige, økonomiske og elevrelaterede omstændigheder.
- At *godkendte* virksomheder gennemgående vurderer, at de har de nødvendige faglige rammer og kompetencer i forhold til at kunne tilbyde eleven et kvalificeret oplæringsforløb.
- At virksomheder, som ikke er godkendte til at have elever, lægger mere vægt på mulige økonomiske og administrative udfordringer i forbindelse med det at have elever, sammenlignet med virksomheder som er godkendte til at have elever.
- At virksomhedssiden gennemgående ikke ser en merværdi ved *det* at have elever (som fx ny inspiration via elevens skoleforløb).
- At man fra virksomhedssiden gennemgående udtrykker en skepsis overfor elevpotentialet og ser det som en barriere for at optage (flere) elever.
- At virksomhedssiden er forbeholdne overfor værdien af skolesamarbejdet, hvor der dels peges på, at eleven ikke bidrager med ny faglig viden via sit skoleophold – og dels at det kan være vanskeligt at skabe sammenhæng mellem virksomhedens og skolens læringsrum ved elevforløb.
- At man fra virksomhedsside oplever en risiko for, at man med elever i højere grad uddanner til andre virksomheder eller til branchen som sådan, og dermed ikke i forhold til at sikre egen virksomheds fortsatte udvikling.
- At man fra virksomhedsside først og fremmest peger på behovet for mere tid og bedre økonomi, hvis man skal optage flere elever. Men at også mulighederne for en mere kvalificeret rekruttering, et styrket skolesamarbejde under elevens oplæring samt erfaringsudveksling med andre virksomheder i varierende grad fremhæves i den forbindelse.
- At virksomhedssiden primært efterspørger information og støtte, som relaterer sig til generelle rammebetingelser omkring *det* at have elever – samt i et vist omfang også efterspørger konkret information om frisøruddannelsens indhold.

Anbefalinger

På baggrund af analysens konklusion anbefales følgende, idet målet er at øge virksomhedssidens motivation for – og kompetence til – at rekruttere og fastholde elever.

1. For det første, at udvalget iværksætter et casestudie, hvor 8 til 10 repræsentative virksomheders tilgang til elevspørgsmålet analyseres kvalitativt og dybt. Og hvor målet er at præcisere de komplekse sammenhænge – kortlagt med denne analyse, som betinger virksomhedssidens tilgang til elevspørgsmålet. Og i forlængelse heraf også kvalificere grundlaget for at iværksætte konkrete initiativer, hvor målet er at styrke den fremtidige rekruttering af elever (anbefaling 2 -4).
2. For det andet, at der fra udvalgs side overvejes at udarbejde et case materiale med beskrivelse af konkrete virksomheders oplevelse med det at have elever, hvor det primære mål er at eksemplificere den (positive) økonomiske balance i at have elever i oplæring. Og i den forbindelse også med angivelse af, hvordan man som virksomhed konkret kan gennemføre initiativer, der sandsynliggør, at den investering, som oplæring af elever indebærer, resulterer i en værdtilførsel for virksomheden; på såvel kort som længere sigt.
3. For det tredje, at det – primært af skolesiden - overvejes, hvordan virksomheder, som er godkendte til at have elever, støttes i forhold til rekrutteringen af nye elever. Og hvor målet her også er at støtte – og også udfordre – det, som virksomhedssiden oplever som "det optimale match".
4. For et fjerde, at man fra skoleside øger sin virksomhedskontakt og tilbyder virksomhedssiden en supplerende rådgivning. Og hvor målet her er at sætte fokus på, hvordan elevens oplæring kan tænkes mere offensivt i forhold til drift og udvikling af den enkelte virksomhed.

Analysens metode og design

I det følgende afsnit beskrives kort centrale forhold af betydning for analysens design og praktiske gennemførelse.

Analysens formål

Det overordnede formål med analysen er følgende:

- For det første at kortlægge, hvilke muligheder og barrierer virksomheder på frisørområdet oplever i forhold til at rekruttere og fastholde elever.
- For det andet at kortlægge, hvilke forslag virksomhedssiden har i forhold til fremadrettet at øge rekruttering og fastholdelse af elever.
- For det tredje at skitsere anbefalinger til initiativer, som kan iværksættes fra udvalgs side med henblik på at øge virksomhedssidens motivation for – og kompetence til – at rekruttere og fastholde elever.

Fokus på udviklingspotentiale

I analysen er der først og fremmest fokus på at kortlægge et udviklingspotentiale med henblik på at styrke den fremtidige rekruttering og fastholdelse af elever til frisørområdet. Metodisk betyder det, at der med analysen er et handlingsorienteret fokus.

Det afgørende med undersøgelsen bliver dermed at afdække tendenser, som indikativt peger på fremtidige udviklingsbehov og -muligheder. Det centrale sigte med analysen er således at bidrage med inspiration til fremtidig udvikling og ikke primært at generere valid viden. Det sidste har ikke mindst betydning ved en vurdering af spørgsmålet om det indsamlede datamateriales repræsentativitet.

Perspektiv i analysen

I undersøgelsen er der alene fokus på de deltagende frisørvirksomheders perspektiv. Og i den forbindelse specifikt fokus på de erfaringer, man har på virksomhedssiden med rekruttering og fastholdelse af elever. Og i forlængelse heraf også fokus på, hvordan man som virksomhed oplever det fremtidige behov for udvikling på elevområdet.

I det omfang, der i undersøgelsen også spørges ind til forhold, som vedrører skole- eller elevsiden, sker det konsekvent med en virksomhedsoptik.

Centrale undersøgelsesspørgsmål

Med reference til analysens overordnede formål og dens fokus på fremadrettede udviklingsbehov og -muligheder, har de centrale undersøgelsesspørgsmål i analysen været følgende:

- Hvor stort er det reelle elevpotentiale i dag indenfor branchen?
- Hvad kendetegner i særlig grad de virksomheder, som har elever (subsidiært: virksomheder, som fravælger elever?)
- Hvilken værdi oplever virksomhedssiden ved at have elever?
- Hvilke udfordringer oplever virksomhedssiden i forhold til at rekruttere og fastholde elever?
- Hvilke rammebetingelser vurderer virksomhedssiden skal ændres med henblik på at kunne rekruttere flere elever?
- Hvilke konkrete anbefalinger peger virksomhedssiden på – af relevans for det centrale udvalg på frisørområdet, idet målsætningen er at øge antallet af elever på området?

Datagrundlag

Analysen er gennemført som en digitalt distribueret spørgeskemaundersøgelse, hvor SUS (repræsenteret ved konsulentfirmaet Practicum) via mail har sendt et link til undersøgelsen til cvr-registrerede virksomheder på frisørområdet.

Linket har kunne tilgås via PC, tablet og smartphone.

Ved modtagelsen fik respondenterne 14 dage til at svare på skemaet. Der er ikke rykket for supplerende svar. Baggrund for dette har først og fremmest været, at effekt og værdi ved en sådan fornyet henvendelse – erfaringsmæssigt 10 til 15 % flere svar – er vurderet ikke at opveje de også negative konsekvenser, der ligger i at kontakte en hel branche mere end en gang inden for en kort tidshorisont.

I alt har ca. 240 virksomheder besvaret det udsendte spørgeskema. Disse ca. 240 respondenter svarer til, at ca. 8 % af de virksomheder, som spørgeskemaet er udsendt til, har valgt at svare. Det er umiddelbart en meget lav svarprocent. I den forbindelse er der dog vigtigt at være opmærksom på, hvor stor en andel af den samlede respondentgruppe, som faktisk skønnes at have oplevet spørgeskemaundersøgelsen som relevant? Og som også har oplevet det relevant at svare på spørgeskemaet?

Dette spørgsmål kan ikke besvares entydigt. Men muligt er det, at for en række virksomheder har undersøgelsen ikke umiddelbart haft relevans; fx fordi man som virksomheder ingen realistiske muligheder har for at blive godkendt til at have elever. Eller man har fra virksomhedsside ikke haft mulighed for at prioritere den nødvendige tid. Eller undersøgelsen kan være fanget i spamfilter. Osv. På denne baggrund må den relative svarprocent derfor også vurderes at ligge en del over de nominelle ca. 8 %.

Spørgsmålskategorier

Det udsendte spørgeskema er opdelt i 3 hovedgrupper af spørgsmålskategorier:

- Spørgsmålskategori 1; hvor der er fokus på en række baggrundsoplysninger for de deltagende virksomheder.

- Spørgsmålskategori 2; hvor der er fokus på de deltagende, godkendte og ikke godkendte (til oplæring af elever) frisørvirksomheders erfaringer med – og vurderinger af – at have elever (subsidiært: begrundelsen for at fravælge elever).
- Spørgsmålskategori 3; hvor der er fokus på de deltagende virksomheders vurdering af, hvilke forhold som vil være afgørende for en fremtidigt øget elevrekruttering.

Svarkategorier

I forbindelse med hovedparten af spørgsmålene i undersøgelsen er gjort brug af en intensitetsskala med 5 afkrydsningsmuligheder:

- Overhovedet ikke
- I mindre grad
- I nogen grad
- I høj grad
- Ved ikke

Mulige bias

I forbindelse med vurderingen af det indsamlede datamateriales validitet er det muligt at pege på følgende bias, som primært handler om undersøgelsens repræsentativitet:

- Spørgeskemaundersøgelsen er rettet mod virksomheder, som er både *godkendte* og *ikke-godkendte* til at have elever. Men med hvert deres spørgsmålssæt. I den forbindelse er der spurgt mere uddybende ind til holdninger og vurderinger hos gruppen af virksomheder, som er *godkendte* til at have elever. Som konsekvens af dette kan der ved vurderingen af den indsamlede data også være en relativ underbelysning af *ikke-godkendte* virksomheders perspektiv på deres fravalg af elever (eller manglende mulighed for umiddelbart at opnå godkendelse som oplæringssted).
- Det er usikkert, hvilken repræsentativitet som de virksomheder, der har deltaget i spørgeskemaundersøgelsen, har i forhold til den samlede virksomhedsgruppe på frisørområdet. Umiddelbart må man vurdere, at de virksomheder, som har deltaget i undersøgelsen, har et formuleret og reflekteret forhold til *det* at have elever. At de har en holdning til området. Og videre at de virksomheder, som har fravalgt at svare på undersøgelsen, i højere grad er karakteriseret ved at have et mere indifferent forhold til elevspørgsmålet. Og at denne indifferens derfor også kan være underprioriteret i undersøgelsen, med denne gruppes formodede svagere repræsentation.
- Det har ikke været muligt at gennemføre opfølgende, supplerende interviews i det omfang, som det var planlagt ved analysens design. Det skyldes først og fremmest, at meget få virksomheder – via spørgeskemaet – har tilkendegivet, at de ønsker at deltage i et opfølgende interview. Og videre at også denne gruppe af virksomheder efterfølgende har haft meget lidt tid til at deltage i et interview. Eller har fortrudt deres oprindelige tilsagn. Dette indebærer, at den kvalitative uddybning af tendenser og spor i det kvantitative datamateriale har en formodet svag repræsentativitet.

Resultat af spørgeskemaundersøgelse

I det følgende afsnit præsenteres resultatet af den gennemførte spørgeskemaundersøgelse.

I overensstemmelse med det oprindelige spørgeskema er de enkelte spørgsmål grupperet inden for 4 overordnede spørgsmålskategorier, med hver sit særlige fokus:

- Spørgsmålskategori 1; hvor der er fokus på en række baggrundsoplysninger, som karakteriserer de deltagende virksomheder (spørgsmål 1-7).
- Spørgsmålskategori 2; hvor der fokuseres på virksomheder, som er godkendte til at have elever og deres erfaring med – og holdning til rekruttering og fastholdelse af elever (spørgsmål 8-25).
- Spørgsmålskategori 2; hvor der fokuseres på virksomheder, som ikke er godkendte til at have elever og deres holdning til rekruttering (spørgsmål 26-31).
- Spørgsmålskategori 4, hvor der fokuseres på, hvilken type af vejledning og rådgivning, som virksomhedssiden vurderer som vigtige i forhold til at optage (flere) elever (spørgsmål 32-34).

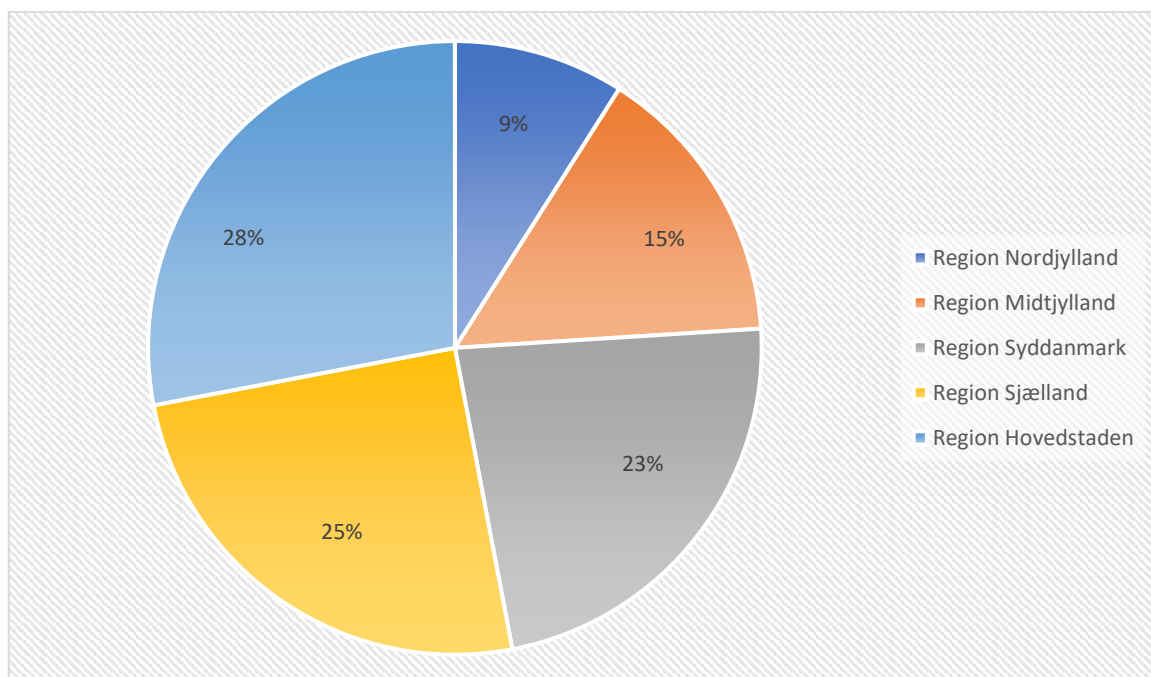
I tilknytning til præsentationen af svarfordelingen på de enkelte spørgsmål formuleres en kort kommentar, som dels opsummerer den overordnede tendens i svarfordelingen; samt dels – hvis relevant – også kobler svarene på det pågældende spørgsmål til svar på andre spørgsmål i undersøgelsen (krydstabulering).

I forbindelse med disse kommentarer suppleres – hvis relevant – også med pointer fra de gennemførte, opfølgende interviews med udvalgte virksomhedsrepræsentanter

Tabel 1 (Spørgsmålskategori 1; alle virksomheder)

I hvilken region ligger jeres virksomhed?

Procentvis fordeling



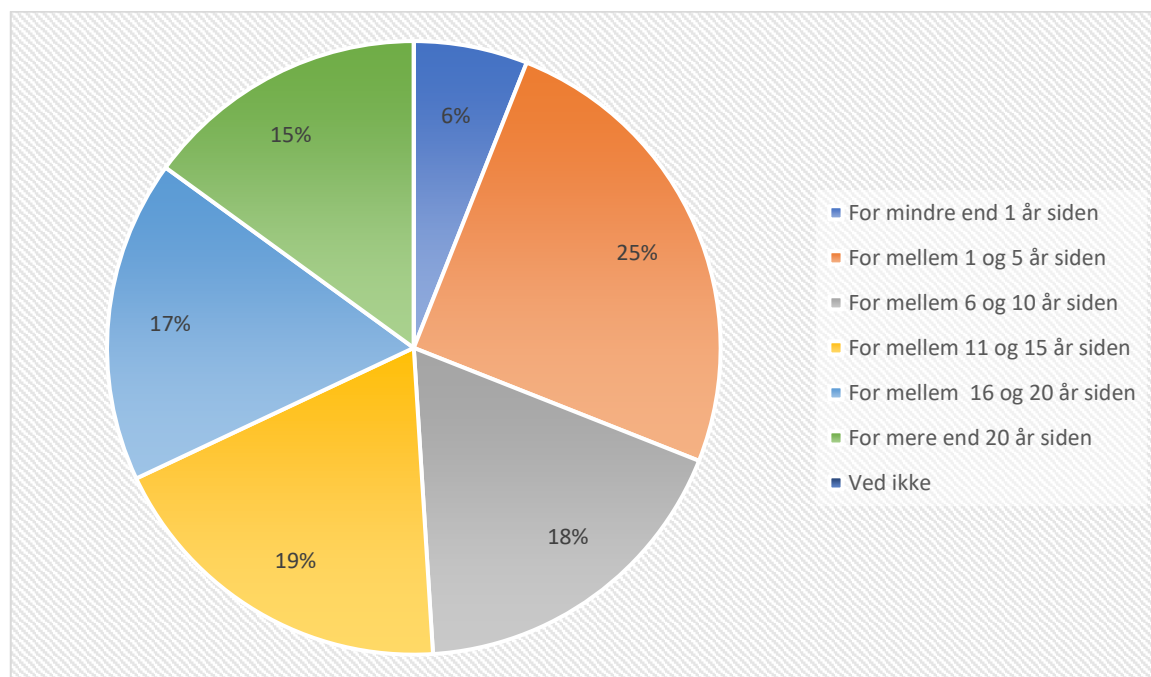
Kommentar

Respondenterne er jævnlgt fordelt over landets 5 regioner, med dog en relativ underrepræsentation af Region Nordjylland. Det er ikke muligt umiddelbart at sige noget om denne svarfordelings repræsentativitet i forhold til den geografiske fordeling af alle landets frisørvirksomheder.

Tabel 2 (Spørgsmålskategori 1; alle virksomheder)

Hvornår blev jeres virksomhed etableret?

Procentvis fordeling



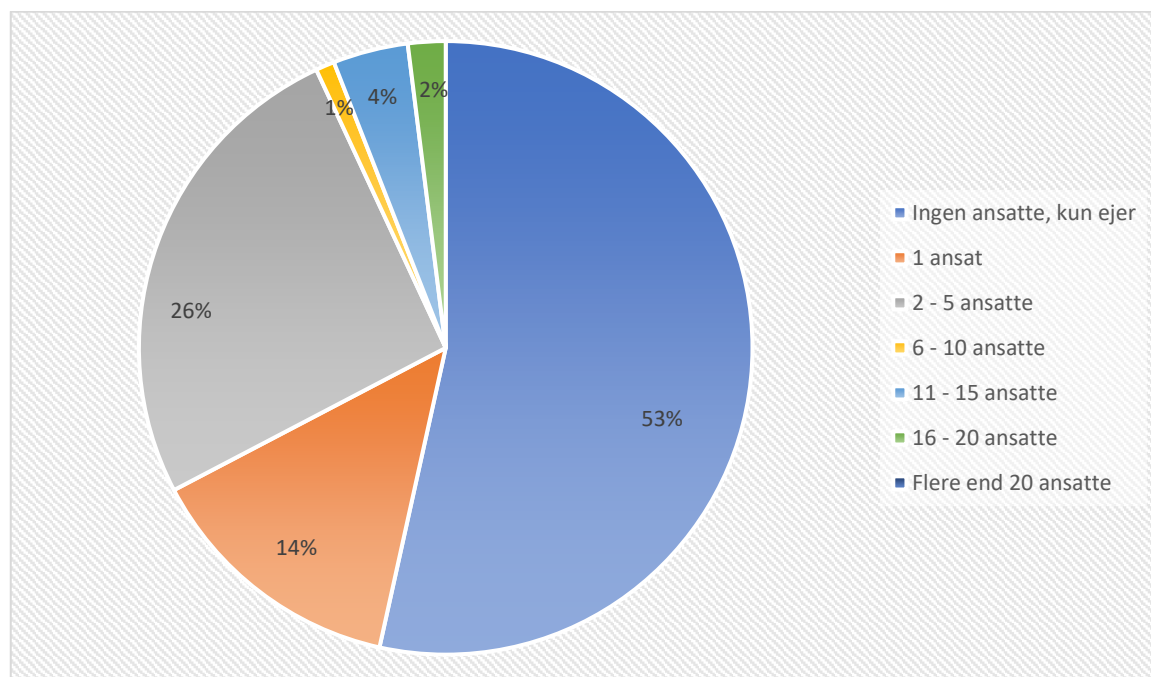
Kommentar

Knap 50 % af de virksomheder, som respondenterne repræsenterer, er etableret inden for de seneste 10 år. Der er med andre ord tale om et overvejende nyetableret virksomhedssegment. Denne virksomhedsprofil kan også have betydning i forhold til spørgsmålet om elevoptag, idet nyetablerede virksomheder erfaringsmæssigt – på tværs af brancher – gennemgående vil være mere reserveret for at tage elever sammenlignet med etablerede virksomheder. Primært fordi nyetablerede virksomheder typisk vil have fokus på en række øvrige udviklingsprojekter i virksomheden.

Tabel 3 (Spørgsmålskategori 1; alle virksomheder)

Hvor mange ansatte er I i virksomheden?

Procentvis fordeling



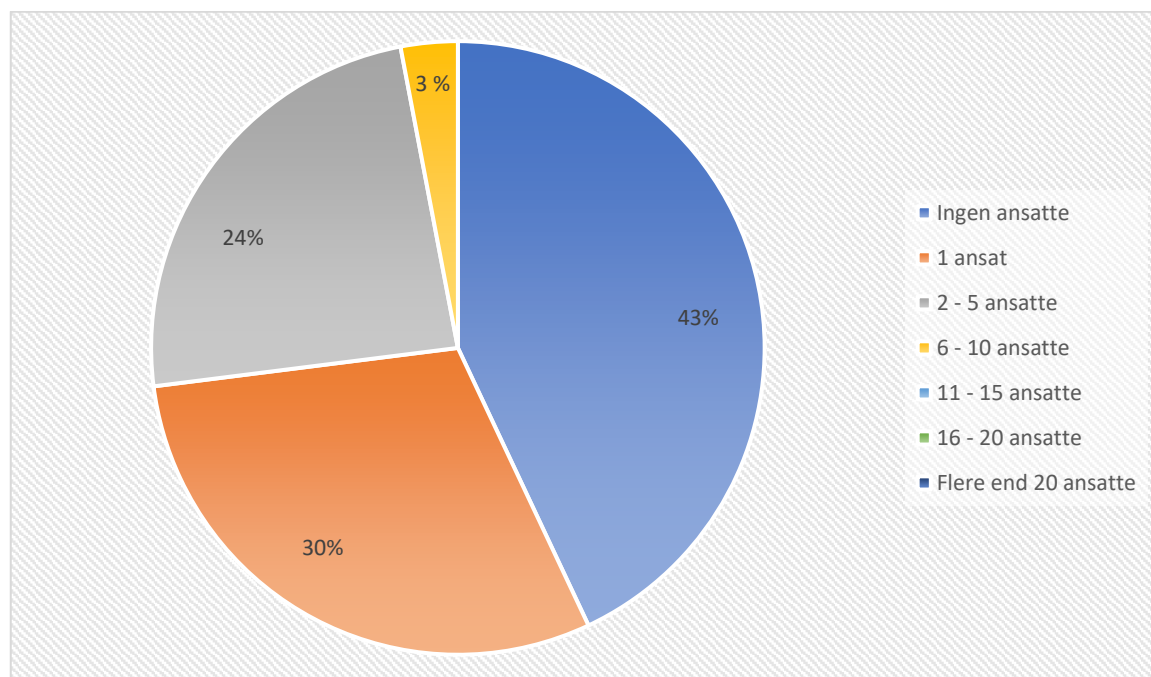
Kommentar

Tabellen viser, at mere end halvdelen af respondenterne repræsenterer en virksomhed uden ansatte, og hvor respondenteren derfor er ejer (mikrovirksomheder). Denne virksomhedssammensætning kan have stor betydning for vurderingen af øvrige svar. Fx i forhold til, i hvilken grad respondenterne oplever at have tid i hverdagen til også at have fokus på elevernes oplæring. Typisk vil mikrovirksomheders fokus primært være på den daglige drift og opgaveløsning og i mindre grad på langsigtede investeringer og satsninger.

Tabel 4 (Spørgsmålskategori 1; alle virksomheder)

Hvor mange faglærte med den 4-årige frisøruddannelse er ansat i virksomheden?

Procentvis fordeling



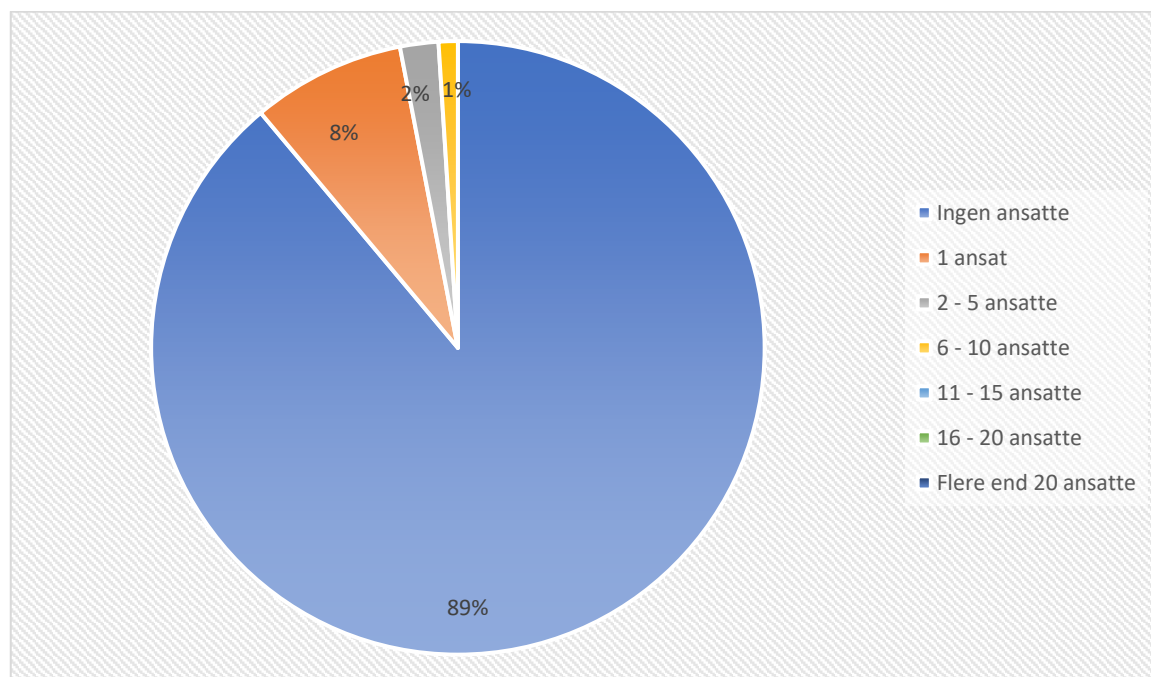
Kommentar

Lidt under halvdelen af respondenterne repræsenterer en virksomhed, hvor ingen ansatte har den 4-årige frisøruddannelse. Formentlig afspejler det, at en majoritet af de virksomheder, som er repræsenteret i undersøgelsen, er ejerledede uden ansatte (Jf tabel 3). Og hvor respondenterne godt kan have den 4-årige uddannelse og også være godkendt til at have elever, men naturligt ikke betragter sig selv som "ansat". Alternativt kan der her være respondenter som har taget den 1-årige uddannelse.

Tabel 5 (Spørgsmålskategori 1; alle virksomheder)

Hvor mange ikke-faglærte er ansat i virksomheden?

Procentvis fordeling



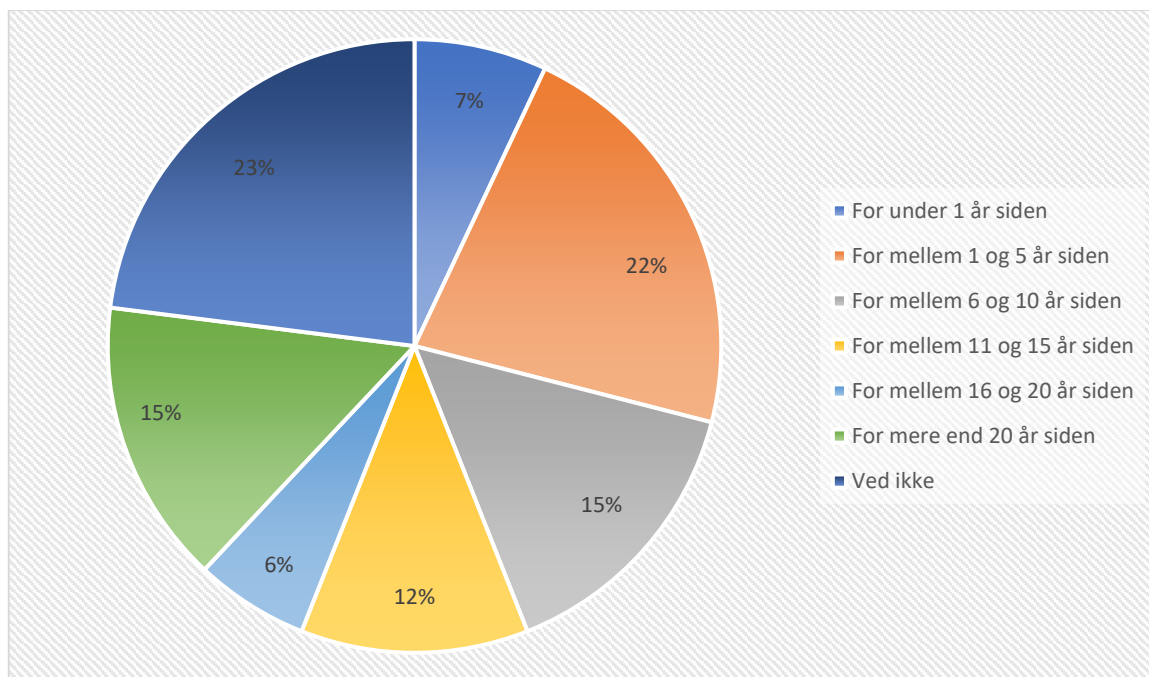
Kommentar

Et klart flertal på næsten 90 % af respondentgruppen tilkendegiver, at de ikke har ansat ikke-faglærte. Det peger ikke nødvendigvis på et virksomhedssegment med en høj andel af faglært ansatte. Men indikerer muligvis snarere, at en stor andel af virksomhedsgruppen udgøres af mikrovirksomheder uden ansatte (jf. tabel 3 og 4). Og tilkendegiver på den måde mere om virksomhedsstrukturen inden for branchen end om de ansattes kompetenceniveau.

Tabel 6 (Spørgsmålskategori 1; alle virksomheder)

Hvornår blev den assistent/svend i virksomheden med kortest anciennitet uddannet?

Procentvis fordeling



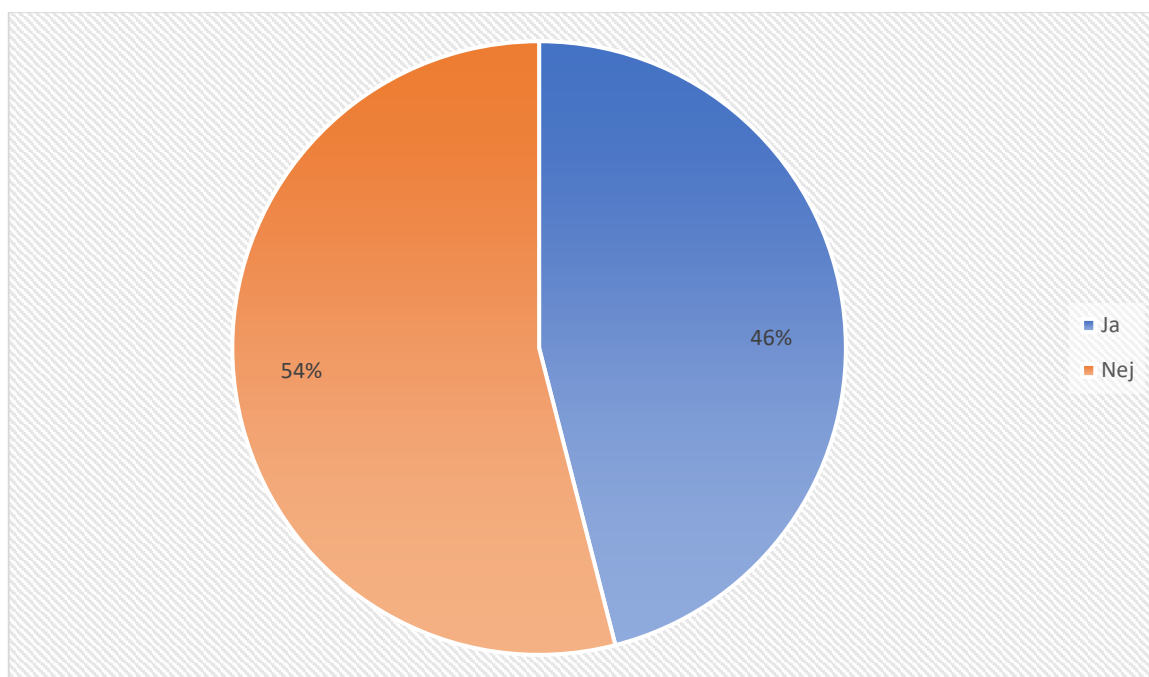
Kommentar

Respondenterne er jævnt fordelt over de samlede svarmuligheder, uden en særlig tendens i forhold til uddannelsen af den senest uddannede svend/assistent i egen virksomhed.

Tabel 7 (Spørgsmålskategori 1; alle virksomheder)

Er I godkendte til at uddanne frisørelever?

Procentvis fordeling



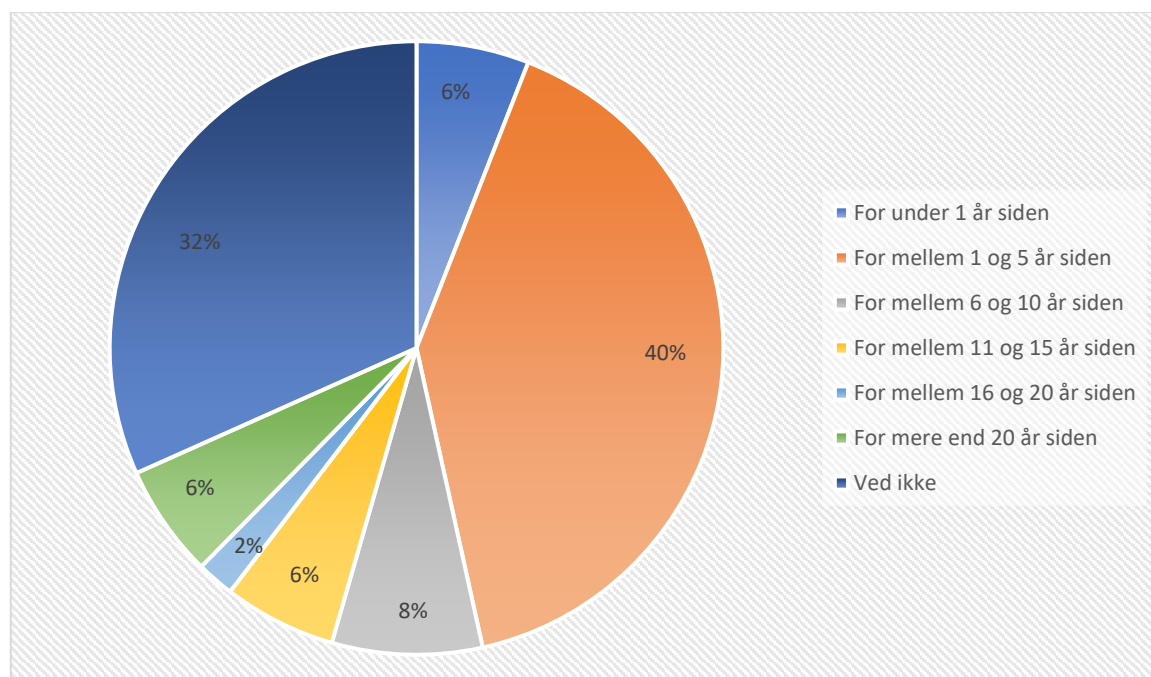
Kommentar

Den samlede respondentgruppe er tilnærmelsesvis ligeligt fordelt mellem respondenter repræsenterende virksomheder, som er hhv. *godkendte* og *ikke-godkendte* til at have elever; med en lille overrepræsentativitet til *ikke-godkendte* virksomheder. I praksis indebærer det en – i undersøgelsen - klar overrepræsentation af virksomheder, som er *godkendte* til at have elever sammenlignet med *ikke-godkendte* virksomheder, da *godkendte* virksomheder kun udgør omkring en fjerdedel af den samlede virksomhedsgruppe på frisørområdet. Men samtidig kan denne overrepræsentativitet også styrke kvaliteten og validiteten af de afgivende svar!

Tabel 8 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

Hvornår blev den sidst uddannede elev i virksomheden færdig med sin uddannelse?

Procentvis fordeling



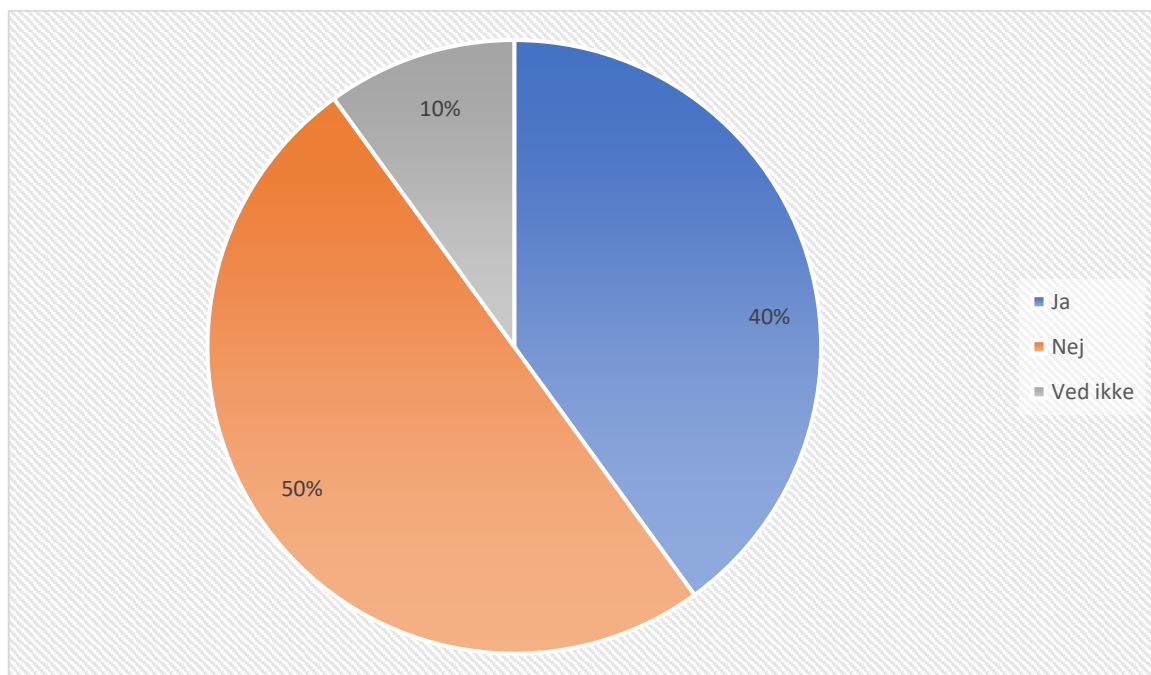
Kommentar

Lige under halvdelen af respondenterne repræsenterer virksomheder, hvor den sidst uddannede elev har færdiggjort sit uddannelsesforløb inden for de seneste 5 år. Det viser, at en relativ stor andel af respondentgruppen kan have aktuelle erfaringer med oplæring af elever.

Tabel 9 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

Har I en medarbejder, som er ansvarlig for elevs oplæringsforløb i virksomheden?

Procentvis fordeling



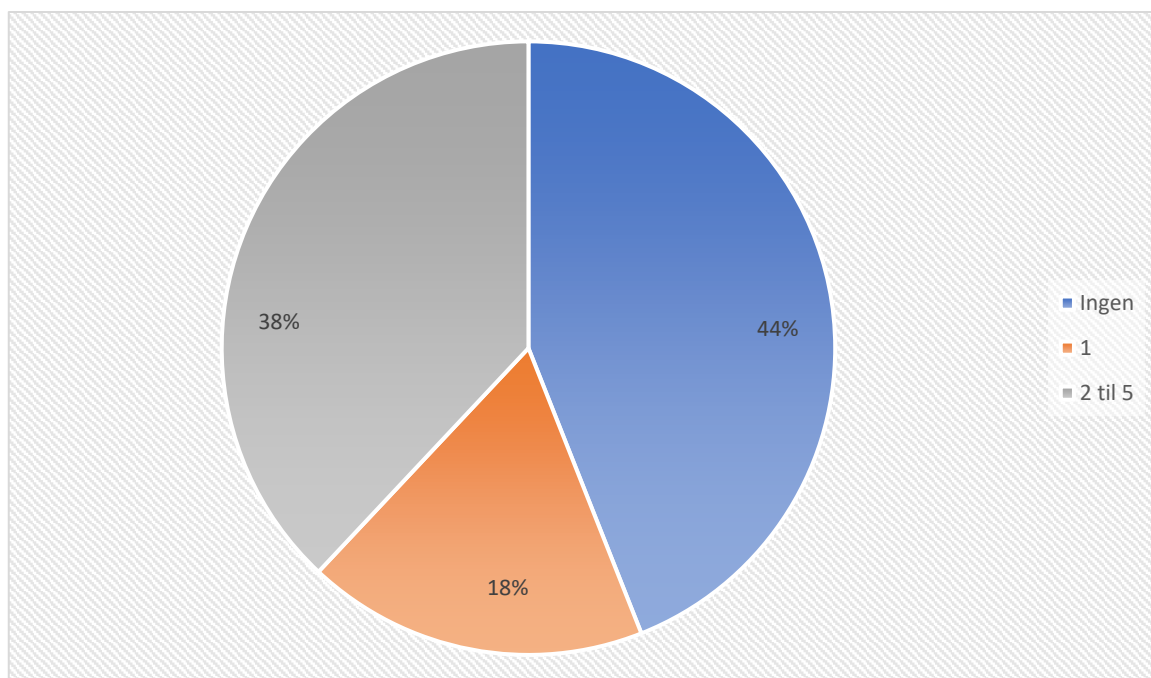
Kommentar

De deltagende virksomheder fordeler sig stort set ligeligt i forhold til at have og ikke-have en ansvarlig i virksomheden for elevs oplæring. Det kan dog i den forbindelse være uklart, hvad det vil sige at have en "ansvarlig" for elevs oplæring. Betyder det fx, at der i virksomheden er udpeget en person, som tager sig af alle elevs oplæring? Eller betyder det - i en ejerledet virksomhed uden ansatte - at ejeren forstår sig som en sådan elevansvarlig? Eller måske omvendt vurderer, at en sådan ressource ikke findes i virksomheden?

Tabel 10 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

Hvor mange elever har I ca. haft inden for de seneste 5 år?

Procentvis fordeling



Kommentar

Tabellen viser, at knap halvdelen af de virksomheder, som respondenterne repræsenterer, ikke har haft elever de seneste 5 år. Der er med andre ord en meget stor andel af godkendte virksomheder, som ikke aktuelt anvender denne godkendelse til optag af elever. Og videre viser tabellen, at af de ca. 50 % af virksomhederne, som har haft elever inden for de seneste 5 år, så har lige knap halvdelen af disse kun haft 1 elev i perioden.

Tabel 11 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

Hvilken skole samarbejder I med omkring oplæring af elever? (sæt eventuelt flere krydser)

Procentvis fordeling

EUC Sjælland	13
EUC Syd	0
Hansenberg	13
Herningholm Erhvervsskole	0
NeXT	23
Rybners	1
Struer Erhvervsskole	0
Syddansk Erhvervsskole	8
TECH College, Ålborg	6
Tradium	4
Århus TECH	2
Ved ikke	30

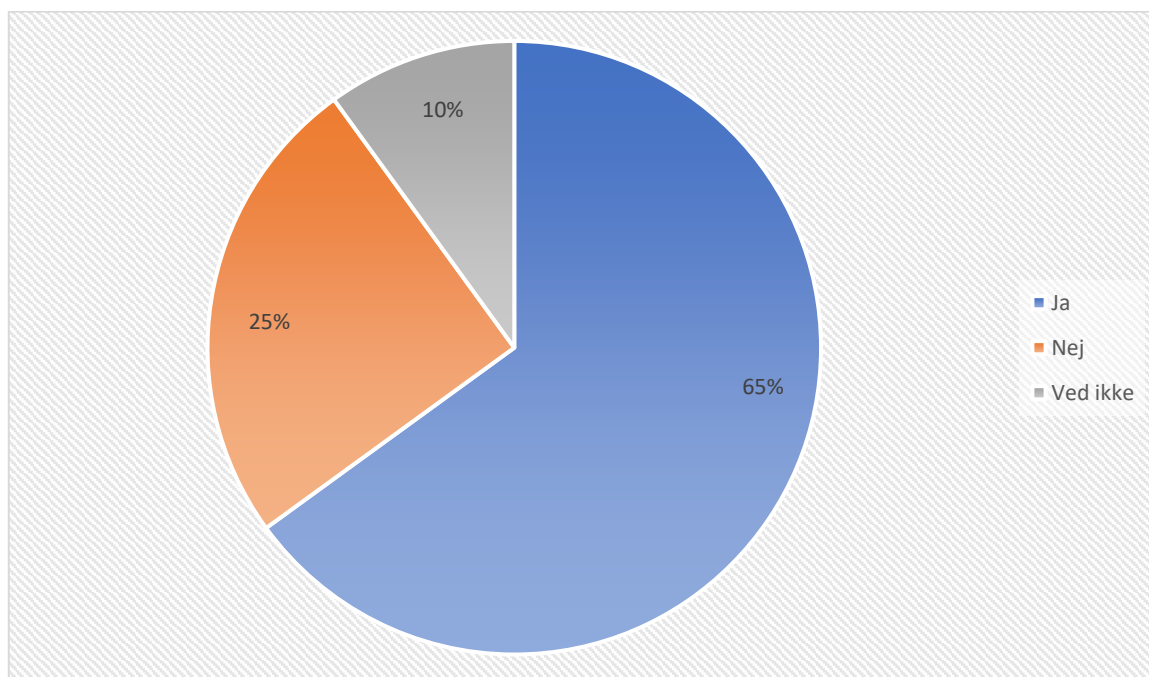
Kommentar

Det mest bemærkelsesværdige ved tabellens oversigt - angivende *godkendte* virksomheders skolekontakt - er, at næsten 1 tredjedel af respondenterne er usikre på, hvilken skole, de samarbejder med ved elevens oplæring (*ved ikke*). Det kunne tolkes som et udtryk for, at skolesamarbejdet ikke er tydeligt for en stor del af respondenterne, idet de fx ikke er den person i virksomheden, som har skolekontakten. Eller måske opleves skolekontakten ikke som meget relevant!

Tabel 12 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

Er I inden for de seneste 5 år blevet mere tilbageholdende med at indgå aftaler med elever?

Procentvis fordeling



Kommentar

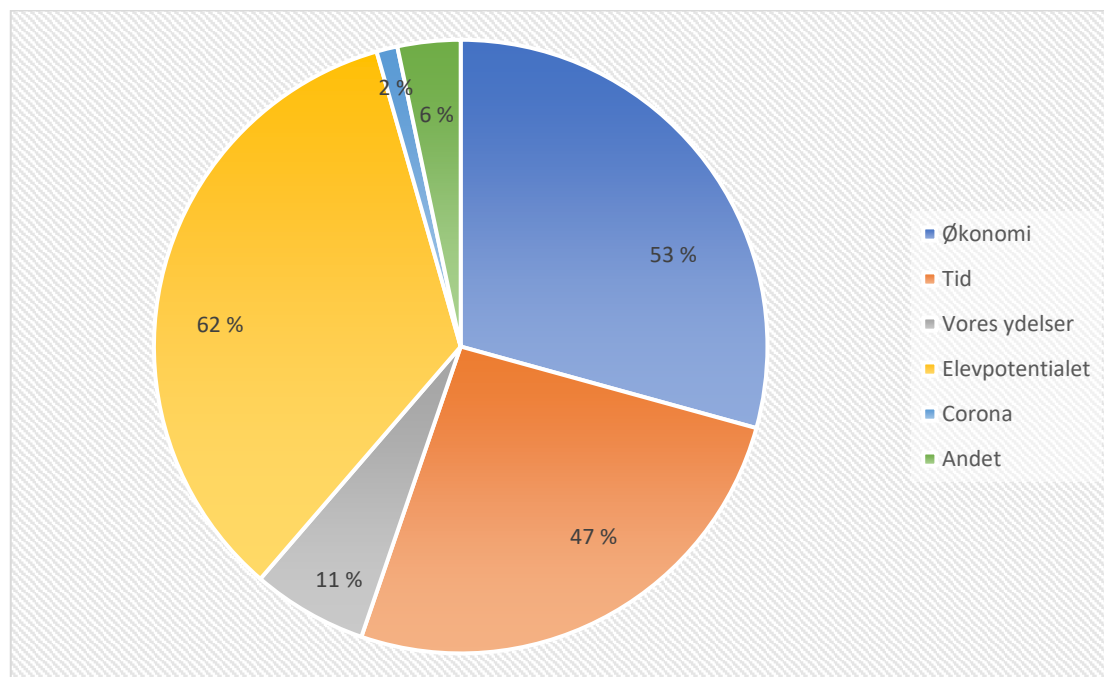
Mere end to tredjedele af respondenterne vurderer, at de virksomheder, som de repræsenterer, er blevet mere tilbageholdende med at optage elever inden for de seneste ca. 5 år. Altså en meget klar tilkendegivelse, som underbygger en dokumenteret nedgang i antallet af elever inden for branchen de seneste år.

Denne pointe fremhæves også i forbindelse med de gennemførte, supplerende interviews. De interviewede peger her på COVID-19 som en periodisk forklaring på denne reservation. Men peger mere grundlæggende på udfordringer omkring elevpotentialer som en væsentlig årsag.

Tabel 13 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

Hvad lægger I vægt på, når I vurderer behovet for elever? (sæt gerne flere krydser)

Procentvis fordeling (med flere svarmuligheder overskridende 100 %)



Kommentar

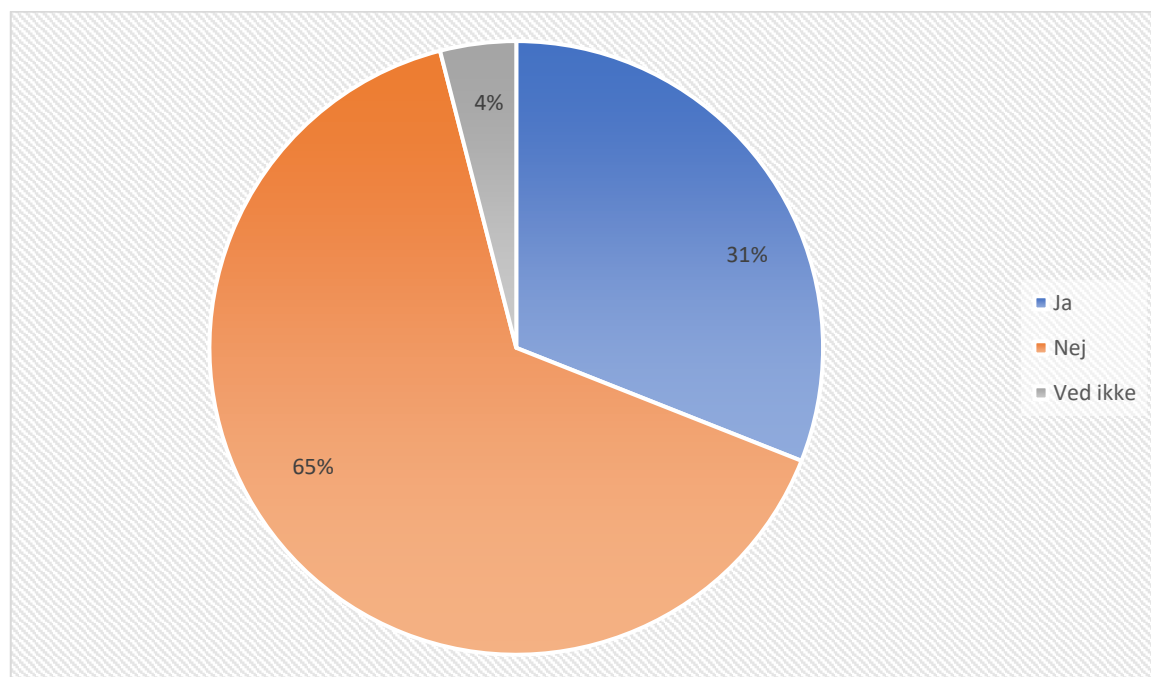
En stor gruppe af respondenterne lægger vægt på *tid*, *økonomi* og *elevpotentialet* ved en vurdering af relevansen af elever. Altså en kombination af interne rammefaktorer og elevrelaterede faktorer. Det er her muligt at forstå disse faktorer i en sammenhæng, hvor det er rekrutteringen af den rette elevprofil, som reducerer den negative effekt af den tidsmæssige og økonomiske udfordring af at have elever.

Præcis den sammenhæng fremhæves også af de interviewede virksomhedsrepræsentanter, idet det understreges, at udfordringer omkring økonomi og tid i særlig grad bliver en problemstilling, idet manglende kvalitet i elevpotentialet gør det vanskeligt at skabe den merværdi, som opvejer de omkostninger, der i udgangspunktet er ved at have elever.

Tabel 14 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

Planlægger I at ansætte en elev inden for det kommende år?

Procentvis fordeling



Kommentar

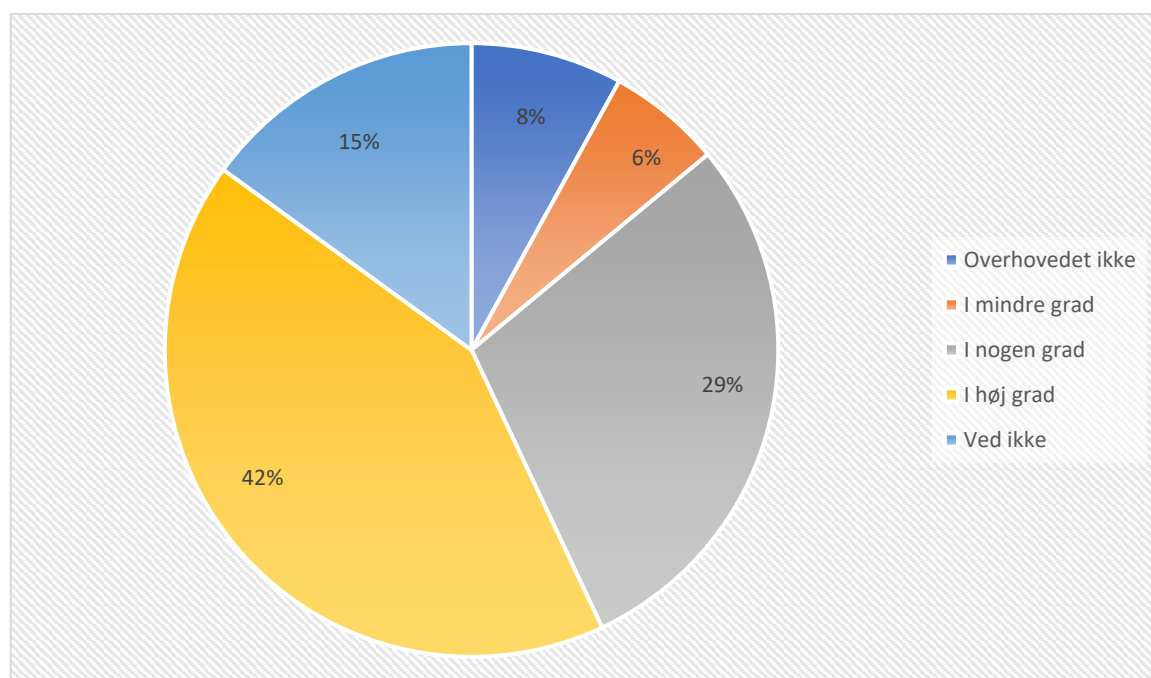
65 % af respondenterne tilkendegiver her, at de virksomheder, som de repræsenterer, ikke planlægger at ansætte elever inden for det kommende år. Altså en overvejende forsigtig vurdering af det forventede, fremtidige elevoptag.

De interviewede supplerer her med, at det især er usikkerhed omkring fremtidige indtjeningsmuligheder – herunder også konsekvenserne af tidligere og eventuelt fremtidige COVID-epidemier – som er den primære årsag til denne reservation.

Tabel 15 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at det kan være en udfordring at rekruttere elever, som matcher jeres virksomheds særlige behov?

Procentvis fordeling



Kommentar

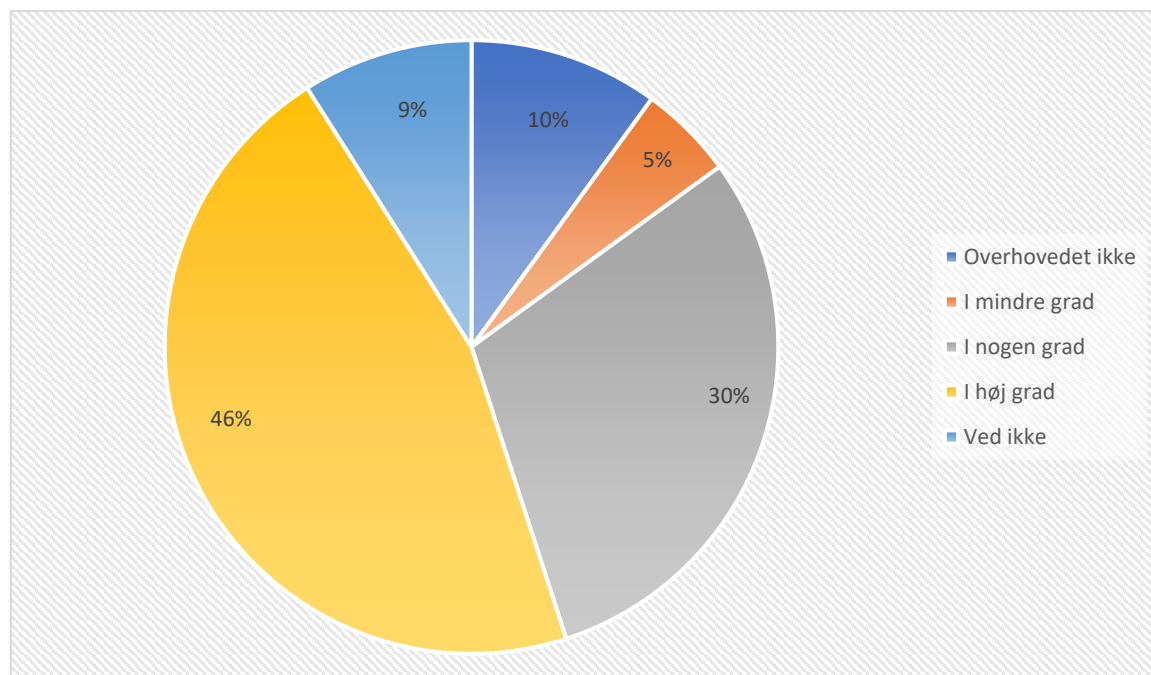
Lidt mere end 70 % af respondenterne forventer, at det vil være en udfordring at rekruttere elever, som matcher egen virksomheds behov. Der er her et tilnærmelsesvist sammenfald mellem respondenter, som forventer, at deres virksomhed vil være mere tilbageholdende med at rekruttere elever de kommende år (tabel 14) på den ene side og så gruppen af respondenter, der her tilkendegiver, at de vurderer, at det vil være vanskeligt for deres virksomhed at rekruttere den "rette" elev.

De interviewede peger her supplerende på, at det kan være vanskeligt at finde det rigtig "elevmatch" til virksomheden; igen på grund af manglende kvalitet i elevpotentialet. Den "rette elev" vurderes her at være en elev, som er engageret, selvstændig, initiativrig og mødestabil. Og vurderingen er videre, at det er sværere i dag end tidligere at finde en elev med den rette personlige og holdningsmæssige tilgang til egen oplæring. Oplevelsen er, at elever – i højere grad end tidligere – har fokus på egenværdi og mindre på, hvad der er godt for virksomheden.

Tabel 16 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at det kan være en udfordring at finde ressourcer i hverdagen til oplæring af elever?

Procentvis fordeling



Kommentar

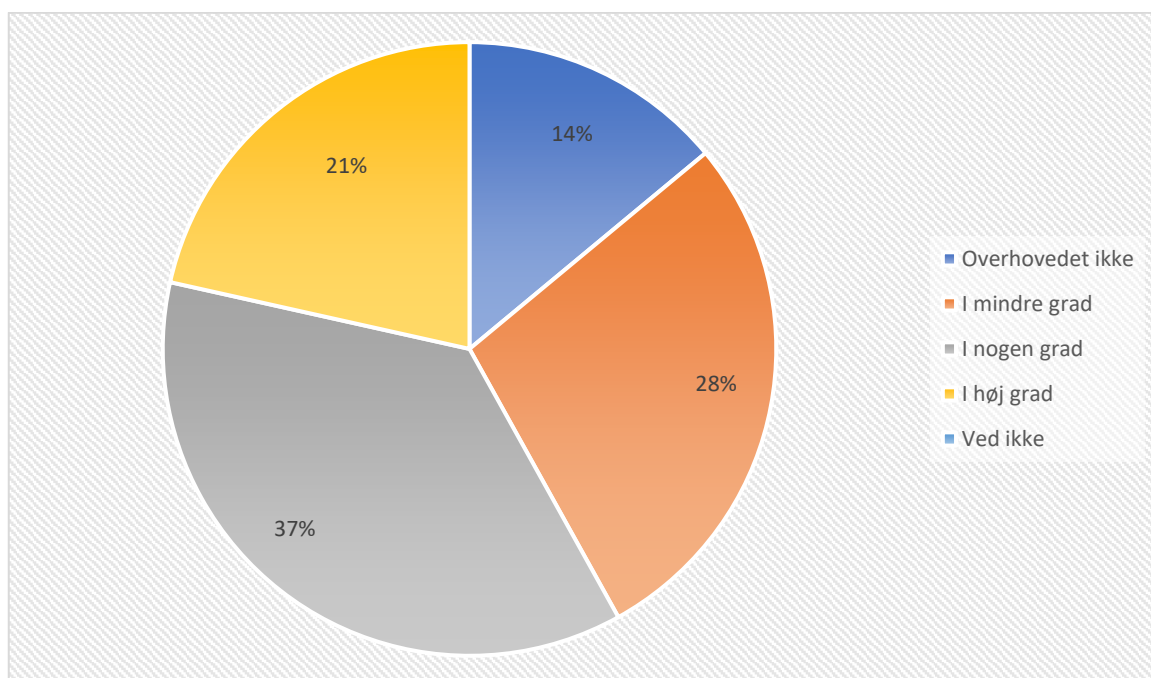
Næsten halvdelen af respondenterne vurderer, at det *i høj grad* kan være vanskeligt at finde tid til elevens oplæring i hverdagen. Og medtages respondentsvaret *i nogen grad* i denne kategori er det mere end tre fjerdedele af respondenterne som har en oplevelse af elevens oplæring som tidskrævende (i et ikke præciseret omfang). Der synes her at kunne ligge en meget væsentlig barriere i forhold til motivationen til at optage (flere) elever. Og det matcher også, at respondenterne tilkendegiver, at deres virksomheder i særlig grad lægger vægt på "tid" ved rekruttering af elever (tabel 13).

Denne problematisering omkring "manglende tid" italesættes også samstemmende af de interviewede virksomhedsrepræsentanter. Der peges her på, at det er tidskrævende at monitorere, vejlede og evaluere eleven, hvis det skal gøres med den nødvendige kvalitet. Og at det især for de mindre og helt små virksomheder er meget vanskeligt at finde denne ekstra tid i hverdagen.

Tabel 17 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at elever bidrager med ny inspiration til virksomheden?

Procentvis fordeling



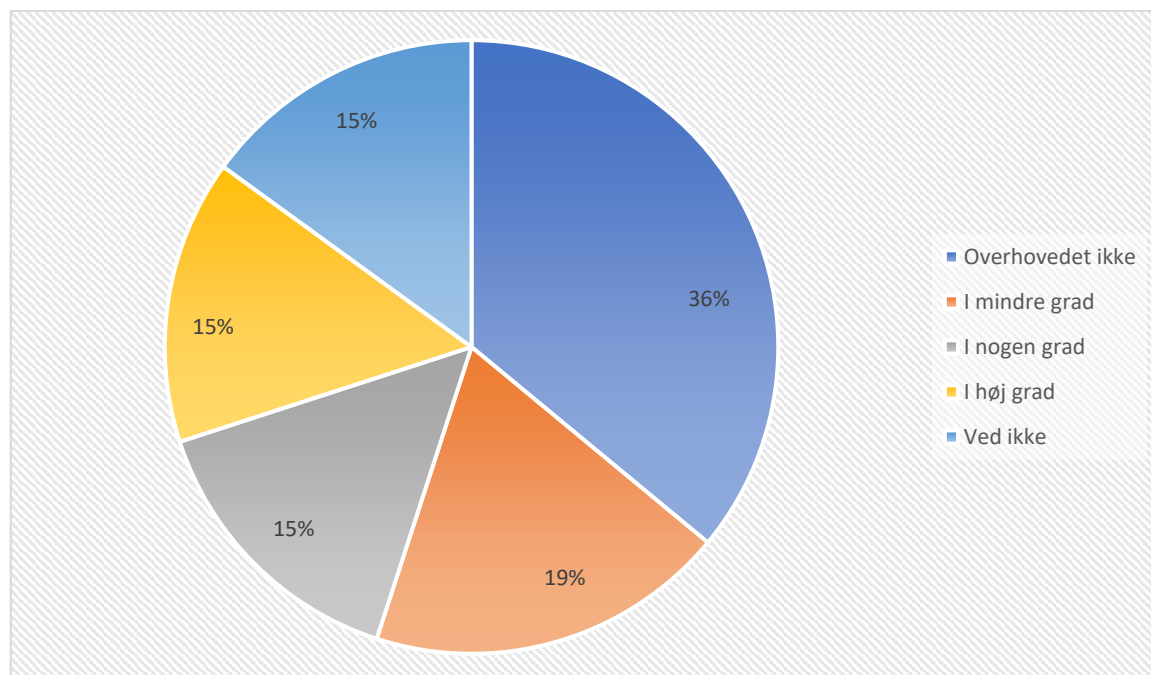
Kommentar

Lidt over halvdelen af respondenterne vurderer, at eleven *i høj grad* eller *i nogen grad* bringer ny inspiration til virksomheden. Der er altså her en forholdsvis positiv vurdering af eleven også som værdiskabende og ikke alene en forståelse af eleven som en investering med en kun mindre direkte afledt, positiv effekt.

Tabel 18 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at det er vanskeligt for jer at tilbyde elever et oplæringsforløb, som indeholder alle frisørfagets elementer?

Procentvis fordeling



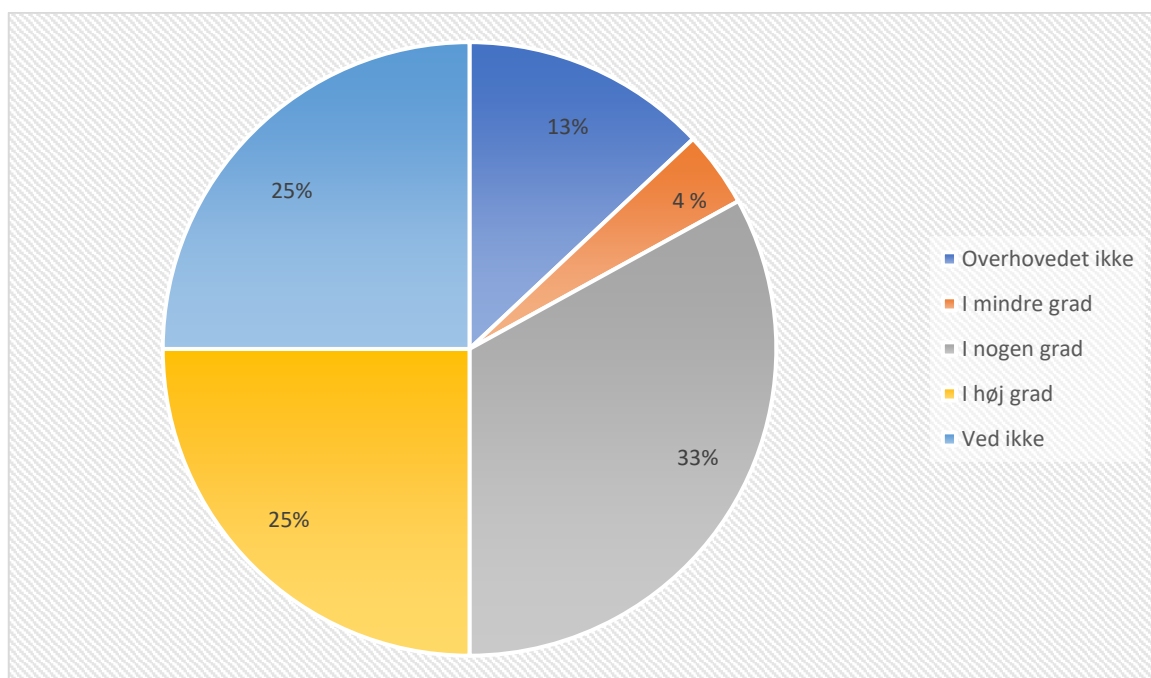
Kommentar

65 % af respondenterne vurderer, at de virksomheder, som de repræsenterer, *overhovedet ikke* eller kun *i mindre grad* vil have en faglig udfordring i forhold til at kunne tilbyde en "komplet" uddannelse, indeholdende alle frisørfagets elementer. En samkøring med tabel 7 viser, at det ikke alene er *godkendte* virksomheder, men også *ikke-godkendte* virksomheder, som har denne positive vurdering af egne kompetencer.

Tabel 19 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at samarbejdet med skolesiden kan være en udfordring?

Procentvis fordeling



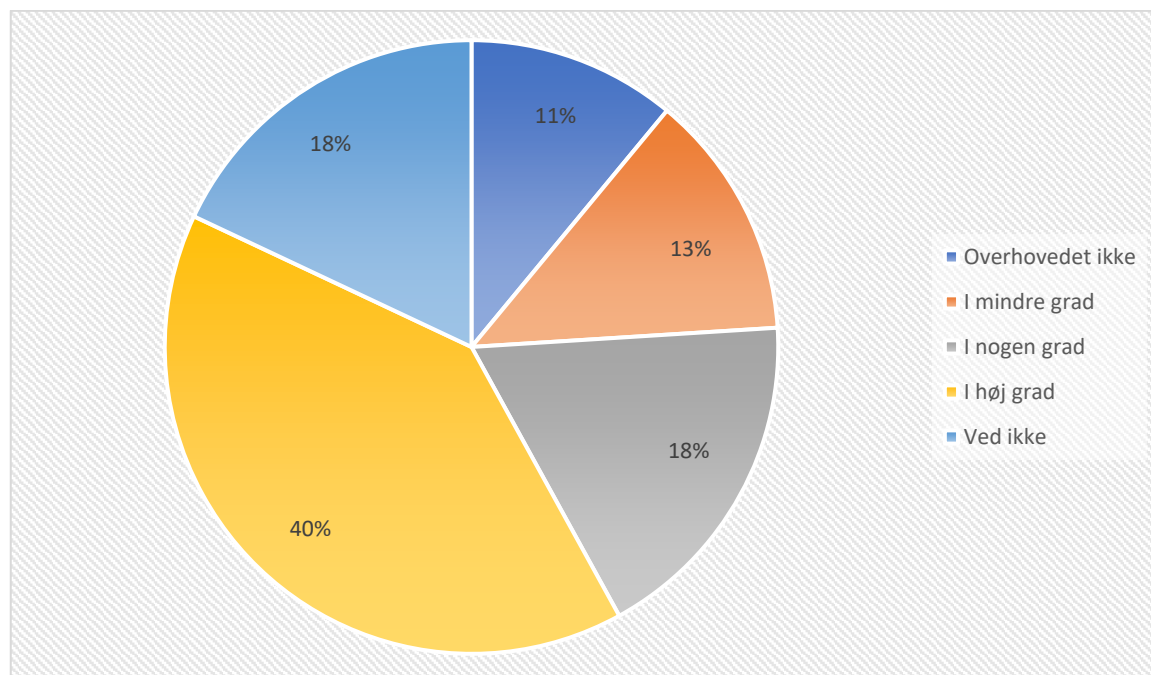
Kommentar

Lige knap 60 % af respondenterne vurderer, at samarbejdet med skolesiden kan være en udfordring. Det er usikkert i hvilket omfang denne vurdering baserer sig på konkrete erfaringer, hvor samarbejdet *har* vist sig udfordrende. Eller om der i højere grad er tale om en mere generel betragtning, hvor det tilkendes gives, at et skole-virksomhedssamarbejde som sådan *kan* være en udfordring.

Tabel 20 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at det kan være vanskeligt at skabe sammenhæng mellem skolens og jeres oplæring af eleven?

Procentvis fordeling



Kommentar

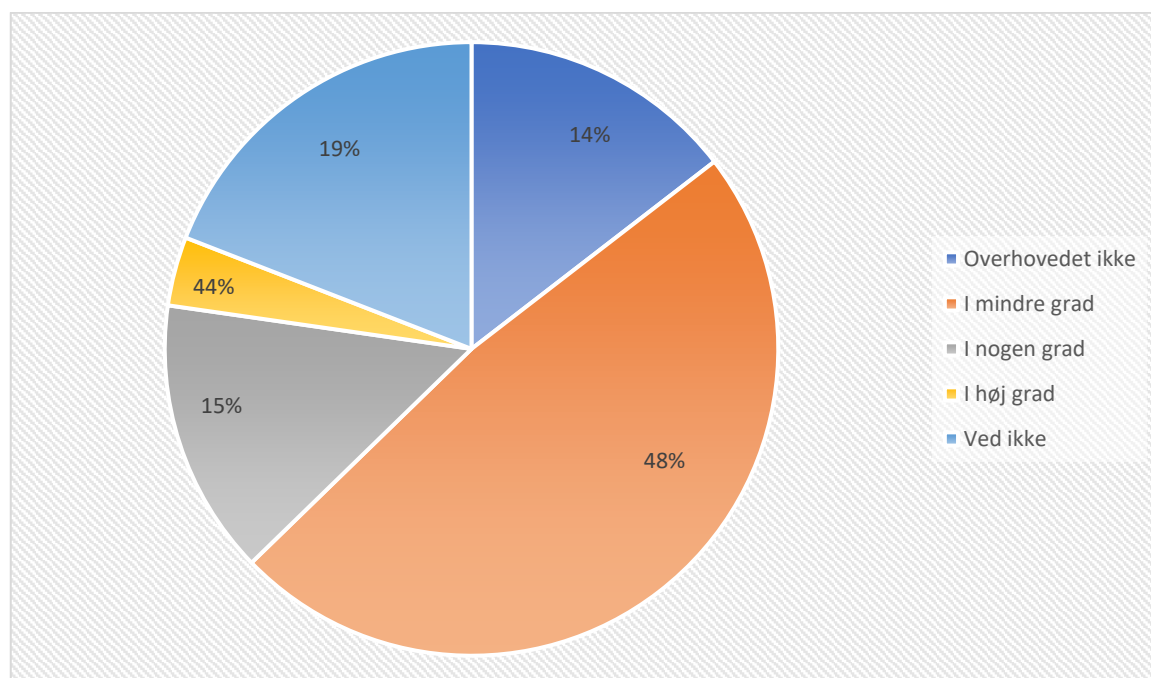
Også ca. 60 % af respondenterne tilkendegiver her, at det *i høj grad* eller *i nogen grad* kan være vanskeligt at skabe sammenhæng mellem virksomhedens og skolens læringsrum for eleven. I forhold til vurderingen af denne fordeling gør der sig samme spørgsmål gældende som ved tabel 19 (specifik erfaring eller generel betragtning). Det er i øvrigt bemærkelsesværdigt, at ca. en femtedel af respondenterne er usikre på (*ved ikke*), i hvilken grad der er en sådan udfordring i sammenhængen mellem virksomhed og skole.

Alle de interviewede oplever at have en svag relation til skoleside; uden at det direkte formuleres som en udfordring. Men som en relation, der fremadrettet bør styrkes og udbygges. Flere af de interviewede peger her på, at den største udfordring ligger i "brobygningen", når eleven er tilbage i sit oplæringsforløb efter en skoleperiode. Det som eleven har lært skal transformeres – via vejledning – *til noget, der er brugbart for virksomheden*, som det udtrykkes af én af de interviewede. Alle de interviewede ønsker sig et stærkere samarbejde med virksomhedssiden i form af kontinuerlige besøg af skolens virksomheds-/uddannelseskonsulenter.

Tabel 21 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at eleven bidrager med et fagligt løft via input fra skolen?

Procentvis fordeling



Kommentar

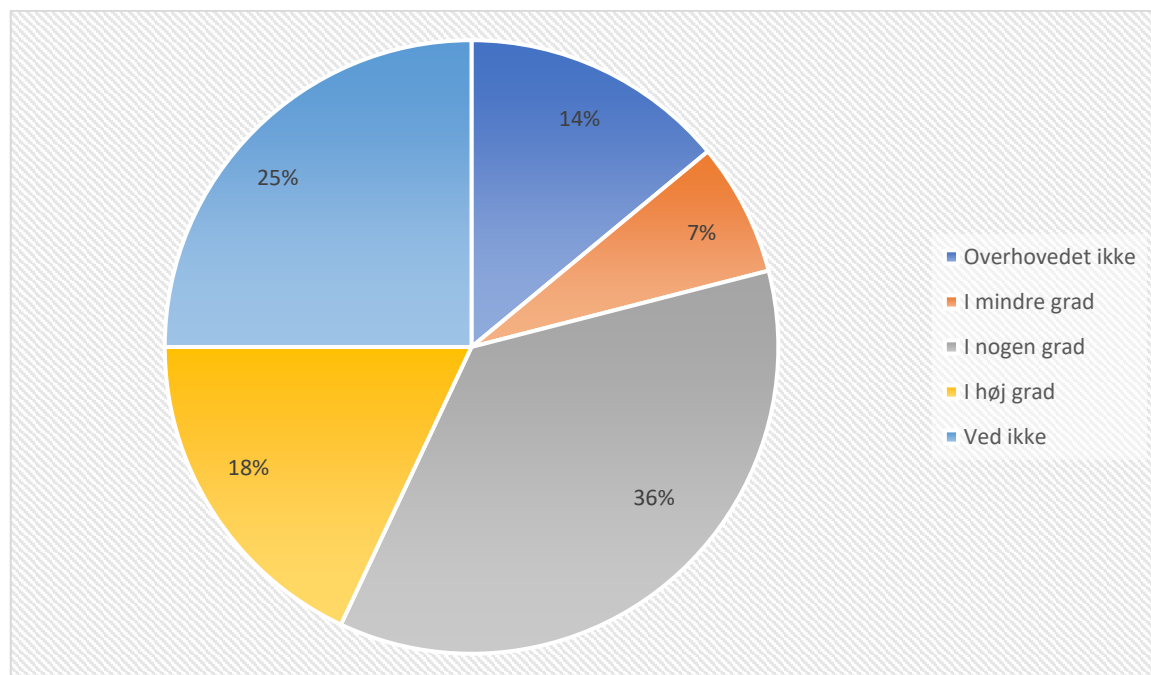
Knap 70 % af respondenterne vurderer, at eleven *overhovedet ikke* eller kun *i mindre grad* bidrager med fagligt input til virksomheden via skolen. Kun 4 % af respondenterne vurderer, at eleven *i høj grad* tilfører en sådan ekstra faglighed til virksomheden. Det er muligt at tolke denne svarfordeling som en indirekte kritik af skoleside, som ikke kan tilføre ny faglighed ind i virksomheden, via eleven. Men under alle omstændigheder matcher denne svarfordeling en vurdering af eleven som en tidsmæssig og økonomisk udfordring, med et samlet billede af, at *det* at have elever indebærer en investering, som ikke nødvendigvis tilfører værdi for virksomheden i oplæringsperioden.

.Gennemgående er der blandt de interviewede enighed om, at man som virksomhed ikke får nye faglige input via elevens skoleperioder. Ingen af de interviewede oplever dog denne udfordring som øget de senere år, men ser det mere som en *gammelkendt problemstilling*.

Tabel 22 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at det kan være vanskeligt at fastholde eleven efter endt uddannelsesforløb?

Procentvis fordeling



Kommentar

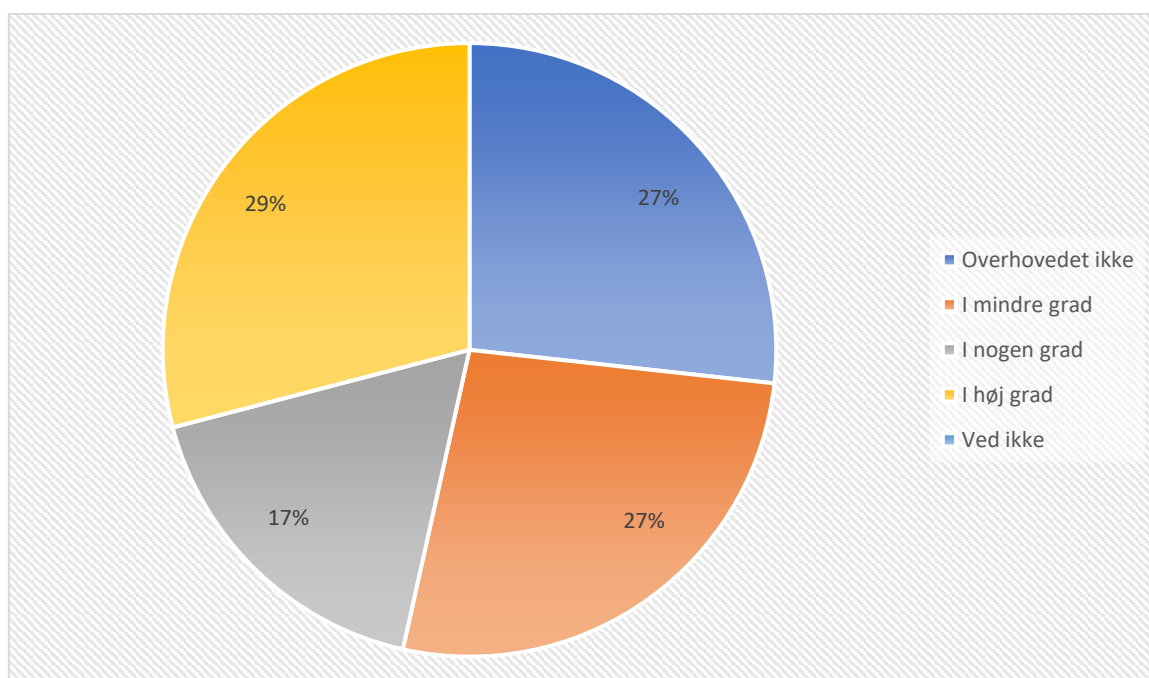
Mere end halvdelen af respondenterne vurderer, at det *i høj grad* eller *i nogen grad* kan være vanskeligt at fastholde eleven efter endt uddannelsesforløb. Fokus kunne her være på, i hvilken grad man vurderer, at den investering som elever opleves at udgøre, også får effekt for virksomheden i form af en udlært, kvalificeret medarbejder. Eller i hvilken grad man med oplæringen af elever – som udtrykt af flere af de interviewede virksomhedsrepræsentanter – i højere grad uddanner til andre virksomheder og til branchen som helhed end til egen virksomhed.

Alle de interviewede virksomhedsrepræsentanter peger på, at der er "kamp om de gode elever". Og at eleverne er fuldt bevidste om denne situation, og derfor også kan have en tendens til "at shoppe" mellem oplæringssted og senere ansættelsessted. På den baggrund opleves der at være en begrundet risiko for, at man som oplærende virksomhed ender med at uddanne elever til andre virksomheder og branchen som helhed. Og at det på den måde bliver vanskeligere at få værdi af den investering, som en elev opleves at udgøre. Enkelte af de interviewede peger i den forbindelse på, at det er **en udfordring**, at branchen er kendetegnet ved en særlig selvstændighedskultur, hvor oplæring af elever – i én eller anden grad – også resulterer i at ende i en udvidelse af antallet af konkurrenter inden for branchen

Tabel 23 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at uddannede elever sikrer fortsat udvikling i virksomheden?

Procentvis fordeling



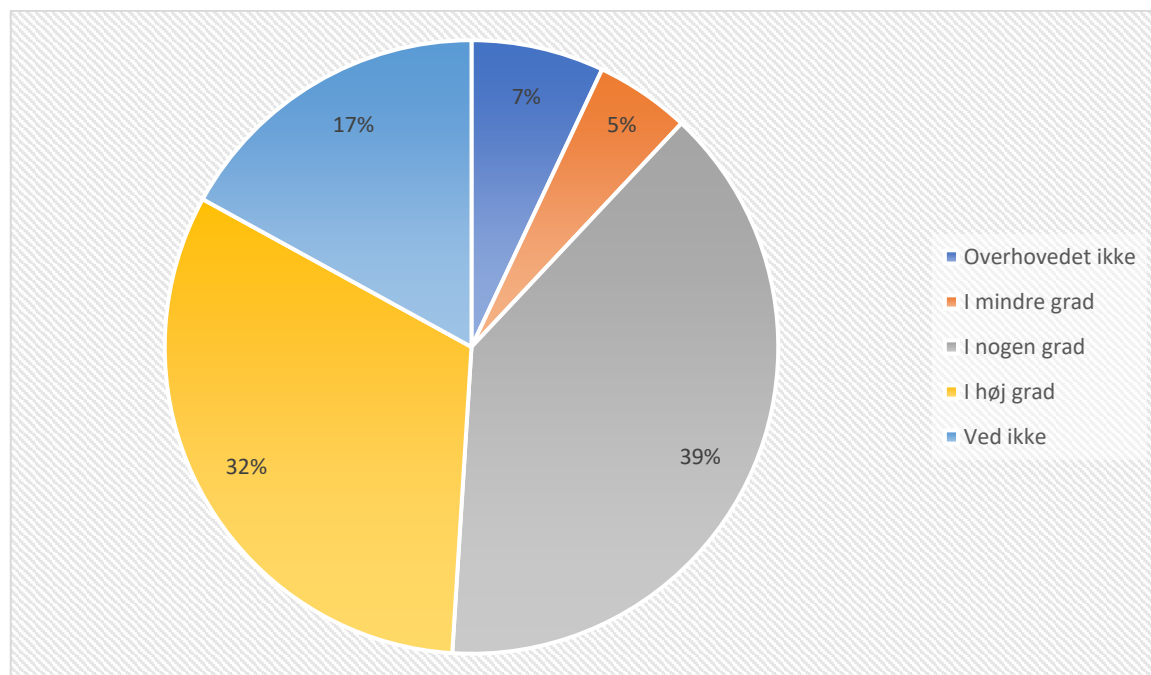
Kommentar

Mere end halvdelen af respondenterne vurderer, at uddannede elever *overhovedet ikke* eller *i mindre grad* bidrager til virksomhedens udvikling. Denne vurdering korresponderer direkte med en tilsvarende vurdering af elevens svage, faglige input via skolen (tabel 20). Og indirekte en tilsvarende markant tilkendegivelse af, at elever udgør en tidsmæssig og økonomisk udfordring. Vurderingen synes her at være, at elever tendentielt i højere grad belaster virksomhedens udviklingskapacitet (og overlevelsessevne) end bidrager positivt til virksomhedens fortsatte udvikling.

Tabel 24 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du at være "klædt på" i forhold til regler og muligheder i forbindelse med at have elever?

Procentvis fordeling



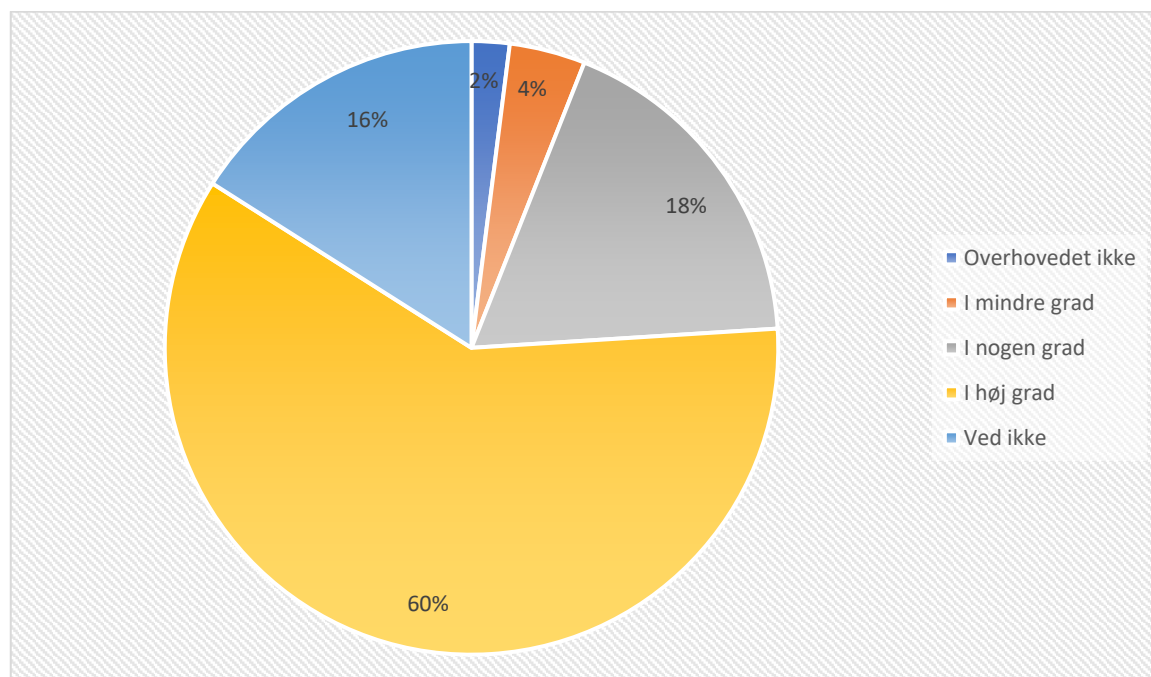
Kommentar

Mere en 70 % af respondenterne vurderer, at de *i høj grad* eller *i nogen grad* er klædt på i forhold til at have elever. Et markant flertal af respondenterne synes således ikke at opleve en faglig udfordring i forhold til at oplære elever. Og dermed afledt heller ikke et markant behov for yderligere information og opkvalificering i forhold til rekruttering og fastholdelse af elever.

Tabel 25 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at det indebærer en økonomisk udfordring at have elever?

Procentvis fordeling



Kommentar

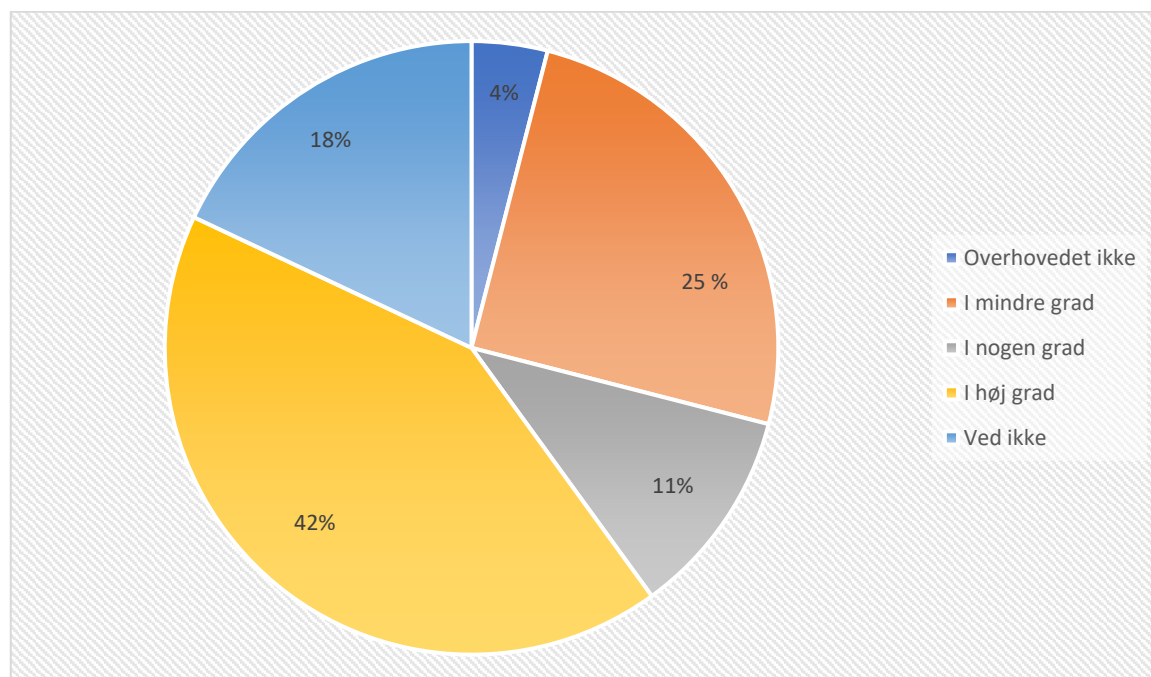
Knap 80 % af respondenterne vurderer *i høj grad* eller *i nogen grad*, at der kan være en økonomisk udfordring i forhold til at have elever. Altså en endog meget klar tilkendegivelse. Samlet set er der her tale om den tydeligst markerede udfordring i forhold til at have elever. Der er dog uklart, hvad denne barriere mere præcist handler om. Fx med en skelnen mellem direkte omkostninger (udgifter) eller indirekte omkostninger (tab af indtjening).

Alle de interviewede virksomhedsrepræsentanter vurderer, at der er en betydelig økonomisk udgift ved at have elever. Dels fordi oplæringen er tidskrævende og dermed tager tid fra kerneforretningen. Dels fordi eleven – grundet manglende kompetence – ikke opleves at kunne bidrage aktivt til virksomhedens indtjening. Og dels fordi elever ikke nødvendigvis udgør en langsigtet investering for virksomheden.

Tabel 26 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at det indebærer en administrativ udfordring at have elever?

Procentvis fordeling



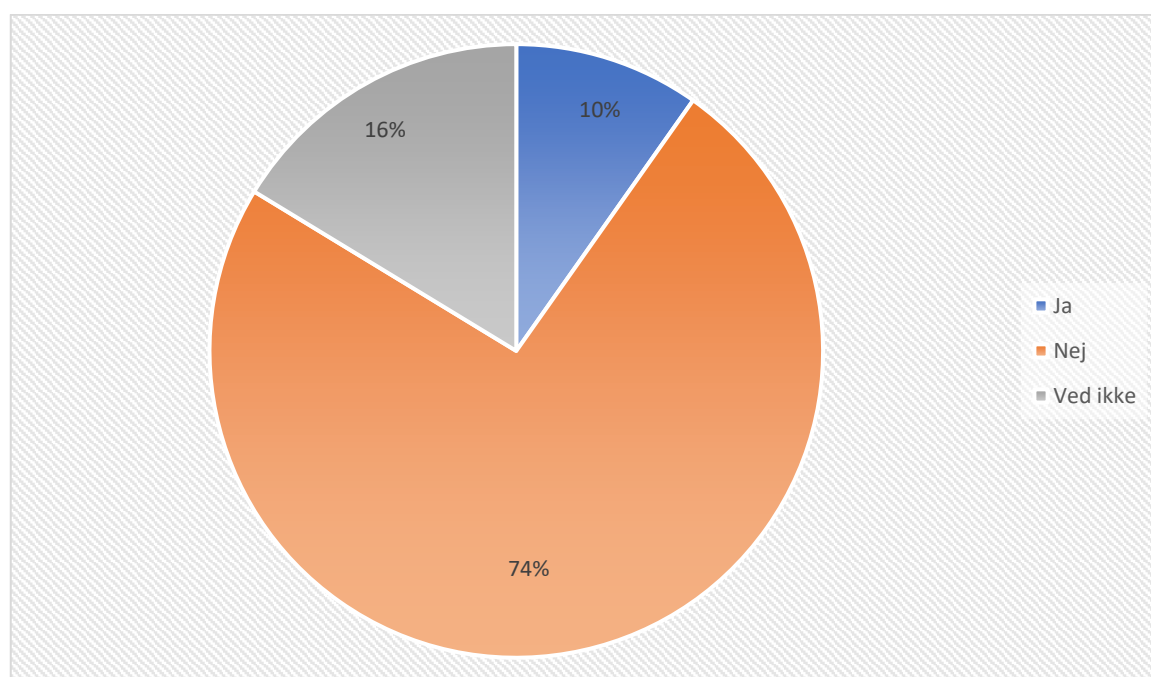
Kommentar

Mere end 40 % af respondenterne vurderer *i høj grad* at, det indebærer en administrativ udfordring at have elever. Oplevede administrative udfordringer ligger dermed på niveau med tilsvarende, oplevede økonomiske udfordringer (jf. tabel 24) og tids-/ressourcemæssig udfordring (tabel 15).

Tabel 27 (Spørgsmålskategori 3; ikke-godkendte virksomheder)

Planlægger I at blive godkendt til at have elever inden for det kommende år?

Procentvis fordeling



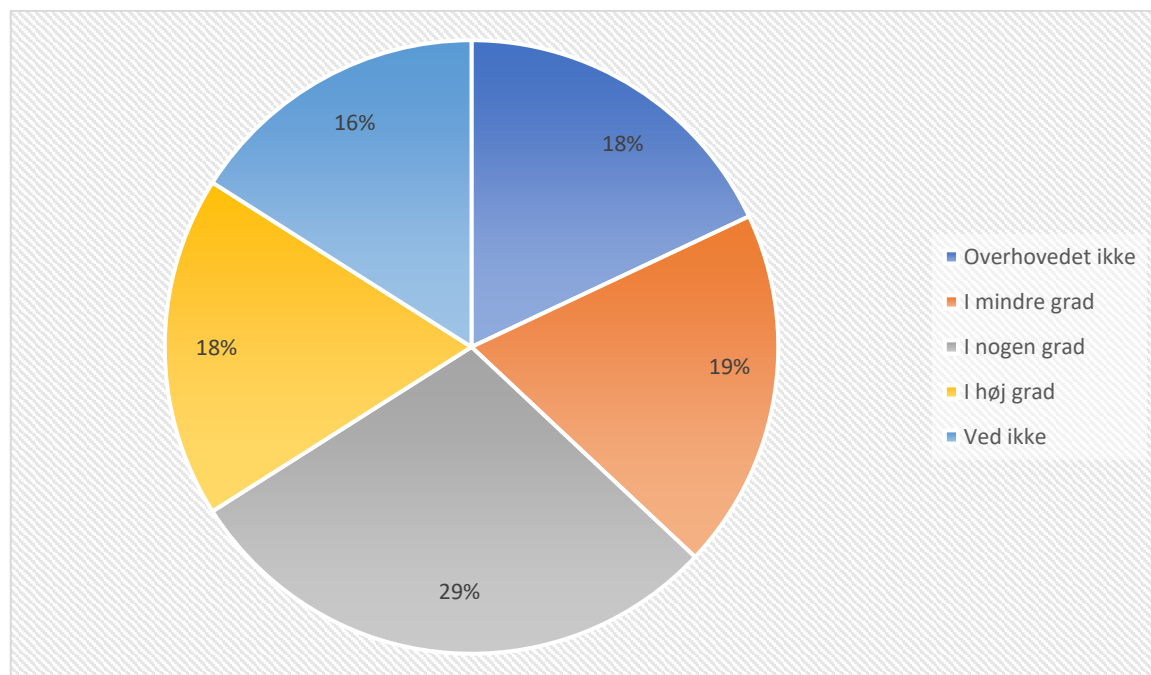
Kommentar

Knap 70 % af respondenterne, som repræsenterer virksomheder, der ikke er godkendte til at have elever, vurderer, at de ikke inden for det kommende år vil søge om at blive godkendte til at have elever. Altså umiddelbart et svagt udgangspunkt for at øge antallet af godkendte virksomheder. I den forbindelse vil det dog være vigtigt at overveje, hvilket argument som er afgørende for denne reservation i forhold til at tage elever. Og i hvilket grad denne argumentation er modtagelig for påvirkning. Fx i de tilfælde, hvor reservationen handler om oplevede økonomiske barrierer i forhold til det at have elever, og hvor dette ikke nødvendigvis behøver at være tilfældet.

Tabel 28 (Spørgsmålskategori 3; ikke-godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at det vil en udfordring for jer at rekruttere elever med den rette profil, hvis I var godkendt som praktiksted?

Procentvis fordeling



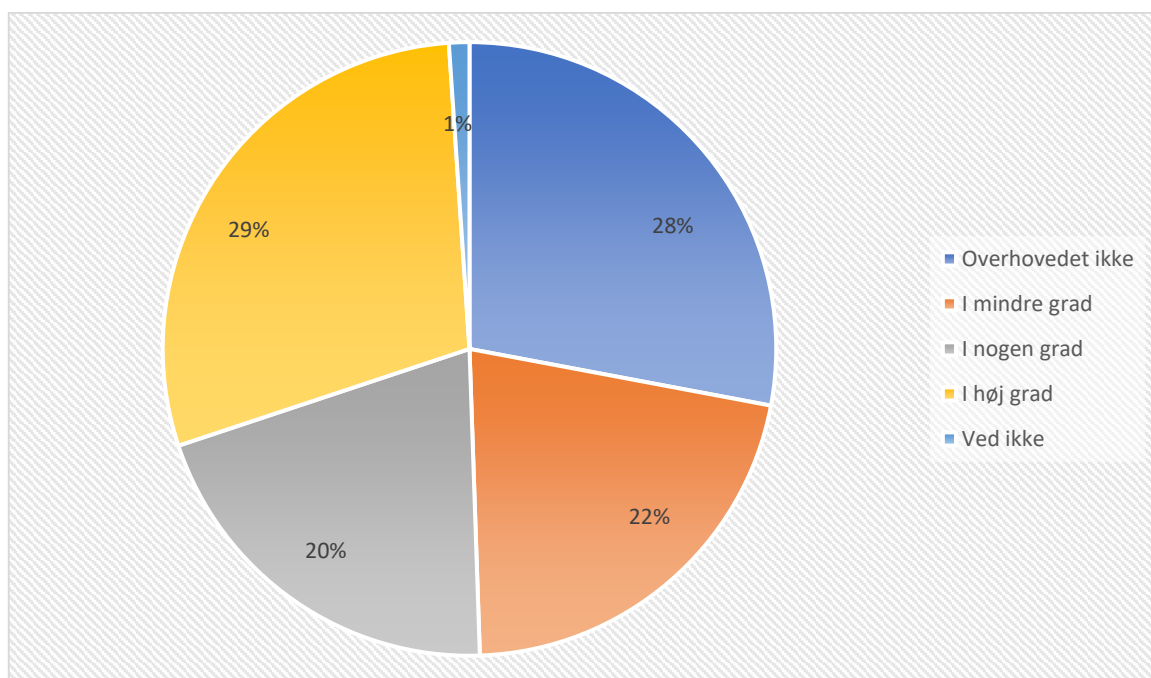
Kommentar

Ca. halvdelen af respondenterne vurderer, at det kan være en udfordring at rekruttere en elev, som matcher profilen på den virksomhed, som de repræsenterer. Når dette sammenholdes med at også en markant andel af respondenterne lægger vægt på elevpotentialer ved en rekruttering (jf. fx tabel 13) bliver det tydeligt, at det, der skaber denne udfordring i forhold til omkring elevsiden. Og ikke at der fx er sket en udvikling på virksomhedssiden, som stiller nye og ekstra krav, som elevsiden ikke umiddelbart kan honorere (men vil kunne opkvalificeres til). Der synes her snarere at være tale om en oplevet nedadgående kvalitet i elevpotentialer.

Tabel 29 (Spørgsmålskategori 3; ikke-godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at elever kan være en måde at få ny inspiration ind i virksomheden?

Procentvis fordeling



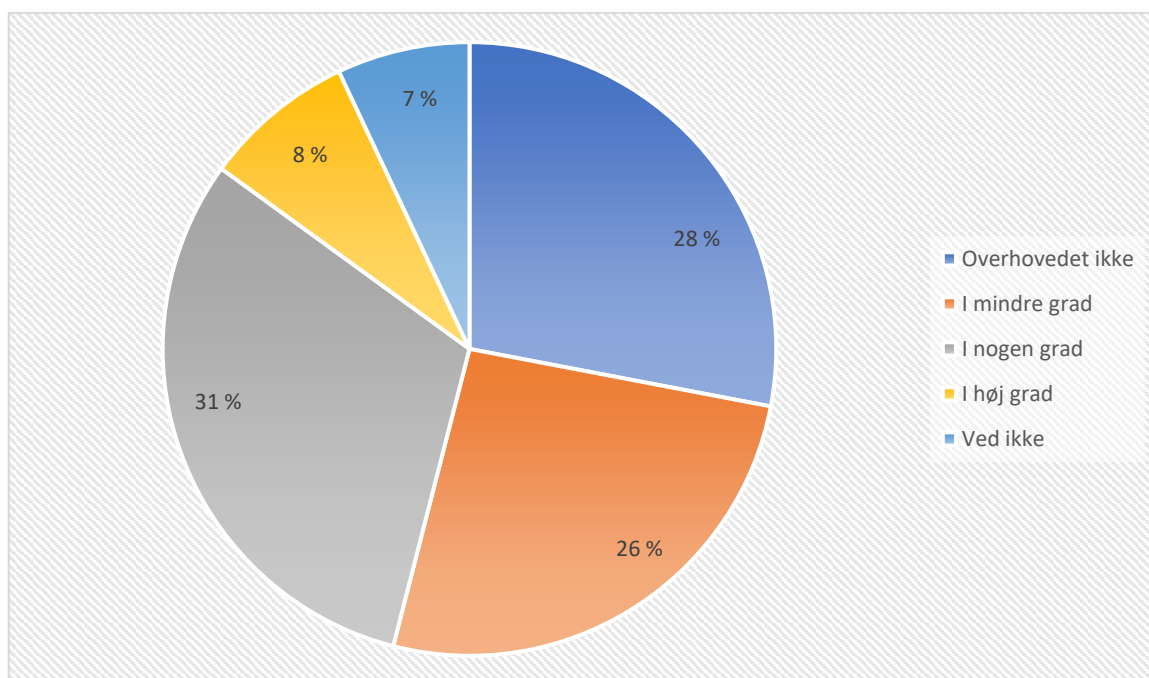
Kommentar

Respondenterne er her delt i 2 tilnærmelsesvis lige store grupper i deres vurdering af, i hvilket omfang elever vil kunne bringe en ny faglighed ind i virksomheden. Denne fordeling kunne tolkes som udtryk for en naturlig usikkerhed i respondentgruppen af *ikke-godkendte* virksomheder omkring den faktiske effekt af at have elever.

Tabel 30 (Spørgsmålskategori 3; ikke-godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at det vil være vanskeligt for jer at tilbyde eleven et oplæringsforløb, som indeholder alle fagets elementer?

Procentvis fordeling



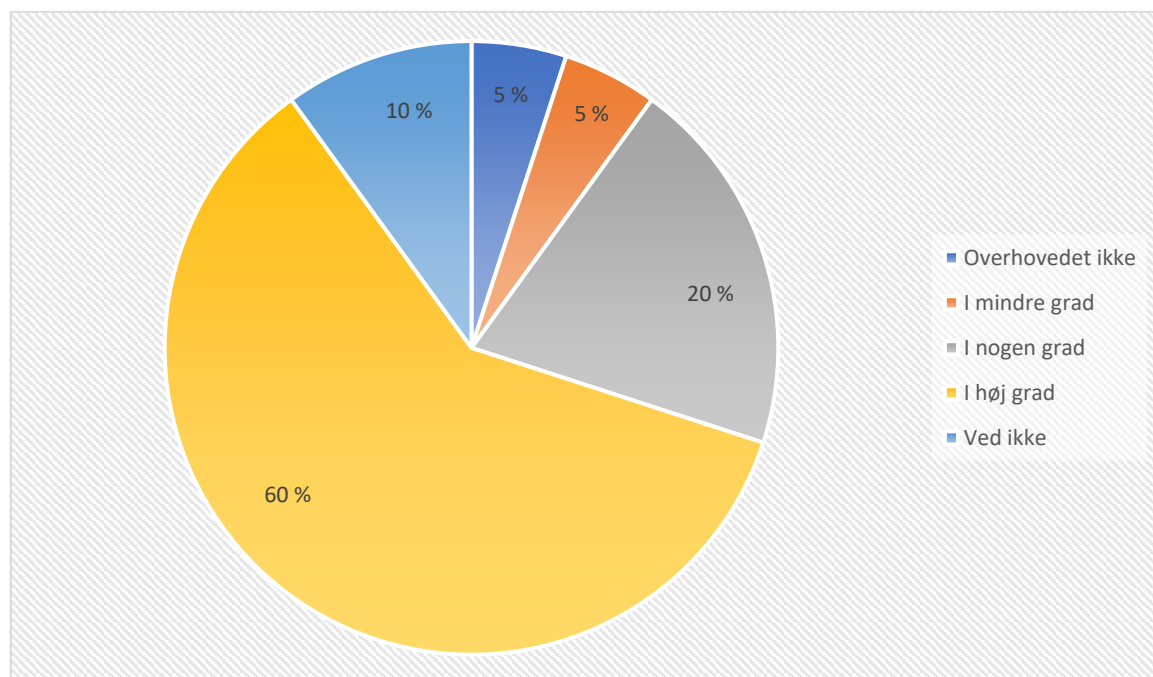
Kommentar

Mere end 50 % af respondentgruppen vurderer, at deres virksomhed som oplæringssted *overhovedet ikke* eller *i mindre grad* vil have en udfordring med at tilbyde eleven et kvalificeret oplæringsforløb. Kun 8 % af respondenterne ser *i høj grad* en udfordring her. Det synes med andre ord ikke at være oplevede, manglende forudsætninger internt i virksomheden, som udgør en barriere i forhold til at optage (flere) elever. De *ikke-godkendte* virksomheder er her helt på linje med *godkendte* virksomheder i deres positive selv vurdering (jf. tabel 18).

Tabel 31 (Spørgsmålskategori 3; ikke-godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at det vil være en økonomisk udfordring at have elever?

Procentvis fordeling



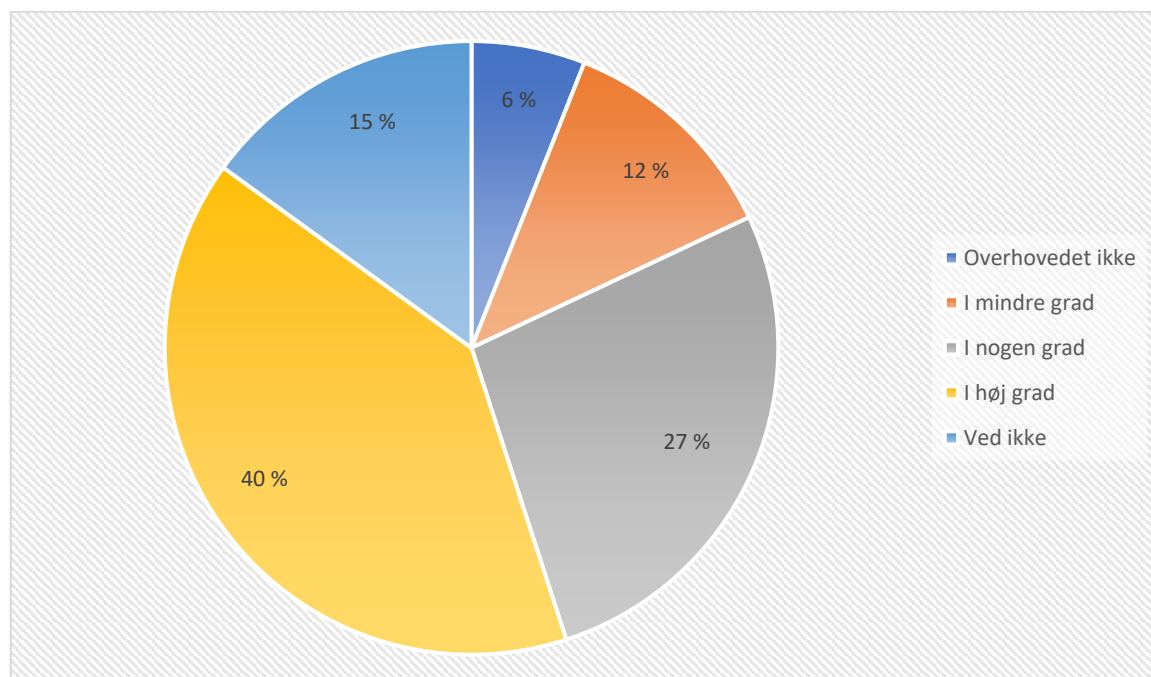
Kommentar

60 % af respondenterne vurderer i høj grad, at det at have elever vil indebære en økonomisk udfordring. Denne vurdering er fuldt på linje med *godkendte* virksomheders tilsvarende vurdering (jf. tabel 24).

Tabel 32 (Spørgsmålskategori 3; ikke-godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at det vil være en administrativ udfordring at have elever?

Procentvis fordeling



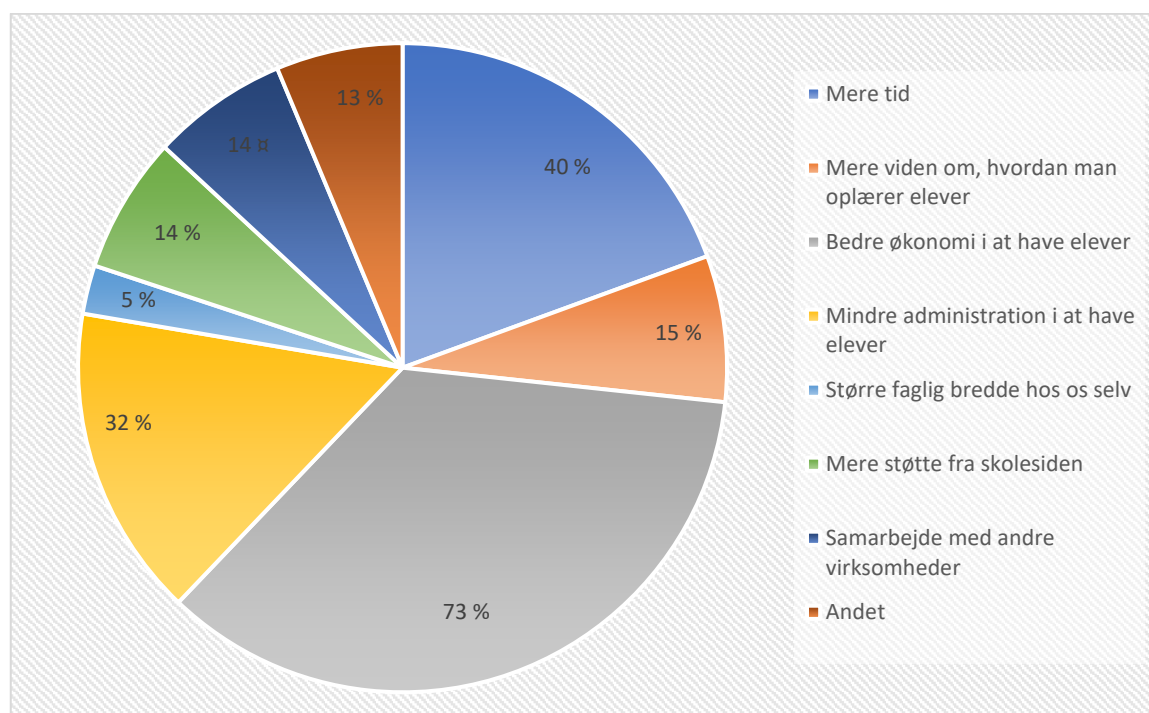
Kommentar

40 % af respondenterne vurderer *i høj grad*, at der også vil være en administrativ udfordring ved at have elever. Også her er respondenterne på linje med den tilsvarende vurdering, som udtrykkes af respondenter repræsenterende *godkendte* virksomheder (jf. tabel 25).

Tabel 33 (Spørgsmålskategori 4; alle virksomheder)

Hvad skal der overordnet til, for at I vil indgå aftaler med (flere) elever i fremtiden? (sæt op til 3 krydser)

Procentvis fordeling (med flere svarmuligheder overskridende 100 %)



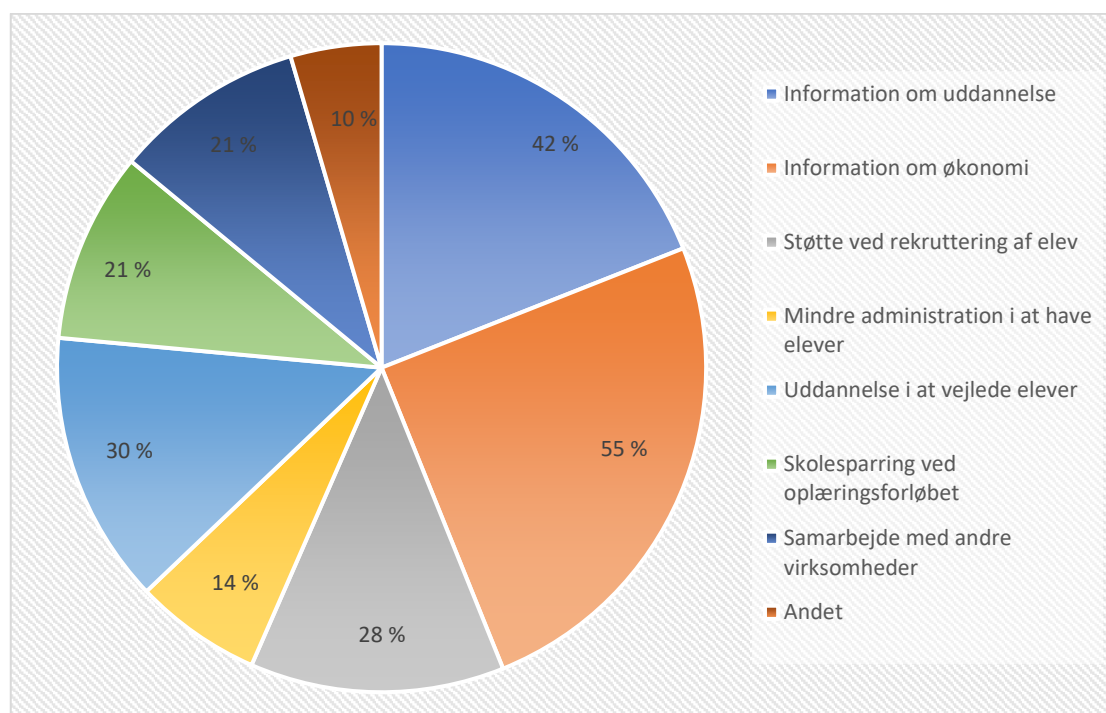
Kommentar

I forhold til en vurdering af, hvad der kunne fremme et øget elevoptag, har respondenterne et meget markant fokus på bedre økonomi i at have elever. Og *det* at have mere tid i hverdagen til elever vurderes som det næsthøjeste. Det er oplagt her at betragte økonomi og tid som den samme ressourceproblematik, hvor virksomhederne oplever begrænset overskud i hverdagen til kvalificeret at tage hånd om en elevs oplæring. Der er her ikke spurgt til spørgsmålet om at rekruttere den "rette elev", der i undersøgelsen er vurderet som muligt "opvejende" den økonomiske og tidsmæssige udfordring ved at have elever.

Tabel 34 (Spørgsmålskategori 4; alle virksomheder)

Hvilken type af støtte eller vejledning kunne I have brug for, hvis I skulle indgå aftale med (flere) elever i fremtiden? (sæt op til 3 krydser)

Procentvis fordeling (med flere svarmuligheder overskridende 100 %)



Kommentar

Godt halvdelen af respondenterne ønsker mere information/rådgivning med fokus på økonomien i det at have elever. Dette ønske formuleres såvel af *godkendte* som af *ikke-godkendte* virksomheder. Denne efterspørgelse matcher den høje andel af respondenterne, der ser økonomi som en barriere i forhold til optag af elever. Det er dog bemærkelsesværdigt at også ca. halvdelen af respondenterne ønsker mere information om uddannelsen. Og her primært et ønske formuleret af *ikke-godkendte* virksomheder. Dette kunne tolkes som en forsigtig åbning i forhold til på et tidspunkt at overveje at blive godkendte til at have elever.

Fremadrettede anbefalinger

I det efterfølgende afsnit skitseres en række anbefalinger, hvor målet er at pege på initiativer eller ekstra fokus, som forventet vil kunne bidrage til en øget rekruttering af elever.

De skitserede anbefalinger er formuleret på baggrund af resultatet af de gennemførte analyse på hhv. frisør- og kosmetikerområdet og er dækkende for begge områder, medmindre andet er angivet.

Anbefalingerne præsenteres i prioriteret rækkefølge, ud fra en vurdering af, hvilke initiativer, som vil kunne give den største effekt allerede på kort sigt.

Anbefalingerne er følgende:

1. For det første, at der på udvalgsinitiativ gennemføres et casestudie, som afklarer, hvad der skal til for, at man fra virksomhedsside også opnår et økonomisk udbytte af elevens oplæring – og afledt af denne analyse pege på konkrete initiativer, som kunne styrke denne værditilførsel ved elevforløb.
2. For det andet, at der også på udvalgsinitiativ udarbejdes et casemateriale, som synliggør (positiv) økonomi ved elevens oplæring.
3. For det tredje, at det på skoleplan overvejes, hvordan virksomheder kan støttes i rekrutteringen af den "rette elev".
4. For det fjerde, at det på skolesiden overvejes, hvordan man styrket kan rådgive virksomheder omkring realiseringen af elevens "forretningsmæssige potentiale".

Anbefaling 1

Gennemgående peger såvel spørgeskemaundersøgelsen som opfølgende interviews på, at respondenterne primært fremhæver tidsmæssige og økonomiske/ressourcemæssige udfordringer i forbindelse med *det* at have elever. Og videre på, at disse udfordringer skal ses i sammenhæng med en oplevet manglende kvalitet i elevpotentialet. Altså at den værdi, som eleven opleves at tilføre virksomheden, ikke opvejer og overstiger den udgift, som eleven også (igen oplevet) påfører virksomheden.

Den oplevede, manglende balance mellem investering og effekt ved at have elever kan være betinget af grundlæggende strukturelle forhold, som det umiddelbart kan være vanskeligt at ændre på. Som fx konsekvenserne af, at en stor del af virksomhederne inden for branchen er små eller egentlige mikrovirksomheder (ejerledet uden ansatte). Virksomheder, som notorisk kan have vanskeligt ved at afsætte tid og ressourcer til oplæring af elever. Også selv om denne investering på længere sigt (fx sidst i elevens oplæringsforløb) skulle vise sig at resultere i tilført værdi for virksomheden.

Men ubalancen kunne også handle om andre faktorer, som rejser en række spørgsmål:

- Har man på virksomhedssiden kompetence til at gøre brug af eleven også som en kilde til øget indtjening og dermed som en investering med et positivt nettoudbytte?
- Har man på virksomhedssiden kompetence i forhold til at drage nytte af den nye viden eller den faglige "forstyrrelse", som eleven repræsenterer i forhold til virksomheden?

- Har man på virksomhedssiden kompetence til at motivere og engagere "anderledes" elever, som kan repræsentere nye måder at forstå eget arbejdsliv på, sammenlignet med tidligere generationer?

Den gennemførte spørgeskemaundersøgelse og de opfølgende interviews peger på en række forklaringer på, hvorfor elevoptaget inden for branchen ikke er højere. Men samtidig peges altså også på en række nye spørgsmål og fokuspunkter. Disse åbne spørgsmål og fokusområder kan ikke belyses kvantitativt og heller ikke gennem en bredt anlagt interviewundersøgelse. Derimod vil der være behov for en mere dybdegående analyse af, hvad der konkret på virksomhedsniveau gør sig gældende i forhold til virksomhedens samlede kompetence i forhold til oplæring af elever (som skitseret overfor). Og her ikke mindst med fokus på, hvilke initiativer, som en sådan analyse fremadrettet kunne anbefale.

På denne baggrund anbefales de, at udvalget med afsæt i den gennemførte spørgeskemaundersøgelse iværksætter et casestudie, hvor 8 til 10 – "godkendte" - repræsentative virksomheders tilgang til elevspørgsmålet analyseres kvalitativt og dybt. Og hvor målet er at kortlægge de komplekse sammenhænge, som er afgørende for virksomhedssidens tilgang til elevspørgsmålet og dermed også kvalificere grundlaget for fremtidige initiativer, som kunne styrke virksomhedssidens rekruttering af elever (anbefaling 2 -4). Et sådant casestudie kunne fx baseres på interviews af ledere, medarbejdere (svende/assistenter), elever og skolerepræsentanter – samt på observationer og ved analyse af relevante dokumenter.

Anbefaling 2

Et klart flertal af deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen vurderer, at økonomi udgør en væsentlig barriere i forhold til at optage (flere) elever. Denne vurdering understreges også af de interviewede virksomhedsrepræsentanter.

Barrieren forstærkes, idet et også meget klart flertal af deltagerne i spørgeskemaundersøgelsen dels ikke vurderer, at eleven bidrager med nye input af værdi for virksomhedens fremtidige udvikling – og dels vurderer, at det kan være vanskeligt at fastholde eleven efter endt uddannelse. Det opleves med andre ord som usikkert om investeringen i elevens oplæring skaber værdi for virksomheden. Der synes i langt mindre grad at være (positivt) fokus på den mulige økonomiske indtjening, som eleven kan bidrage med allerede under sit oplæringsforløb. Det er her vurderingen, at en større andel af virksomheder bygger deres økonomiske bekymring på manglende indsigt eller på anekdotiske historier om egne eller andre virksomheders "dårlige oplevelser" med tidligere elever

På denne baggrund anbefales det, at det fra udvalgsside overvejer at udarbejde et casemateriale med beskrivelse af konkrete virksomheders oplevelse med at have elever, hvor målet primært er at eksemplificere den (positive) økonomiske balance i at have elever i oplæring. Og i den forbindelse også med angivelse af, hvordan man som virksomhed konkret kan sikre, at den investering, som oplæring af elever indebærer, også resulterer i en værditilførsel for virksomheden, på såvel kort som længere sigt. En sådan indtjeningsmodel vil også attackere virksomhedssidens gennemgående oplevelse af ikke at have mulighed for kvalificeret at vejlede og fagligt supportere eleven i oplæringsforløbet. Problemstillingen her synes således først og fremmest at handle om manglende tid og ikke i nævneværdig grad om manglende faglighed og faglig bredde i virksomheden.

Anbefaling 3

Et klart flertal af deltagerne i de gennemførte spørgeskemaundersøgelser oplever, at det kan være vanskeligt at rekruttere *den rette elev* i forhold til virksomhedens behov og rammer.

Via de supplerende virksomhedsinterview er det blevet tydeligt, at accentuering af den "rette" elev først og fremmest handler om, at eleven skal være bærer af en række særlige personlige kompetencer og egenskaber, som gør, at elev og mester/svend går i hak med hinanden. Det faglige fremhæves modsat ikke i samme grad.

På den måde bliver rekrutteringen af eleven i højere grad sammenlignelig med en ordinær jobansættelse og i mindre grad til et spørgsmål om at virksomheden stiller rammer og kompetence til rådighed for elevens læring. Der bliver i højere grad fokus på, hvad eleven kan gøre for virksomheden, end på hvad virksomheden kan gøre for eleven.

På denne baggrund anbefales det, at det – primært af skolesiden - overvejes, hvordan virksomheder, som er godkendte til at have elever, støttes i forhold til at rekruttere nye elever. Og hvor målet er at støtte – og også udfordre – det, som virksomhedssiden oplever som "det optimale match". Med virksomhedens rekruttering af den "rette elev" vil oplevede økonomiske og tidsmæssige barrierer også kunne minimeres. Dels fordi man fra virksomhedsside vil være tilbøjelig til at investere ressourcer og tid i eleven. Og dels fordi det optimale match i sig selv indebærer bedre indtjening og større engagement fra elevens side. Den sidste pointe er også en genkommende formulering af de interviewede.

Anbefaling 4

Resultatet af spørgeskemaundersøgelsen udpeger ikke relationen til skolen som hverken særlig problematisk eller særlig værdifuld. Man kan i højere grad – gennemgående – tale om et neutralt eller indifferent forhold til skolesiden. Dog peger en større gruppe virksomheder på, at det dels kan være svært at skabe sammenhæng mellem virksomhedens og skolens læringsrum – samt dels på, at de ikke oplever et fagligt input fra elevens side, via skoleopholdet.

I forlængelse heraf peger de interviewede også på, at en tættere skolekontakt kunne have betydning for elevrekrutteringen. Og her primært som en effekt af at øge skolesidens kendskabsgrad til såvel den enkelte virksomhed som til branchen generelt.

Indirekte peger analysen imidlertid også på, at der kunne være et behov for information fra skole til virksomhed. Altså den anden vej rundt. Nemlig i den forstand, at man fra skoleside kunne tilbyde virksomhedssiden rådgivning ikke bare på det snævert faglige område, men også på det mere forretningsorienterede område. Dog stadig med afsæt i elevens oplæring. Fx med fokus på, hvordan oplæring kan ske som en integreret del af en travl hverdag. Eller på hvordan elevens initiativ og selvstændige opgaveløsning (og dermed også egen indtjening) kan øges.

På denne baggrund anbefales det, at man fra skoleside øger sin virksomhedskontakt og tilbyder virksomhedssiden en supplerende rådgivning. Og hvor målet er at sætte fokus på, hvordan elevens oplæring kan tænkes mere offensivt i forhold til drift og udvikling af den enkelte virksomhed. Gevinsten her vil være klar for virksomhedssiden. Men også skolesiden vil kunne profitere af et sådant mere intensivt virksomhedssamarbejde; fx ved at opnå vigtige input til egen undervisning.