



REKRUTTERING AV LÆREBEDRIFTER

Rapport om tiltak
og forbedringspunkter

WorldSkills Norway
November 2020


worldskills
Norway

INNHALDSFORTEGNELSE

FORORD	03
HOVEDFUNN	04

1	1.0 INTRODUKSJON	06
	1.1 Kort om lærlingeordningen	06
	1.2 Hovedaktørene	07

2	2.0 FYLKESKOMMUNENS ROLLE OG OPPGAVER	09
	2.1 Fylkeskommunens arbeid med rekruttering av lærebedrifter	10
	2.2 Samarbeid og rollefordeling med opplæringskontorene	18
	2.3 Fylkeskommunens arbeid med oppfølging av søkere som ikke har fått læreplass	19
	2.4 Annet	20
	2.5 Oppsummering av hovedfunn	21

3	3.0 OPPLÆRINGSKONTORENES ROLLE OG OPPGAVER	22
	3.1 Opplæringskontorenes arbeid med rekruttering av lærebedrifter	23
	3.2 Opplæringskontorenes arbeid med formidling av elever til praksis og læreplass	26
	3.3 Opplæringskontorenes samarbeid med fylkeskommunen	29
	3.4 Øvrige funn	31
	3.5 Oppsummering av hovedfunn	32

4	4.0 BEDRIFTENES ERFARINGER OG KJENNSKAP TIL LÆRLINGEORDNINGEN	33
	4.1 Bedrifters erfaring med fylkeskommunen	35
	4.2 Næringslivets kjennskap til lærlingeordningen	41

5	5.0 LÆRLINGENES SYN PÅ REKRUTTERING AV NYE LÆREBEDRIFTER OG FORMIDLINGSPROSESSEN	44
	5.1 Veien til læreplass	45
	5.2 Erfaring med opplæringskontorene	46
	5.3 Kommunikasjon for flere lærebedrifter	47
	5.4 Oppsummering av hovedfunn	47

6	6.0 ANALYSE OG TILTAK	48
	6.1 Økt kunnskap om og kjennskap til lærlingeordningen	48
	6.2 Bedre samarbeid mellom opplæringskontorene, skolene og fylkeskommunene	51
	6.3 Bedre utnyttelse av YFF-faget som rekrutteringskanal	52
	6.4 Tettere oppfølging og tilrettelegging for søkere som ikke får læreplass	53

FOTNOTER	54
-----------------	----

FORORD

Hvert år søker nesten 30.000 yrkesfagelever om læreplass. Over 20 prosent av dem som søkte i 2019 stod imidlertid uten kontrakt ved årets utgang.¹ Mangelen på tilstrekkelige læreplasser er kostbart for den enkelte ungdommen og samfunnet. Samtidig vet vi at av de totalt 28.724 godkjente lærebedriftene tok kun 72 prosent inn lærling.²

I forbindelse med kampanjen Læreplassjeger, som WorldSkills Norway har gjennomført i 2020 på oppdrag fra Kunnskapsdepartementet, har vi undersøkt hvordan prosessen omkring det å bli lærebedrift er. Vi har også undersøkt forbedringspotensialet i arbeidet med å fremskaffe flere lærebedrifter og læreplasser.

Denne rapporten tar for seg arbeidet med rekruttering av nye lærebedrifter og oppfølgingen av eksisterende lærebedrifter som ikke har lærlinger eller som kunne hatt flere. I tillegg har vi undersøkt hvordan søkere uten læreplass blir fulgt opp.

Analysen bygger på kvantitative undersøkelser og dybdeintervjuer med sentrale aktører. Dette inkluderer et utvalg fra fylkeskommunene, opplæringskontorene og private bedrifter med og uten lærlinger. I tillegg ble det gjennomført to fokusgruppeintervjuer med lærlinger. Alle undersøkelsene ble gjennomført i slutten av oktober og begynnelsen av november, med unntak av Norstats opinionsundersøkelse som ble gjennomført i tidsrommet 13. til 25. november.

Gambit H+K har vært engasjert i arbeidet med undersøkelsen og analysen.

Vi håper rapporten vil bidra til at arbeidet omkring rekruttering av lærebedrifter og læreplasser kan bli enda bedre og føre til at færre ungdommer står uten læreplass i fremtiden.

Oslo, november 2020

Elisabeth Lange
Sekretariatsleder
WorldSkills Norway



30.000

YRKESFAGELEVER SØKER OM
LÆREPLASS HVERT ÅR



20%

AV DE SOM SØKTE I 2019 BLE STÅENDE
UTEN KONTRAKT VED ÅRETS UTGANG

Bidragstere

Vi ønsker å rette en takk til alle som har brukt tid på å svare på undersøkelsene og deltatt i dybdeintervjuene. Mange strakk seg langt for å svare oppriktig og nøye på spørsmålene. I tillegg har flere opplæringskontor og en fylkeskommune hjulpet oss å komme i kontakt med lærlinger.

Rapporten bærer preg av at vi har vært ute etter å identifisere forbedringspunkter i rekrutteringsarbeidet. Det er viktig for oss å understreke at vi har observert at mye fungerer godt i rekrutteringsarbeidet og samarbeidet mellom de forskjellige aktørene i lærlingeordningen. Vi vil særlig trekke fram ildsjeler på skoler, opplæringskontor og fylkeskommuner som legger ned stor ekstra-innsats for å sikre at flest mulig får lære plass.

Vi håper at rapporten kan skape bedre forståelse og samarbeid i rekrutteringsarbeidet. Vi håper også at tiltakene vi løfter frem kan inspirere andre til å bruke disse.

HOVEDFUNN

Sammendrag

Rapporten finner at mangelen på kunnskap om lærlingeordningen er et stort hinder for å rekruttere flere lærebedrifter. Det er viktig at flere bedrifter blir bevisste på fordelene ved å ta inn en lærling og at det er rom for lærlinger i nesten alle sektorer. Når det kommer til selve rekrutteringen er det særlig direkte, oppsøkende virksomhet som gir best resultat. Dette kan bidra til at bedriftene får bedre forståelse for hva de kan tilby av opplæring, og legger til rette for videre oppfølging helt til de har tatt inn en lærling.

God oppsøking og oppfølging av potensielle lærebedrifter er dessuten avhengig av et godt samarbeid mellom de sentrale aktørene. Det gjelder særlig samarbeidet mellom opplæringskontorene og fylkeskommunen, men også i hvilken grad skolene og YFF-lærerne er bevisste sine muligheter for å drive rekrutteringsarbeid. Med bakgrunn i dette presenterer rapporten 10 konkrete anbefalinger som kan styrke rekrutteringen av nye lærebedrifter og lære plasser.

10 anbefalinger

1

Ta direkte kontakt med aktuelle lærebedrifter – sørg for at bedrifter som har meldt sin interesse blir tilstrekkelig fulgt opp med personlige henvendelser.

2

Bring fram de gode historiene – bruk sosiale medier til å fremme gode og personlige historier om et vellykket læreforhold.

3

Én læreplass kan bli til to – utnytt potensialet i eksisterende lærebedrifter.

4

Læreplassjegere er overalt – skap «yrkesfagambassadører» som fremsnakker lærlingeordningen i hverdagen.

5

Dra dit bedriftene er – delta på nettverks- og bedriftssamlinger og andre lokale næringsfora for å spre kunnskap om lærlingeordningen.

6

Bedre samarbeid lokalt – innfør faste samarbeidsmøter mellom opplæringskontor og fylkeskommunen der rekruttering av lærebedrifter er hovedtema.

7

Praksisbedrift kan bli lærebedrift – sørg for at YFF-lærerne er tilstrekkelig kjent med sitt ansvar og mulighet til å drive rekrutteringsarbeid.

8

Praksisplass kan bli læreplass – bygg kunnskap blant yrkesfagelevne om hva som forventes av dem i praksis- og læretiden så tidlig som mulig i opplæringsløpet.

9

Meet and greet – arranger bedrifts- og elevsamlinger på skolene for å matche søkere som ikke har fått plass med lærebedrifter som ønsker lærling.

10

Tilpassede rekrutteringskampanjer – tilpass informasjonskampanjer til lokale forhold og sørg for at ressurspersoner har nødvendig «verktøykasse» for å spre budskapene.

INTRODUKSJON

Rapporten er delt inn i seks kapitler. Først vil vi kort redegjøre for lærlingeordningen og de mest sentrale aktørene i rekrutteringsarbeidet. Dette er et viktig grunnlag for å forstå resultatene fra undersøkelsene, som presenteres i de påfølgende fire kapitlene. Analysegrunnlaget og formålet for hver av undersøkelsene er oppgitt i begynnelsen av kapitlene. Alle grafene henviser til resultatene fra de kvantitative undersøkelsene vi har gjennomført, om ikke annet er oppgitt. Siste kapittel sammenfatter resultatene og drøfter mulige tiltak som de forskjellige aktørene kan gjennomføre for å bedre rekrutteringsarbeidet. Kapitlene er utarbeidet slik at de kan leses uavhengig av hverandre, selv om de best leses i sammenheng.

1.1 Kort om lærlingeordningen

Lærlingeordningen skal rekruttere og lære opp yrkesfagelever og er i dag en integrert del av den yrkesfaglige opplæring i den videregående skolen. De fleste fagopplæringsprogrammene følger 2+2-modellen. Her gjennomfører eleven først to års opplæring i skole for så å fullføre den over to år i bedrift. Når opplæringen fullføres i bedrift og fag-/svenneprøven er godkjent, oppnår man yrkeskompetanse med fag- eller svennebrev.

Det følger av opplæringsloven at eleven har rett på tre års videregående opplæring, men ikke læreplass. En reell utfordring er at elever risikerer å stå uten læreplass etter to år i skole. Søkere som ikke får læreplass, får tilbud om å fullføre opplæringen sin i skole, ofte omtalt som alternativ Vg3.

Selv om eleven ikke har krav på læreplass, har partene i arbeidslivet og myndighetene etablert en samfunnskontrakt med mål om at alle kvalifiserte søkere skal få tilbud om læreplass. Det er derfor mange parter som er involvert for å oppnå dette målet. Blant disse er fylkeskommunen, opplæringskontorene og bedriftene de mest sentrale aktørene i det daglige arbeidet.

1.2 Hovedaktørene

FYLKESKOMMUNEN

Fylkeskommunen har det formelle ansvaret for formidling til læreplass. Dette innebærer både rekruttering, godkjenning og oppfølging av lærebedrifter samt formidling av søkere. Før fylkeskommunen skal gjøre vedtak plikter den å legge frem saker om godkjenning av lærebedrifter, tap av godkjenninger, og kvalitetssystemet i fag- og yrkesopplæringen for yrkesopplæringsnemnda.

Det er fagopplæringskontorene som er fylkeskommunens viktigste instans for å ivareta rekrutteringen og formidlingen av læreplasser. Mange fylkeskommuner har også etablert læreplassjegere og formidlingskoordinatorer for å styrke dette arbeidet.

OPPLÆRINGSKONTORENE

Et opplæringskontor er et samarbeidsorgan

bestående av medlemsbedrifter som har påtatt seg ansvaret for opplæring av lærlinger. I dag er det over 300 opplæringskontor med en tilhørende medlemsandel på omtrent 80 prosent av alle lærebedrifter.³ Opplæringskontorene er i stor grad finansiert av lærlingtilskuddet.

Opplæringskontorene har ikke et lovpålagt ansvar i formidling av elever til læreplasser, men har likevel en sentral rolle i fag- og yrkesopplæringen. Disse varierer blant annet med om opplæringskontoret tilhører en bransjeorganisasjon og hvor stort behov det er for nye læreplasser i feltet deres. De bistår særlig i godkjennelsesprosessen for å bli lærebedrift, formidling av lærlinger til sine medlemsbedrifter samt oppfølging og kvalitetssikring av opplæring i bedrift. Noen opplæringskontorer ser også på rekruttering av nye lærebedrifter som en naturlig del av sitt virke. Dette betyr at opplæringskontorene utfører oppgaver som egentlig ligger innenfor ansvaret til fylkeskommunen. Hvordan opplæringskontorene arbeider med rekruttering og formidling av læreplasser spiller derfor en betydelig rolle for hvor mange søkere som får læreplass.

LÆREBEDRIFTENE

For at en bedrift skal godkjennes som lærebedrift av fylkeskommunen, er det en rekke krav fra opplæringsloven som må tilfredsstilles. For det første må en lærebedrift kunne gi en opplæring som tilfredsstiller kravene om innholdet i opplæringen, slik som relevante læreplaner. Hvis flere lærebedrifter samarbeider om opplæringen, ved at de for eksempel dekker forskjellige deler av kompetansekravene, må disse være organisert gjennom et opplæringskontor eller en opplæringsring som krever en selvstendig godkjenning av fylkeskommunen.

For det andre skal en lærebedrift ha intern kvalitetssikring for å sikre at opplæringen



er i samsvar med loven. Dette innebærer at det utpekes én eller flere faglige ledere som har fag-, svenne- eller mesterbrev i faget. Relevant praksis eller høyere utdanning kan kompensere for dette. Det må også oppnevnes én eller flere instruktører som står for gjennomføringen av selve opplæringen. Faglig leder og instruktør kan være samme person. Disse må delta på kurs som arrangeres av fylkeskommunen. Lærebedriften skal årlig rapportere til fylkeskommunen om opplæringen.

Selv om alle bedrifter må gå gjennom den samme søknadsprosessen, har de ulike utgangspunkt før de skal godkjennes av fylkeskommunen. Noen har allerede god

kontakt med et opplæringskontor og mottar bistand derfra. Andre søker om godkjenning etter å ha vært i direkte kontakt med skole og en aktuell lærling. Flere kan også ha vært i kontakt med en «læreplassjeger» som kan bistå dem i den videre prosessen. Utgangspunktet vil ha innvirkning på opplevelsen av godkjennelsesprosessen. Hvis en lærebedrift ikke tar inn lærling på to år, er de nødt til å fornye godkjennelsen sin før de kan ta inn nye lærlinger.

Ved årsskiftet 2019–2020 var det registrert 28.357 godkjente lærebedrifter i landet, hvorav 20 675 hadde lærling. Dette utgjør litt under 3/4 av alle godkjente lærebedrifter.⁴

FYLKESKOMMUNENS ROLLE OG OPPGAVER

Om undersøkelsen

ANALYSEGRUNNLAG

Kvantitativ undersøkelse: Utsendt til alle fylkesutdannings-
sjefer og seksjonssjefer i landet.

Fem dybdeintervju med seksjonssjefer: Utvalg fra Agder,
Innlandet, Trøndelag, Viken og Vestland.

Fire dybdeintervju med læreplassjegere: Utvalg fra Agder,
Innlandet, Viken, og Møre og Romsdal.

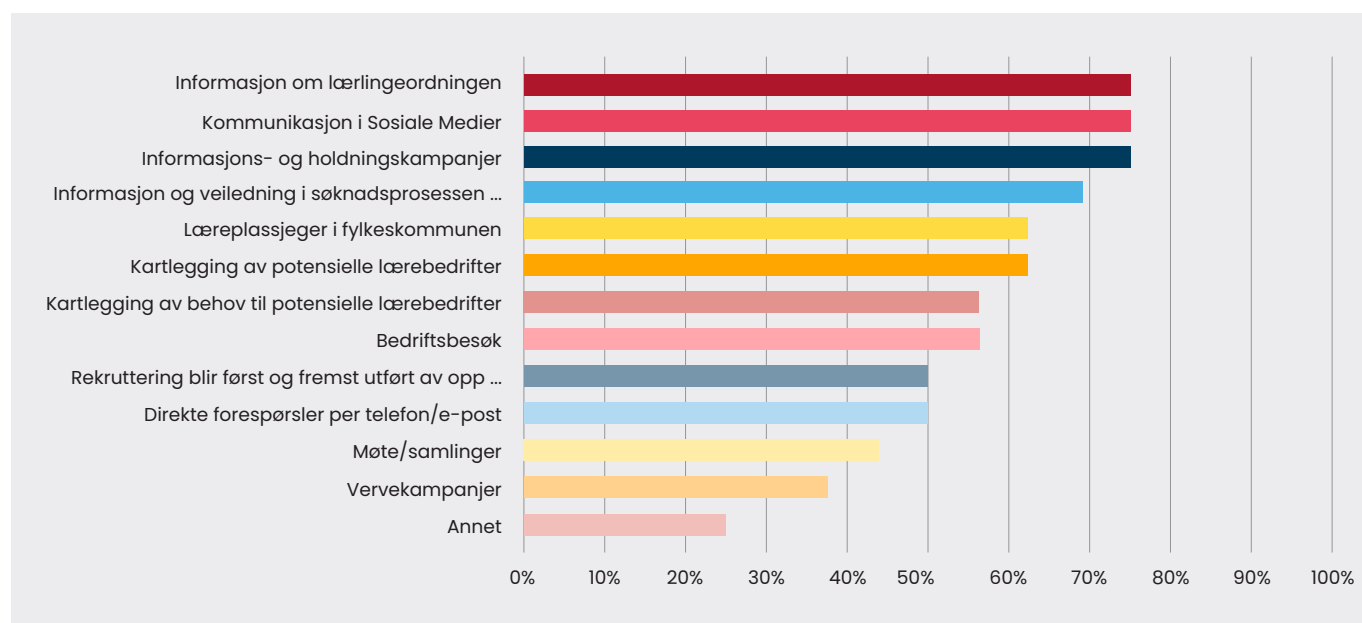
FORMÅL

Spørsmålene ble utviklet for å få innsikt i hvordan fylkes-
kommunene arbeider med rekruttering av lærebedrifter og
formidling av lærlinger, samt hvordan de samarbeider med
opplæringskontor i dette arbeidet.

BEMERKNINGER

Alle fylkeskommunene har svart på spørreundersøkelsen. I enkelte fylkeskommuner har flere representanter svart, og det er noe variasjon mellom svarene fra enkeltpersoner i samme fylkeskommune. Vi har derfor justert for dette der det er relevant, men benytter oss av alle svarene for å få innblikk i hva fylkeskommunene anser som viktige rekrutteringstiltak. Besvarelsene, spesielt sett i sammenheng med innsikten vi fikk fra dybdeintervjuene, har uansett gitt verdifullt innblikk i hovedtrekkene rundt hvordan fylkeskommunene jobber med rekruttering og hva de mener er det viktigste i dette arbeidet. Det har også kommet fram gode tiltak og praksiser som kan være til inspirasjon for andre.

2.1 Fylkeskommunens arbeid med rekruttering av lærebedrifter



FIGUR 1 Rekrutteringsaktiviteter gjennomført av fylkeskommunen.

Fylkeskommunene gjennomfører ulike aktiviteter for å rekruttere lærebedrifter. Over 70 prosent av dem vi spurte i undersøkelsen oppgir at de gjennomfører informasjons- og holdningskampanjer, har kommunikasjon i sosiale medier og sprer informasjon om lærlingeordningen. Flesteparten sier også at de bidrar aktivt med informasjon og veiledning i søknadsprosessen for bedrifter som skal bli godkjent som lærebedrifter. Et flertall har også læreplassjegere og arbeider med å kartlegge potensielle lærebedrifter.

Rundt halvparten oppgir at de besøker bedrifter i rekrutteringsøyemed, tar direkte kontakt og kartlegger bedrifters behov. Samme andel sier også at rekrutteringsarbeidet først og fremst blir utført av

opplæringskontorene. Kun 40 prosent svarer at de gjennomfører møter/samlinger og vervekampanjer. Det er altså stor variasjon mellom fylkene når det kommer til rekrutteringsaktivitetene de gjennomfører, og hvor aktive de er i dette arbeidet.

Dette stemmer også overens med funnene fra dybdeintervjuene. Noen fylkeskommuner anser det som en av sine hovedoppgaver å drive langsiktig, strategisk rekrutteringsarbeid. Andre fokuserer på rekruttering først og fremst i den siste delen av formidlingsprosessen (etter sommeren), når man ser etter relevante læreplasser til enkeltelever.

Blant fylkeskommunene som har svart «annet» trekker de fleste fram arbeidet som

gjøres på skolene. Dette var et gjennomgående tema også i dybdeintervjuene, der særlig YFF-lærerne og formidlingskoordinatorene ble trukket fram som viktige «ambassadører» og «læreplassjegere».

HVA ER VIKTIGST? FYLKESKOMMUNENES VURDERING AV REKRUTTERINGSTILTAK

Spørreundersøkelsen avdekket at fylkeskommunene mener jevnlig kontakt med opplæringskontorene er den viktigste aktiviteten for å rekruttere flere lærebedrifter. I tillegg mener over 90 prosent av de spurte at informasjon og veiledning i søknadsprosessen er viktig. I dette arbeidet er også opplæringskontorene mye involvert – dette

er diskutert i kapittel 3 og 4. Videre oppgir 80 prosent at de mener bedriftsbesøk og informasjon om lærlingeordningen er viktig. Likevel oppgir kun halvparten av fylkeskommunene at de driver oppsøkende virksomhet. Dette arbeidet er hovedsakelig overlatt til opplæringskontorene. Nesten 70 prosent mener at kartlegging av potensielle bedrifter og deres behov er av betydning for fylkeskommunens eget rekrutteringsarbeid.

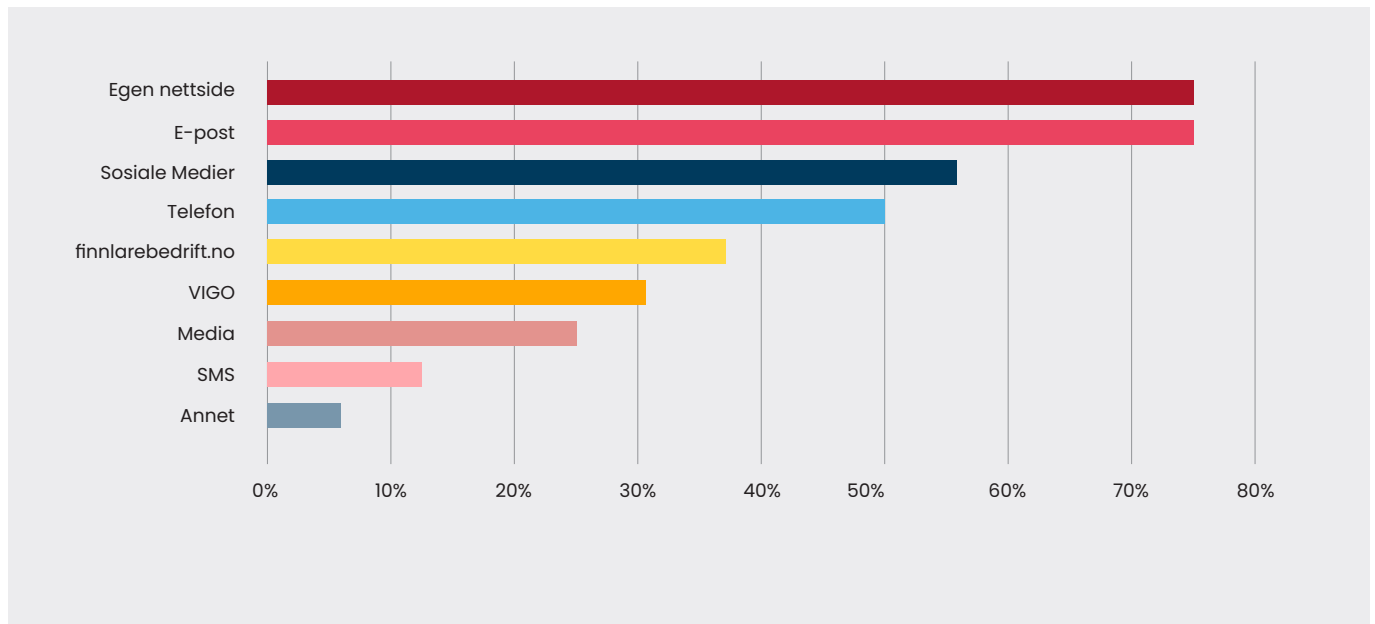
Det er stor variasjon i hvor viktig fylkeskommunene vurderer informasjons- og holdningskampanjer, kommunikasjon i sosiale medier og møter/samlinger for rekrutteringsarbeidet.

Aktivitetstype	Gjennomsnittsverdi
Jevnlig kontakt mellom opplæringskontorene og fylkeskommunen	4,5
Informasjon og veiledning i søknadsprosessen for å bli lærebedrift	4,38
Informasjon om lærlingeordningen	4,19
Kartlegging av potensielle lærebedrifter	4,13
Kartlegging av potensielle lærebedrifters behov	4,06
Bedriftsbesøk	4,00
Direkte forespørsel per telefon/epost	3,56
Møte/samlinger	3,44
Informasjons- og holdningskampanjer	3,38
Kommunikasjon i sosiale medier	3,38
Læreplassjeger i fylkeskommunen	3,06
Vervekampanjer	2,75

TABELL 1

Gjennomsnittsverdi for fylkeskommunenes vurdering av viktigheten til rekrutteringsaktiviteter, der én er helt uviktig og fem er veldig viktig.

KANALER OG OVERSIKT OVER POTENSIELLE LÆREBEDRIFTER



FIGUR 2 Kanaler som benyttes mest for å nå potensielle og eksisterende lærebedrifter.

Det har vært viktig for undersøkelsen å få innblikk i hvordan fylkeskommunen når fram til potensielle og eksisterende lærebedrifter. Som det kommer frem av figur 2 er det særlig egen nettside og kontakt over

epost som er mest brukt. Over halvparten tar også aktivt i bruk sosiale medier som informasjonskanal. Alle fylkeskommunene, med unntak av to, oppgir at de svarer bedrifter som har meldt interesse om å bli lærebedrift innen én uke.

Vi skulle vært mer på veien og drevet mer detektivarbeid, banke på dører og sånne ting.

– LÆREPLASSJEGER I EN FYLKESKOMMUNE

Noen fylkeskommuner har en praksis der all ny kontakt med fylkeskommunen skal gå gjennom et sentralt system, slik som en felles postadresse for hele fylkeskommunen og et sentralbord. Særlig de større fylkeskommunene som nettopp har gjennomgått en sammenslåing i forbindelse med regionreformen, understreker at det er et mål for dem å etablere en «personuavhengig» praksis når det kommer til kontakt med eksterne aktører. Andre fylkeskommuner legger særdeles mye vekt på at det skal være enkelt å komme i direkte kontakt med nøkkelpersoner i fagopplæringsseksjonen ved at individuelle epostadresser og telefonnumre ligger tilgjengelige på nettsiden.

De aller fleste fylkeskommunene oppgir at de har oversikt over registrerte lærebedrifter som ikke har valgt å ta inn lærling eller som kunne tatt inn flere. Kun halvparten oppgir imidlertid at de har gode rutiner for å følge opp disse. Én fylkeskommune oppgir at de har en ordning der de rutinemessig kontakter «gamle lærebedrifter som ikke lenger har lærlinger med spørsmål om de kan ta inn nye», og andre legger vekt på at de bruker tilskuddspakker som lokkemiddel for å revitalisere bedrifter som tidligere inngikk i lærlingeordningen.

Flere læreplassjegere og seksjonssjefer viser til at en ny læreplass hos en eksisterende lærebedrift er bedre enn en ny læreplass hos en ny bedrift, siden førstnevnte gjerne har bedre strukturer på plass for å gi ordentlig opplæring. Flere peker også på potensialet som finnes for at eksisterende lærebedrifter tar inn flere innenfor andre fag, som for eksempel en læreplass i kontor- og administrasjonsfaget hos en anleggsbedrift som har anleggslærlinger.

Når det kommer til rekrutteringsverktøyene som er tilgjengelige, oppgir fylkeskommunene at de i liten grad bruker registre som finnlærebedrift.no. Det er heller skolene og elevene selv som benytter seg av slike verktøy for å finne fram til eksisterende og potensielle lærebedrifter. Noen fylkeskommuner oppgir at de først og fremst bruker andre verktøy i rekrutteringsarbeidet. Eksempler på dette er NAVs bedriftsundersøkelse, NHOs kompetansebarometer, og behovsframskrivninger fra SSB og KS. Hvis man ikke benytter seg av disse, advarte en seksjonssjef, «så styrer man vilkårlig». Andre fylkeskommuner uttrykte en viss frustrasjon over at det finnes bedriftsregistre i kommunene, men at det ikke er gjort arbeid med å skaffe en full oversikt over potensielle lærebedrifter på fylkeskommunalt nivå.

NAVS BEDRIFTSUNDERSØKELSE

Enkelte år og steder har Nav inkludert et spørsmål i sin bedriftsundersøkelse om bedriften kunne tenkt seg å bli lærebedrift, eller om de kunne tenkt seg å ta inn flere lærlinger. Dybdeintervjuene har avdekket flere eksempler hvor dette har gitt verdifull informasjon til fylkeskommunen med en oversikt tilsvarende den de har fått gjennom Læreplassjeger-kampanjen.

FINNLÆREBEDRIFT.NO

«Finn lærebedrift – for deg som rekrutterer lærebedrifter» er en tjeneste levert av Kompetanse Norge. Det er en samleside over alle bedrifter i Norge, med informasjon om hvorvidt de inngår i lærlingeordningen i dag, og om de er medlem av et opplæringskontor. Tjenesten er et viktig rekrutteringsverktøy for mange formidlingskoordinatorer, skoler, og elever.

DIREKTE KONTAKT MED NÆRINGSLIVET

Flere læreplassjeger og fylkeskommuner trekker fram tilstedeværelse i bedrifts- og næringsfora samt andre arenaer der «bedriftene er» som viktige rekrutteringskanaler i den direkte, oppsøkende aktiviteten. De fleste fylkeskommunene ser på dette arbeidet som svært tids- og ressurskrevende. Flere oppgir at det likevel er verdt å bruke tid på dette og at de gjerne skulle gjort det mer. Rapporten har avdekket minst ett eksempel på at Læreplassjegerressursen, som egentlig var satt av til å drive utstrakt rekrutteringsarbeid, har fått tiden sin oppspist av andre driftsoppgaver. Dette understreker at det er utfordringer for mange fylkeskommuner i å finne en god balanse mellom den daglige driften og det langsiktige rekrutteringsarbeidet.

En læreplassjeger hadde erfart at det var effektivt å samkjøre det direkte, oppsøkende arbeidet med andre deler av fylkeskommunen som arbeider med kompetanse og næring. «Vi har kommet inn og snakket med dem om videreutdanning av voksne og så videre», sa vedkommende, «og så har vi slengt på lærlingeordningen underveis.» En annen fylkeskommune pekte på regionråd som en særlig viktig rekrutteringsarena, spesielt i den sene formidlingsfasen. Da kunne fylkeskommunen komme med en



Den viktigste årsaken til at bedrifter som kunne tatt inn lærlinger ikke gjør det, er rett og slett at ingen tar kontakt med dem.

– SEKSJONSSJEF I EN FYLKESKOMMUNE

liste over lærlinger som trengte læreplass, og direkte henvende seg til bedriftene som var til stede der samt komme i kontakt med nye bedrifter via «jungeltelegrafen» og «bekjentskapssirkler».



Vi er opptatt av å av at man ikke slår seg til ro med de lærebedriftene vi allerede har. Det er ikke alltid den porteføljen samsvarer med det som trengs.

– SEKSJONSSJEF I EN FYLKESKOMMUNE

YFF-FAGET

Så godt som alle fylkeskommunene peker på YFF-faget som avgjørende for rekrutteringen av nye lærebedrifter og at de ser et stort forbedringspotensial i dette arbeidet. Flere viser til at det er mange bedrifter som tar del i utplasseringsordningen gjennom YFF-faget som ikke inngår i lærlingeordningen. Rapporten avdekket få eksempler på at fylkeskommunene hadde klare strategier eller rutiner for hvordan de skulle utnytte dette potensialet, men at skolene, formidlingskoordinatorne og elevene selv

YRKESFAGLIG FORDYPNING (YFF-FAGET)

«Formålet med yrkesfaglig fordypning er å gi elevene mulighet til å prøve ut ett eller flere aktuelle lærefag slik at de kan få et godt grunnlag for å velge lærefag. De skal få erfaring med innhold, oppgaver og arbeidsmåter som karakteriserer yrkene utdanningsprogrammet kvalifiserer dem for, og få mulighet til å fordype seg i kompetansemål fra læreplanene på Vg3-nivå. Elevene skal få mulighet til å oppleve realistiske arbeidssituasjoner gjennom bruk av ulike læringsarenaer».

Kilde: Forskrift om yrkesfaglig fordypning (YFF), hentet fra udir.no

ofte tar utgangspunkt i praksisplassen når de søker læreplass. Én fylkeskommune forteller at der man tidligere har berodd på fylkeskommunen som det viktigste kommunikasjonsleddet mellom opplæringskontorene og YFF-lærerne, har de nå begynt å bygge arenaer der disse kan kommunisere med hverandre direkte. YFF-faget og praksis er diskutert mer i de neste kapitlene.

Flere representanter for fylkeskommunen uttrykker frustrasjon over at skolene ikke prioriterer dette arbeidet nok. Én læreplassjeger mente at mange skoler ikke «er så nøye med» å plassere elevene sine ut i bedrift i YFF, og ville påkreve dette fra skolene. Én fylkeskommune har utviklet en håndbok for YFF-lærere med det mål om å hjelpe disse lærerne når elevene skal ut i praksis.

Når det kommer til samarbeidet mellom fylkeskommunen og skolene, også utover YFF-faget, trekker flere av fylkeskommunene fram gode erfaringer med formidlingskoordinatorer. Disse tilhører enten enkeltskoler, eller fordeler et sett med skoler mellom seg, og har hovedansvaret for å hjelpe elever med å finne læreplass i en bedrift. Flere av læreplassjegerne vi snakket med opererte normalt utfra denne stillingshjemmelen, og alle gjør vesentlig rekrutteringsarbeid gjennom hele året.



YFF-lærerne har et ansvar for å rekruttere lærebedrifter. Praksisplass i YFF er mye mer enn en praksisplass.

– ENHETSLEDER I EN FYLKESKOMMUNE



KAMPANJER OG KOMMUNIKASJON

Flere av fylkeskommunene driver egen kampanje- og kommunikasjonsvirksomhet i rekrutteringsarbeidet. De aller fleste inngår i Læreplassjeger-kampanjen, og noen har utviklet spesialtilpassede kampanjer for sine egne fylker. I tillegg har flere, på eget initiativ, brukt egne nettsider og sosiale medier på løfte fram gode eksempler på hva det vil si å ha lærling i bedrift.

Fylkeskommunene trekker særlig fram nytten av å spre informasjon om lærlingeordningen som sådan, og at en betydelig barriere for å rekruttere flere lærebedrifter er at flere ikke har kjennskap til den. Helt spesifikt hadde to læreplassjegere opplevd at radioreklamene i forbindelse med Læreplassjeger-kampanjen var særlig nyttig. I tillegg mener de at det er viktig å løfte fram gode eksempler på at lærlingen kan være en betydelig ressurs for lærebedriften, og gjerne har kunnskap og kompetanse som bedriftene ikke alltid er klare over.

Det er noe uenighet blant dem som har deltatt i undersøkelsen om hvorvidt det er formålstjenlig å understreke samfunnsansvaret en bedrift tar med å inngå i lærlingeordningen, og om hvorvidt man bør understreke det økonomiske tilskuddet som følger med lærlingen. Noen mener man utelukkende bør fokusere på lærlingeordningen som viktig rekrutteringskanal, og dempe ned delen om samfunnsansvaret. «Bedriftene skal ta inn en lærling fordi de vil tjene penger på ham!», som én læreplassjeger sa det.



Det viktigste som fylkeskommunen kan gjøre for å rekruttere lærebedrifter er å vise fram gode eksempler på hva det positive er med å ha lærling.

– SEKSJONSSJEF I EN FYLKESKOMMUNE

LÆREPLASSJEGER-KAMPANJEN

Læreplassjeger-kampanjen 2020 er en landsomfattende kampanje som har til hensikt å understøtte fylkeskommunenes arbeid med å rekruttere flere lærebedrifter og læreplasser. Ved siden av fylkeskommunene er alle fagforbund, bransjeorganisasjoner, opplæringskontorer og skoler også invitert til å bli læreplassjegere. WorldSkills Norway sendte sommeren ut flere tusen brev til potensielle lærebedrifter basert på lister som er utarbeidet i samarbeid med Utdanningsdirektoratet. Bedriftene som er interessert i å bli lærebedrift kan også selv melde inn sin interesse på www.læreplassjeger.no, og slik at disse kan bli kontaktet av læreplassjegerne i sine respektive fylker.

Innlandet fylkeskommune er blant dem som utviklet eget kampanjemateriale i tillegg til det de mottok fra WorldSkills Norway, for eksempel en videoreklame.

<https://innlandetfylke.no/tjenester/skole-og-opplaring/nyheter-opplaring/pa-jakt-etter-lareplasser.23943.aspx>



BILDE 1

Buss fra Læreplassjeger-kampanjen i Innlandet. Foto: Innlandet fylkeskommune.

2.2 Samarbeid og rollefordeling med opplæringskontorene

De aller fleste fylkeskommunene mener at et godt samarbeid med opplæringskontorene er blant de mest avgjørende forutsetningene for å rekruttere nye lærebedrifter, og at dette samarbeidet stort sett fungerer godt i dag. Blant de som er mer misfornøyde med dagens samarbeid, viser flere til at mange opplæringskontor ønsker at fylkeskommunen ikke skal «blande seg» i deres arbeid, og at regionreformen har skapt behov for nye samarbeidsmodeller.

Opplæringskontorene har fått en viktig rolle innenfor lærlingeordningen, og løser også oppgaver som fylkeskommunen formelt sett har ansvar for.⁵ Mange fylkeskommuner har derfor blitt helt avhengige av at kontorene gjør en ekstra innsats i formidlingen og i rekrutteringsarbeidet, og flere berømmer arbeidet som opplæringskontorene har gjort spesielt i forbindelse



Opplæringskontorene har et bedrifts-økonomisk behov. Når de har fått nok lærlinger, så går lufta litt ut av formidlinga. (...) Vi har hatt et opplæringskontor som har sleiva til oss og sagt 'formidlinga er over!' Men formidlinga stopper jo ikke opp selv om de har oppfylt sine behov!

– SEKSJONSSJEF I EN FYLKESKOMMUNE



**Når det gjelder opplæringskontorene, så er systemet slik at de ofte har den utøvende rollen selv om vi har ansvaret (...)
Vi ser behov for en bedre juridisk presisering rundt opplæringskontorenes rolle.**

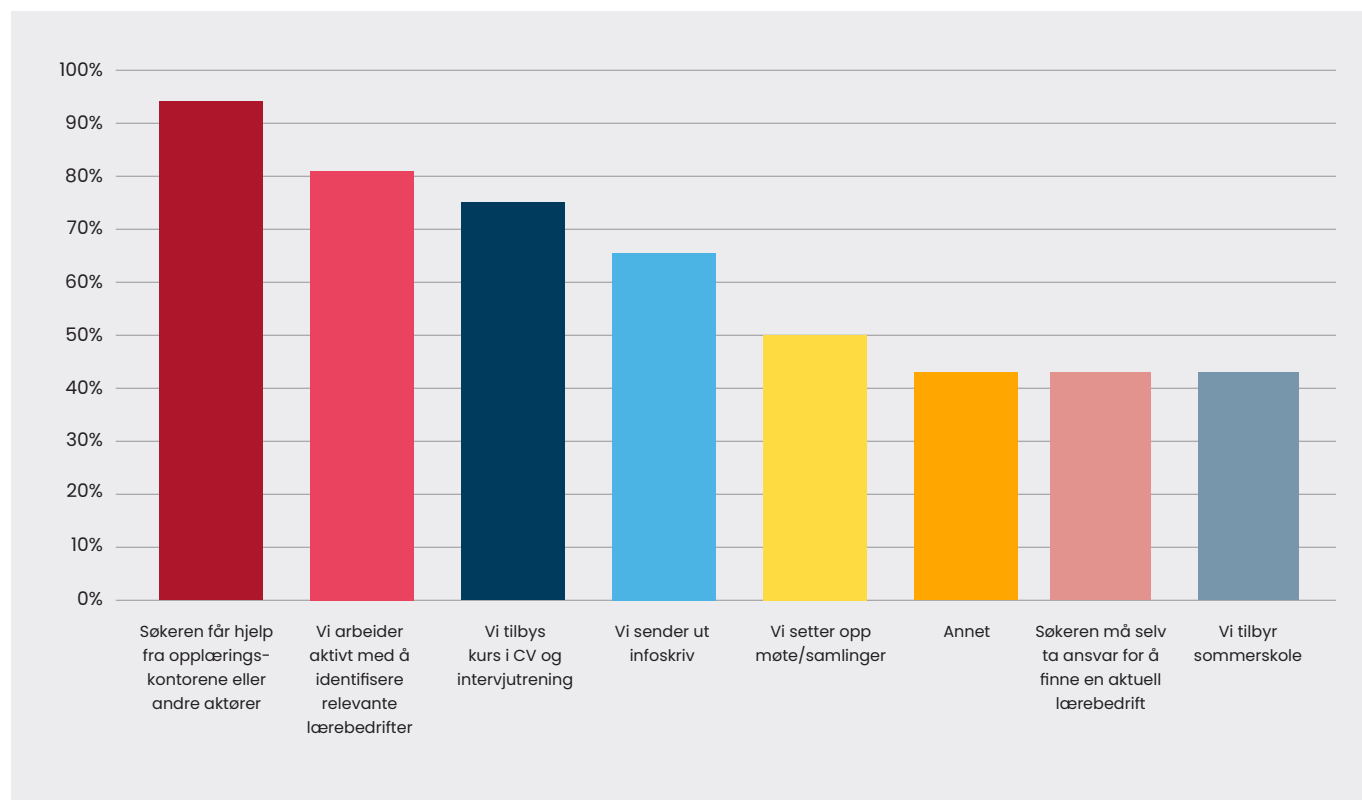
– SEKSJONSSJEF I EN FYLKESKOMMUNE

med koronapandemien der mange lærlinger ble permittert.

Likevel er det nettopp dette tette samarbeidet som også kan føre til at forholdet forsures i enkelte tilfeller. Flere fylkeskommuner uttrykker frustrasjon over at noen opplæringskontor ikke har forvaltet det ansvaret de har fått i formidlingen på en god nok måte, og at noen melder seg av så fort de har oppfylt «sine» behov.

De fleste fylkeskommuner organiserer kontakten med opplæringskontorene gjennom én nøkkelperson i fylkeskommunen som har ansvaret for et knippe kontor. Hvis vedkommende ikke besitter riktig kompetanse, kobler de på andre deler av fagopplæringsseksjonen etter behov.

2.3 Fylkeskommunens arbeid med oppfølging og formidling av søkere som ikke har fått læreplass



FIGUR 3 Fylkeskommunens oppfølging og formidling av søkere som ikke har fått læreplass.

Oppfølgingen og formidlingen av søkere som ikke har fått læreplass i den ordinære formidlingsfasen er svært viktig for rekrutteringen. Ofte gjøres det helt vesentlig rekrutteringsarbeid i denne perioden for å skaffe til veie nok og relevante læreplasser.

Alle fylkeskommunene sier at de er «helt enige» i at de har oversikt over søkere som ikke har fått læreplass, og alle er «helt enige» eller «litt enige» i at de har gode rutiner for å følge opp disse. Noen har opprettet

et eget, sentralt register der de, i tillegg til informasjonen som finnes på VIGO, markerer om eleven har behov for ekstra oppfølging. Dette tillater ekstra ressurser å bli koblet på om det er behov.

Det er skolene selv og opplæringskontorene som spiller de viktigste rollene i dette arbeidet, selv om fylkeskommunen har et overordnet ansvar. Flere fylkeskommuner og skoler har også opprettet fagfora der representanter fra skolene, fylkeskommunen,

VIGO

Når bedriften er godkjent som lærebedrift, vil den få bruker-tilgang til VIGO Bedrift. Dette er kommunikasjonsnettstedet mellom lærebedrifter, opplæringskontor og fylkeskommuner. På VIGO vil bedriftene blant annet kunne se søkere til læreplass, registrere inntak av lærlinger, lage lærekontrakter, oppdatere bedriftsopplysninger, og melde opp lærlinger til fag- eller svenneprøven.

næringslivet og opplæringskontorene kommer sammen for å styrke formidlingsarbeidet. Flere fylkeskommuner mener det er en vanskelig avveining hvorvidt disse skulle organiseres basert på geografi eller fag.

Noen fylkeskommuner og læreplassjegere uttrykker frustrasjon over at skolene ofte mangler incentiver til få elever ut i lære i bedrift. Spesielt på steder med synkende elevkull, der det er større konkurranse mellom skolene om å fylle skoleplasser, kan skoleledelsen ønske at elever starter rett på påbygg istedenfor å gå ut i lære. Det gjør at skolene jobber mindre målrettet med å skape langvarige og gode relasjoner til praksis- og lærebedrifter, samt at skolen

legger mindre arbeid i å se til at flest mulig blir formidlet. Dette samsvarer også med funnene fra fokusgruppen med lærlinger som er diskutert i kapittel 5.

Delvis for å bøte for dette, og for å sikre en mest mulig effektiv formidlingsfase etter sommerferien, har flere fylkeskommuner innført obligatoriske søkekurs for elevene som står uten læreplass i august, før Vg3 i skole starter. De oppgir at elevene kurses i hvordan de skal tilnærme seg en bedrift, samt tilbyr opplæring i språk og fag eleven kan ha slitt med. Fylkeskommunene trekker særlig fram språkferdighetene til minoritetsspråklige elever som et stort hinder i formidlingen.

En annen, tilbakevendende frustrasjon blant representantene for fylkeskommunene er at de ofte opplever at elever er uvillige til å flytte på seg for å få læreplass. Innenfor visse fag kan det være et overskudd av læreplasser og lærebedrifter, men likevel mange som står uten plass fordi de ikke «vil flytte på seg». Én representant for en fylkeskommune understreker at elevene må innse at de er arbeidssøkere, og må ha et større arbeidsmarked i mente «enn sin egen oppvekstkommune».

2.4 Annet

Nordland fylkeskommune, og noen enkeltstående kommuner i andre fylker, har innført en læreplassgaranti. Denne innebærer at bedrifter frivillig kan forplikte seg til å ta inn et visst antall lærlinger på et senere tidspunkt. Fordi det ikke har vært gjennomført intervjuer med aktører i Nordland, har ikke denne undersøkelsen et tilstrekkelig grunnlag for å vurdere en slik ordning, og hvordan den eventuelt spiller sammen med annet rekrutteringsarbeid.

2.5 Oppsummering av hovedfunn

Mange av fylkeskommunene bemerker at de i for stor grad prioriterer drift heller enn større, strategiske grep når det kommer til rekruttering. Flere representanter fra fylkeskommunene tok opp dette selv da de ble spurt om hva som var de viktigste forbedringspunktene i eget arbeid.

Variasjonen i aktivitetene som blir gjennomført indikerer at fylkeskommunene ofte er usikre på sin egen rolle i rekrutteringen. Selv om de fleste fylkeskommuner har fått på plass gode systemer for den normale driften sliter mange med å sikre et effektivt og langsiktig arbeid for å sikre tilsiget av nye lærebedrifter.

Samarbeidet med opplæringskontorene er preget av varierte, men også til dels motstridende syn hos fylkeskommunene. Selv om de aller fleste opplever at dette samarbeidet fungerer godt, er det likevel et betydelig antall som samtidig oppgir at samarbeidet er en kilde til frustrasjon. Det er rapportens inntrykk at fordi opplæringskontorene har vokst til å spille en sentral del i formidlingen av elever til lærebedrifter, er fylkeskommunene usikre på hva som er formålstjenlig rollefordeling. Flere etterlyser en juridisk presisering av opplæringskontorenes rolle.

Opplæringskontorene fungerer som fylkeskommunens utstrakte arm både når det kommer til rekruttering og oppfølging av bedrifter. Fylkeskommunene og læreplassejerner henviser som regel bedrifter som

har vist interesse for å ta inn lærling til et relevant opplæringskontor, og tar stort sett kun hånd om de bedriftene som av en eller annen grunn ikke ønsker å gå via et kontor. Opplæringskontorene er også svært viktige i den sene formidlingsfasen, og er en uvurderlig ressurs når uforutsette situasjoner oppstår.

På den andre siden står opplæringskontorene først og fremst ansvarlige ovenfor sine medlemsbedrifter. Dette gjør at incentivene og rolleforståelse ikke alltid er i samsvar med det fylkeskommunene trenger og hvor fylkeskommunen må løse oppgaver som normalt tas hånd om av opplæringskontor. Et eksempel på en slik situasjon er formidling av elever som står uten lære plass etter sommerferien. Siden opplæringskontorene normalt er de som har mest kontakt med bedriftene, kan det være vanskelig for fylkeskommunen å skaffe til veie nok og relevante lære plasser. Dermed blir flere viktige arbeidsoppgaver stående uløste. Det virker likevel som om fylkeskommunene har, eller er i ferd med å etablere, bedre ordninger og systemer for den formidlingen som foregår etter sommerferien.

OPPLÆRINGSKONTORENE ROLLE OG OPPGAVER

Om undersøkelsen

ANALYSEGRUNNLAG

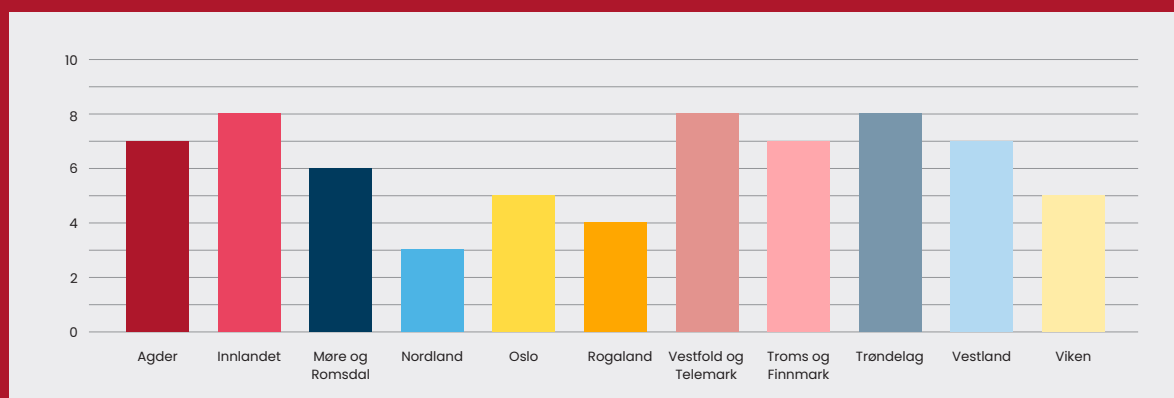
Kvantitativ undersøkelse: Utsendt til 148 opplæringskontor med en svarprosent på 48 prosent tilsvarende 68 respondenter.

Fem dybdeintervju med opplæringskontor: Utvalg fra Agder, Innlandet, Trøndelag, Viken og Vestland.

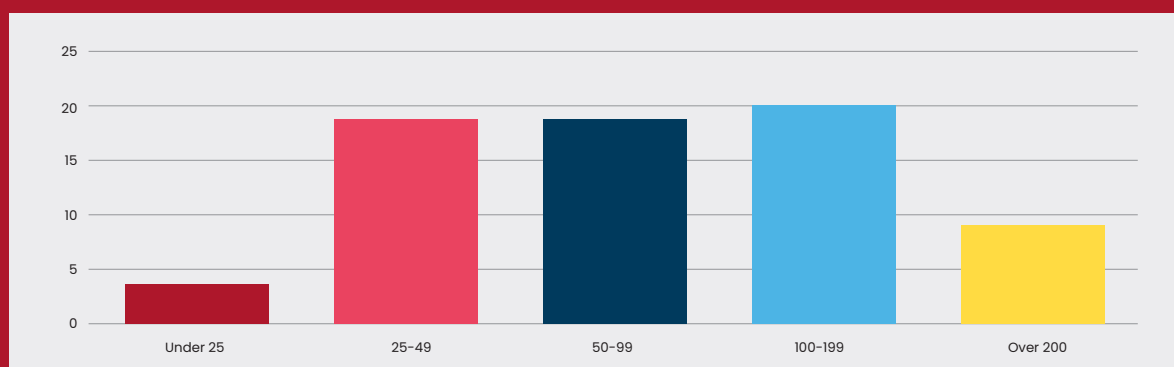
FORMÅL

Spørsmålene har blitt uformet for å avdekke hvordan opplæringskontorene jobber med rekruttering av lærebedrifter, samt hvordan de opplever samarbeidet med fylkeskommunen. Det har også vært vesentlig å avdekke gode eksempler og forslag til tiltak for å styrke rekrutteringsarbeidet.

UTVALG

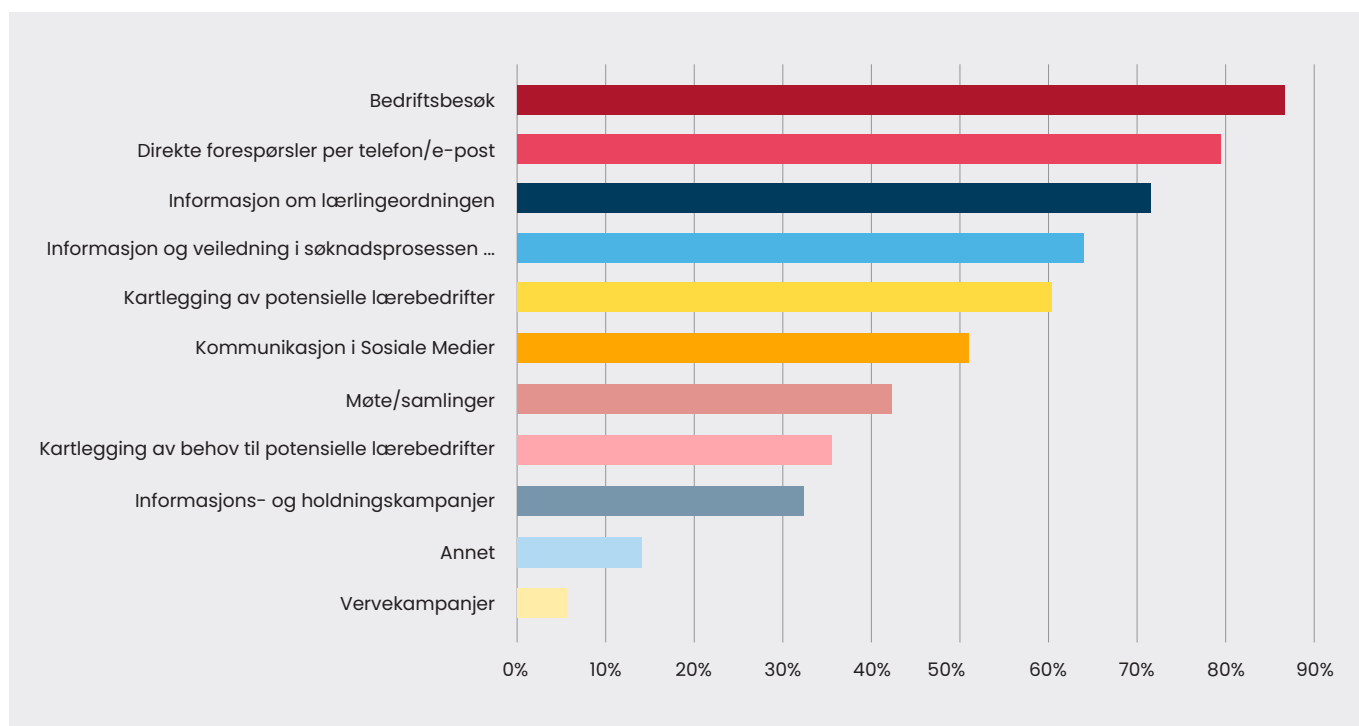


FIGUR 4 Opplæringskontor fordelt på fylke.



FIGUR 5 Opplæringskontor fordelt på antall medlemsbedrifter.

3.1 Opplæringskontorenes arbeid med rekruttering av lærebedrifter



FIGUR 6 Aktiviteter som gjennomføres av opplæringskontor for å rekruttere flere lærebedrifter.

De fleste opplæringskontor gjennomfører rekrutteringsarbeid gjennom hele året for å sikre et bredt tilbud av læreplasser. I sitt eget rekrutteringsarbeid oppgir nesten alle opplæringskontorene at de gjennomfører bedriftsbesøk (90%), foretar direkte forespørsler til aktuelle bedrifter (80%) og bidrar til å spre informasjon om lærlingeordningen (70%). Av andre aktiviteter er det noe variasjon mellom kontorene. Noen benytter kampanjer og sosiale medier aktivt, mens andre har større fokus på

å kartlegge behov og delta på møter/samlinger der potensielle lærebedrifter er til stede.

Samarbeid med skolen om YFF, tett dialog med eksisterende medlemsbedrifter med potensial for å ta inn flere lærlinger og annonsering i lokale kanaler som næringsmagasin, aviser og næringsforeninger er andre aktiviteter som enkelte opplæringskontor gjennomfører som en del av rekrutteringsarbeidet.

HVA ER VIKTIGST? OPPLÆRINGSKONTORENES VURDERING AV REKRUTTERINGSTILTAK

Det som opplæringskontorene selv gjør i rekrutteringsarbeidet sitt, er også det de mener er de mest effektive aktivitetene. Å ta direkte kontakt og oppsøke bedriftene individuelt anses som det viktigste. Opplæringskontorene understreker disse aktivitetene både i spørreundersøkelsen og i dybdeintervjuene. Som ett opplæringskontor formulerte det, så handler rekrutteringsarbeidet om «alltid å være på vakt» og at man er villig til å stoppe i «grøftekanten» og forhøre seg om bedriften kunne tenkt seg å ta inn lærling.

Informasjon og veiledning om lærlingeordningen og søknadsprosessen vurderes også som viktig eller veldig viktig av over halvparten av opplæringskontorene. «Mange bedrifter er nok ikke helt klare over hva slags ressurs det kan være å ha en lærling», forklarer et opplæringskontor, og viser til at lite kunnskap om hva det innebærer å ta del i lærlingeordningen er en betydelig barriere for å rekruttere nye lærebedrifter.

Flere opplæringskontor spesifiserer at tilstedeværelse i bedriftsnettverk, bransjeforeninger og andre relevante fora er en effektiv måte å oppsøke bedrifter på, og at disse også fungerer som viktige arenaer for å spre informasjon om lærlingeordningen. Over halvparten av opplæringskontoret mener at kartlegging av potensielle lærebedrifter og deres behov er viktig. Som ett opplæringskontor forklarte, jobbet de alltid med å kartlegge medlemsbedriftenes muligheter til å ta inn lærlinger rundt juletider, slik at opplæringskontoret kunne utarbeide en slags prognose for hva



Det handler om å alltid være på vakt, og å være villig til å stoppe i grøftekanten.

– OPPLÆRINGSKONTOR PÅ VESTLANDET

og hvor behovene kom til å melde seg i formidlingsfasen.

I dybdeintervjuene kom det også fram at opplæringskontorene erfarer at bedriftene kan ha dårlig oversikt over hvilke yrkesfaglige programområder de kan tilby lærlinger. De mener derfor at det er sentralt i det oppsøkende arbeidet at representanten fra opplæringskontoret, eventuelt fylkeskommunen, har god fagkunnskap selv. Da kan vedkommende bistå bedriften med å kartlegge hva bedriften kan tilby lære plass i, og hva de trenger hjelp med. Ofte har bedriftene et større mulighetsrom til å tilby lære plass enn de tror selv.

Rundt 30 prosent av opplæringskontorene mener også det er viktig med kommunikasjon i sosiale medier. Det er imidlertid stor variasjon i hvor viktig opplæringskontorene vurderer jevnlig kontakt med fylkeskommunen, og lære plassjegerne, men disse vurderes totalt sett som mindre viktige enn de andre aktivitetene.

AKTIVITETSTYPE	Gjennomsnittsverdi
Bedriftsbesøk	4,44
Direkte forespørsel per telefon/epost	4,37
Informasjon og veiledning i søknadsprosessen for å bli lærebedrift	4,25
Informasjon om lærlingeordningen	4,21
Kartlegging av potensielle lærebedrifters behov	3,75
Kartlegging av potensielle lærebedrifter	3,72
Kommunikasjon i sosiale medier	3,43
Jevnlig kontakt mellom opplæringskontorene og fylkeskommunen	3,32
Møter / samlinger	3,32
Informasjons- og holdningskampanjer	3,31
Vervekampanjer	2,81
Læreplassjeger i fylkeskommunen	2,68

TABELL 2 Gjennomsnittsverdi for opplæringskontorenes vurdering av viktigheten til rekrutteringsaktiviteter, der 1 er helt uviktig og fem er veldig viktig.



3.2 Opplæringskontorenes arbeid med formidling av elever til praksis og lære plass

FORMIDLING AV SØKERE TIL LÆREPLASS

Opplæringskontorene har en sentral rolle i formidlingen av søkere til lærebedrifter. Over 90 prosent av kontorene oppgir at de arbeider aktivt med å finne relevante lærebedrifter for søkere som ikke har fått lære plass i den normale formidlingsfasen. Dette er vesentlig arbeid også i rekrutteringsøyemed. I formidlingsfasen etter sommeren bidrar opplæringskontorene med utslagsgivende rekrutteringsarbeid for å skaffe til veie nok relevante lære plasser og lærebedrifter. Kun syv prosent av opplæringskontorene oppgir at de først og fremst henviser søkere uten lære plass til fylkeskommunen for videre oppfølging.

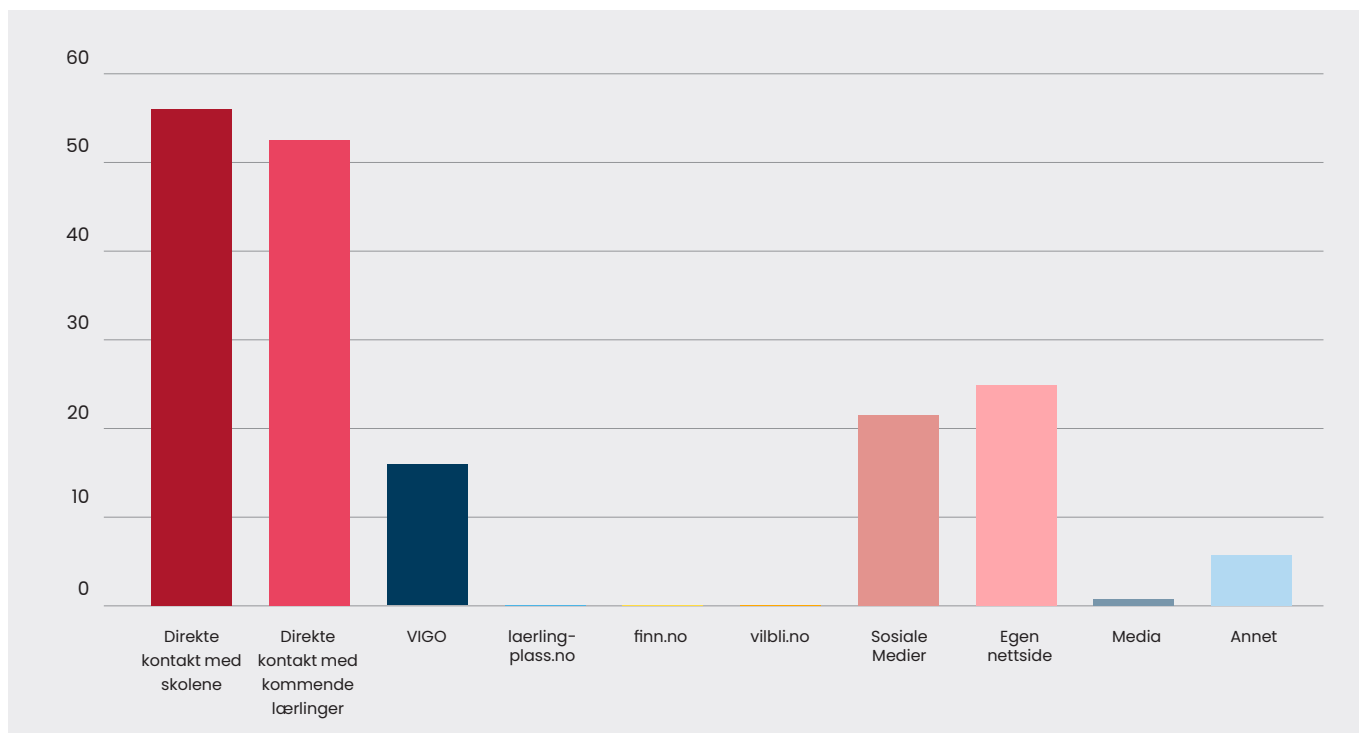
I formidlingsfasen arbeider opplæringskontorene helt konkret med å synliggjøre søkere for bedrifter som kan ta inn lærlinger, enten via direkte kontakt med bedriftene og søkerne eller ved at søkeren selv laster opp søknad på hjemmesiden til opplæringskontoret som medlemsbedriftene har tilgang til. Opplæringskontorene understreker at det er viktig at søkeren selv tar kontakt med aktuelle lærebedrifter for å vise motivasjon og interesse.

Noen opplæringskontor har også samlinger med søkere uten lære plass. Her gjennomføres det enkeltintervjuer og informeres om ledige lære plasser rett etter sommerferien. I undersøkelsen oppgir opplæringskontorene at direkte kontakt med skolene og kommende lærlinger er de mest brukte kanalene for å gjøre kjent ledige lære plasser.



Vi samler alle søkere uten lære plass i midten av august, der vi viser frem ledige lære plasser og har samtaler med hver enkelt elev. Dette har resultert at vi har funnet en løsning for alle som ønsket lære plass i 2020.

– OPPLÆRINGSKONTOR I ROGALAND



FIGUR 7 Kanaler opplæringskontorene benytter for å publisere ledige læreplasser blant sine medlemsbedrifter.

Andre kontor gjennomfører kurs i skolen, ringer alle relevante elever som står uten læreplass, og har oppfølgingsmøter etter at eleven har startet alternativ opplæring i Vg3. De fremhever tett samarbeid med formidlingskoordinatorer, skolene og NAV påpekes som viktig for at søkere uten plass skal bli formidlet til en lærebedrift.

Svarene tyder på at det er stor variasjon i måten opplæringskontor følger opp søkere uten læreplass. Det er i de tilfellene elevene får veiledning og personlig oppfølging at flest oppnår lærekontrakt. Fordi opplæringskontorene er mangfoldige, og fordi behovene innenfor hvert fagområde varierer, jobber de også forskjellige med dette. Noen steder, og innenfor enkelte fagområder, er det mindre behov for et opplæringskontor som er tett koblet på i siste delen av formidlingsfasen fordi antallet læreplasser betydelig overstiger antall elever innenfor faget. Da er det ofte lite som skal til av individuelt formidlingsarbeid for å sikre læreplasser til alle søkere.



Fylkeskommunen må bruke mer tid på å gi YFF-lærerne skikkelig opplæring.

– OPPLÆRINGSKONTOR I VIKEN

PRAKSIS OG YFF-FAGET

Nesten alle opplæringskontorene trekker fram utplassering gjennom YFF-faget som avgjørende både for rekruttering av nye lærebedrifter, og for å sikre at formidlingsfasen går mest mulig smidig. Begrunnelsen er at praksisplasser bidrar til at både bedrift og elev får testet ut hvordan samarbeidet mellom dem fungerer. En slik «prøvetid» kan senke terskelen for å ta inn lærling for bedrifter som er usikre på om de er villige til

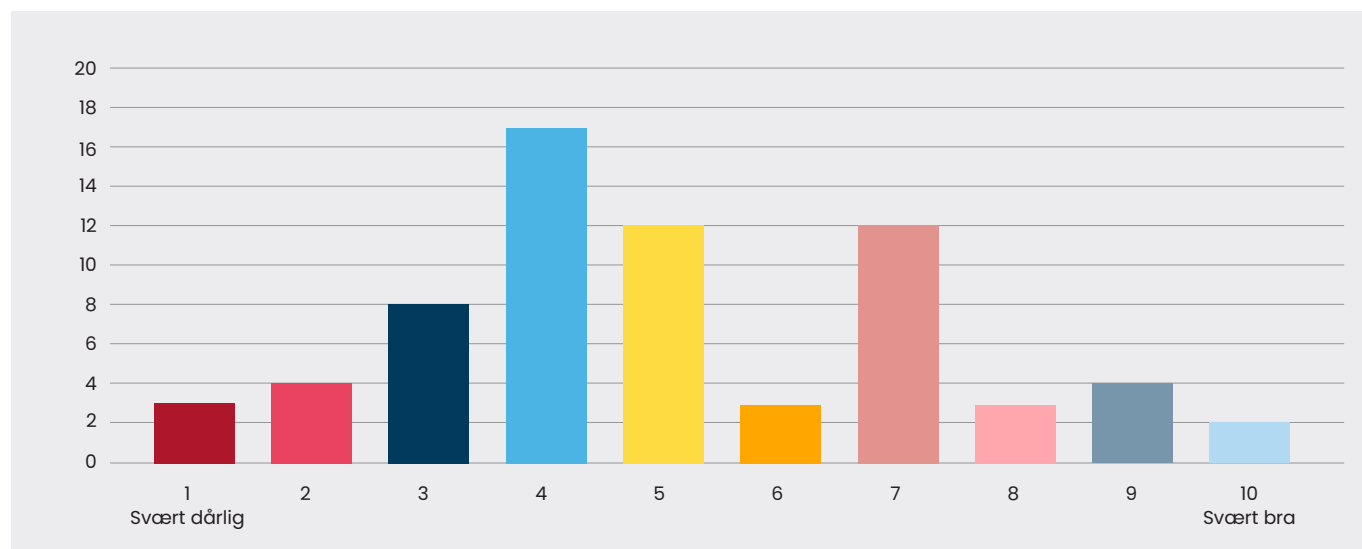


å ta på seg et mer omfattende opplæringsansvar. Samtidig gir det eleven et innblikk i hvorvidt de har valgt riktig faglig retning og om de har kommet til en bedrift de trives i. Opplæringskontorene trekker fram at dette er viktig også for å forebygge eventuelle gnisninger som kan oppstå når en bedrift tar inn en lærling de ikke kjenner.

Opplæringskontorene mener likevel det er et stort rom for forbedring når det kommer til praksis og YFF-faget, og da særlig hvordan skolen samarbeider med opplæringskontorene. De oppgir at skolen gjerne ikke har forberedt elevene godt nok på hva som kreves av dem når de er ute i bedrift, særlig med tanke på at praksisplassen etter hvert kan bli til en lære plass. At flere bedrifter får en god opplevelse med praksisperioden bidrar til at det vil være lettere å både rekruttere nye lærebedrifter og fremskaffe flere lære plasser i de eksisterende på et senere tidspunkt. Mange opplæringskontor uttrykker et ønske om å bli mer involvert i skolens arbeid med å forberede elevene på tiden i praksis og tiden i lære, selv om mange allerede er involvert i dette.

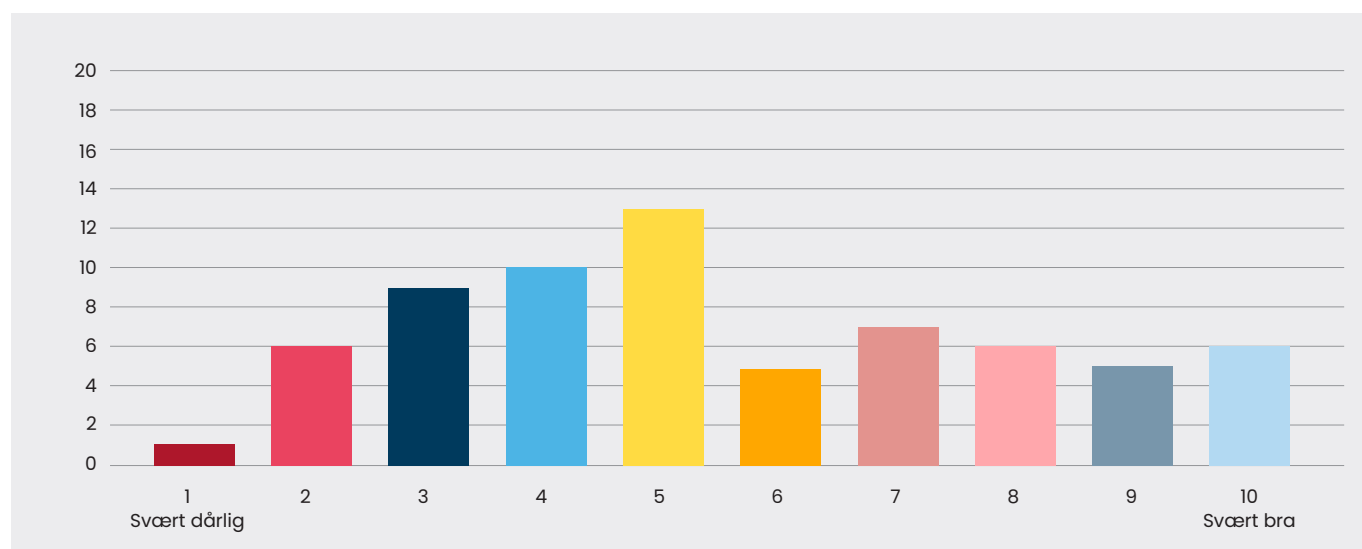
Enkelte opplæringskontor svarer også at erfaringene som elevene gjør seg når de er i praksis er viktig for opplæringskontorenes eget oppfølgingsarbeid av bedriftene. Ett av opplæringskontorene vi snakket med satt alltid av tid til å intervjuer elever som hadde vært på utplassering hos deres medlemsbedrifter for å høre hvordan de hadde opplevd det å være i praksis. Det hjelper opplæringskontoret med å bedre følge opp medlemsbedriftene, både når det kommer til å sikre høy kvalitet på opplæringen og at elevens rettigheter blir ivaretatt.

3.3 Opplæringskontorenes samarbeid med fylkeskommunen



FIGUR 8 Opplæringskontorenes vurdering av fylkeskommunens arbeid med rekruttering av lærebedrifter og fremskaffelse av læreplasser, der 1 er svært dårlig og 10 er svært bra.

Det er stor variasjon i hvordan opplæringskontorene vurderer fylkeskommunes arbeid med rekruttering av lærebedrifter og fremskaffelse av læreplasser. I gjennomsnitt oppleves arbeidet som verken bra eller dårlig (5). Av disse vurderer hele 47 prosent rekrutteringsarbeidet som under middels (1-4) og 35 prosent vurderer det som bra (mellom 6-10).



FIGUR 9 Opplæringskontorenes vurdering av samarbeidet og rollefordeling med fylkeskommunen, Skala: 1-10, der 1 er svært dårlig og 10 er svært bra.



Fast kontaktperson er nøkkelen til godt samarbeid med fylkeskommunen.

– OPPLÆRINGSKONTOR I AGDER

Det er også stor variasjon i hvor godt opplæringskontorene vurderer samarbeidet med fylkeskommunen. 20 prosent opplever samarbeidet som verken bra eller dårlig (5), 42 prosent svarer at samarbeidet er bra (6–10) mens 38 prosent opplever det som dårlig (1–4). Samlet sett ligger gjennomsnittet på middels (5,5).

Spørreundersøkelsen viser at hvilken fylkeskommune opplæringskontoret tilhører har mye å si på hvor fornøyde de er med samarbeidet og rollefordelingen. Noen fylkeskommuner får gjennomgående gode skussmål for sitt arbeid, mens andre blir ofte kritisert. Dybdeintervjuene, spesielt med de opplæringskontorene som samarbeider med flere fylkeskommuner, bekreftet dette inntrykket. Flere opplæringskontor uttrykte frustrasjon med at noen fylkeskommuner henger etter selv på sine mest grunnleggende arbeidsoppgaver, som godkjenning av lærekontrakter og fagprøver, og at dette gjør arbeidet til opplæringskontorene, bedriftene og lærlingene vanskeligere. De samme opplæringskontorene har erfaring med at andre fylkeskommuner klarer dette arbeidet på en «plettfri» måte.

Mange opplæringskontor har erfart at regionreformen har gjort samarbeidet med fylkeskommunen ekstra vanskelig det siste året. Der mange opplæringskontor tidligere hadde god kjennskap til fagopplæringsseksjonen har omstruktureringer gjort at noen ikke vet hvilken person i

fylkeskommunen de skal forholde seg til. Dette har vanskeliggjort kommunikasjonen og ført til at viktige avklaringer har tatt lengre tid enn planlagt, og opplæringskontorene uttrykker et ønske om å ha én fast person i fylkeskommunen å forholde seg til. Opplæringskontorene som tok opp dette erfarer likevel at dette har forbedret seg i løpet av året, etter hvert som fylkeskommunen har rukket å stable en ny organisasjon på beina.

Koronapandemien har gjort arbeidet til opplæringskontorene og fylkeskommunen utfordrende ved at mange lærlinger har blitt permittert og at bedriftene er mindre villige til å ta inn lærlinger. Likevel opplyser flere opplæringskontor om at situasjonen har hatt positive bieffekter. Fordi det har blitt større behov for samhandling mellom aktørene i lærlingeordningen, har flere fylkeskommuner opprettet nye fora og innkalt til mer hyppige digitale møter. Flere opplæringskontor har opplevd dette som svært positivt og mener at disse bør videreføres selv etter pandemien.

Når det kommer til selve rekrutteringsarbeidet, uttrykker noen opplæringskontor frustrasjon over man jobber for mye parallelt med fylkeskommunen. De oppgir at det ikke er noen særlig koordinering mellom fylkeskommunen og opplæringskontorene på hvilke bedrifter som har blitt oppsøkt, og at de med fordel kunne etablert samarbeidsarenaer for dette.

3.4 Øvrige funn

Når det kommer til kommunikasjonsarbeidet for å rekruttere flere lærebedrifter mener opplæringskontorene det er særlig viktig å vektlegge hvordan lærlingeløpet er kanal til rekruttering av ny arbeidskraft. Et viktig budskap er også å fremheve at godkjente lærebedrifter kan gi konkurransefortrinn gjennom at de signaliserer kvalitet og attraktivitet. Samtidig understreker flere opplæringskontor at det er viktig å tydeliggjøre pliktene man har som lærebedrift og synliggjøre støtten som bedriftene kan få fra et opplæringskontor til å oppfylle kravene. Å være medlem av et opplæringskontor kan senke terskelen for å bli lærebedrift og «risikoen» knyttet til å ta inn lærling.

Noen opplæringskontor mener også økt bruk av sosiale medier i perioden mellom nyttår og sommeren, der gode eksempler på lærebedrifter, kontraktinngåelser og fagprøver vektlegges, kan bidra positivt til rekrutteringen. Å løfte fram og skryte av det gode arbeidet som gjøres av faglige ledere og instruktører blir sett på som spesielt viktig. I tillegg sier flere at det er et stor potensial i å fremsnakke yrkesfag generelt, spesielt i de arenaene hvor foreldre og arbeidsgivere er til stede.

Til tross at mange opplæringskontor mener det er flere forbedringspunkter i arbeidet med rekruttering av lærebedrifter, sier også flere at det er andre faktorer som bør vektlegges høyere. Dette gjelder spesielt potensialet for å fremskaffe flere læreplasser i eksisterende lærebedrifter. Noen



Bedriftene har jo ikke så mye tid, så det oppsøkende arbeidet er det eneste som gjelder. Fagopplæringa i fylkeskommunen har blitt flinkere, og jeg får innimellom beskjed om å besøke bedrifter om de ikke rekker det selv.

- OPPLÆRINGSKONTOR I VIKEN



mener også at arbeidet bør fokusere på å få flere til å velge yrkesfag gjennom riktig dimensjonering for å sikre at det er nok kvalifiserte søkere til eksisterende lærebedrifter. Økt simulerings- og lærlingtilskuddet nevnes også av enkelte som en viktig faktor for å fremskaffe flere lærebedrifter.

3.5 Oppsummering av hovedfunn

Opplæringskontorenes arbeid med frem-skaffelse av flere lærebedrifter og lære-plasser varierer basert på en rekke faktorer som størrelse, bransjetilhørighet og hvor god dimensjoneringen er av det yrkesfaglige studietilbudet. Det er særlig opplæringskontorene som opererer innenfor én bransje som står godt plassert til å drive rekruttering. De kjenner næringen og har den faglige kunnskapen nødvendig til å vite hva en bedrift kan tilby av opplæring, og hva de eventuelt måtte ha behov for av støtte. Opplæringskontorene som i større grad ser på det som sitt ansvar å sikre en god formidling og kvalitet i fagopplæringen, og dermed ikke fokuserer utelukkende på at de er eid av medlemsbedrifter, synes å være best egnet til å drive rekruttering og sikre best mulig læretid for lærlingene.

Blant opplæringskontorene som er mest engasjert i rekrutteringsarbeidet, bruker storparten mye av sin tid på oppsøkende virksomhet, både til eksisterende og potensielle medlemsbedrifter. Det er stor enighet om at det er gjennom dette arbeidet at flest lære-plasser skapes. Flere besøker også skoler for å forberede yrkesfageleven til tiden i lære, opplyse om ledige lære-plasser samt bistå med formidling og rekruttering til praksisplasser.

Når det kommer til samarbeidet med fylkeskommunen, opplever mange et stort rom for forbedring. Selv om opplæringskontorene generelt er lite til middels tilfreds med fylkeskommunens rekrutteringsarbeid, ligger den største frustrasjonen i at enkelte fylkeskommuner sliter med å gjennomføre oppgavene de er alene om å kunne utføre.



BEDRIFTENES ERFARINGER OG KJENNSKAP TIL LÆRLINGEORDNINGEN

Om undersøkelsen

ANALYSEGRUNNLAG

1. Kvantitativ undersøkelse: Utsendt til 186 bedrifter som har registrert sin interesse for å bli lærebedrift. 52 besvarte i sin helhet, 18 deler av undersøkelsen. Totalt 70 respondenter.

2. Fem dybdeintervju med bedrifter: Utvalg fra Agder, Innlandet, Trøndelag, Møre og Romsdal, og Viken. Alle hadde registrert sin interesse for å bli lærebedrift på læreplassjeger.no.

3. Opinionsundersøkelse utført av Norstat via telefon med et representativt utvalg på 600 norske private bedrifter.

FORMÅL

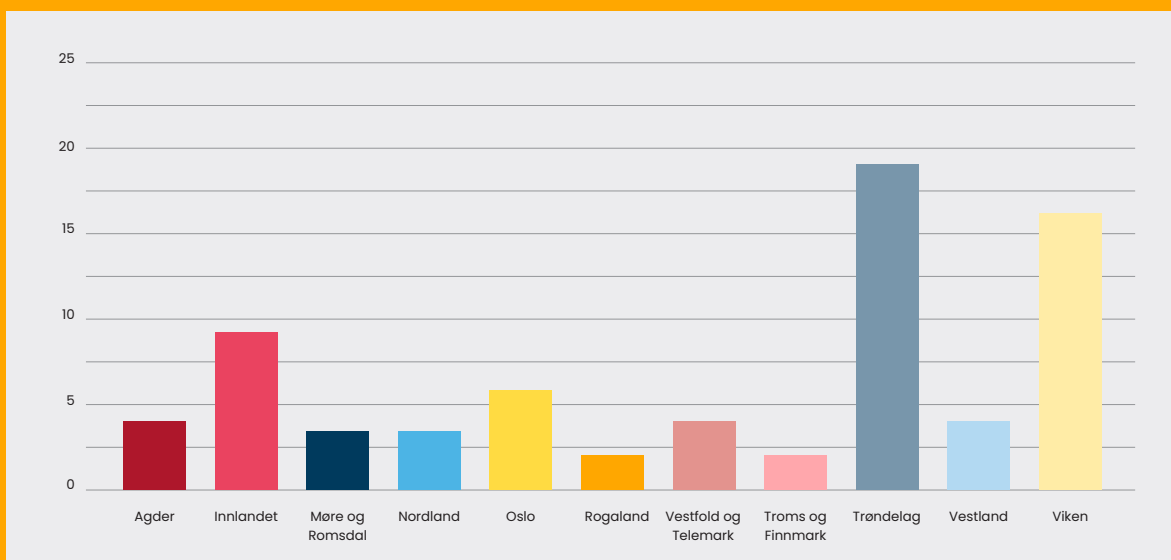
Formålet med undersøkelsen er å få et innblikk i erfaringene til de som direkte har tatt kontakt med fylkeskommunen med ønske om å bli lærebedrift. Spørsmålene er utformet for å avdekke kontakten med fylkeskommunen gjennom hele rekrutteringsprosessen, altså fra bedriftene har meldt sin interesse til de eventuelt har blitt lærebedrift med lærling. I dette inngår også hvorvidt bedriftene har blitt møtt på en god måte av fylkeskommunene, for eksempel når det kommer til minimumskriterier for god «service», slik som svartid, kontaktflater, osv.

I tillegg til inngående intervjuer og undersøkelser av bedrifter som har meldt sin interesse om å ta inn lærling har det vært viktig for rapporten å undersøke i hvilken grad næringslivet som sådan har god kjennskap til lærlingeordningen. Denne delen er dekket i underkapittel 4.2 «Næringslivets kjennskap til lærlingeordningen».

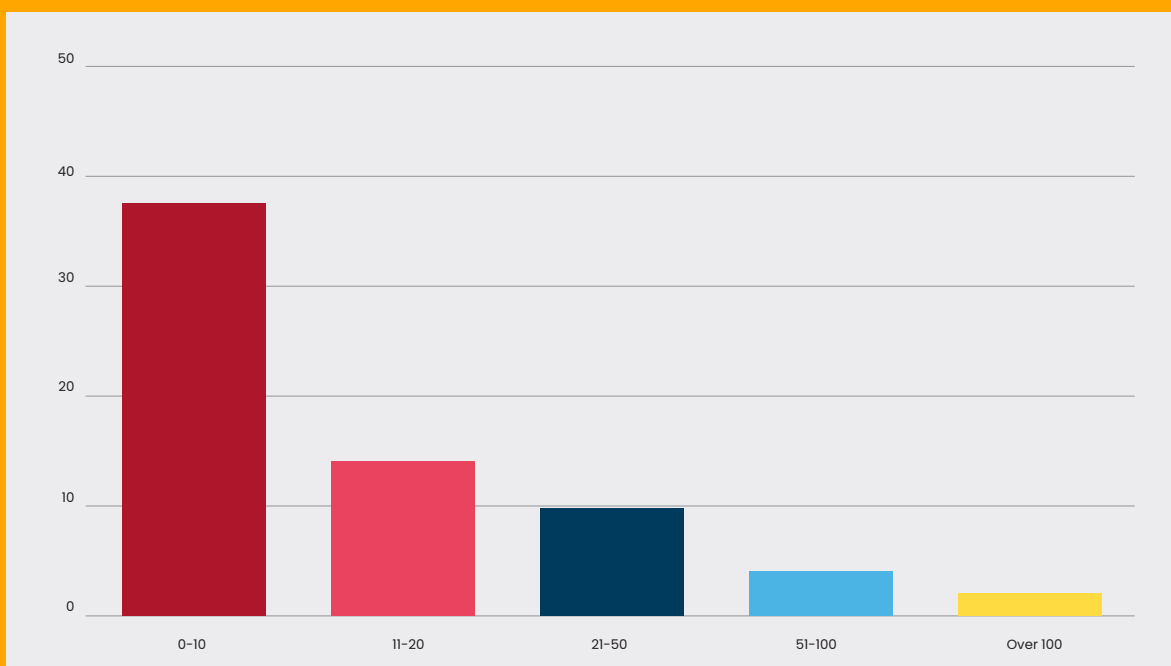
BEMERKNINGER

Utvalget fra den kvantitative undersøkelsen med interesserte bedrifter har noe ujevn fordeling på fylkestilhørighet, med en overvekt på særlig Trøndelag. Det er også flest bedrifter med mellom 1–10 ansatte. Dette kan ha påvirket svarene. Noen bedrifter har kun fullført deler av undersøkelsen. For å få et best mulig innblikk i erfaringer med fylkeskommunen har vi valgt å inkludere disse.

UTVALG



FIGUR 10 Bedriftene fordelt på fylke.



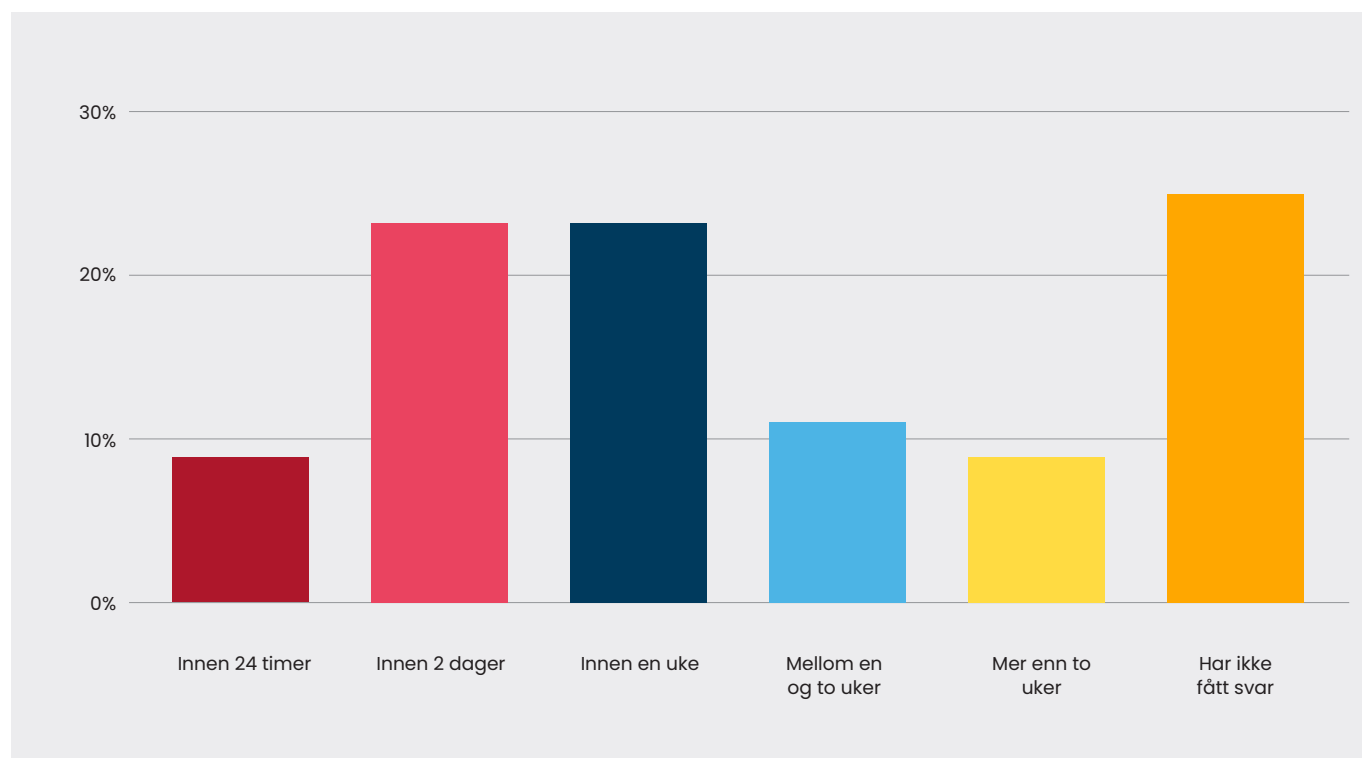
FIGUR 11 Bedriftene fordelt på antall ansatte.

4.1 Bedrifters erfaring med fylkeskommunen

KONTAKT MED FYLKESKOMMUNEN GJENNOM LÆREPLASSJEGER-KAMPANJEN

En del av Læreplassjeger-kampanjen fungerer slik at interesserte bedrifter besøker læreplassjeger.no og registrerer sin interesse for å bli lærebedrift, eventuelt med ønske om kontakt med fylkeskommunen for å mer informasjon om lærlingeordningen. De oppgir blant annet informasjon om hvilket område de ønsker lærling innenfor. Intensjonen er at læreplassjeger i fylkeskommunen raskt skal ta kontakt for å inngå en dialog om prosessen videre.

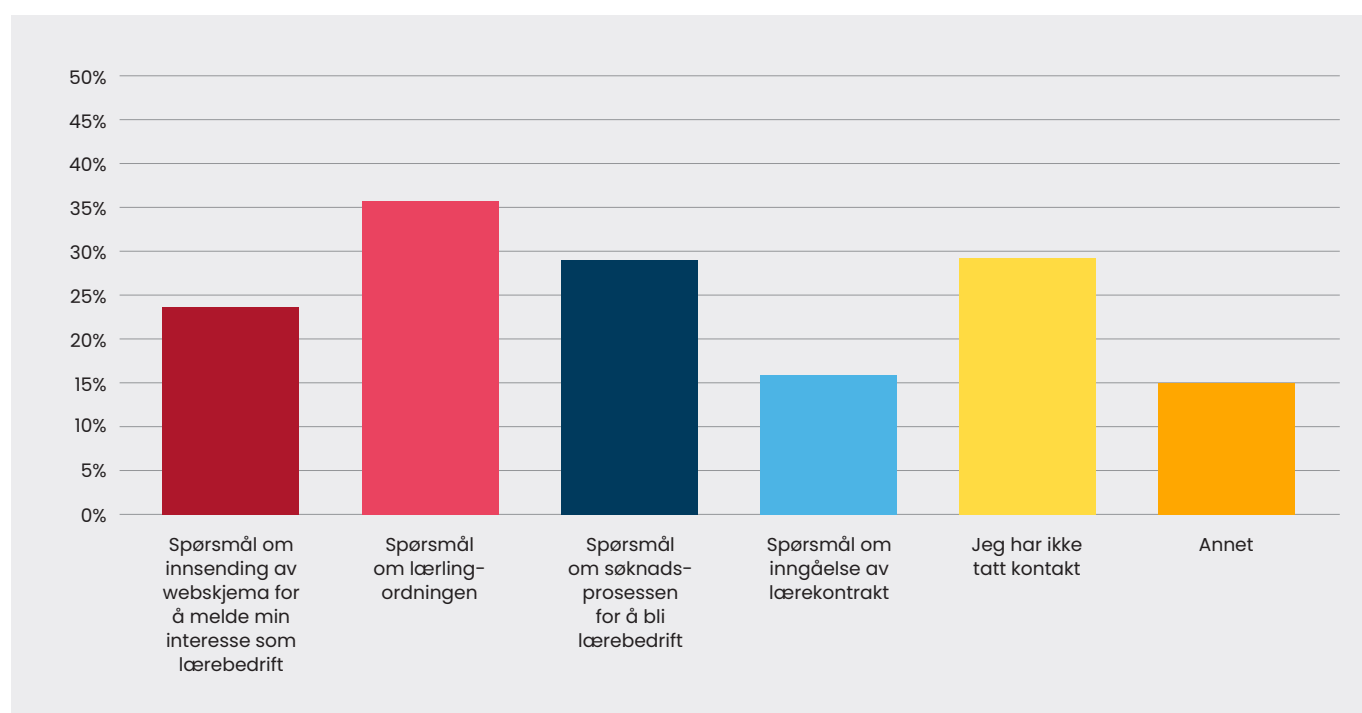
Det kommer frem fra undersøkelsen at det er stor variasjon mellom når bedriftene har blitt kontaktet av fylkeskommunen etter de har registrert sin interesse som lærebedrift. Selv om majoriteten har blitt kontaktet innen en uke, oppgir også en fjerdedel at de ikke har fått svar i det hele tatt. De som oppgir å ikke ha fått svar, tilhører syv av elleve fylkeskommuner. Det er altså et gjennomgående problem i hele landet, at mange bedrifter ikke har blitt fulgt opp etter at de har bedt om kontakt med læreplassjeger i fylkeskommunen.



FIGUR 12 Svartid etter innsendt webskjema på læreplassjeger.no, N=56.

Over halvparten av bedriftene i undersøkelsen oppgir at de ikke vet hvor mange personer fra fylkeskommunen de forholder seg til, mens 40 prosent oppgir at de har vært i kontakt med én fast person. I intervjuene med bedriftene kommer det også fram at det er et ønske om å forholde seg til én fast person i fylkeskommunen for å bedre kommunikasjonen. Dette er særlig viktig for små bedrifter med mindre administrativ kapasitet.

To tredeler av bedriftene i utvalget oppgir at de har hatt for lite kontakt med læreplassejeren i fylkeskommunen, og kun én tredel mener de har hatt nok kontakt. Ingen mener at de har hatt for mye kontakt med fylkeskommunen, altså at de har blitt «pushet» for mye til å ta inn lærling. Sett i sammenheng indikerer disse funnene at oppfølgingen fra fylkeskommunen har vært mangelfull. Dette gjelder selv blant de bedriftene som opplevde at fylkeskommunen tok rask kontakt etter de hadde meldt sin interesse.



FIGUR 13 Forbindelser bedriften har vært i kontakt med læreplassejere i fylkeskommunen, N=56.

Det er også stor variasjon i hvilke situasjoner bedriftene har vært i kontakt med fylkeskommunen. Bedriftene har spørsmål om alt fra lærlingeordningen generelt til prosessen rundt å bli godkjent som lærebedrift eller det å inngå lærekontrakt. Det er altså et stort informasjonsbehov blant de mulige lærebedriftene. Direkte kontakt med fylkeskommunen eller opplæringskontor er en betydningsfull informasjonskanal.

Blant de som svarer «annet» gjentar flere at de ikke har blitt kontaktet av fylkeskommunen. Én oppgir at bedriften har vært i kontakt med en seniorrådgiver i fylkeskommunen, men ble henvist til digitalt søknadsskjema for å bli godkjent lærebedrift. Vedkommende opplevde at fylkeskommunen hadde «liten interesse» i at bedriften skulle bli lærebedrift.

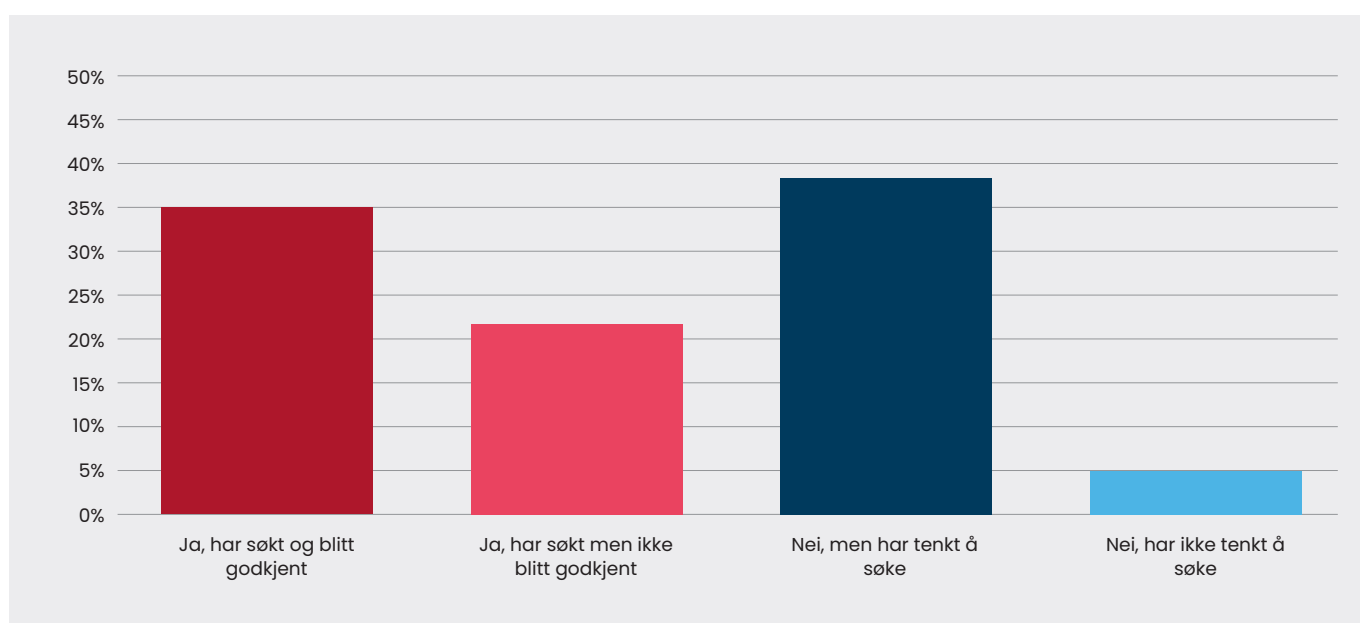
PROSESSEN FOR Å BLI GODKJENT LÆREBEDRIFT

95 prosent av bedriftene opplyser at de har blitt eller har intensjon om å bli lærebedrift. Blant disse har litt over en tredjedel allerede blitt godkjent lærebedrift. Litt over 20 prosent har søkt, men venter enten på svar eller har fått avslag. Blant de som ikke har søkt har de aller fleste intensjon om å gjøre det. Læreplassjeger-kampanjen har derfor bidratt til flere lærebedrifter.



Jeg hadde forberedt meg på en lang og byråkratisk prosess, men vi ble godkjent kun etter noen få uker.

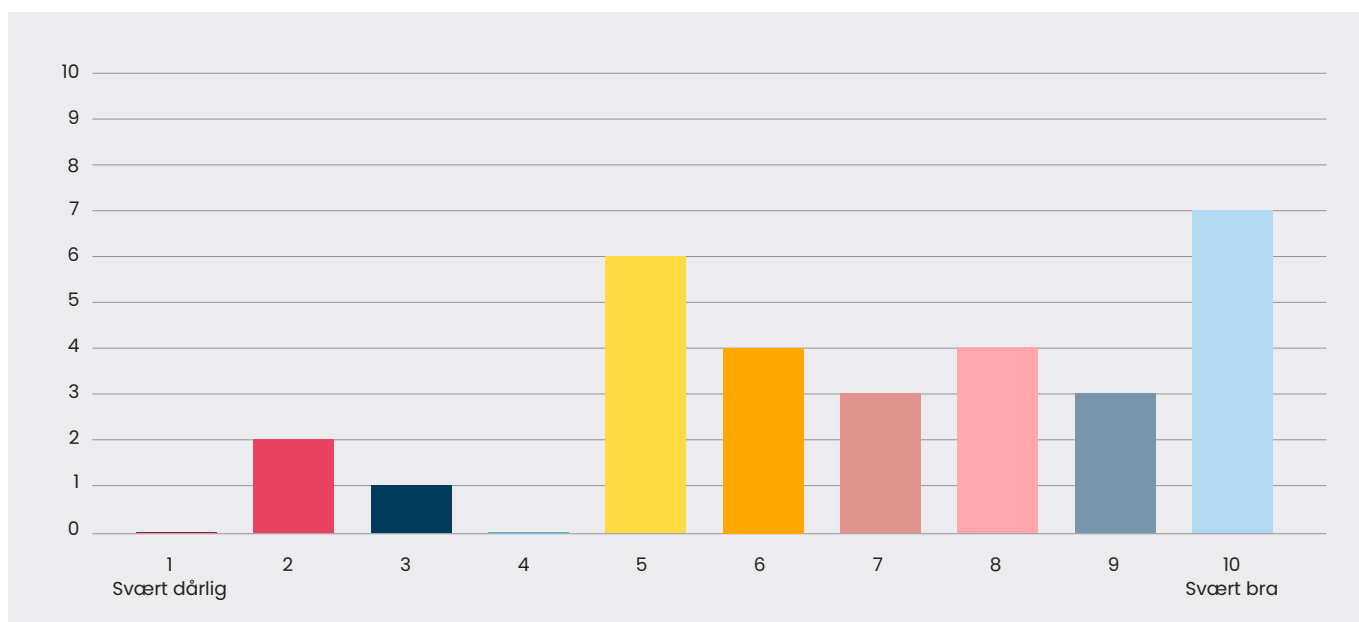
– LÆREBEDRIFT I INNLANDET



FIGUR 14 Antall bedrifter som har blitt eller har intensjon om å bli lærebedrift, N=55.

Blant de som har søkt om å bli lærebedrift (n=30) oppgir de aller fleste å være middels til svært fornøyd med godkjenningssprosessen. Selv når vi kun ser på dem som søkte om godkjenning, men ikke fikk den eller venter på godkjenning, er bedriftene i utvalget fornøyd med hvor oversiktlig og enkelt det var å søke om godkjenning. Det fremkom imidlertid fra dybdeintervjuene at flere bedrifter på forhånd hadde et inntrykk av at slike formelle prosesser kom til å være tunge og tidskrevende. De var derfor positivt overrasket over hvor uproblematisk det var å søke om godkjenning.

I dybdeintervjuene med fylkeskommunene oppga også de at søknadsprosessen for å bli lærebedrift har forbedret seg vesentlig de siste årene. Særlig etter å ha fått på plass nye nettsider, gjerne etter fylkessammenslåinger, har alt blitt digitalt og oversiktlig for alle involverte parter. Vår egen gjennomgang av fylkeskommunens søknadsskjema viser at dette stemmer, og at fylkeskommunene tilbyr god informasjon på dette stadiet av å bli lærebedrift. Dette gjør de ved å for eksempel tilby maler for intern læreplan. I tillegg er informasjon om instruktørkurs og krav til faglig leder lett tilgjengelig.



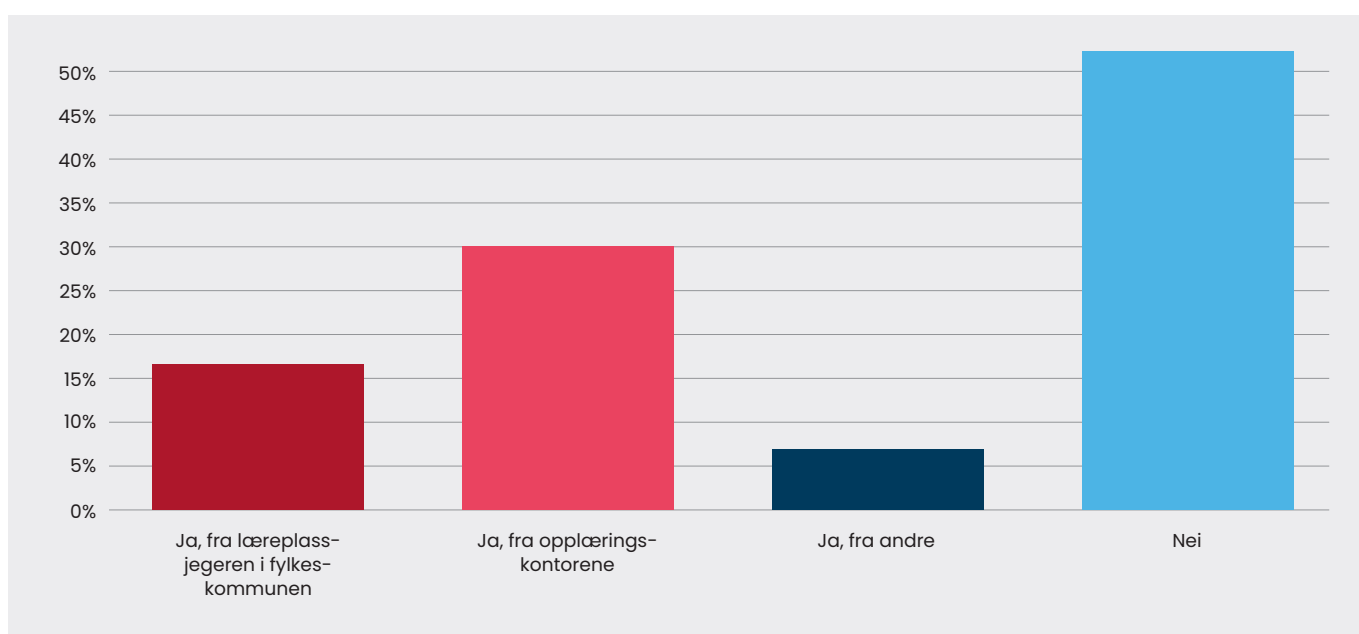
FIGUR 15 Bedriftens opplevelse av søknadsprosessen for å bli lærebedrift, der 1 er svært vanskelig/uoversiktlig og 10 er svært enkel/oversiktlig, N=30.



Hadde jeg visst om alle fordelene rundt lærlingordningen tidligere, hadde jeg blitt lærebedrift for lenge siden.

– LÆREBEDRIFT I VIKEN

Blant de som har søkt om å bli lærebedrift oppgir litt over halvparten at de gjorde det selv. Opplæringskontorene og fylkeskommunen bistod litt under halvparten. Blant bedriftene vi intervjuet hadde de fleste fått viktig bistand fra opplæringskontorene i godkjenningsprosessen.

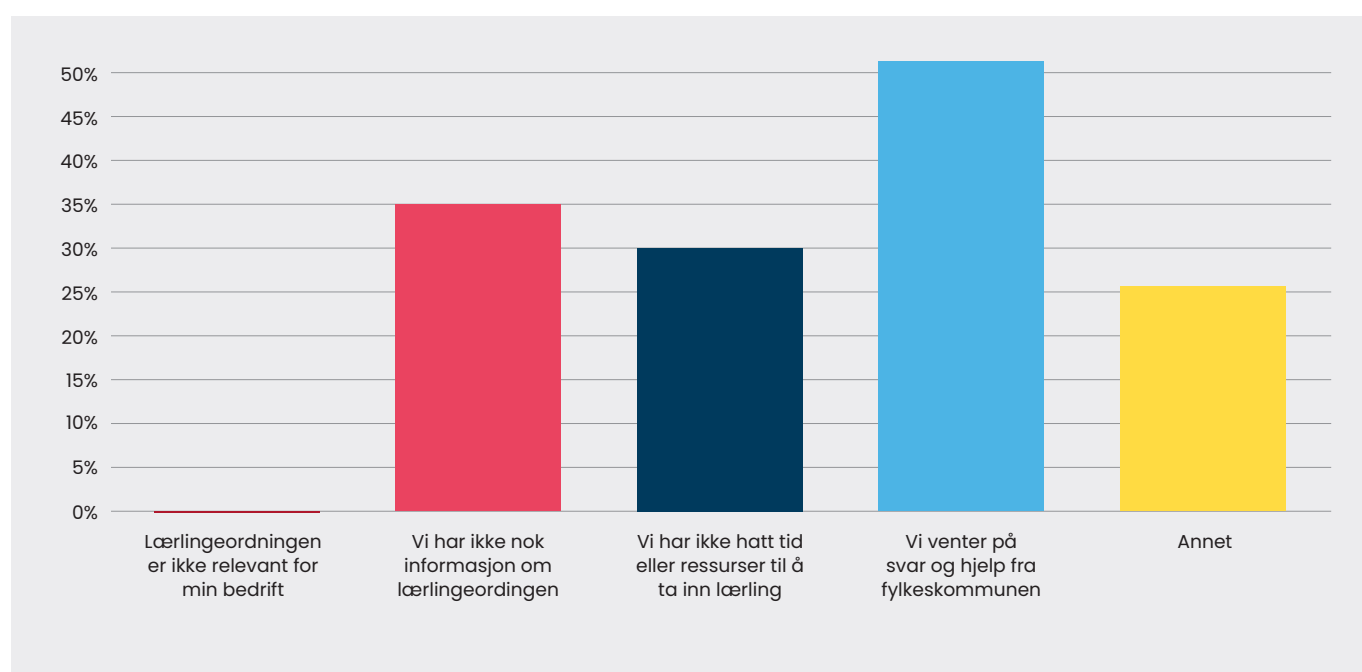


FIGUR 16 «Fikk du bistand i søknadsprosessen?», N=30.

Blant bedriftene som ikke har søkt om å bli lærebedrift oppgir ingen at de har unnlatt å gjøre det fordi lærlingeordningen ikke er relevant for sin bedrift. Det er heller for lite kunnskap om lærlingeordningen, samt behov for hjelp fra fylkeskommunen, som bedriftene oppgir som årsakene til at de ikke har søkt om å bli lærebedrift. Fra dybdeintervjuene var det også en majoritet av lærebedrifter som opplyste om at de hadde blitt med tidligere hvis de hadde hatt mer informasjon om lærlingeordningen eller fått en direkte henvendelse. En tredel oppgir også at de ikke har hatt tid eller ressurser til å ta inn lærling. Én bedrift påpeker også at det er «mye

vanskelig å sette seg inn i» og at de hadde «forventet at fylkeskommunen tok mer kontakt når det er ønske om flere lærebedrifter».

Én bedrift vi har snakket med ble direkte frarådet å søke godkjenning av fylkeskommunen. Bedriftslederen hadde uttrykt sterkt ønske om å ta inn lærling, og han hadde selv erfaring med yrkesfaglig opplæring gjennom undervisning på skole. Vedkommende fikk imidlertid beskjed om at det «ikke var vits» i å gå videre med å bli lærebedrift siden det per nå ikke var noen som søkte etter lære plass i murerfaget i hans område.



FIGUR 17 Årsaker til at bedriften ikke har søkt om å bli lærebedrift, N=23.

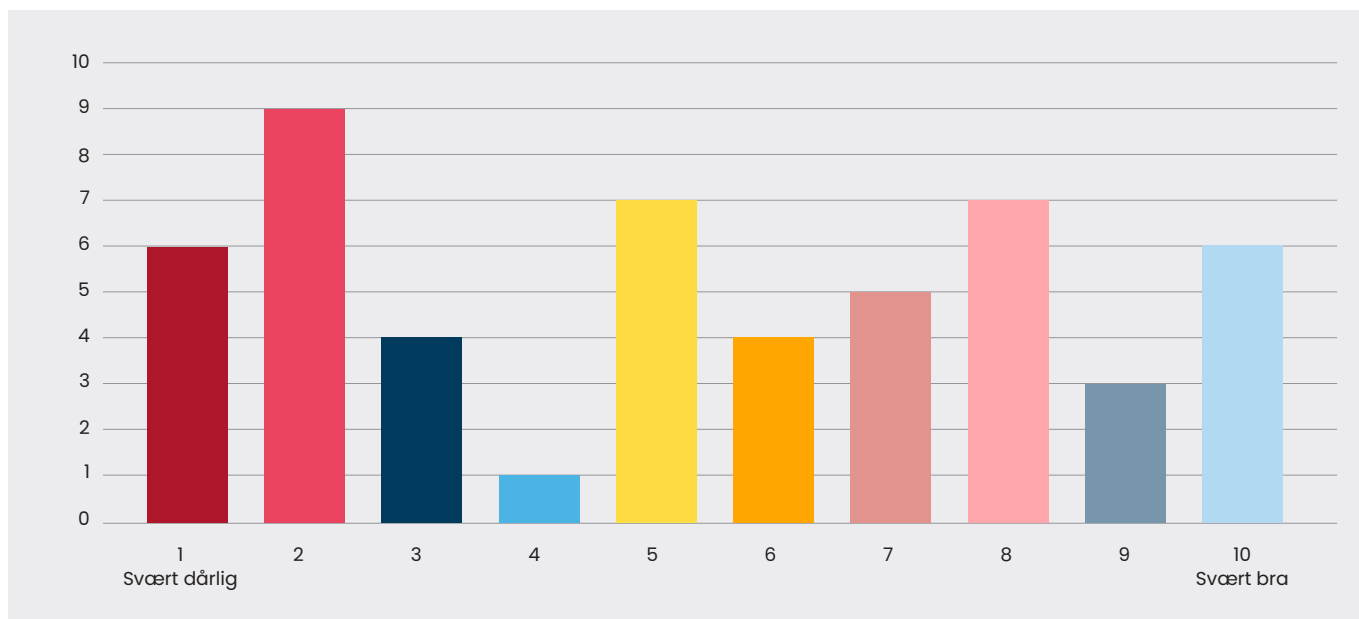


Jeg tror flere hadde blitt lærebedrift ved å ufarliggjøre den administrative byrden med å bli lærebedrift og fremheve støtten opplæringskontorene tilbyr i prosessen.

– BEDRIFT I AGDER

OVERORDNET TILFREDSHET

Den overordnede tilfredsheten med lære plassjeger i fylkeskommunen svært varierende. I gjennomsnitt vurderer bedriftene kontakten med fylkeskommunen til 5,33. Bedrifter som ble kontaktet av fylkeskommunen innen to uker, oppgir høyest tilfredshet med fylkeskommunen (se tabell 3 under).



FIGUR 18 Bedriftenes helthetsvurdering av kontakten med læreplassjegeren i fylkeskommunen, der 1 er svært dårlig og 10 er svært bra, N=52.

Utvalg	Gjennomsnittlig tilfredshet
Alle (N=52)	5,33
Bedrifter med 1-10 ansatte (N=23)	5,0
Bedrifter som har søkt om godkjenning (N=30)	5,17
Bedrifter som ikke har søkt om godkjenning (N=22)	5,55
Bedrifter som ble kontaktet innen to uker (N=33)	6,58

TABELL 3 Gjennomsnittsverdi av bedriftenes tilfredshet med fylkeskommunen fordelt på ulike grupper.

OPPSUMMERING AV HOVEDFUNN

De fleste bedriftene i utvalget er fornøyd med hvor oversiktlig godkjenningsprosessen er, men mindre fornøyd med oppfølgingen fra fylkeskommunen i perioden før godkjenning er aktuelt. Totalt sett antyder dette at de fleste fylkeskommuner har orden på godkjenning av lærebedrifter, som er en ansvarsoppgave som formelt sett og utelukkende ligger hos dem. Det er derimot et forbedringspotensial når det kommer til oppfølging av bedrifter

som har uttrykket interesse for å ta del i lærlingeordningen.

Bedriftene påpeker også et ønske om at fylkeskommunen skal «ta opp tråden som avtalt» og være «mer konkret og aktiv». Flere beskriver kontakten som «tilfeldig» og som lite målrettet mot at bedriften skulle bli lærebedrift, og at de opplever at de mangler informasjon om lærlingeordningen som sådan. Flere etterspør også mer aktiv hjelp til å finne en lærling som passer til sin bedrift.

4.2 Næringslivets kjennskap til lærlingeordningen

Blant bedriftene i utvalget oppgir 38 prosent at de har lærlinger, hvorav fem prosentpoeng sier de kunne tatt inn flere. Likevel svarer hele 59 prosent av bedriftene at lærlingeordningen er relevant for sin bedrift. Hvis vi trekker fra de som allerede har lærling, og som ikke oppgir at de kan ta inn flere, står vi igjen med 26 prosent av det totale utvalget som tror lærlingeordningen er relevant for sin bedrift, men som enten ikke har lærling eller kunne tatt inn flere.

Dette tilsier at omtrent $\frac{1}{4}$ av bedriftene, i teorien, kunne tilbudt læreplasser som ikke eksisterer i dag. Det er mange blant disse som oppgir at de ikke har sysselsetting eller kapasitet til å ta inn lærling, særlig i koronatider, og som ellers har rimelige grunner til å ikke bli lærebedrift. Tallet er likevel så stort at vi kan konkludere med at det er et betydelig potensial for å rekruttere flere lærebedrifter og læreplasser blant norske bedrifter.



**Opptil $\frac{1}{4}$ av
norske bedrifter
kunne tilbydd
læreplasser
som ikke
eksisterer i dag.**

Besitter bedriften din yrkesfagkompetanse og har dere lærling(er)? N=600	
Ja, og vi har lærling(er)	33%
Ja, og vi kunne tatt inn flere lærlinger	5%
Ja, men vi har ikke lærling for tiden	29%
Nei	33%

TABELL 4 Kilde: Norstat (2020)

Hvilken påstand er du mest enig i? N=600	
Vi kjenner godt til lærlingeordningen, og tror/vet at den er relevant for vår bedrift	49%
Vi kjenner godt til lærlingeordningen, og tror/vet at den ikke er relevant for vår bedrift	22%
Vi kjenner ikke så godt til lærlingeordningen, men tror/vet at den er relevant for vår bedrift	10%
Vi kjenner ikke så godt til lærlingeordningen, men tror/vet at den ikke er relevant for vår bedrift	18%

TABELL 5 Kilde: Norstat (2020)

Det er en utfordring å direkte måle kunnskap om lærlingeordningen, siden det ofte er et gap mellom hva en bedrift tror de vet, og hva som faktisk er tilfellet. Likevel, blant bedriftene som oppgir å ha arbeidskraft med yrkesfaglig kompetanse, men ikke har lærling, svarer 34% at de har lite kjennskap til den. Tallet er nok i realiteten høyere. Dybdeintervjuene, spesielt med opplæringskontorene og lærlingene, avdekket at mange bedrifter ikke er klare over hvilke fag de kan tilby lære i, og flere bedrifter tror feilaktig at de er en del av en sektor hvor lærlingeordningen ikke er relevant.

Dybdeintervjuene avdekket at bedriftene

har en tendens til å overvurdere kostnadene knyttet til å ta inn lærling, og undervurdere fordelene. I tillegg er det et betydelig antall som allerede har lærling, men som mener de kunne tatt inn flere. Basert på Norstat-undersøkelsen konkluderer rapporten med at svært mange bedrifter, som ikke gjør det i dag, kunne tilbydd lære plass. Med bakgrunn i erfaringene til særlig opplæringskontorene, konkluderer rapporten også med at mange bedrifter har for lite kunnskap om lærlingeordningen. Bedre informasjon om lærlingeordningen er et viktig rekrutteringstiltak i seg selv, samtidig som det gjør andre former for rekruttering enklere.



**Minst 1/3 av
bedrifter med
yrkesfaglig
arbeidskraft har
lite kjennskap til
lærlingeordningen.**

LÆRLINGENES SYN PÅ REKRUTTERING AV NYE LÆREBEDRIFTER OG FORMIDLINGSPROSESSEN

Om undersøkelsen

ANALYSEGRUNNLAG

To digitale fokusgrupper à én time:

Totalt seks lærlinger fra ulike fag og fylker fordelt på to grupper.

FORMÅL

Hovedfokuset på samlingen var å avdekke veien fra skole til læretid i bedrift, både egne og medelevers erfaringer. I tillegg diskuterte vi sentrale faktorer i arbeidet med å rekruttere flere lærebedrifter.

BEMERKNINGER

Utvalget er lite, og fokusgruppene har derfor vært viktigst først og fremst for å kaste nytt lys over de temaene som de andre aktørene i lærlingeordningen har trukket fram.

5.1 Veien til læreplass

Veien til læreplass for hver enkelt lærling kan varierer stort. Noen har allerede fra ungdomsskolen klart for seg hva de vil bli, og sikrer seg læreplass tidlig i opplæringsløpet. Andre er usikre på valg av studieretning, og trenger tid til å teste ut ulike fagretninger i den videregående opplæringen. I begge tilfeller trekkes YFF-faget frem som avgjørende for muligheten til å skaffe seg læreplass, og å finne ut av om man har valgt riktig studieretning. Blant lærlingene i fokusgruppen fikk hele fem av seks kontrakt på denne måten. Halvparten av lærlingene var nå i lære i bedrifter som først hadde blitt lærebedrifter via YFF-faget.

Basert på lærlingenes erfaring er det stor ulikhet mellom skolenes fokus på YFF-faget og hvor mange av lærlingenes medelever som oppnådde lærekontrakt. Hvorvidt man lykkes med å fremskaffe flere lærebedrifter og læreplasser gjennom YFF-faget, virker å

avhenge betydelig av lærerens personlige innsats og skolens bistand til elevene som skal ut i praksis og lære.

Noen skoler tilbyr eleven aktiv hjelp til å identifisere relevante praksisbedrifter. Dette innebærer at skolene inviterer både opplæringskontor og bedrifter til å vise seg fram, fortelle om hva som er forventet av elevene når de er i praksis, og hvordan de kan «selge seg inn» til bedriftene. Lærerne og opplæringskontorene som skolen samarbeidet med hadde også god oversikt over eksisterende og nye potensielle lærebedrifter som var villige til å ta inn elever i praksis, slik at elevene enkelt kunne oppsøke disse.

Andre lærlinger opplevde at de hadde stått nesten «helt for seg selv» da de skulle finne praksisplass, og at dette var en periode preget av mye stress og frustrasjon. Flere sa at de ikke var klare over hvor viktig utplassering var for å oppnå lærekontrakt. Ifølge lærlingene, var det derfor mange som ikke var godt nok forberedt eller ikke viser stor nok innsats i praksistiden. Dette medførte at det ble vanskelig å senere «omgjøre» praksisplassen til en læreplass.

Lærlingene mente at utplasseringsperioden også hjalp dem å forberede seg til læreperioden på en måte som opplæring i skole ikke dekket. En lærling i kokkefaget pekte på at «det er noe helt annet å oppleve tidspresset på å levere i en ekte restaurant i forhold til skolekjøkkenet». Vedkommende



Jeg skulle ønske jeg skjønnte tidligere hvor viktig praksisperioden var for å skaffe læreplass.

– LÆRLING I KOKKEFAGET



uttrykte et ønske om at i tillegg til at eleven selv er ute i praksis, burde også profesjonelle kokker bli inkludert i undervisningen på skolen. På denne måten kunne eleven bli bedre forberedt og gjøre et bedre inntrykk på bedriften når de var ute i praksis.

Da tiden for å søke læreplass kom, opplevde lærlingene at det var stor forskjell på hvordan skolene forholdt seg til dette. De fleste erfarte at lærerne hadde et ønske om at alle elevene fullførte opplæringen i bedrift. Én av lærlingene sa at skolen samlet alle bedriftene som ønsket lærling og søkere som ikke fikk læreplass. Dette resulterte i mange nye lærekontrakter. På den andre siden oppga et par av lærlingene at de følte at skolene like gjerne kunne tenkt seg at de begynte på påbygg.

Blant dem vi snakket med var det kun én som stod uten læreplass i starten av september. Vedkommende opplevde, slik som i praksisperioden, å «stå alene», og hadde ønsket hjelp til å sende ut søknader og finne fram til relevante bedrifter.

5.2 Erfaring med opplæringskontorene



Det er en stor grad av konkurranse mellom kontorene, og de var ikke så opptatte av å finne ut hvor eleven faktisk passer inn.

– LÆRLING I SALGSFAGET

Lærlingene hadde også blandede erfaringer med opplæringskontorene. Kun én hadde opplevd at opplæringskontoret hadde vært behjelpelige med å finne en relevant lærebedrift utenfor kontorets medlemsportefølje, ved at hotellet hvor vedkommende skulle jobbe, ble godkjent lærebedrift. En annen uttrykte frustrasjon over at opplæringskontorene var «eiersyke», og mer opptatt av å formidle de «beste» lærlingene til sine medlemsbedrifter heller enn å formidle eleven til bedrifter etter elevenes behov og ønsker. I tillegg mente flere at opplæringskontorenes bidrag inn i skolen ofte var for overordnet, og at de heller ønsket å snakke med og møte bedrifter hvor læretiden faktisk ville bli tilbrakt.

5.3

Kommunikasjon for flere lærebedrifter

I likhet med fylkeskommunen og opplæringskontorene (se kap 2 og 3), mente lærlingene at direkte kontakt var den beste måten å rekruttere nye lærebedrifter på. Likevel opplevde de at det var vanskelig å «selge seg inn» fordi bedriftene de oppsøkte for praksis- og læreplass hadde «overraskende» dårlig kjennskap til lærlingeordningen. De var ofte skeptiske til å ta inn unge som ikke er ferdig opplært, og uttrykte liten forståelse for fordelene med å ta inn lærlinger og praksiselever. Lærlingene mente at mer informasjon om lærlingeordningen hadde gjort innsatsen deres for å få praksis- og læreplass lettere.

Samtidig forklarte de at dersom skolen hadde bedre forberedt eleven på hva som ventet dem under utplasseringen, hadde det vært lettere å overbevise flere om å bli praksis- eller lærebedrift. Lærlingene mente det var viktig å fremheve gode eksempler på hva en lærling kan bidra med, og å vise hvordan bedriften med lærlinger kan bygge opp sin egne, kompetente arbeidskraft.

5.4

Oppsummering av hovedfunn

For lærlingene i fokusgruppene var YFF-faget er en av de aller viktigste kanalene for å identifisere og skaffe til veie læreplasser. De skolene som fokuserer på praksis tidlig i skoleløpet, både gjennom praksis i skolen og bedrift, samt forbereder yrkesfagelevne på hva som forventes av dem i arbeidslivet, virker å være de som klarer best å gjøre elevene i stand til å finne en egnet læreplass. Når det gjelder bistand til søkere som ikke får læreplass, er den personlige veiledningen og oppfølgingen det som lærlingene mener er viktigst, altså at noen hjelper dem med å finne frem til relevante bedrifter og tilbyr veiledning med å ta kontakt med dem. Basert på lærlingenes erfaring ser dette arbeidet ut til å variere i stor grad mellom de ulike skolene og fagene.

Fokusgruppene viste også at elevenes egeninnsats for å finne praksis- og læreplass ofte gjøres ekstra vanskelig fordi mange bedrifter er skeptiske til å ta inn elever på praksis eller lærlinger. Lærlingene mente selv at dette i stor grad skyldes uvitenhet og lite kjennskap til lærlingeordningen, og at bedriftene ofte ikke er klare over hvilken ressurs det kan være å ha en lærling. Dette fører til at elevenes egne, oppsøkende arbeid blir preget av usikkerhet, noe som forsterkes av manglende opplæring i hvordan man kan «selge seg inn» til nye og eksisterende lærebedrifter.

ANALYSE OG TILTAK

6.1 Økt kunnskap om og kjennskap til lærlingeordningen

Fra alle undersøkelsene fremkommer det at manglende kjennskap til lærlingeordningen, og kunnskap om hva det innebærer å ta inn lærling, er en hovedbarriere i arbeidet med å rekruttere flere lærebedrifter. Fylkeskommunene, opplæringskontorene og lærlingene selv opplever at mange bedrifter er skeptiske til å ta på seg et opplærings-

ansvar, og at de ikke ser verdien som ligger i å ta inn lærlinger. Det er derfor et behov for tiltak som kan bidra til å øke kjennskap til og kunnskap om lærlingeordningen.

EKSTERNE KOMMUNIKASJONSTILTAK

Mangelen på kunnskap og kjennskap om lærlingeordningen understreker viktigheten

av eksterne kommunikasjonsiltak. Til tross for at de fleste fylkene sier de har fokus på dette, identifiserer rapporten et forbedringspotensial i hvor relevante kommunikasjonsiltakene er, og hvor stor spredning de får. Tiltakene som må gjennomføres er nødvendigvis langsiktig og avhenger av felles initiativer, slik som Læreplassjeger-kampanjen. Disse kan og bør ta innover seg at utfordringene varierer mellom forskjellige fylker og mellom hvert fag. Egne lokale tiltak vil derfor være viktige, og rapporten har avdekket at det er avgjørende å være bevisst på informasjonsbehovet i alle ledd.

I kommunikasjonsarbeidet kan et effektivt virkemiddel være å løfte fram gode eksempler på hva det vil si å både være og ha lærling i bedrift. Dette kan bidra til å øke forståelsen for verdien en lærling kan tilføre bedriften. For at kampanjene skal resultere i nye lærebedrifter, er det viktig at kontaktinformasjon tydelig fremgår, slik at målgruppen enkelt kan melde sin interesse eller få svar på spørsmål. Det bør også utvikles en god kommunikasjonsstrategi for spredningen av innholdet. Økt bruk av sosiale medier kan være en effektiv kanal, spesielt i perioden mellom nyttår og sommeren hvor det er særlig viktig å skaffe til veie nok læreplasser.

Rapporten har avdekket at det er et stort informasjonsbehov før godkjenning er aktuelt, og at dette ikke alltid tilfredsstilles. Mange bedrifter oppgir at de i utgangspunktet trodde at det er vanskelig og tidkrevende å bli godkjent lærebedrift, og at mer skulle til. Viktige kommunikasjonsiltak kan derfor være å ufarliggjøre den formelle prosessen, og å synliggjøre støtten de kan få fra fylkeskommunen og opplæringskontorene. Samtidig er det viktig å fremheve de pliktene man har som lærebedrift og synliggjøre støtten bedriftene kan få fra et opplæringskontor til å oppfylle disse kravene.



Bedriftene må tro og se at lærlingeordningen er relevant for dem. Mange vet veldig lite.

– LÆREPLASSJEGER I EN FYLKESKOMMUNE

OPPSØKENDE VIRKSOMHET

Et hovedfunn i rapporten er at tilsiget av nye lærebedrifter i stor grad skyldes oppsøkende virksomhet, og at dette må legge grunnlaget for videre rekrutteringsarbeid. Den direkte kontakten henger naturligvis sammen med at mange bedrifter ikke har nok kjennskap til lærlingeordningen og dermed et stort informasjonsbehov, og at direkte forespørsler ofte er det første steget mot å bli lærebedrift. Slikt arbeid kan være tidkrevende, og prioriteringen av oppsøkende arbeid virker å variere i stor grad mellom de ulike aktørene og fylkene. Mye av dette arbeidet er i dag overlatt til opplæringskontorene, men det er stor enighet om at flere fylkeskommuner burde brukt mer tid på å oppsøke bedrifter i rekrutteringsarbeidet.

Rapporten avdekker at fremskaffelsen av flere lærebedrifter i stor grad beror på enkeltpersoners innsats med å spre informasjon om lærlingeordningen og oppsøke bedriftene i det daglige. Å skape gode «ambassadører» for lærlingeordningen kan derfor være et viktig bidrag til rekrutteringsarbeidet. Dette innebærer at de som jobber med fag- og yrkesopplæringen også er bevisst på å spørre bedrifter man møter i hverdagen om de har lærling. Ansatte i fylkeskommunen og på skolen, bør i større grad ta innover seg dette i eget arbeid.



For at det oppsøkende arbeidet skal være effektivt, er det nødvendig å kartlegge aktuelle lærebedrifter og deres behov. I undersøkelsene kom det fram at det ofte mangler gode oversikter over aktuelle bedrifter på fylkeskommunalt nivå. Samtidig ligger det et stort potensial i at flere eksisterende lærebedrifter, som har gode systemer for opplæring av yrkesfag-elever, har kapasitet til å ta inn flere lærlinger. For å utnytte dette, kreves det bedre rutiner for oppfølging, for eksempel ved at lærebedriftenes muligheter til å ta inn lærling kartlegges rundt juletider, slik at det kan utarbeides prognoser for hva og hvor behovene blir i formidlingsfasen. Mange bedrifter er heller ikke klare over at de er kvalifisert til å tilby opplæring i flere yrkesfaglige programområder. Det er derfor sentralt i det oppsøkende arbeidet at representanten fra opplæringskontoret, eventuelt fylkeskommunen, har god fagkunnskap selv.

Videre finner rapporten at tilstedeværelse i forskjellige typer nettverk er en viktig informasjons- og rekrutteringskanal i den direkte, oppsøkende aktiviteten. Disse nettverkene kan være fora som bransjeforeninger, lokale næringslag og regionråd. I tillegg er det viktig at rekruttering er tema i de møtene som fylkeskommunen allerede er en del av, både innenfor og utenfor lærlingeordningen. Det finnes allerede mange samarbeidsarenaer og møteplasser mellom skolene, fylkeskommunen, opplæringskontorene og lærebedrifter, slik som fagnettverk og informasjonssamlinger. Noen fylkeskommuner benytter disse aktivt for å minne om rekrutteringsarbeidet, men etter en gjennomgang av mandatene og referatene fra et utvalg av disse møtene finner rapporten at rekruttering sjeldent er et tema. Når det kommer til møter hvor lærlingeordningen formelt sett ikke er tema, men der næringsaktører befinner seg, kan og bør behovet for læreplasser bli løftet frem.

6.2 Bedre samarbeid mellom opplæringskontorene, skolene og fylkeskommunene

For fylkeskommunen er jevnlig kontakt med opplæringskontoret den viktigste «rekrutteringsaktiviteten», mens jevnlig kontakt med fylkeskommunen, når det kommer til rekruttering, er relativt uviktig for opplæringskontorene selv. At de rangerer dette såpass ulikt tyder på at fylkeskommunene er helt avhengige av opplæringskontorenes innsats for å drive rekruttering og formidle elever til lære, men at opplæringskontorene gjennomfører dette på eget initiativ og egne vilkår.

I mange sammenhenger fungerer likevel samarbeidet godt. Opplæringskontorene setter pris på at fylkeskommunen passer på å «se dem i kortene», og at det avholdes jevnlig møter for å sikre god informasjonsflyt og samarbeid. Rapportens inntrykk er at disse kontaktflatene er relativt godt organisert når det kommer til kvalitetssikring, oppfølging og daglig samarbeid, men i større grad fraværende når det kommer til rekruttering. Det er risiko for at det gjøres dobbeltarbeid, og flere opplæringskontor har påpekt at de ikke har oversikt over hvilke nye bedrifter som fylkeskommunen er i kontakt med, og vice versa.

Rapporten anbefaler at fylkeskommunene og opplæringskontorene oppretter egne samarbeidsmøter der arbeidet med oppsøkende virksomhet av mulige lærebedrifter, samt revitalisering av gamle, er hovedtema. Dette innebærer å kartlegge hvor behovene for nye læreplasser vil være størst, og å koordinere arbeidet

med å oppsøke bedrifter som kan være med å dekke dette behovet. Forslaget om et slikt samarbeidsorgan kom først fra et opplæringskontor vi snakket med i et dybdeintervju. Fylkeskommunene vi drøftet dette med under intervjuene har vært positivt innstilt. Det er også et behov for at rekrutteringshensyn også løftes inn i eksisterende samarbeidsarenaer.

På bakgrunn av tidvis dårlig samarbeid, etterspurte flere fylkeskommuner en juridisk presisering av opplæringskontorenes rolle for å avklare ansvarsoppgaver og -fordeling. Rapporten har ikke grunnlag til å ta stilling til dette spørsmålet. Dette var et tema som ble behandlet av Liedutvalget. Her konkluderte man med at fordi opplæringskontorene fyller et såpass stort mangfold av roller, og fordi de har blitt til en såpass viktig «nettverks-aktør» i fagopplæringen, er det avgjørende at de beholder en stor grad av fleksibilitet og selvstendighet.⁶ Rapporten ser likevel et behov for at det i større grad utarbeides tydeligere samarbeidsmodeller der ansvars- og arbeidsfordelingen mellom kontorene og fylkeskommunen er bedre definert. Dette kan bidra til at samarbeidet ikke forsumner i viktige øyeblikk, slik som i formidlingsfasen, som ofte skjer fordi fylkeskommunes og lærlingenes behov ikke sammenfaller med de bedriftsøkonomiske hensynene til opplæringskontorene.

Et bedret samarbeid bør bidra til at de opplæringskontorene som først og fremst ser på det som sitt ansvar å betjene

medlemsporteføljen sin også tar innover seg at den sentrale rollen de har fått i norsk fagopplæring. Dette innebærer at de har et uformelt, men betydelig, ansvar overfor elever, lærlinger, og skoler. De opplæringskontorene som best evner å rekruttere nye lærebedrifter er de som tilrettelegger

for at elever og lærlinger kan gå utenfor deres egne medlemsportefølje for å finne en god, relevant lære- eller praksisplass. Opplæringskontorene har et samfunnsansvar, og det må også komme initiativ for gode samarbeid fra deres kant, ikke bare fylkeskommunen.

6.3 Bedre utnyttelse av YFF-faget som rekrutteringskanal



Gjennomgående i undersøkelsene er det klart at skolenes innsats og organisering av YFF-faget spiller en sentral rolle i rekrutterings- og formidlingsarbeidet. Det er imidlertid identifisert store forskjeller mellom skolene og fagene for hvordan dette utnyttes.

Rapporten avdekker et særlig behov for å styrke elevenes forståelse for hvor viktig praksisplassen kan være for å få læreplass, og hva som forventes av dem i arbeidslivet. Dette kan bidra til at eleven blir bedre til å «selge seg inn», særlig blant bedrifter som mangler kjennskap til lærlingeordningen. Samtidig øker dette sannsynligheten for at praksistiden blir en god opplevelse for alle parter, som er en av hovedårsakene til at mange elever får tilbud om læreplass etter fullført praksis i bedrift.

Mange YFF-lærere utnytter heller ikke mulighet sin til å drive rekrutteringsarbeid. For å fremskaffe flere læreplasser, forslår derfor rapporten å innføre rutiner som sikrer at YFF-lærerne blir så gode «læreplass-jegere» som de kan være. Dette kan for eksempel gjøres gjennom utarbeidelse av kurs og støttemateriell, slik som en håndbok for YFF-lærere, som minst én fylkeskommune allerede har utarbeidet.

6.4 Tettere oppfølging og tilrettelegging for søkere som ikke får læreplass

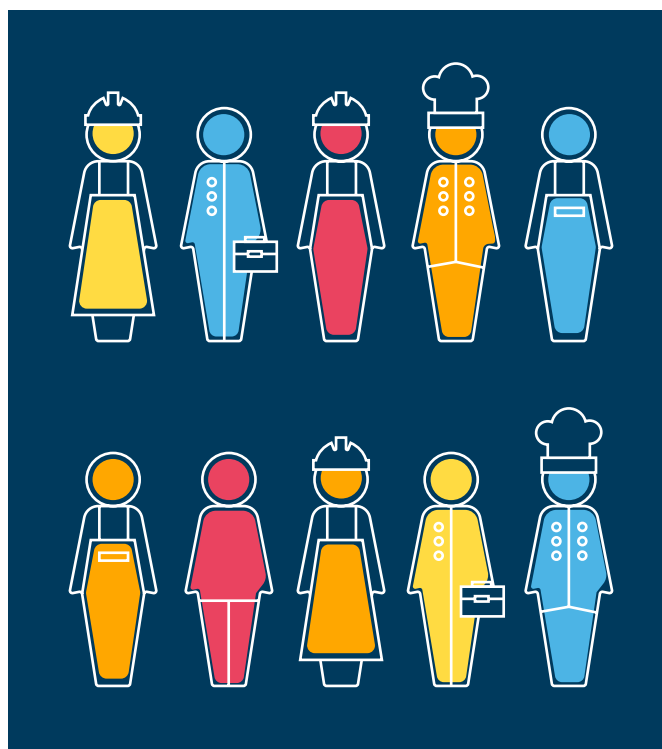
Innenfor visse fag og på enkelte skoler er det flere søkere som ikke får læreplass, til tross for at det er et overskudd av læreplasser og lærebedrifter. Rapporten finner at dette til dels skyldes manglende oppfølging av søkere som faller fra etter den normale formidlingsfasen er over. Flere opplever at de «står helt alene» i å skaffe seg lærekontrakt, og at skolene ofte mangler incentiver til å få elevene ut i lære istedenfor å fortsette opplæringen i skole. Til tross for at de fleste fylkeskommunene har innført obligatorisk søkerkurs i august, tyder dette på et forbedringspotensial i den personlige oppfølgingen av elevene.

I tilfeller hvor flere søkere ikke får lærekontrakt i den ordinære formidlingsfasen, finner rapporten at et effektivt tiltak kan være å arrangere en samling med alle bedrifter som ønsker lærling og søkere uten læreplass tidlig i august. I tillegg bør andre organisasjoner der bedrifter er samlet kobles på, slik som regionråd eller lokale næringsforeninger. Erfaringen er at et slik tiltak bidrar til at elevenes behov for oppfølging blir ivaretatt, samtidig som det skapes nye lærekontrakter.

Mangel på språkferdigheter til minoritets-språklige elever fremheves også som en av de største barrierene for at mange står uten læreplass. Fylkeskommunene og skolene har et viktig ansvar for å bidra til at eleven får god nok opplæring i språk. Viktige tiltak kan være å tidlig bygge en forståelse blant elevene for at språkferdigheter er

avgjørende for læreplass, vektlegge opplæring i fagspråk i undervisningen og tilby egne språkkurs til søkere som ikke får plass. Mange fylker har allerede innført slike tiltak, men spesielt opplæringskontorene peker på et behov for at språkopplæringen er bedre tilpasset det individuelle faget god tid før det er aktuelt å søke læreplass.

En annen barriere som flere peker på som vesentlig for at flere står uten læreplass, er at søkeren ikke ønsker å flytte på seg. Dette er spesielt et problem i de mer langstrakte fylkene. Det kan derfor være nødvendig å jobbe for at elever som skal ut i lære tar i betraktning et større arbeidsmarked enn de gjør i dag.



FOTNOTER:

¹«Andel søkere som har fått læreplass», Utdanningsdirektoratet, besøkt 11.10.2020, <https://www.udir.no/tall-og-forskning/finn-forskning/tema/yrkesfag/sokere-til-la-replass-2019/>.

²«Lærlinger, lærebedrifter og fagbrev», Utdanningsdirektoratet, besøkt 03.12.2020, <https://www.udir.no/tall-og-forskning/statistikk/statistikk-fag-og-yrkesopplaring/larlinger-larebedrifter-og-fagbrev/>

³Utdanningsdirektoratet, 2019. «Hvorfor får ikke alle søkere læreplass? En kunnskapsoversikt», Oslo: Utdanningsdirektoratet. <https://www.udir.no/tall-og-forskning/finn-forskning/rapporter/hvorfor-far-ikke-alle-sokere-lareplass/>

⁴«Lærlinger, lærebedrifter og fagbrev», Utdanningsdirektoratet, besøkt 03.12.2020, <https://www.udir.no/tall-og-forskning/statistikk/statistikk-fag-og-yrkesopplaring/larlinger-larebedrifter-og-fagbrev/>

⁵Se Proba samfunnsanalyse, «Opplæringskontorenes rolle og finansiering: rapport 2016 – 10», 2016. <https://proba.no/rapport/1473/>

⁶NOU 2019: 25. (2019) Med rett til å mestre: struktur og innhold i videregående opplæring. Oslo: Kunnskapsdepartementet.



**REKRUTTERING
AV LÆREBEDRIFTER**

Rapport om tiltak
og forbedringspunkter

WorldSkills Norway
November 2020