

## Kortlægning af virksomhedssidens holdning til rekruttering og fastholdelse af elever på kosmetikerområdet

Serviceerhvervenes Uddannelsessekretariat (SUS)



**Titel**

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

**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	53

# Forord

Med denne rapport præsenteres resultatet af en gennemført analyse på kosmetikerområdet, hvor målet har været at kortlægge virksomhedens 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 kosmetikerområdet.

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

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 kosmetikerområdet.

## Tak

Indledningsvis skal rettes en tak til de mange virksomheder på kosmetikerområdet, som har deltaget i spørgeskemaundersøgelse 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 kosmetikerområdet, hvor målet har været at kortlægge virksomhedssidens 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 kosmetikerområdet; suppleret af opfølgende interviews af en mindre gruppe af virksomhedsrepræsentanter; også fra kosmetikerområdet.

Det overordnede formål med analysen har været følgende:

- For det første at kortlægge, hvilke muligheder og barrierer virksomheder på kosmetikerområdet 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 de virksomheder, som har deltaget i undersøgelsen, gennemgående ikke ser et behov for at optage flere elever inden for de nærmeste år. Det gælder såvel virksomheder, som er godkendte til at have elever som dem der ikke godkendte til at have elever. Denne vurdering forstærkes yderligere af, at et lignende klart flertal af de deltagende virksomheder oplever, at de også er blevet mere tilbageholdende med at tage elever inden for de seneste år.

Som årsag til den historiske og fremadrettede reservation i forhold til at tage elever peger man fra virksomhedsside især på 3 centrale faktorer. For det første opleves det at have elever som en økonomisk belastning, hvor de ressourcer, der investeres i elevens oplæring, ikke kommer tilbage til virksomheden; hverken før eller efter elevens uddannelse. For det andet opleves det at være vanskeligt at afsætte den fornødne tid i en travl hverdag i forhold til kvalificeret at vejlede og støtte eleven. Og for det tredje opleves elevpotentialer at blive stadig svagere, med henvisning til i særlig grad personlige og sociale kompetencer.

Der er en kompleks og dynamisk sammenhæng mellem disse 3 faktorer. Særlig tydeligt synes det dog, at man fra virksomhedsside oplever dels at det er vanskeligt at skabe økonomi i elevens oplæring og afsætte tid i hverdagen til eleven, fordi elevens kompetencemæssige udgangspunkt ofte er for svagt. Fx udtryk ved, *at eleven ikke kan sætte sig selv i gang, at eleven skal instrueres i detaljen selv i uddannelsesforløbets sidste del – og at eleven er mere optaget af egen tilfredshed med uddannelsesforløbet end af at bidrage til virksomhedens fortsatte udvikling.*

Af denne sammenhæng følger også, at med et stærkere elevpotentiale kunne det også være muligt at skabe en bedre økonomi omkring elevens oplæring, og det ville give mening i højere grad at afsætte ressourcer i hverdagen til at vejlede og støtte eleven.

Virksomhederne peger her på vigtigheden af at kunne rekruttere "den rette elev"; ikke mindst i en situation hvor uddannelsesinstitutioner og arbejdsmarked konkurrerer om de mest motiverede og kvalificerede unge.

Virksomhederne peger i mindre omfang på strukturelle og kompetencemæssige forhold i relation til egen virksomhed, som også kunne være af betydning.

Vigtigt kunne i den forbindelse være faktorer som fx:

- En branche overvejende domineret af mikrovirksomheder, hvor en eller få ansatte skal varetage alle funktioner i hverdagen; herunder også oplæring af elever.
- En tilgang til spørgsmålet om økonomien i at have en elev, som er bygget på egne få erfaringer eller anekdotisk viden.
- En relativ svag relation til skoleside og manglende viden om, hvordan man som virksomheder kunne få hjælp og rådgivning af skolen i forbindelse med elevens oplæring.

### Bagvedliggende præmisser

Mere specifikt peger analysen på følgende bagvedliggende præmisser som forudsætning for analysens overordnede konklusion:

- At såvel godkendte som ikke-godkendte virksomheder ikke er principielt afvisende overfor at tage elever, men begrundes deres reservation med variable, som kan justeres eller ændres i retning af bedre økonomi, bedre tid og bedre elevgrundlag.
- At virksomhederne generelt oplever relationen til skolesiden som svag, og at godkendte virksomheder specifikt oplever, at det kan være vanskeligt at skabe sammenhæng for eleven mellem virksomhedens og skolens læringsrum.
- At ikke-godkendte virksomheder vurderer, at de vil kunne have problemer med at tilbyde elever et forløb, som indeholder alle kosmetikerfagets elementer.
- At man fra virksomhedsside er bekymrede for, at man med oplæring af elever i højere grad uddanner til branchen og til andre virksomheder end man investerer i den fremtidige drift af egen virksomhed.
- 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 kosmetikeruddannelsens indhold.

### Anbefalinger

På baggrund af analysens konklusion anbefales følgende, idet målet er at øge virksomhedssidens motivation for at øge rekrutteringen af elever:

1. For det første, at udvalget iværksætter en mindre undersøgelse, hvor målet er at kortlægge, hvad der specifikt er årsagen til, at en større gruppe af godkendte virksomheder har fravalgt at have elever. Det er således i dette virksomhedssegment, at den største og hurtigste gevinst – i forhold til flere elever – må vurderes at ligge ved en målrettet indsats. Denne kortlægning vil med fordel kunne gennemføres som et kvalitativt studie med interviews af en udvalgt, repræsentativ gruppe af virksomheder.

2. For det andet, at udvalget tager initiativ til at illustrere og tydeliggøre den "typiske" økonomi ved at have elever. Fx ved udarbejdelse af en casebeskrivelse, hvor mindre virksomheders også økonomiske succes med at have elever beskrives; gerne under en provokerende overskrift som eksempelvis: *Vil du tjene en million, ansæt en elev!*
3. For det tredje, at skolesiden overvejer, hvordan man kan styrke virksomhedernes kompetence til at "rekruttere den rette elev". Eller hvordan man som skole med kendskab til såvel elev som virksomheder kan understøtte det rette match.
4. For det fjerde, at man også fra skoleside overvejer, hvordan man kan styrke det virksomhedsopsøgende arbejde – fysisk eller digitalt – og på den måde blive tydeligere overfor virksomhedssiden som en ressource, de kan trække på også i andre sammenhæng end dem, der knytter sig meget snævert til den enkelte elevs individuelle oplæringsforløb.

# 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 kosmetikerområdet 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 kosmetikerområdet. 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 kosmetikervirksomheders 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 kosmetikerområdet, 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 kosmetikerområdet.

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. Baggrunden 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. 160 virksomheder besvaret det udsendte spørgeskema. Disse ca. 160 virksomheder svarer til, at ca. 6 % 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. 6 %.

## 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 virksomheders erfaringer med – og vurderinger af – at have elever (subsidiært: begrundelsen for at fravælge elever).

- Spørgsmålskategori 3; hvor der tilsvarende er fokus på de deltagende, ikke-godkendte virksomheders erfaringer med – og vurderinger af – at have elever (subsidiært: begrundelsen for at fravælge elever).
- Spørgsmålskategori 4 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 kosmetikerområdet. 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).

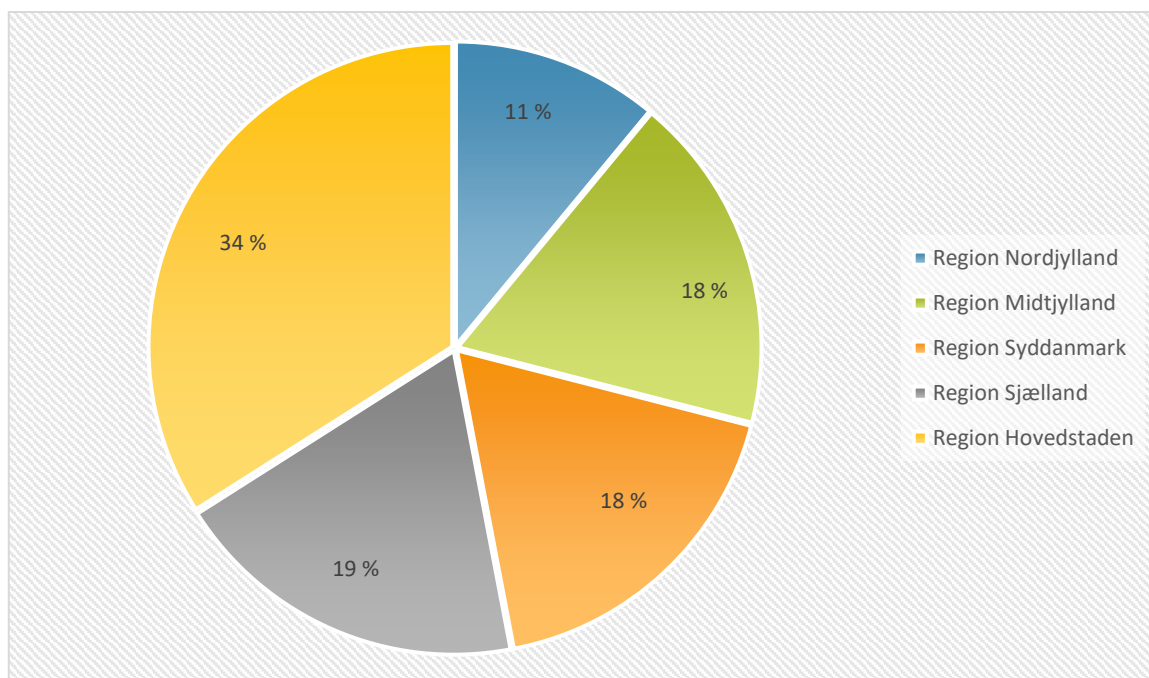
I tilknytning til præsentationen af svarfordelingen på de enkelte spørgsmål formuleres en kort kommentar, som dels opsummerer den overordnede tendens i svarfordelingen; samt dels – hvis relevant – også kobler svarene på det pågældende spørgsmål til svar på andre spørgsmål i undersøgelsen (krydstabulering).

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



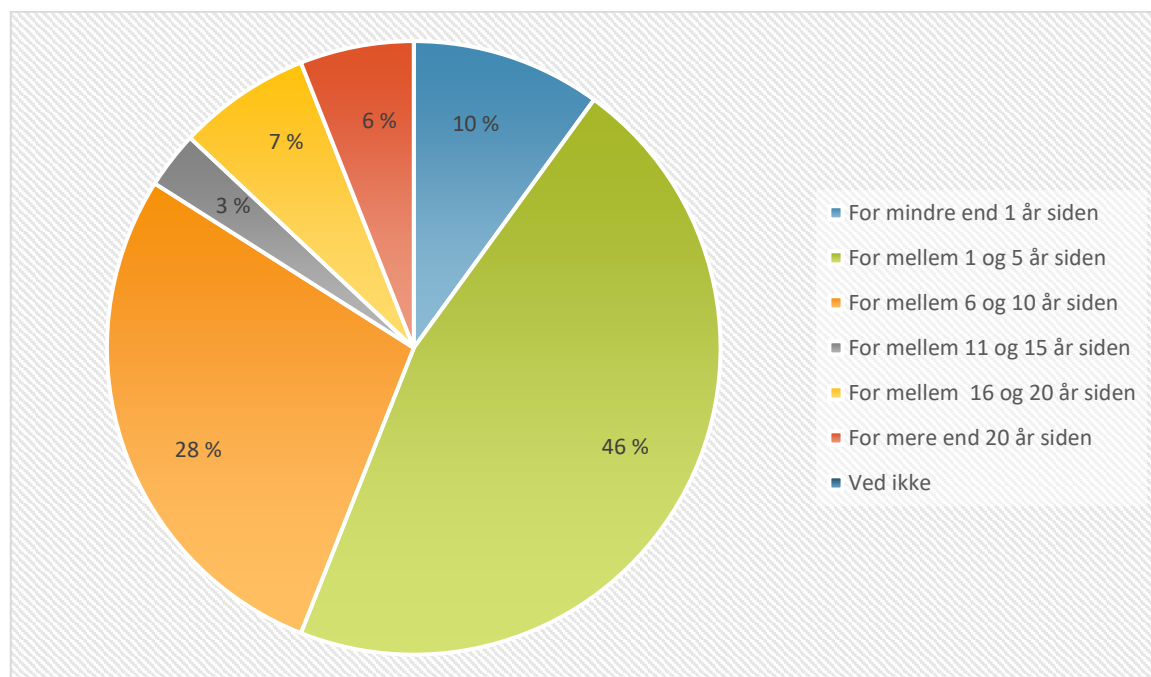
Kommentar

De virksomheder, som respondenterne repræsenterer, fordeler sig jævnt på de 5 regioner; dog med en lille 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 kosmetikvirksomheder.

Tabel 2 (Spørgsmålskategori 1; alle virksomheder)

Hvornår blev jeres virksomhed etableret?

Procentvis fordeling



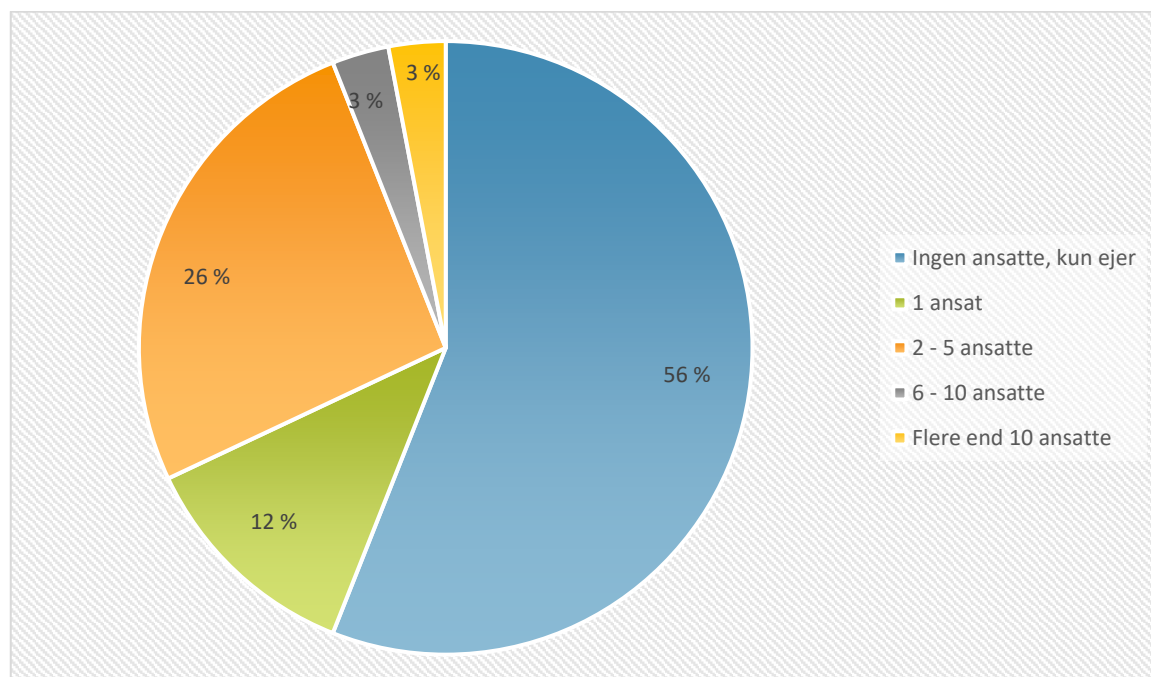
Kommentar

Lidt mere end halvdelen af de virksomheder, som respondenterne repræsenterer, er etableret inden for seneste 10 år. Der er med andre ord tale om et forholdsvis nyetableret virksomhedssegment. Dette kan erfaringsmæssigt have betydning i forhold til, i hvilken grad man som virksomhed – i en endnu etableringsfase – også har ressourcer til at oplære elever. Netop dette forhold fremhæves også af de interviewede virksomhedsrepræsentanter: at der er mange områder man skal forholde sig til i en relativ nystartet virksomhed, og at det i en stejl personlig læringskurve kan være vanskeligt også at skulle forholde sig til oplæring af elever.

Tabel 3 (Spørgsmålskategori 1; alle virksomheder)

Hvor mange ansatte er I i virksomheden?

Procentvis fordeling



Kommentar

Over 50 % af de virksomheder, som respondenterne repræsenterer, har ikke ansatte, men består alene af ejeren. Også dette forhold vil kunne påvirke ressourcer og kapacitet i forhold til at have elever; i negativ retning, idet ejeren skal forstå alle opgaver i virksomheden også ud over den direkte kundekontakt.

Det er i den forbindelse også en genkommende pointe hos de interviewede virksomhedsrepræsentanter, at elever opleves at tage tid fra den primære drift, og at oplæring af elever på den måde ikke opleves som en integreret del af hverdagen, men derimod som noget "der ligger ved siden af".

Tabel 4 (Spørgsmålskategori 1; alle virksomheder)

Hvor mange i virksomheden har en af følgende uddannelser?

Procentvis fordeling

	Ingen ansatte	1-2 ansatte	3-5 ansatte	Flere end 5 ansatte
Kosmetikeruddannelsen	66	27	5	2
Cidesco Uddannelsen	83	13	4	0
Nordsjællands Kosmetologskole	98	2	0	0
Anden uddannelse	40	50	4	1

Kommentar

Respondenternes svarfordeling viser her, at ingen af de angivne uddannelser er stærkt repræsenteret i de angivne uddannelsesmuligheder. Kun "anden uddannelse" har en markant repræsentation i virksomhedsgruppen med mellem 1 – 5 ansatte.

Tabel 5 (Spørgsmålskategori 1; alle virksomheder)

Hvor mange uden en af følgende uddannelser er ansat i virksomheden?

Procentvis fordeling

	1 ansat	2-5 ansatte	3-5 ansatte	Flere end 5 ansatte
Kosmetikeruddannelsen	72	25	2	1
Cidesco Uddannelsen	75	22	2	1
Nordsjællands Kosmetologskole	78	19	2	1
Anden uddannelse	57	40	2	1

Kommentar

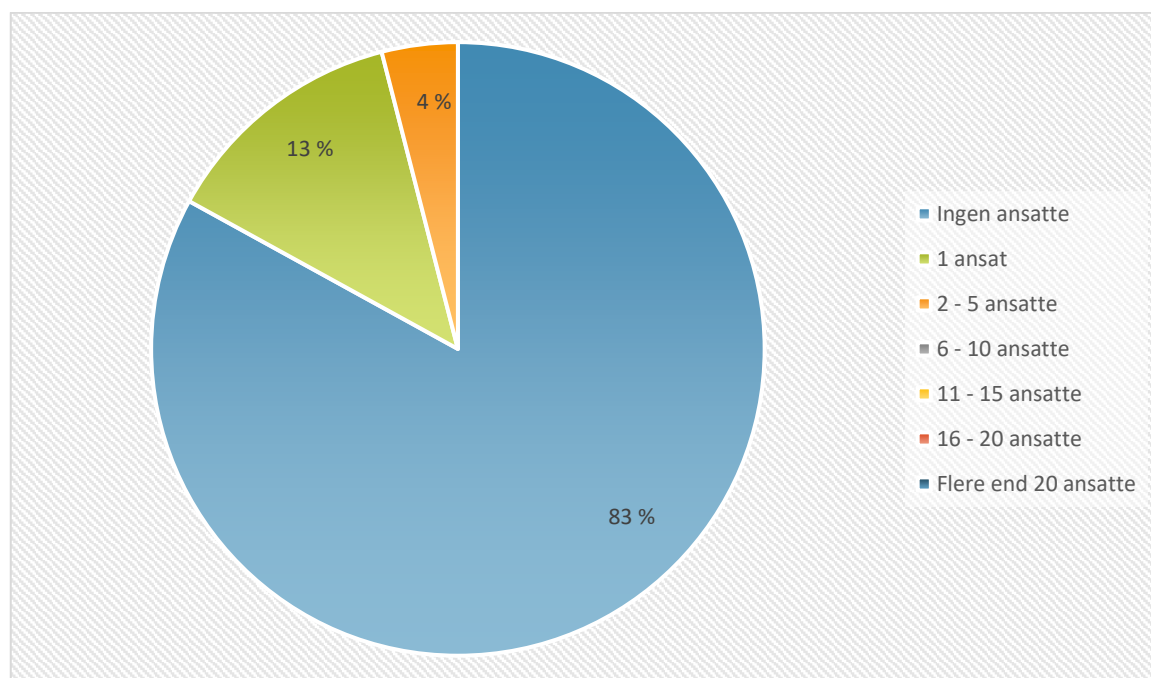
Tabellen supplerer tabel 4 og giver i sig selv ikke ny information!



Tabel 6 (Spørgsmålskategori 1; alle virksomheder)

Hvor mange ikke-faglærte er ansat i virksomheden?

Procentvis fordeling



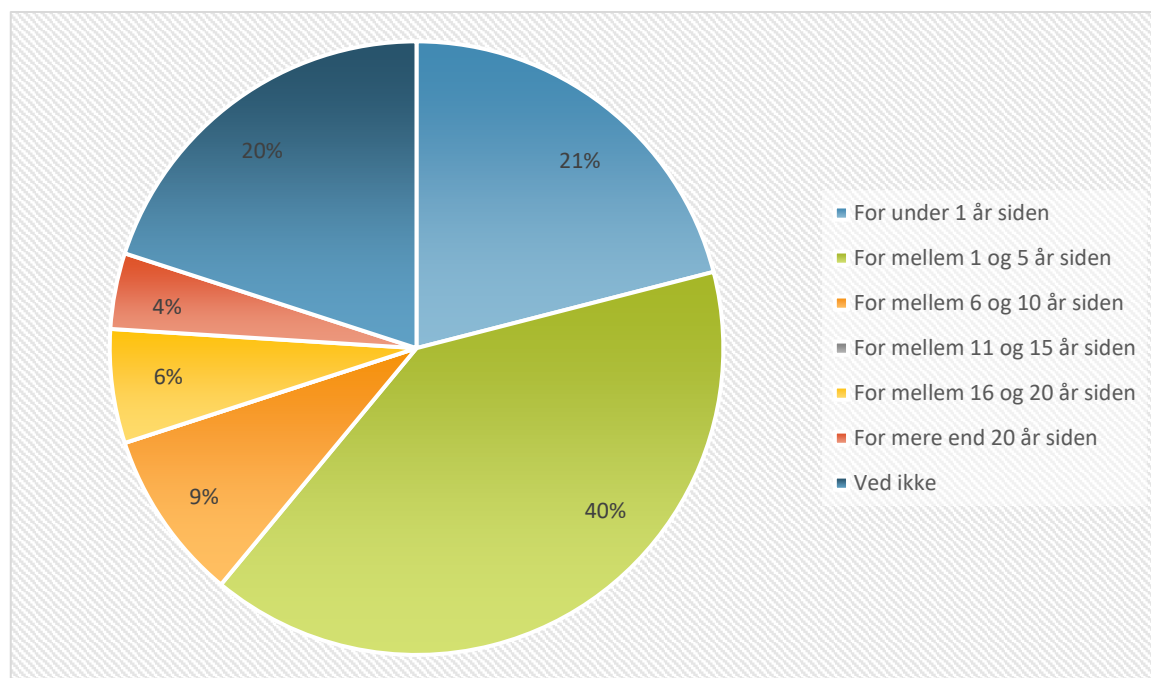
Kommentar

Mere end 80 % af de virksomheder, som respondenterne repræsenterer, har ikke ansat ikke-faglærte. Dette er ikke nødvendigvis ensbetydende med, at ejeren (som den eneste ansatte) ikke kan være ikke-faglært, men blot ikke nødvendigvis betragter sig selv som "ansat" i denne sammenhæng. Der kan yderligere være den bias her, at definitionen på det at være *ikke-faglært* ikke er tydelig, hvor fx ansatte på området vil opfatte sig som faglært via et e-learningkursus.

Tabel 7 (Spørgsmålskategori 1; alle virksomheder)

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

Procentvis fordeling



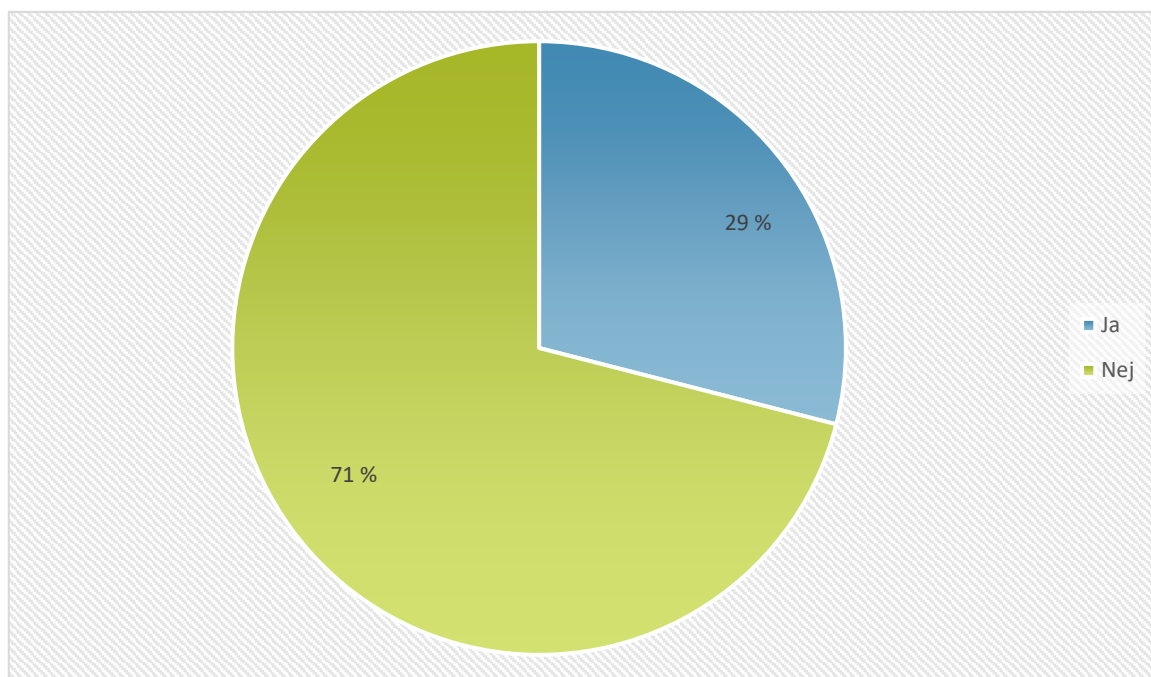
Kommentar

Som det fremgår, er 45 % den senest uddannede svend i de deltagende virksomheder, som respondenterne repræsenterer, uddannet inden for de seneste 5 år. Denne fordeling må først og fremmest ses i sammenhæng med, at også en stor gruppe af virksomhederne er nyetablerede (jf. tabel 2). Uddannelsen af svend/assistent – som typisk kunne være ejeren selv – følger således etablering af virksomhed.

Tabel 8 (Spørgsmålskategori 1; alle virksomheder)

Er I godkendte til at uddanne kosmetikerelever?

Procentvis fordeling



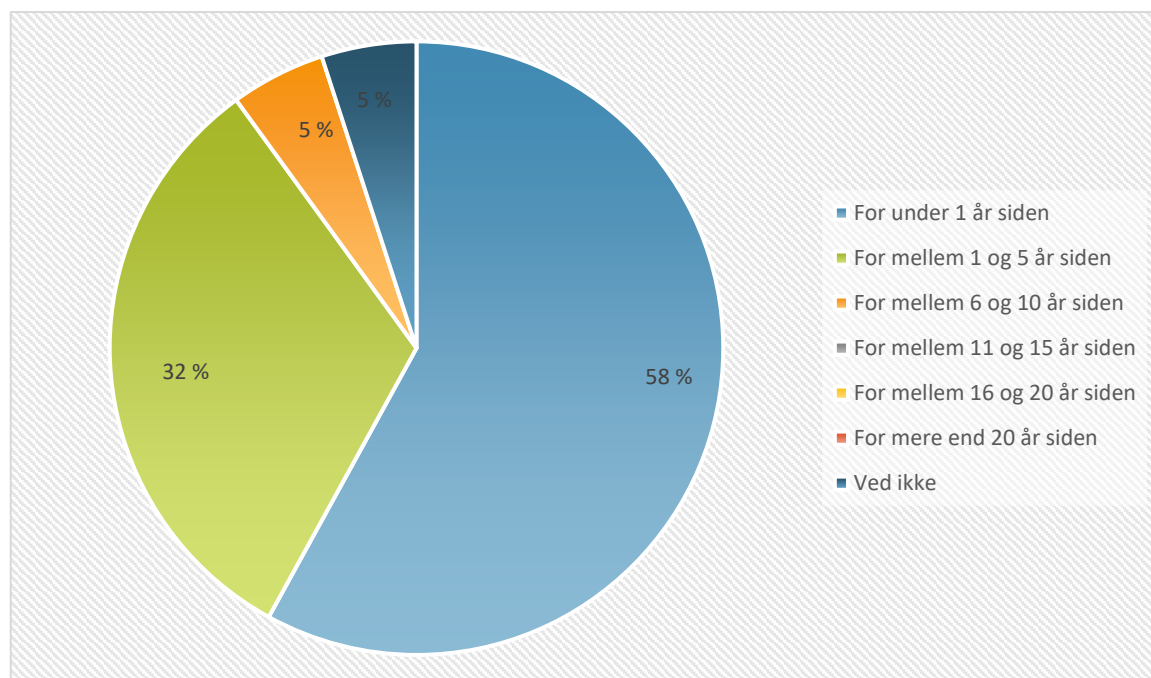
Kommentar

Mere end 70 % af respondenterne angiver her, at de virksomheder, som de repræsenterer, ikke er godkendte til at have elever. Dette giver et billede af et virksomhedssegment, hvor det kan synes vanskeligt - umiddelbart og på den korte bane - at øge rekrutteringen af elever. Potentialet ligger her i at flere virksomheder godkendes til at have elever.

Tabel 9 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

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

Procentvis fordeling



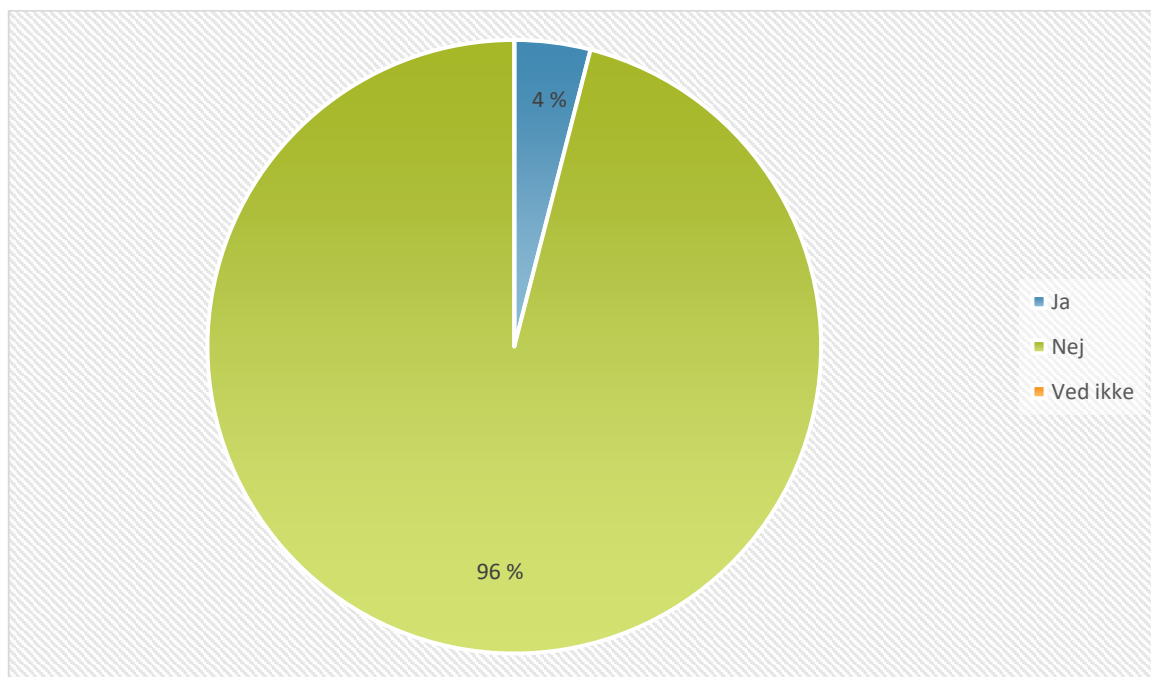
Kommentar

Knap 60 % af respondenterne repræsenterer virksomheder, hvor der er færdiguddannet en elev inden for det seneste år. Der er altså ikke på den måde tale om en vigende tendens, i den forstand, at optaget af elever ligger flere år tilbage, og hvor eleven også er færdiguddannet for år tilbage. En større gruppe af de repræsenterede, *godkendte* virksomheder synes med andre ord at være aktive på elevområdet.

## Tabel 10 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

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

### Procentvis fordeling



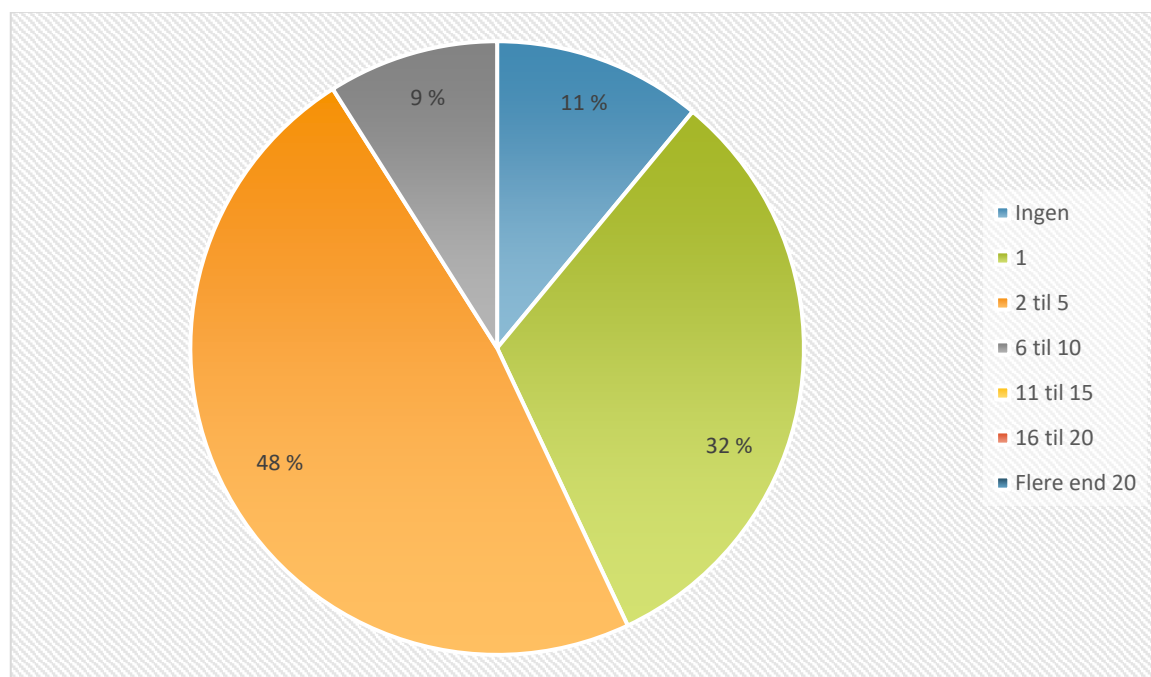
### Kommentar

Så godt som alle respondenter tilkendegiver her, at den virksomhed, som de repræsenterer, ikke har en medarbejder, der er ansvarlig for elevens oplæring. Denne klare fordeling må forstås som afspejlende en overvægt af virksomheder uden ansatte, hvor ejeren er ansvarlig for så at sige alle arbejdsopgaver; herunder også oplæring af elever.

Tabel 11 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

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

#### Procentvis fordeling



#### Kommentar

Det er her bemærkelsesværdigt, at knap halvdelen af respondenterne repræsenterer *godkendte* virksomheder, som har haft 2 til 5 elever inden for de seneste 5 år. Bemærkelsesværdigt, virksomhedernes størrelse – typisk ejerledet uden ansatte – taget i betragtning, hvor man ellers som udgangspunkt må forvente en kapacitet på 1 elev ad gangen. En mulig forklaring kan dog være, at idet mindre end halvdelen af respondenterne er uddannet kosmetolog, er det muligt at fx en praktikant eller lignende betragtes som en "elev".

Tabel 12 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

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

Procentvis fordeling

<b>NeXT</b>	50
<b>Syddansk Erhvervsskole</b>	20
<b>TECH College, Ålborg</b>	45
<b>Ved ikke</b>	10

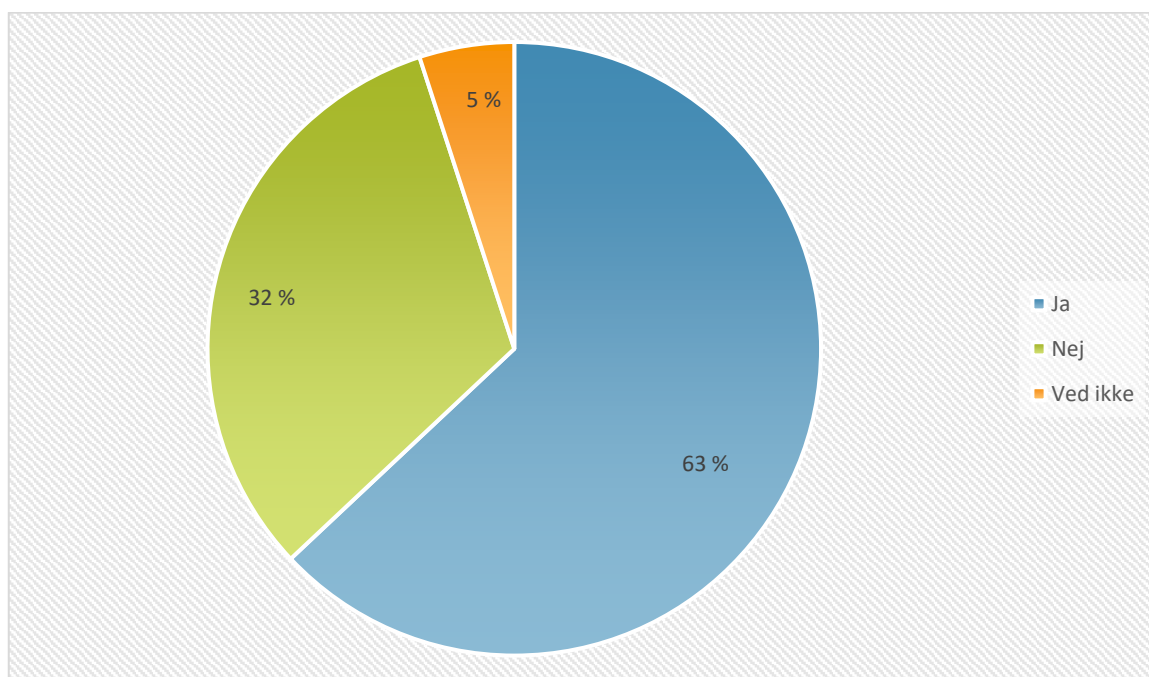
Kommentar

Tabellen viser, at 2 skoler dominerer i forhold til virksomhedernes elevsamarbejde, hvilket i nogen grad også må ske på tværs af geografi og afstande, og derfor også betyde, at nærmeste skole ikke nødvendigvis også er den foretrukne.

Tabel 13 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

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

Procentvis fordeling



Kommentar

Tabellen viser, at respondenterne meget klart vurderer, at de virksomheder, som de repræsenterer, er blevet mere tilbageholdende med at optage elever inden for de seneste år. Denne vurdering harmonerer ikke umiddelbart med det angivne antal faktisk uddannede elever inden for de seneste ca. 5 år (jf. tabel 10); medmindre elevuddannelsen ligger længst tilbage i den 5-årige periode.

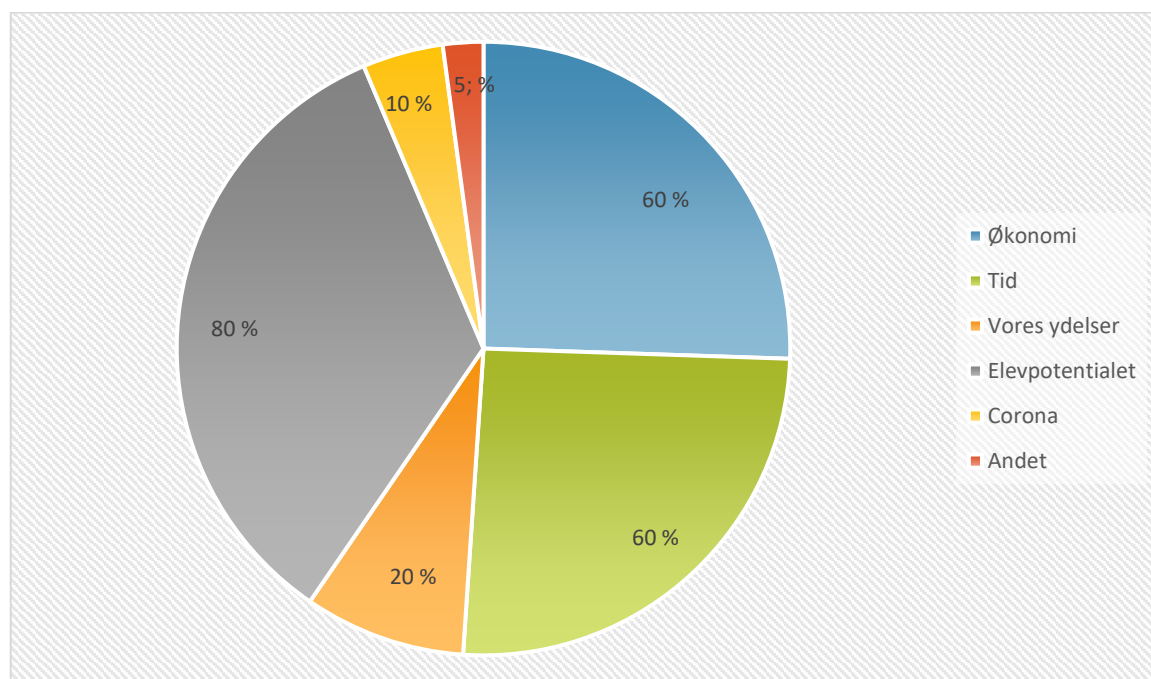
Men svarfordelingen understøttes af de gennemførte interviews, hvor de interviewede klart tilkendegiver, at de virksomheder, som de repræsenterer, klart er blevet mere reserveret i forhold til optag af elever. I den forbindelse fremhæves bl.a. COVID 19 som en faktor, der skabte usikkerhed omkring grundlaget for at uddanne elever; såvel i forhold til selve oplæringsperioden som i forhold til en efterfølgende, eventuel ansættelse.



Tabel 14 (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

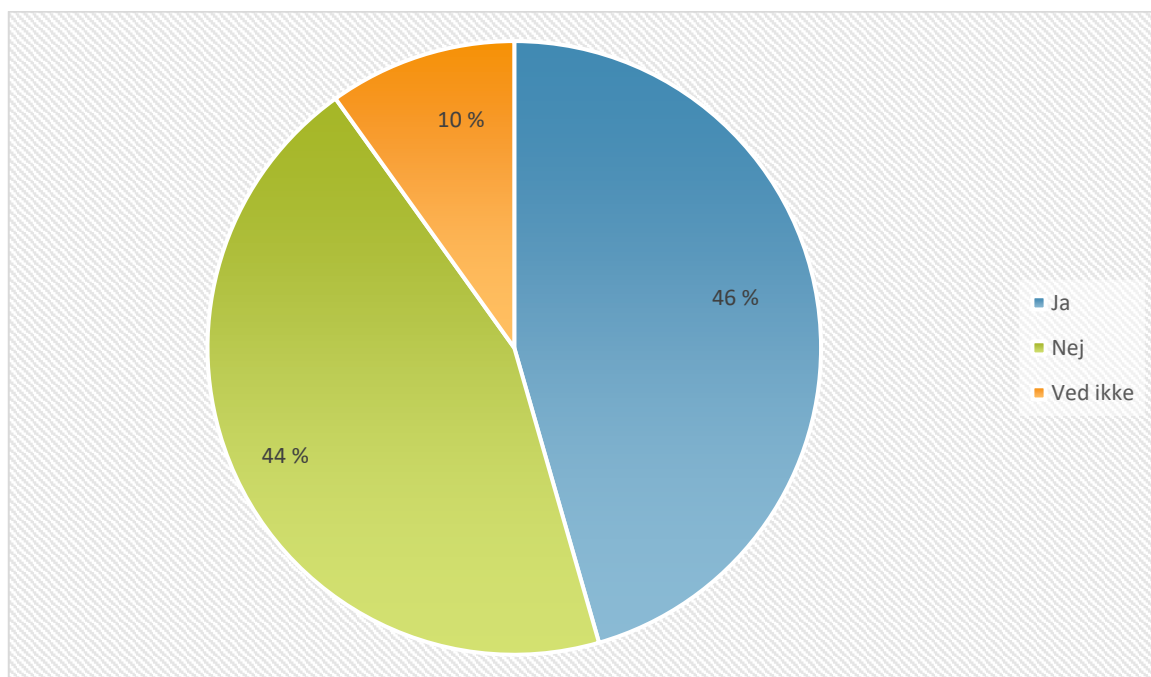
Respondenterne peger især på 3 forhold, som er afgørende ved rekruttering af elever: *tid*, *økonomi* og *elevpotentialet*. Det er oplagt at tolke en sammenhæng her, i den forstand, at eleven skal have "potentiale" i forhold til at kunne opveje den investering, som virksomheden skal foretage i form af tid og økonomi i forbindelse med elevens oplæring.

Denne svarfordeling understøttes af de interviewede, som netop fremhæver dårlig økonomi og manglende tid som en barriere for optag af flere elever. Og hvor de interviewede også fremhæver en udfordring med elevpotentialet, hvor elever opleves i stigende at skulle instrueres helt ned i detaljen, og som manglende personligt initiativ og engagement. De interviewede har her i særlig grad fokus på elevens sociale og personlige kompetencer, mens (manglende) faglig kompetence ikke fremhæves på samme måde.

Tabel 15 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

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

#### Procentvis fordeling



#### Kommentar

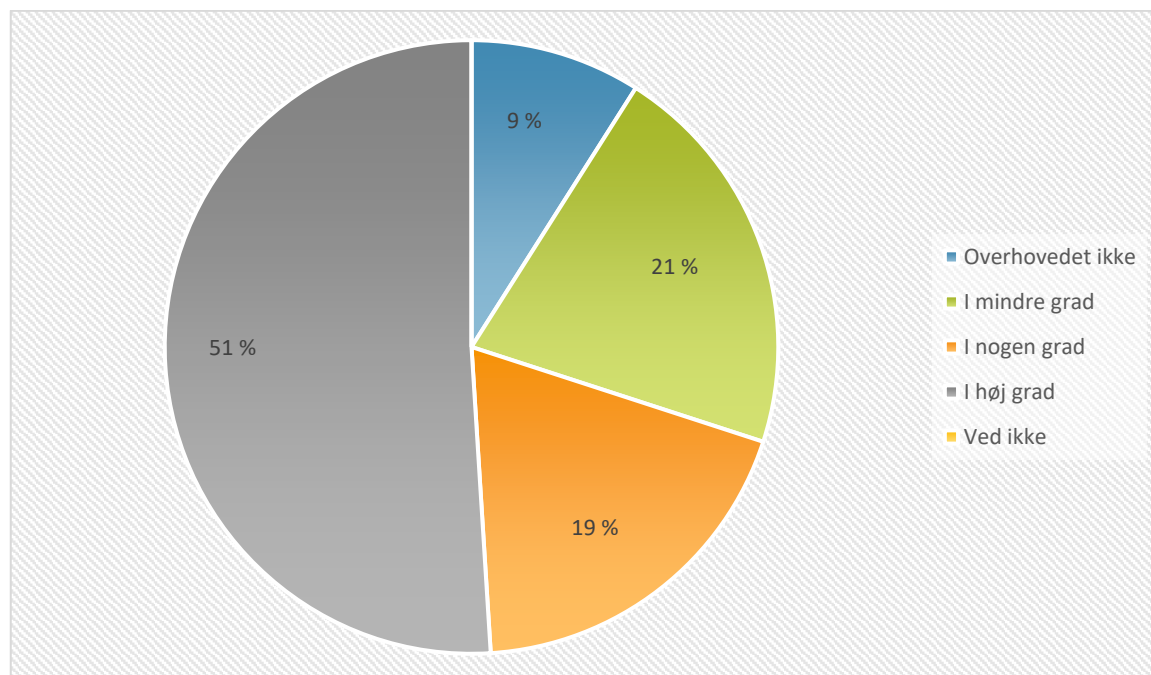
Respondenterne er her delt i to tilnærmelsesvist lige store grupper, som enten regner med at ansætte eller ikke forventer at ansætte en elev inden for det kommende år. Der er med andre ord ikke tale om en tydelig tendens her. Medmindre man vælger at tolke det som bemærkelsesværdigt, at halvdelen af *godkendte* virksomheder tilsyneladende ikke forventer at gøre brug af denne godkendelse i den nærmeste fremtid.

Denne tendens udtrykkes også af de interviewede, som i den forbindelse også fremhæver, at det spiller en rolle for deres reservation i forhold til fremtidigt optag af elever, at de har en oplevelse af, at man som virksomhed kan risikere at oplære elever til andre virksomheder eller til branchen som sådan. Og også her med en påtegning af elevernes svage engagement i den oplærende virksomhed, og stærkere fokus på egne udviklings- og indtjeningsmuligheder.

Tabel 16 (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

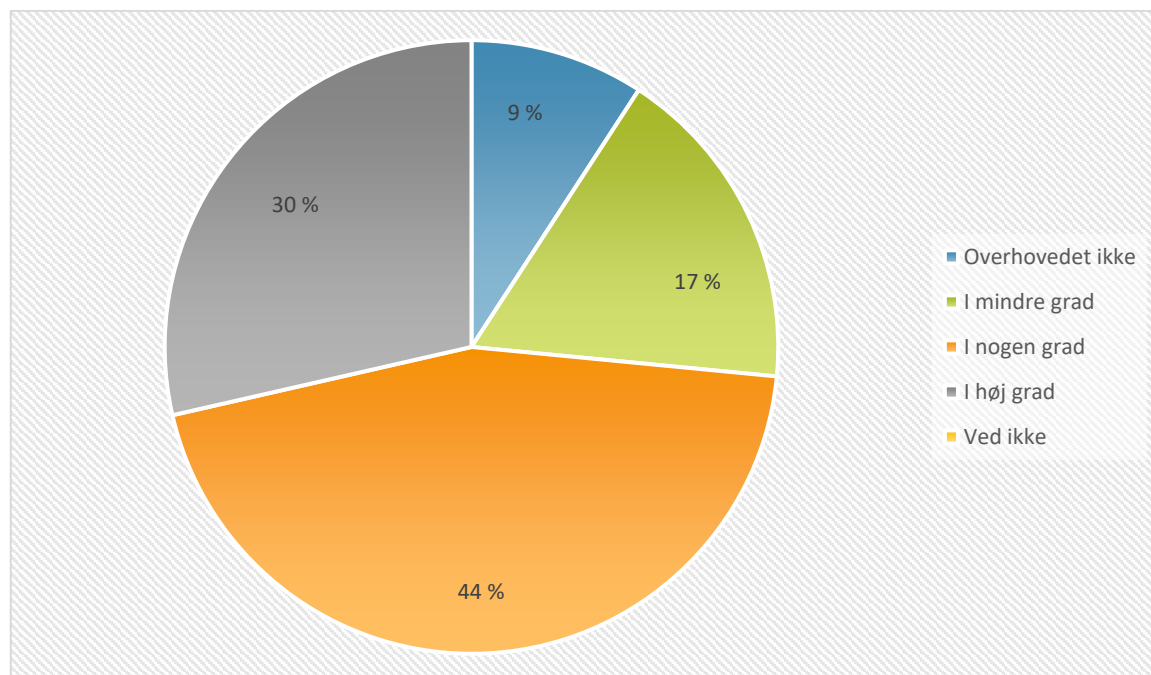
70 % af respondenterne vurderer *i høj grad* eller *i nogen grad*, at det kan være en udfordring at rekruttere elever, som honorerer behov hos de virksomheder, som respondenterne repræsenterer. Det matcher også, at en stor gruppe af respondentgruppen også har fokus på elevpotentialet ved en rekruttering (Jf tabel 13). Samlet peger det på, at man fra virksomhedsside oplever, at det er et problem at matche med den optimale elev. Og hvor der i den forbindelse – udtrykt via supplerende interviews – her i særlig grad er fokus på elevens personlige og sociale kompetencer.

Denne problemstilling fremhæves også samstemmende af de interviewede. Der gentages igen og igen, at det er et "lotteri" at finde den "rette elev". Og som fremhævet også ved tabel 15 handler den optimale elevprofil om elevens personlige og sociale kompetencer som fx det at være selvmotiverende, mødestabil og kundeorienteret.

Tabel 17 (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



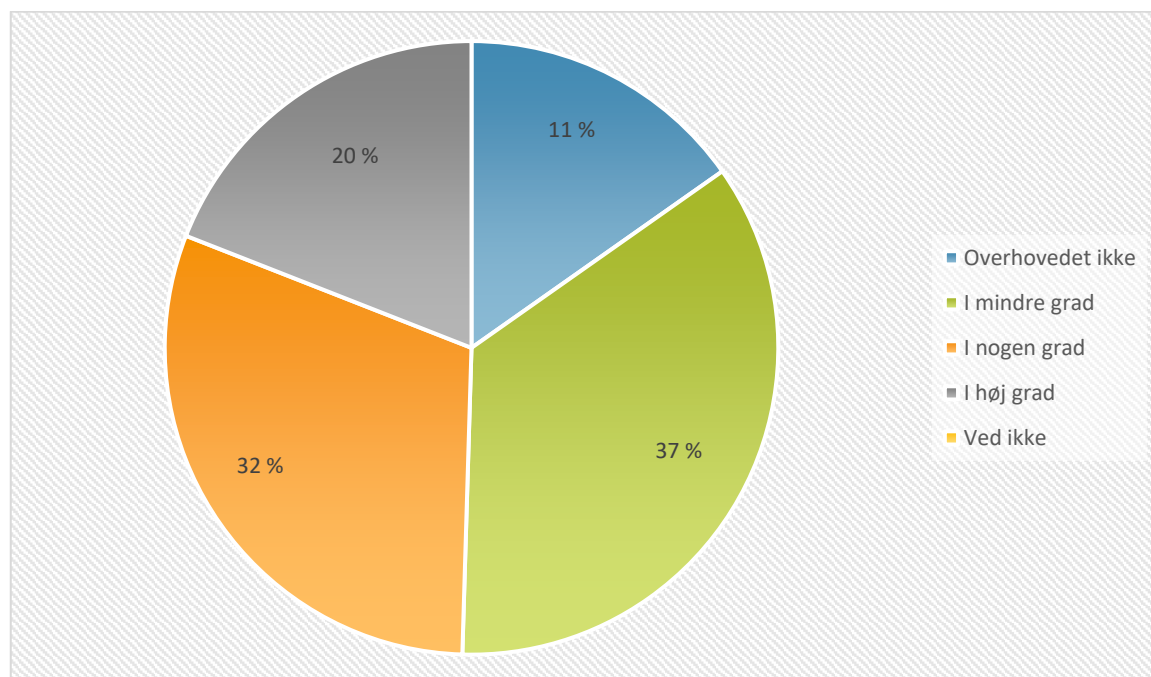
#### Kommentar

Ca. to tredjedele af respondenterne vurderer, at det *i høj grad* eller *i nogen grad* er vanskeligt at finde ressourcer i hverdagen til oplæring af elever. Det matcher den typiske virksomhedsprofil med enten en ejerledet virksomhed uden ansatte – eller virksomheder med meget få ansatte. Virksomheder, som naturligvis vil være presset tidsmæssigt. Også fordi alle opgaver ud over de kunderelaterede opgaver skal *løftes af få hænder*, som det udtrykkes af én af de interviewede i forbindelse med de gennemførte, opfølgende interviews.

Tabel 18 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

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

Procentvis fordeling



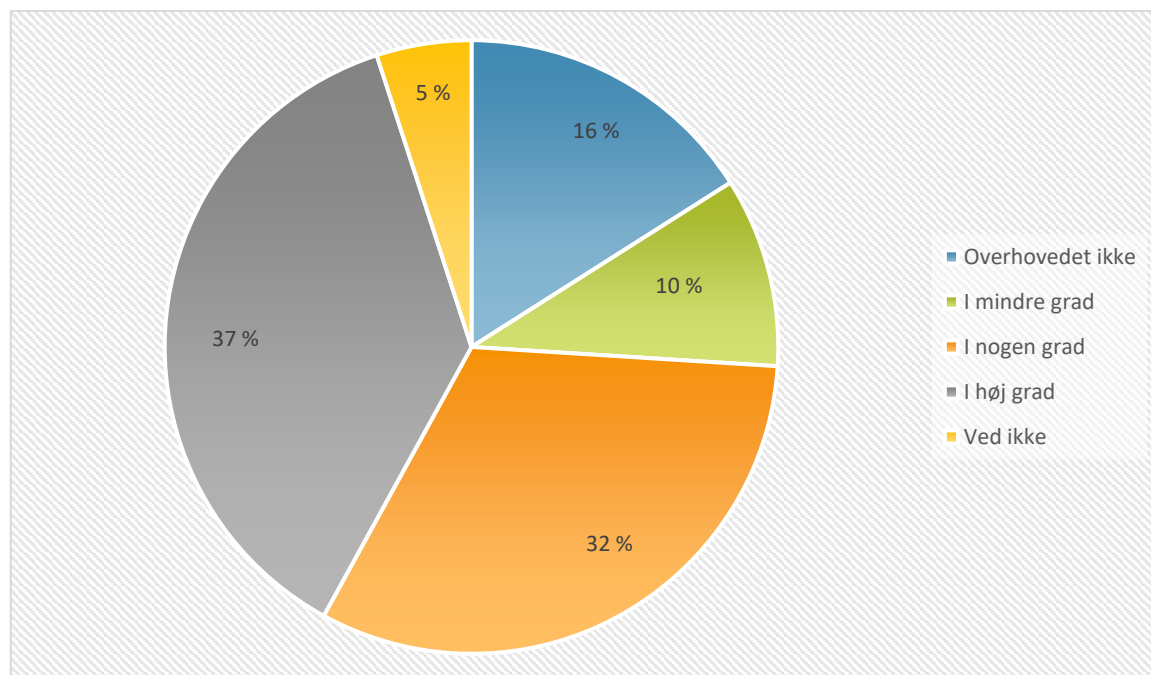
Kommentar

Lige godt halvdelen af respondenterne vurderer, at eleven *i høj grad* eller *i nogen grad* bidrager med ny viden til virksomheden. Altså en relativ positiv vurdering af effekten af at have elever. Denne matcher dog ikke den tilsvarende, relativt negative vurdering af, i hvilken grad eleven bringer ny faglighed ind i virksomheden via sine skoleophold (jf. tabel 20). Det sidste kan dog også forstås som en implicit kritik af skolesiden.

Tabel 19 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at der kan være en udfordring omkring elevens kompetence i forhold til den faglighed, I efterspørger?

Procentvis fordeling



Kommentar

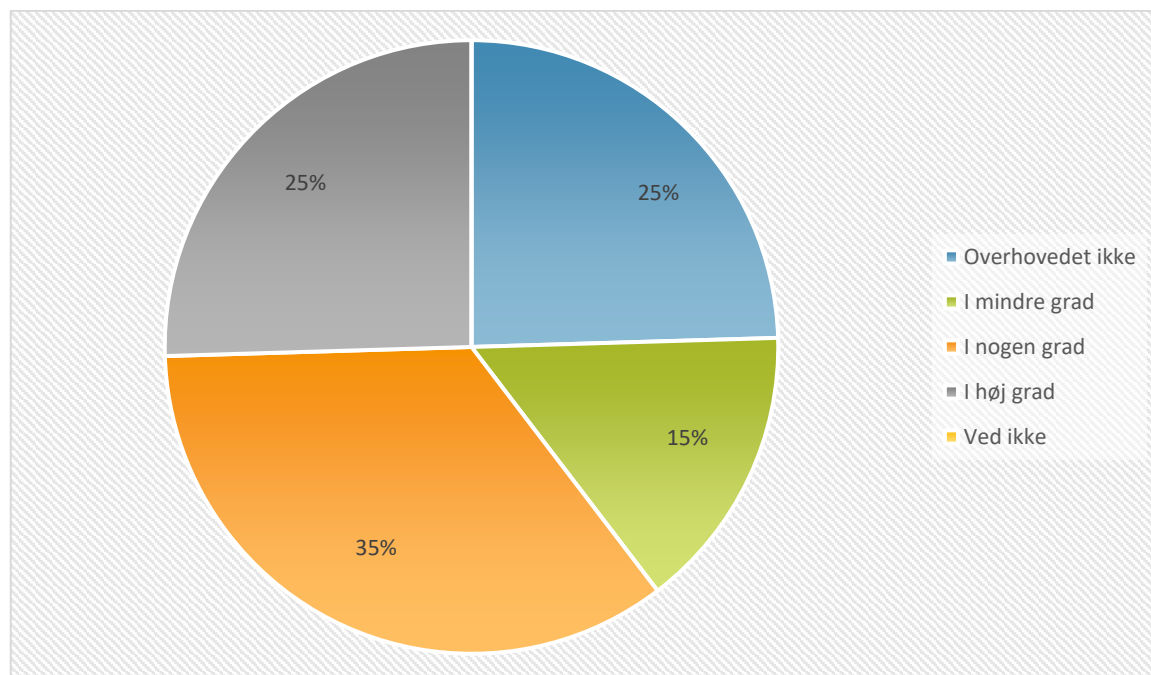
Næsten 40 % af respondenterne vurderer, at det *i høj grad* kan være en udfordring at rekruttere elever, som matcher behov hos de virksomheder, som respondenterne repræsenterer. Det er ikke entydigt, hvad der ligger i begrebet "behov"

De opfølgende interviews af udvalgte virksomhedsrepræsentanter ikke alene bekræfter, men forstærker svarfordelingen her, idet det ved interviewene især fremhæves, at det kan være vanskeligt at rekruttere elever med de rette personlige og sociale kompetencer (jf. også tabel 15 og 16).

Tabel 20 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

I hvilken grad vurderer du, at der kan være en udfordring omkring elevens motivation i praktikforløbet?

#### Procentvis fordeling



#### Kommentar

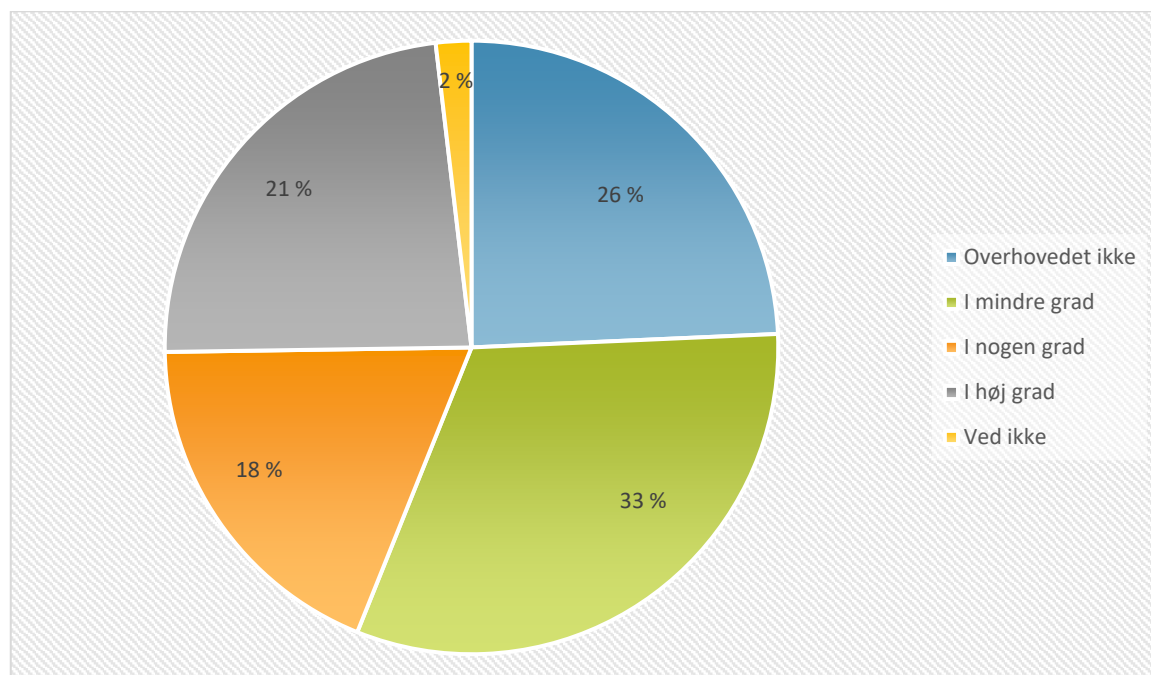
Ca. 65 % af respondenterne vurderer, at der *i høj grad* eller *i nogen grad* kan være udfordringer med elevens motivation under oplæringsforløbet. Denne vurdering korresponderer indirekte med den parallelle vurdering omkring problemerne med at finde den rette elev – og ligeledes også med de tidsmæssige og økonomiske udfordringer, som en markant andel af respondenterne oplever i forbindelse med elevforløb.

Også denne pointe fremhæves markant af de interviewede virksomhedsrepræsentanter. Igen og igen understreges det - med forskellige vinklinger – at det at have elever ikke alene er tidskrævende, men også "stjæler" tid fra den primære og egentlige opgave i virksomheden.

Tabel 21 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

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

Procentvis fordeling



Kommentar

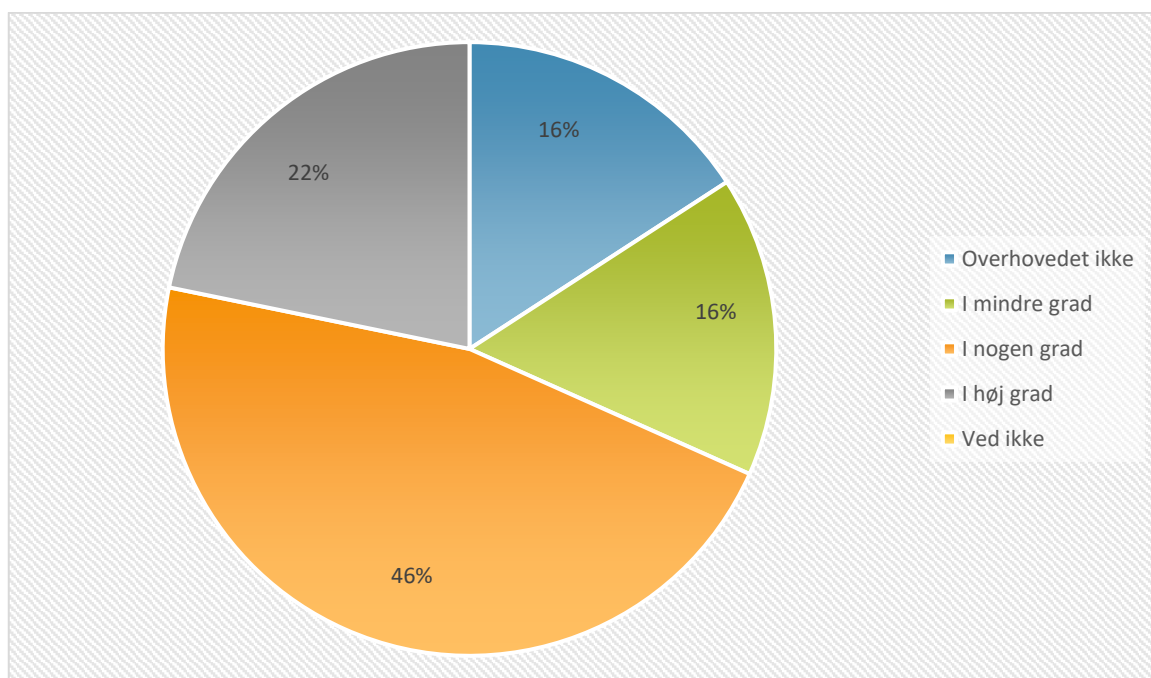
60 % af respondenterne oplever enten *overhovedet ikke* eller *i mindre grad*, at de virksomheder, som de repræsenterer, vil have udfordringer med at tilbyde elever et oplæringsforløb på højt (relevant) niveau. Det kan umiddelbart synes som en høj svarandel. Men det er dog bemærkelsesværdigt, at der her er tale om respondenter fra virksomheder, som er *godkendte* til at have elever. Og hvorfor det måske også er endnu mere bemærkelsesværdigt, at ca. en fjerdedel af respondenterne i *høj grad* vurderer, at deres virksomhed ville have udfordringer med at levere den nødvendige faglighed i elevens oplæringsforløb.



Tabel 22 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

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

Procentvis fordeling



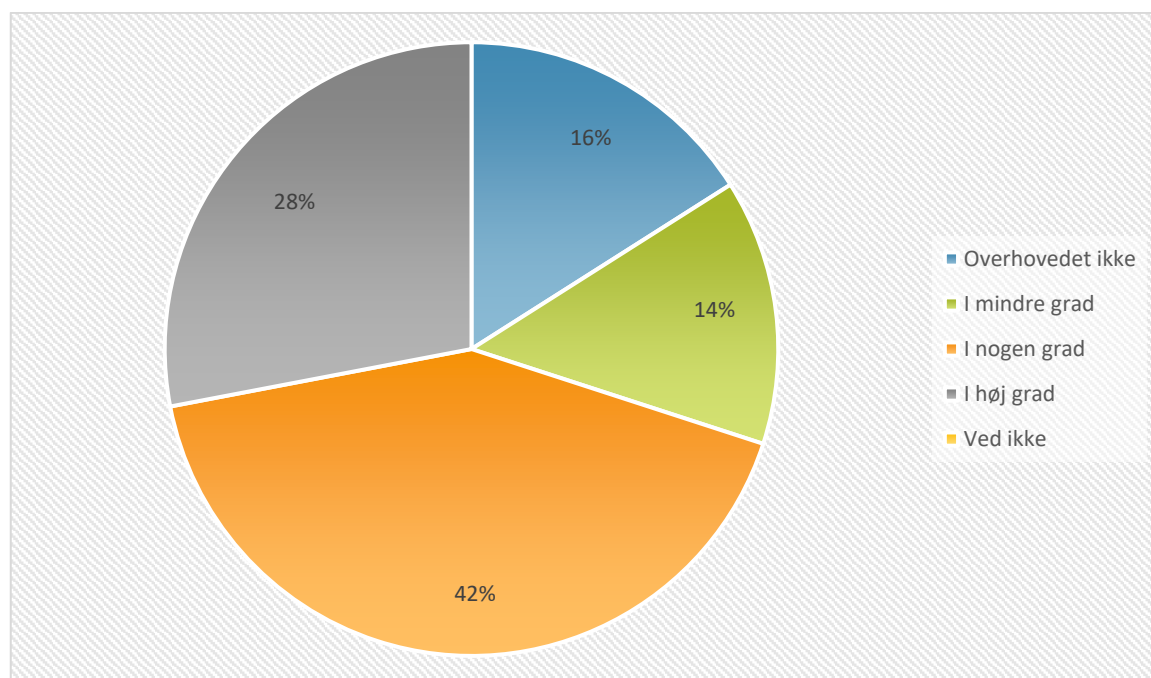
Kommentar

Ca. 40 % af respondenterne vurderer, at samarbejdet med skolesiden omkring elevens uddannelsesforløb kan være en udfordring. Sammenlignet med flere andre svarkategorier med en stærkt problematiserende tilbagemelding fra respondenterne må denne vurdering af skolesamarbejdet siges at være moderat positiv. Overordnet set er der her muligvis tale om, hvad man kunne betegne som en "neutral" tilbagemelding fra respondenternes side; muligvis også som udtryk for, at skolesamarbejdet ikke er i så høj fokus hos respondenterne.

Tabel 23 (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

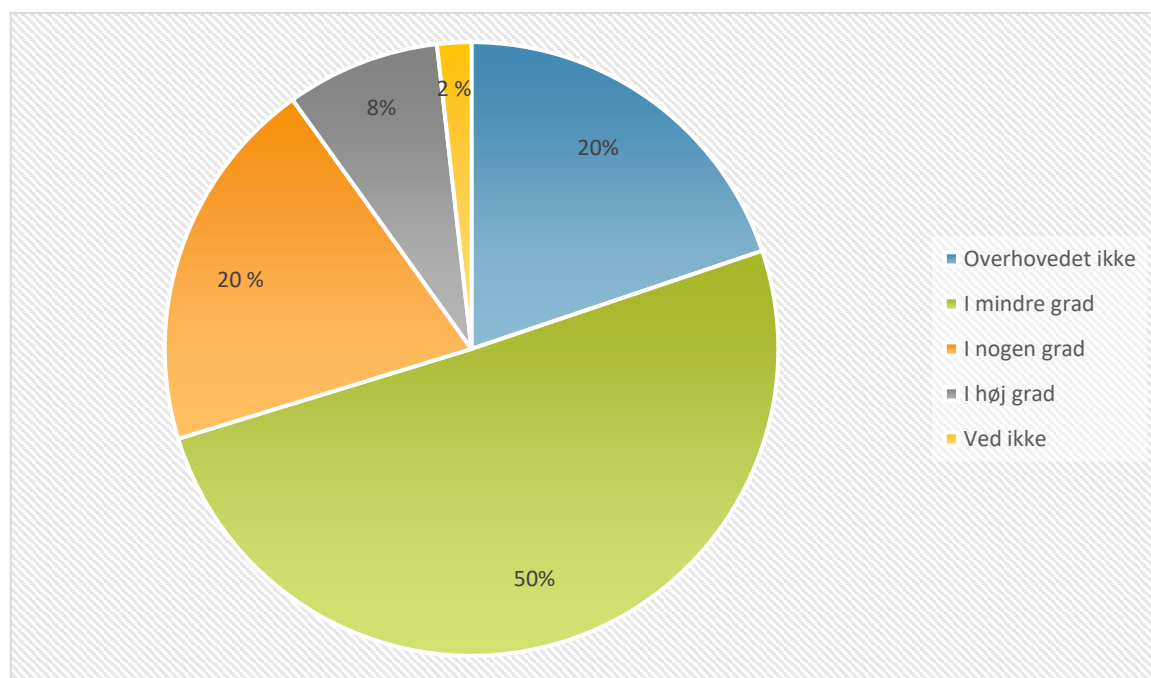
Tendensen fra tabel 18 går igen også i denne fordeling af respondenternes svar. Også her udgør den gruppe af respondenterne, som vurderer, at det *i nogen grad* kan være en udfordring at skabe sammenhæng mellem virksomhedens og skolens læringsrum, den største gruppe af respondenter. Og også her kan man tale om en stor respondentgruppe, som har valgt en "neutral" svarkategori; igen muligvis fordi samarbejdet med skolesiden ikke har højeste prioritet hos respondenterne. Dog er det også bemærkelsesværdigt at næsten 30 % af respondenterne i høj grad oplever en manglende sammenhæng mellem virksomhed og skole.

Alle de interviewede oplever også en relativ svag relation til skolesiden, men udtrykker det først og fremmest ved, at det kan være vanskeligt at skabe sammenhæng for eleven mellem skolens og virksomhedens læringsrum. Og at de to læringsrum ikke opleves at hænge sammen, men i enkelte tilfælde er direkte kontraproduktive, hvor eleven i oplæringsperioden skal aflæres "skolelæring".

Tabel 24 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

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

#### Procentvis fordeling



#### Kommentar

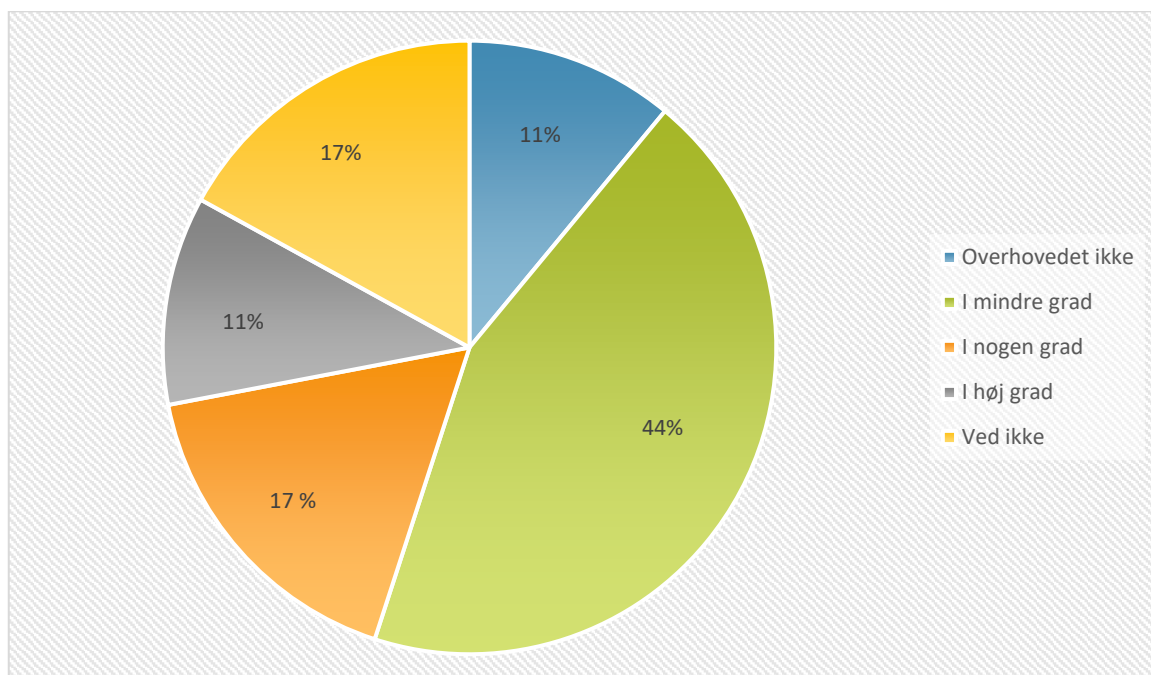
Næsten 80 % af respondenterne vurderer, at eleverne enten *overhovedet ikke* eller *i mindre grad* bibringer med nyt faglig input via skolesiden. Altså en markant negativ vurdering. Spørgsmålet er her i hvilken grad denne vurdering er adresseret elev eller skole?

Gennemgående adresserer de interviewede denne problemstilling til de unges manglende kompetencer på det personlige plan. Det udelukkes ikke, at eleven kunne bringe ny faglighed ind i virksomheden via skoleopholdet. Men vurderingen er, at eleven typisk ikke har det drive eller det engagement, som kunne bidrage til en sådan transfer fra skole til virksomhed.

Tabel 25 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

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

Procentvis fordeling



Kommentar

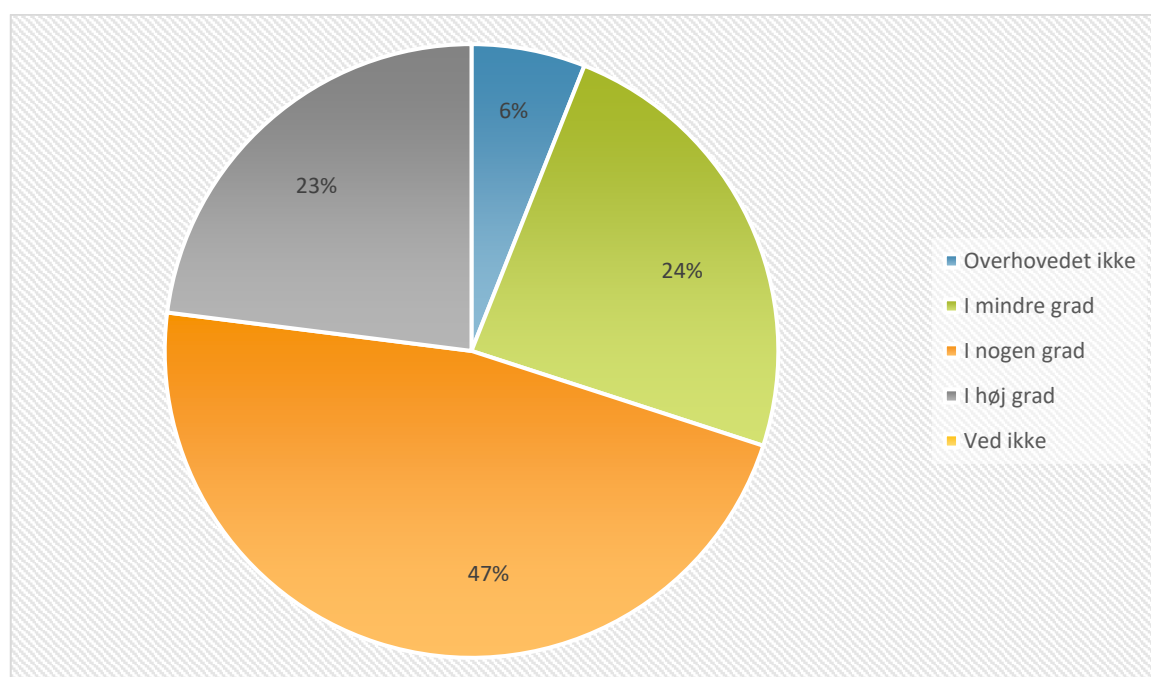
Ca. halvdelen af respondenterne oplever *overhovedet ikke* eller *i mindre grad* at der er en udfordring med at fastholde eleven efter endt uddannelsesforløb. Der kan være flere mulige årsager til denne vurdering. Fx at det grundlæggende ikke er relevant for virksomheden at fastholde en udlært elev. Eller at konkurrencen mellem virksomhederne omkring nyuddannede elever ikke er stor. Eller fordi der gennemgående i virksomhedssegmentet er en oplevelse af, at eleverne er loyale overfor deres oplæringssted.

Svarfordelingen her står i modsætning til de interviewedes vurdering, som entydigt peger på, at de ser en udfordring her, og at en tilbageholdenhed i forhold til at optage elever også hænger sammen med en oplevet risiko for at uddanne elever til andre virksomheder eller til branchen som sådan. Og altså som virksomhed påtage sig den investering, som oplæring af elever opleves at være, uden at opnå en afledt værdi.

Tabel 26 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

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

#### Procentvis fordeling



#### Kommentar

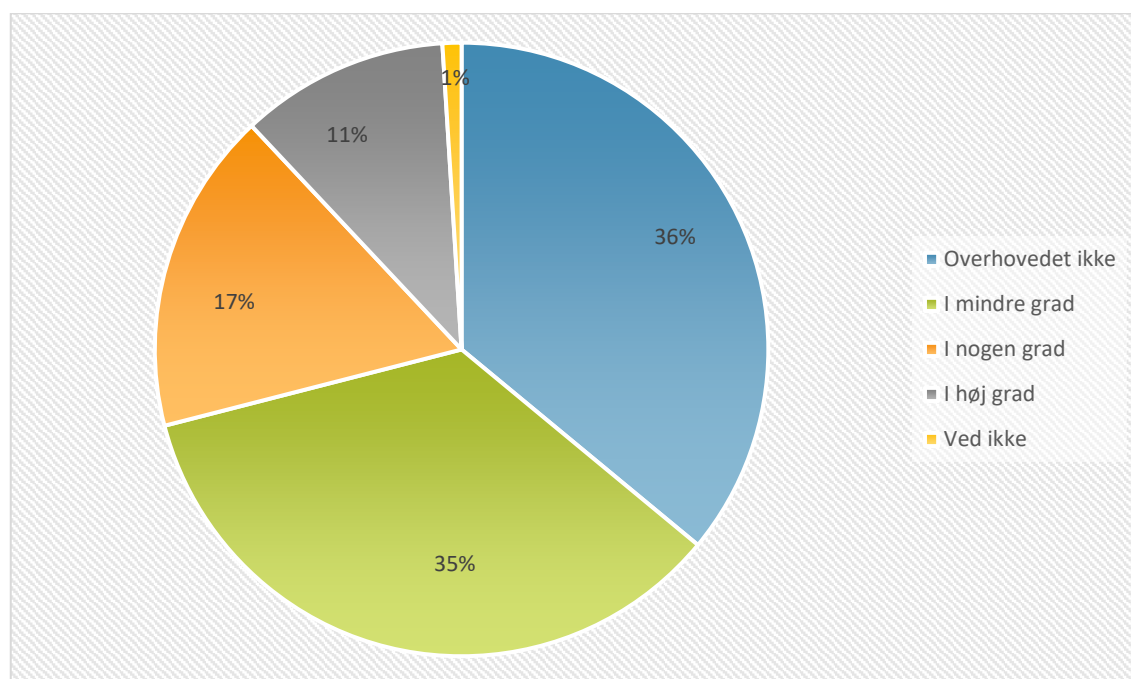
Næsten tre fjerdedele af respondenterne vurderer *i høj grad* eller *i nogen grad*, at elever bidrager til at sikre udviklingen i den virksomhed, som de repræsenterer. Altså i høj grad en meget positiv vurdering af elevens værditilførsel til virksomheden. Denne positive vurdering er interessant, idet den ikke korresponderer med den generelle vurdering af elevens oplæringsforløb som en investering, der ikke umiddelbart giver effekt under selve oplæringsforløbet.

Og svarfordelingen korresponderer heller ikke med de interviewedes vurdering, som klart afviser, at elever bidrager til virksomhedens faglige udvikling. Igen primært grundet elevens oplevede svage personlige og sociale kompetencer.

Tabel 27 (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



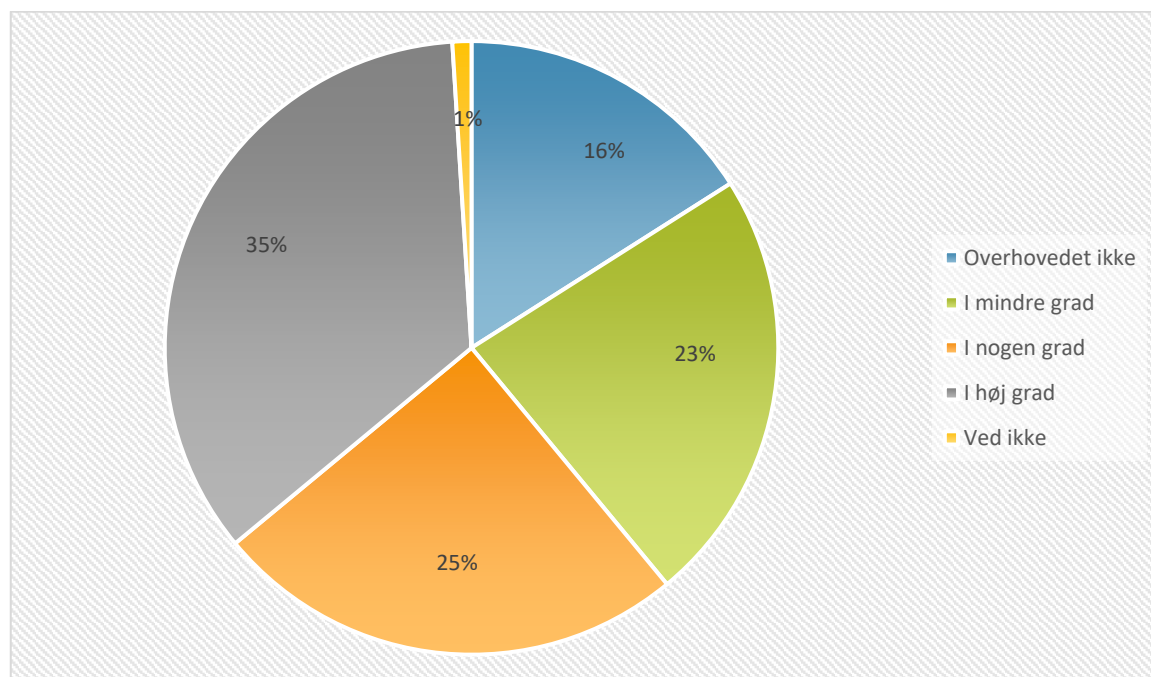
Kommentar

Mere end 70 % af respondenterne vurderer *overhovedet ikke* eller kun *i mindre grad*, at de har den fornødne viden og kompetence i forhold til oplæring af elever. I dette kunne også ligge en mulig barriere for at optage (flere) elever. Og dermed også et muligt indsatsområde i forhold til at styrke rekrutteringen af elever til branchen.

Tabel 28 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

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

Procentvis fordeling



Kommentar

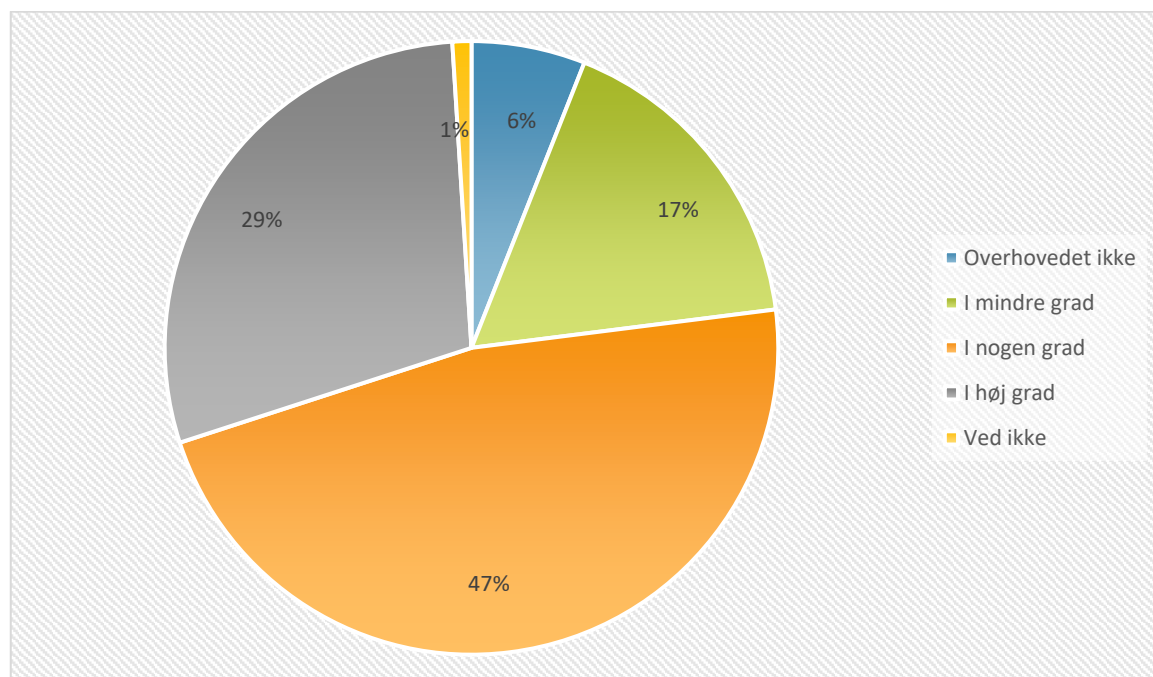
Halvdelen af respondenterne vurderer *i høj grad* eller *i nogen grad*, at det kan være en økonomisk udfordring at have elever. Det matcher den generelle tendens i undersøgelsen pegende på, at investeringen i elevens oplæringsforløb er en udgift, som ikke resulterer i en overskudsgivende effekt umiddelbart og direkte under elevens oplæringsforløb.

Denne vurdering understøttes også meget markant af de interviewede, som alle peger på, at det både direkte og indirekte er forbundet med ekstraomkostninger at have elever; primært i den forstand at det er tidskrævende og tager tid og opmærksomhed fra den primære forretning.

Tabel 29 (Spørgsmålskategori 2; godkendte virksomheder)

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

Procentvis fordeling



Kommentar

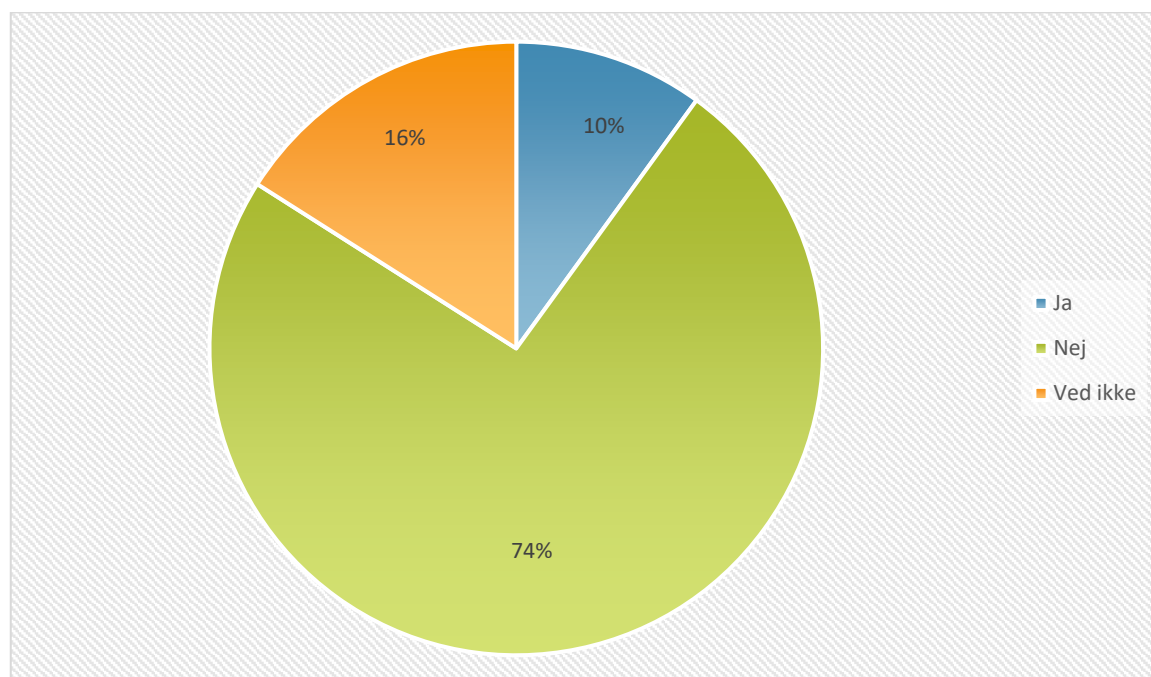
Ca. tre fjerdedele af respondenterne vurderer, at der *i høj grad* eller *i nogen grad* kan være en administrativ udfordring ved at have elever. Den oplevede administrative udfordring ligger således på niveau med den tilsvarende oplevede økonomiske udfordring. Og også udfordringer med at finde tid i forbindelse med den daglige drift til også at vejlede og supportere elever.



Tabel 30 (Spørgsmålskategori 3; ikke-godkendte virksomheder)

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

Procentvis fordeling



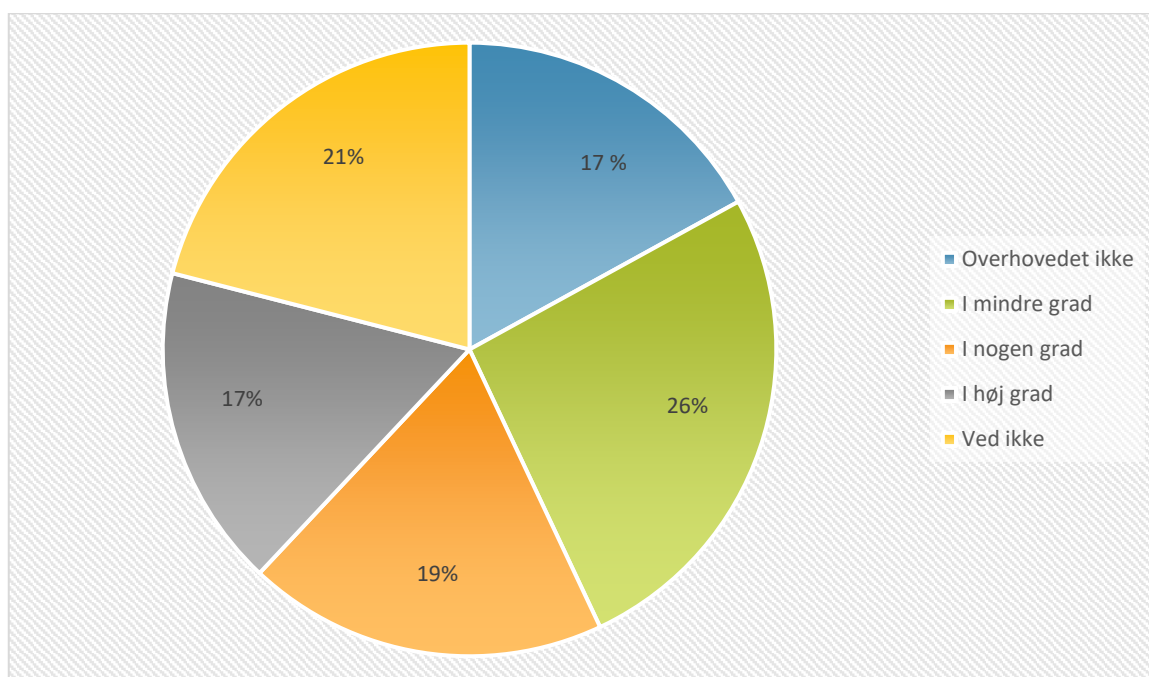
Kommentar

Ca. tre fjerdele af respondenterne vurderer ikke, at den virksomhed, som de repræsenterer, vil forsøge at blive godkendt til at have elever inden for det kommende år. Med fokus på et muligt udviklingspotentiale kunne man – positivt - tolke denne svarfordeling, som givet på grundlag af den viden og den motivation, som respondenterne havde på undersøgelsestidspunktet. Svarfordelingen siger ikke nødvendigvis i sig selv noget om, hvorvidt man fra virksomhedsside – med yderligere information og motivationsskabende initiativer – kunne genoverveje spørgsmålet om elevoptag.

Tabel 31 (Spørgsmålskategori 3; ikke-godkendte virksomheder)

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

Procentvis fordeling



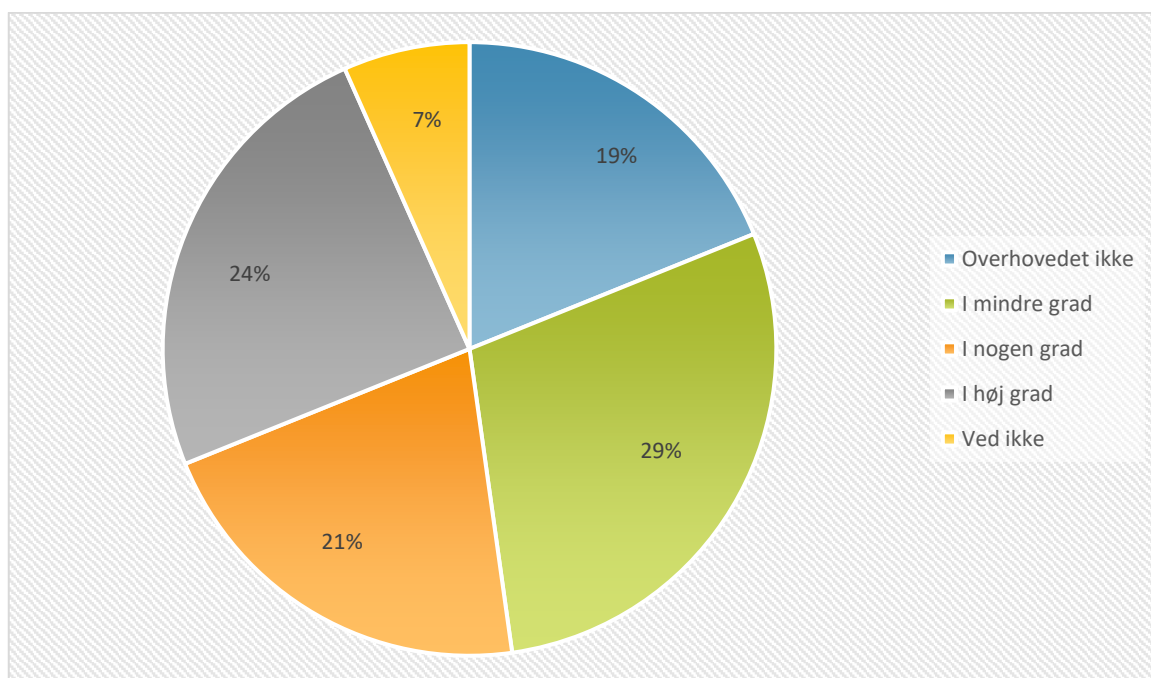
Kommentar

Respondentgruppen er her jævnt fordelt i dens svar. Der er med andre ord ikke en klar tendens i datamaterialet. Muligvis som en konsekvens af, at det har været vanskeligt for *ikke-godkendte* virksomheder, at tage stilling til rekrutteringsspørgsmålet (fx fordi man aldrig har forsøgt at rekruttere elever!).

Tabel 32 (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



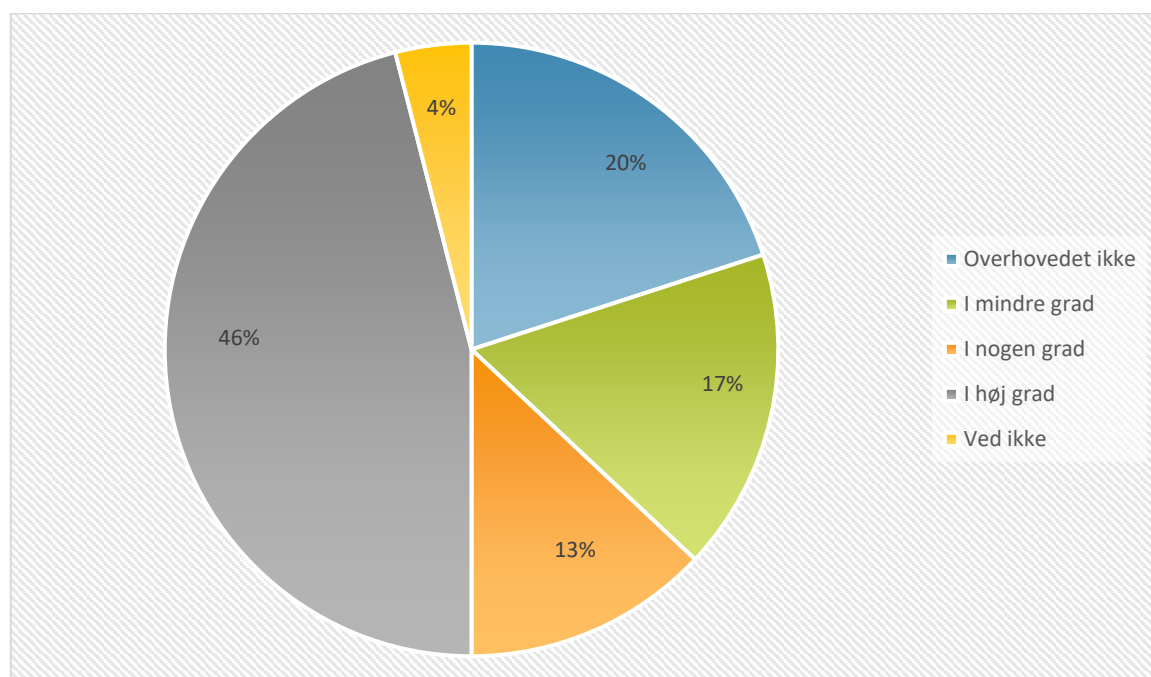
#### Kommentar

Ca. 40 % af respondenterne vurderer *i høj grad* eller *i nogen grad*, at elever kan bidrage med at bringe ny inspiration ind i de virksomheder, respondenterne repræsenterer. Dette er ca. 10 procentpoint under den tilsvarende svarfordeling for respondenter repræsenterende virksomheder, som er godkendte til at have elever (jf. tabel 17). Altså en højere grad af reservation overfor elevens mulige faglige bidrag, sammenlignet med de virksomheder, som faktisk har erfaring med elevers oplæring.

Tabel 33 (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



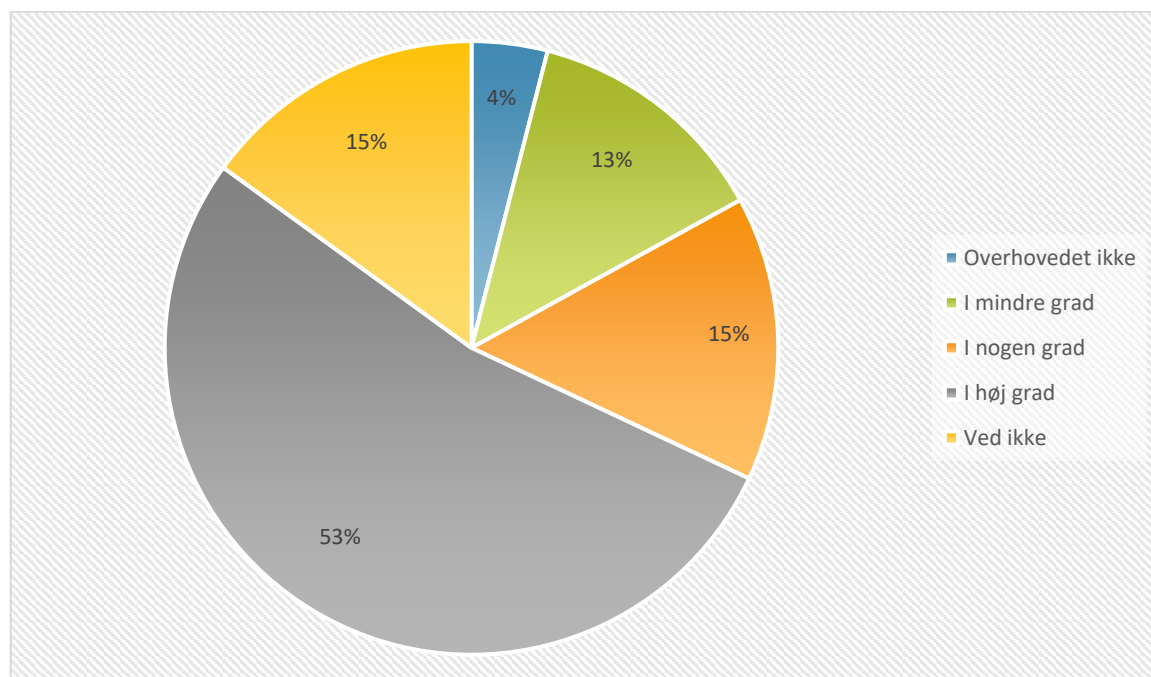
Kommentar

Næsten halvdelen af respondenterne vurderer *i høj grad*, at den virksomhed, som de repræsenterer, vil have udfordringer med at tilbyde eleven et oplæringsforløb, som indeholder alle kosmetikerfagets elementer. Altså en klar negativ vurdering af egen faglig formåen i forhold til understøtte en elevuddannelse.

Tabel 34 (Spørgsmålskategori 3; ikke-godkendte virksomheder)

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

Procentvis fordeling



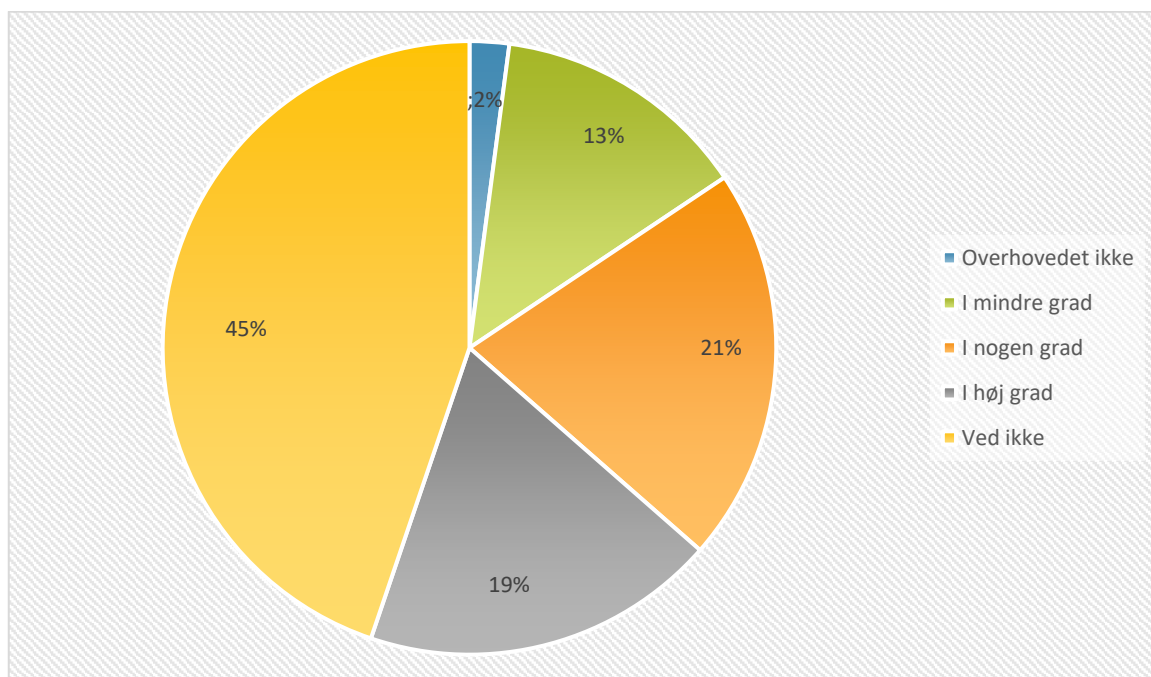
Kommentar

Mere end halvdelen af respondenterne vurderer *i høj grad*, at der vil være en økonomisk udfordring forbundet med at have elever for de virksomheder. Respondenterne her, repræsenterende *ikke-godkendte* virksomheder, ligger på linje med den tilsvarende vurdering af respondenter fra *godkendte* virksomheder (tabel 27). Men med en ekstra accentuering af denne negative vurdering.

Tabel 35 (Spørgsmålskategori 3; ikke-godkendte virksomheder)

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

Procentvis fordeling



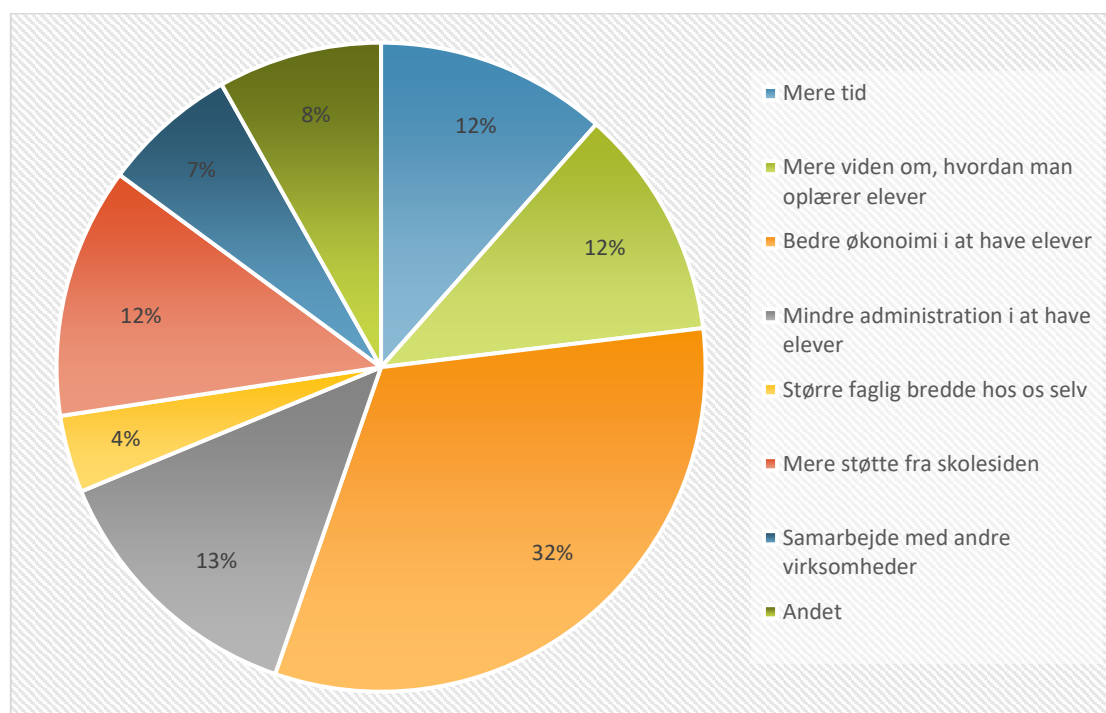
Kommentar

Godt 40 % af respondenterne er usikre på, hvorvidt det at have elever vil indebære en administrativ udfordring (*ved ikke*). Der synes med andre ord at være behov for yderligere information omkring dette forhold til gruppen af *ikke-godkendte* virksomheder.

Tabel 36 (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 %)



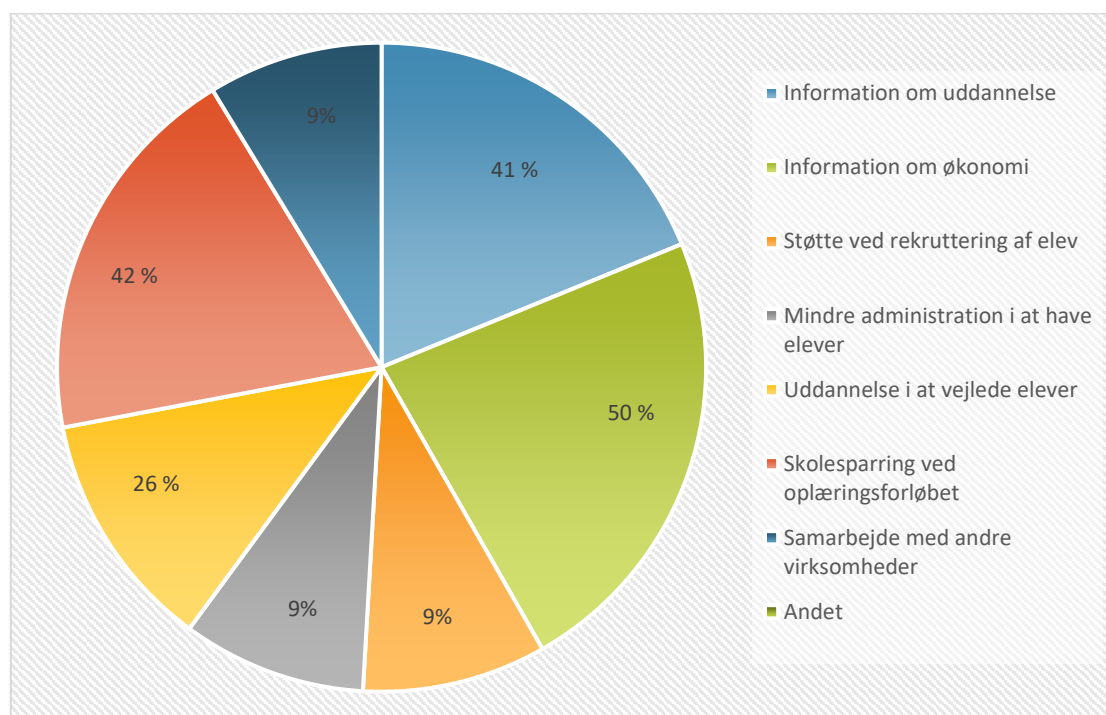
#### Kommentar

Respondenterne peger her først og fremmest på bedre økonomi i det at have elever, hvis de skulle optage (flere) elever. Men også mindre administration i at have elever efterspørges. Respondenternes ønsker om tiltag på området matcher altså fuldt ud deres egen problemidentifikation med fokus på tidsmæssige og økonomiske udfordringer ved oplæring af elever.

Tabel 37 (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

I forhold til yderligere støtte/rådgivning relateret til optag af (flere) elever efterspørger respondenterne først og fremmest mere information om økonomien i at have elever, information om administrationen ved at have elever og samarbejde med andre virksomheder.

Dette billede suppleres af, at alle de interviewede ønsker sig et stærkere samarbejde med skolesiden. Dels i forhold til selv at modtage rådgivning og sparring i elevspørgsmål. Men dels også for at styrke skolesidens kendskab til branchen generelt og til den enkelte virksomheds forudsætninger og behov, når det kommer til optag af elever.



# 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 på kosmetikerområdet.

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 udvalget iværksætter en mindre undersøgelse, hvor målet er at kortlægge, hvad der specifikt er årsagen til, at en større gruppe af godkendte virksomheder har fravalgt at have elever.
2. For det andet, at udvalget tager initiativ til at illustrere og tydeliggøre den "typiske" økonomi ved at have elever.
3. For det tredje, at skolesiden overvejer, hvordan man kan styrke virksomhedernes kompetence til at "rekruttere den rette elev".
4. For det fjerde, at man også fra skoleside overvejer, hvordan man kan styrke det virksomhedsopsøgende arbejde – fysisk eller digitalt – og på den måde blive tydeligere overfor virksomhedssiden som en ressource, de kan trække på også i andre sammenhæng end dem, der knytter sig meget snævert til den enkelte elevs individuelle oplæringsforløb.

## Anbefaling 1

Analysen peger på, at op mod halvdelen af de virksomheder, som er godkendte til at have elever reelt er inaktive som oplæringssted. De har ikke haft elever inden for op til de seneste ca. 5 år og gennemgående påtænker de heller ikke at optage en elev inden for de kommende år.

Meget kategorisk kan man her tale om et segment af virksomheder, som på et tidspunkt har været motiveret for at tage elever, og som ikke længere er det.

Årsagerne kan være mange og individuelle. Men analysen peger på, at en oplevet, skærpet konkurrencesituation – også som konsekvens af COVID-19 og en deraf følgende presset økonomi - gør det vanskeligt at afsætte ressourcer i hverdagen til også at oplære elever.

Denne vurdering er ikke speciel for netop dette segment af virksomheder. Den deles også af de godkendte virksomheder, som faktisk tager elever. Og vurderingen deles i særdeleshed af ikke-godkendte virksomheder, som i høj grad bruger forståelsen omkring svag økonomi og manglende tid som en forklaring på ikke at opnå godkendelse til at have elever.

Men analysen er særlig interessant i forbindelse med den store gruppe af godkendte virksomheder, som ikke tager elever, fordi det er i dette virksomhedssegment, at den største og hurtigste gevinst – i forhold til flere elever – må vurderes at ligge ved en målrettet indsats. Godkendelsen er på plads. Og motivationen for at tage elever har været der på et tidspunkt.

Spørgsmålet er så, hvad der skal til for at bringe denne motivation tilbage? I nogen grad vil det givet kræve ændrede konjunkturmæssige og strukturelle rammebetingelser, hvilket der ikke nødvendigvis er udsigt til inden for en overskuelig fremtid! Men der kunne også være tale om faktorer, som umiddelbart er til at ændre og justere. Her er spørgsmålet så bare, hvilke af sådanne faktorer der i givet fald bør prioriteres?

Den aktuelle analyse giver ikke sikker viden på dette punkt. I forhold til at opnå en sådan viden vil der værre behov for at gennemføre en mere kvalitativt funderet analyse, som tager afsæt i de overordnede dataspor, som kan udledes af den aktuelle, kvantitativt baserede analyse. Fx i form af et studie, hvor et mindre antal repræsentative virksomheder (godkendte) spørges specifikt ind til, hvorfor de har valgt at være inaktive, idet det gælder optag af elever, og hvad der eventuelt kunne få dem til at opgive denne inaktivitet.

*På denne baggrund anbefales det, at man fra udvalgsseite tager initiativ til gennemførelse af et kvalitativt studie, inddragende fx op til 10 repræsentative, godkendte virksomheder, og hvor målet er at kortlægge de komplekse sammenhængen, som er afgørende for netop dette virksomhedssegments fravalg af elever. Og her gerne med afsæt i den overordnede sammenhæng mellem oplevet tidsforbrug, økonomi og rekrutteringsmuligheder i forbindelse med at optage en elev.*

## Anbefaling 2

Såvel den gennemførte spørgeskemaundersøgelse som de opfølgende interviews peger på, at man fra virksomhedssiden i særlig grad ser en udfordret økonomi ved at have elever som den primære barriere i forhold til fremtidigt at optage elever. Og det gælder såvel for godkendte som for ikke-godkendte virksomheder.

Denne udfordrede økonomi rummer flere facetter. Dels direkte, elevrelaterede udgifter, dels indirekte udgifter i forhold af investeret oplæringstid – og dels tab på omdømme og kunderelationer ved uengagerede og demotiverede elever.

Fra virksomhedsside er man – ikke overraskende – tilbøjelig til at koble disse udfordringer til faktorer, som virksomheden ikke selv har direkte indflydelse på: Stigende konkurrence, faldende indtjening og negativ udvikling i elevpotentialer. Men enkelte af de interviewede virksomhedsrepræsentanter peger dog samtidig også på, at udfordringen i et vist omfang også kunne hænge sammen med manglende kompetence hos den oplæringsansvarlige i virksomheden (typisk ejeren selv).

*På denne baggrund foreslås det, at man fra udvalgsseite tager initiativ til at illustrere og tydeliggøre den "typiske" økonomi ved at have elever. Fx ved udarbejdelse af en casebeskrivelse, hvor mindre virksomheders også økonomiske succes med at have elever beskrives; gerne under en provokerende overskrift som eksempelvis: Vil du tjene en million, ansæt en elev!*

## Anbefaling 3

Et tydeligt dataspor fra såvel den gennemførte spørgeskemaundersøgelse som opfølgende interviews peger på, at man fra virksomhedsside oplever, at det kan være vanskeligt at blive matchet med "den rette elev". Eller at matchningen i hvert fald er præget af en høj grad af tilfældighed.

"Den rette elev" opfattes i denne sammenhæng primært som en elev, der understøtter virksomhedens kultur, kundesegment og eksisterende forretning. Og i langt mindre omfang som en mulig kilde til nye faglige input og fremadrettet forretningsudvikling. "Den rette elev" bliver med denne optik i højere grad et forstærkende og konservativt element end en forstyrrende og udviklende faktor.

Det er også derfor, at virksomhedssidens gennemgående negative vurdering af elevpotentialer i højere grad sker ud fra et tilbageskuende end et fremadskuende perspektiv; med mere fokus på egne tidligere erfaringer med elever og anekdotiske data end fokus på fremtidige behov.

Enkelte virksomheder udtrykker såvel via spørgeskemaundersøgelsen som via de gennemførte interviews et ønske om, at man fra skolesiden mere offensivt kunne støtte virksomheder i at rekruttere "den rette elev". Og typisk med den ovenfor beskrevne optik.

Man kunne dog problematisere det hensigtsmæssige i, at man fra skoleside køber ind på denne forståelse og i højere grad lægger kræfter i at hjælpe virksomhedssiden i at finde "den rette elev". Det kunne måske umiddelbart føre til et mindre, øget elevoptag, men potentialer her synes i højere grad at ligge i, at man fra skoleside gik ind i at bearbejde virksomhedssidens opfattelse af "den rette elev"; fx ved i højere grad at betone betydningen af eleven som en faglig ressource og som en mulig kilde – via faglig forstyrrelse – at understøtte fremadrettet forretningsudvikling, og dermed også potentielt et øget grundlag for elevoptag.

*På denne baggrund anbefales det, at man fra skoleside overvejer, hvordan man kan styrke virksomhedernes kompetence til at "rekruttere den rette elev". Eller hvordan man som skole med kendskab til såvel elev som virksomheder kan forstyrre virksomhedssidens oplevelse af "den rette elev".*

#### Anbefaling 4

Såvel via resultatet af den gennemførte spørgeskemaundersøgelse som af opfølgende interviews fremgår det, at man fra virksomhedsside ønsker en tættere dialog med skolesiden.

Værdien og effekten af en sådan styrket dialog vurderes af virksomhedssiden at gå begge veje dele. Dels vil det blive muligt for virksomhedssiden i højere grad at være opdateret på, hvad der sker med kosmetikeruddannelsen. Og dels vil skolesiden ved et mere intensivt virksomhedsopsøgende arbejde opnå større kendskab til den enkelte virksomheds forudsætninger og behov på elevområdet – samt generelt større kendskab til branchen på regionalt plan.

Fra virksomhedsside er der umiddelbart en forestilling om, at denne tættere kontakt skal ske via skolesidens hyppigere besøg hos den enkelte virksomhed; Også ud over hvad der måtte være nødvendigt og relevant i forbindelse med konkrete elevforløb. Dette ønske hænger ikke nødvendigvis logisk sammen med virksomhedssidens massivt formuleret oplevelse af travlhed og manglende tid i hverdagen. Umiddelbart kunne man forestille sig hyppigere skolebesøg også adresseret som et "forstyrrende element" i hverdagen; akkurat på linje med eleven selv.

Et yderligere interessant spor i den forbindelse handler om, at man fra virksomhedssiden primært tænker skolesiden som leverandør af uddannelse og elevers opkvalificering. Og ikke nødvendigvis ser skolen som en ressource også på andre områder end det snævert kosmetikerfaglige; og fx også som havende viden omkring brancherelateret udvikling; hvor går udviklingen hen, hvilke trend ser vi? – eller med viden om mere konkrete forretningsmæssige emner: hvordan optimeres den daglige drift – hvordan gearer I virksomheden til fremtiden?

Et mere intensiveret samarbejde mellem skole- og virksomhedsside kunne således med fordel overskride den traditionelle meget snævre relation med alene fokus på elevens uddannelsesforløb og oplæring, hvor elevforløbet forstås som et – vigtigt – element i virksomhedens fortsatte udvikling. Og hvor elevens betydning for virksomheden geares ved samtidig at skruer også på andre parametre omkring virksomhedens drift og udvikling.

*På denne baggrund anbefales det, at man fra skoleside overvejer, hvordan man kan styrke det virksomhedsopsøgende arbejde – fysisk eller digitalt – og på den måde blive tydeligere overfor*

*virksomhedssiden som en ressource, de kan trække på også i andre sammenhæng end dem, der knytter sig meget snævert til den enkelte elevs individuelle oplæringsforløb.*