



KOMPETANSE OG ARBEIDSKRAFT 2019

Hvordan dekke behovet for kvalifisert arbeidskraft i reiselivsnæringen mot 2019



**NHO
REISELIV**

RAPPORT FRA STUDIE GJENNOMFØRT AV ONLIVE RESEARCH FOR NHO REISELIV 2013

Innhold

Introduksjon fra NHO Reiseliv	side 5
Om rapporten	side 6
Hovedkonklusjoner oppsummert	side 8
Næringens kompetansebehov mot 2019	side 11
Ungdoms oppfatninger om reiselivsnæringen	side 19
Hva skal til for å rekruttere og holde på de unge?	side 27

Kontaktperson for spørsmål og underlag

Ved behov for tilgang til underlagsmateriale eller tilleggskopier av denne rapporten, kontakt ansvarlig kontaktperson for rapporten og alt underlagsmateriale:

Eddy Kjær
eddy.kjaer@nhoreiseliv.no

Rettigheter og bruk

NHO Reiseliv har alle rettigheter til denne rapporten og dens innhold så fremt ikke annet er spesifisert. Ved bruk av materiale, sitater, tall og data fra denne rapporten skal alltid NHO Reiseliv og OnLive Research oppgis som kilde.

(c) NHO Reiseliv og OnLive Research, mai 2013.

"NHO Reiselivs medlemsbedrifter opplever i dag bedre tilgang på kompetent arbeidskraft enn ved forrige rapport i 2008"

Velkommen til innsikt om kompetanse og arbeidskraft i reiselivsnæringen

NHO Reiselivs medlemsbedrifter opplever i dag bedre tilgang på kompetent arbeidskraft enn ved forrige KAS-rapport i 2008. Mangelen på kvalifisert arbeidskraft representerer, til tross for den positive utviklingen, en av bedriftenes største utfordringer i KAS-rapporten for 2013.

NHO Reiseliv arbeider systematisk for å bedre tilgangen til kvalifisert arbeidskraft for medlemsbedriftene. Vi fokuserer særlig på bedring av søkertall til retningene som gir fagbrev som kokk, servitør, resepsjonist og reiselivsmedarbeider.

I rekrutteringsarbeidet er vi til stede på utdanningsmesser, rådgiverseminarer, nettsider og sosiale medier. I tillegg er struktur, innhold og dimensjonering av

videregående skole sentrale aspekter i NHO Reiselivs samarbeid med nasjonale og lokale myndigheter og utdanningsinstitusjoner.

Videre arbeider NHO Reiseliv med utvikling av tydelige karriereveier. Tilgang til høyere utdanning gjennom Y-veien er viktig for å sikre mulighetene til etter- og videreutdanning. Unges karriereveier og muligheter synliggjøres blant annet gjennom samarbeid med ulike medier.

Reiselivsnæringen opererer i et konkurranseutsatt arbeidsliv. Flere bransjer anerkjenner fagområdene innen service, kundebehandling og samarbeid. Våre ansatte er derfor attraktive for bedrifter utenfor reiselivsnæringen, slik at det stiller store krav til å beholde den mest kompetente arbeidskraften. Disse utfordringene må møtes på

hver eneste bedrift, slik at flest mulig blir værende i næringen.

En avgjørende faktor for å rekruttere og beholde de beste er å møte forventningene om personlige utviklingsmuligheter, trygge arbeidsplasser, karriereutvikling og trivsel i hverdagen. Bedrifter som samarbeider med sine nærskoler kan ofte vise til god rekruttering av de beste lærlingene.

Denne rapporten er utarbeidet av OnLive Research på oppdrag fra NHO Reiseliv. Rapporten beskriver dagens status og fremtidige utfordringer for bedriftenes arbeid for økt rekruttering av kompetent arbeidskraft. Utfordringene møtes ikke kun gjennom økt rekruttering, men også ved å videreutvikle og beholde de som allerede har valgt vår næring.



Jostein Hansen
Direktør Arbeidslivspolitik, NHO
Reiseliv



Eddy Kjær
Fagsjef Kompetanse og rekruttering,
NHO Reiseliv

Om rapporten

Oppfølging av rapport fra 2008

I 2008 leverte NHO Reiseliv en kartlegging av Kompetanse- og Arbeidskraftsbehovet for reiselivsnæringen frem mot 2015. KAS 2015 (Kompetanse- og Arbeidskraftsstrategier) resulterte blant annet i en rapport tilsvarende den du nå har foran deg. Bakgrunnen var behovet for rekruttering av kvalifisert arbeidskraft men også et ønske om innsikt i hvordan rekrutteringen og kompetansen i næringen kunne styrkes.

Sammenligningsgrunnlag

I 2013 ønsket NHO Reiseliv en oppfølging av overnevnte studie med en oppdatering av tall og funn fra sist gang. Også noen nye perspektiver er med. Det er

denne oppfølgingsrapporten du nå leser. Studiens omfang denne gang er noe mindre, men mange av de mest sentrale temaer fra forrige runde er fortsatt med slik at vi kan se utviklingen over tid.

Kontinuitet i gjennomføring

Studien og rapporten i 2008 ble levert av analysebyrået Synovate MMI. Nå i 2013 er det gjennomført og levert av analysebyrået OnLive Research. Det er allikevel de samme ansvarlige og nøkkelpersoner som har gjennomført begge studier, slik at kontinuitet og kjennskap til reiselivsnæringen er ivarettatt.

Kommentarer til rapporten

Dette er en oppsummeringsrapport med de viktigste hovedpunktene på overordnet nivå. Det finnes ytterligere informasjon og resultater som ikke er omtalt i denne rapporten.

Full dokumentasjon og underlagsmateriale er tilgjengelig fra NHO Reiseliv.

Enkelte svaralternativer i grafikker i denne rapporten er forkortet av plasshensyn.

Resultatene fra undersøkelsene er i denne rapporten ikke brutt ned for å se forskjeller mellom undergrupper som for eksempel bedriftstype eller kjønn/alder.

Ansvarlig for studien: OnLive Research

Ansvarlig for prosjektet og rapporten hos OnLive Research:
Ole Petter Nyhaug

Seniorkonsulent og analytiker:
Janne D'Arcy.

Kvalitativ analyse:
Elin Flatebø

Prosjektleder:
Marianne Wille Syvertsen

OnLive Research er et uavhengig analyse- og innsiktsbyrå med 11 medarbeidere med solid og variert faglig bakgrunn.

Gjennomførte aktiviteter, utvalg og metode

	Bransjeundersøkelse	Ungdomsundersøkelsen	Studentundersøkelsen*	Foreldreundersøkelsen
Formål	Kartlegge bransjens fremtidssyn og kompetansebehov.	Kartlegge reiselivsyrkenes omdømme og attraktivitet blant ungdom generelt.	Kartlegge reiselivsstudenters erfaring med utdanningene opp mot forventning til jobb.	Kartlegge reiselivsyrkenes omdømme og attraktivitet blant foreldrene.
Målgruppe	NHO Reiselivs medlemsbedrifter, ved daglig leder eller HR-ansvarlig.	Norsk ungdom i hele landet i alder 15-25.	Reiselivsstudenter ved høyskolene i Lillehammer, Finnmark. NHS er ikke representert.	Foreldre i hele landet med barn mellom 12-18 år.
Utvalg	317 respondenter (Én per bedrift)	400 respondenter. Landsrepresentativt.	56 respondenter	401 respondenter. Landsrepresentativt.
Metode	Kvantitativ webundersøkelse utsendt av NHO Reiseliv.	Kvantitativ webundersøkelse via Norstat.	Kvantitativ webundersøkelse utsendt av NHO Reiseliv via skolene.	Kvantitativ webundersøkelse via Norstat.
Gjennomføring	29.2.13 – 19.3.13	21.12.12 – 4.1.13	2.4.13 – 22.4.13	21.12.12 – 4.1.13
Historikk	Gjennomført tilsvarende i 2008 (da med 215 respondenter).	Gjennomført tilsvarende i 2008.	Ikke gjennomført tidligere.	Ikke gjennomført tidligere.

* NHS er ikke representert i studien. Datagrunnlaget er dermed for lite til å si noe signifikant om studentmålgruppen og dette er ikke tatt inn i denne rapporten.

Hovedkonklusjoner kort oppsummert

Andelen reiselivsbedrifter som oppgir tilgang til kvalifisert arbeidskraft som en av næringens største utfordringer de neste årene har gått ned fra 66% i 2008 til 40% i dag.

Det har vært en bedring i næringens dekning av behovet for kvalifisert arbeidskraft i alle kategorier unntatt faglærte. 55% av bedriftene har ikke dekket dette behovet godt i dag, noe som er uendret siden 2008.

Faglærte kokker og servitører er de yrkene hvor det forventes størst behov. Samtidig forventer man at de samme yrkene vil skape de største utfordringer med rekruttering.

Andelen unge som ville vurdert en jobb i reiselivsnæringen har gått ned siden 2008, og spesielt er nedgangen stor i interessen for hotell- og restaurantbransjen samt kokk og servitør.

Målgruppen for rekruttering er fortsatt stor. Tre av ti unge er åpne for å vurdere restaurantbransjen og fire av ti hotellbransjen. For reiseliv forøvrig er omlag halvparten av de unge åpne for å vurdere næringen.

Næringen opplever at de ikke er i stand til å tilby det de unge ønsker. Samtidig skårer næringen dårlig på flere sentrale faktorer som er viktigst ved de unges valg av yrke.

Ski fjord Norway

explore
the new
day

1913
ntz'gate

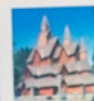
HARDANGER

Hotel Ullensvang, Lofthus



Telemark

— just around the corner



Historic Stone Church
The church is a fine example of the traditional architecture of the region. It was built in the 18th century and is now a museum.



Traditional House
This is a traditional wooden house from the 18th century. It is now a museum and is open to the public.



Traditional House
This is a traditional wooden house from the 18th century. It is now a museum and is open to the public.



Traditional House
This is a traditional wooden house from the 18th century. It is now a museum and is open to the public.



Traditional House
This is a traditional wooden house from the 18th century. It is now a museum and is open to the public.



Traditional House
This is a traditional wooden house from the 18th century. It is now a museum and is open to the public.



Traditional House
This is a traditional wooden house from the 18th century. It is now a museum and is open to the public.



Traditional House
This is a traditional wooden house from the 18th century. It is now a museum and is open to the public.



Traditional House
This is a traditional wooden house from the 18th century. It is now a museum and is open to the public.



Traditional House
This is a traditional wooden house from the 18th century. It is now a museum and is open to the public.



Traditional House
This is a traditional wooden house from the 18th century. It is now a museum and is open to the public.



Traditional House
This is a traditional wooden house from the 18th century. It is now a museum and is open to the public.



Traditional House
This is a traditional wooden house from the 18th century. It is now a museum and is open to the public.

**55% av reiselivsbedriftene har ikke
tilfredsstillende dekning av faglært kompetanse.**



DEL 1: Næringens kompetansebehov mot 2019

Kompetanse er viktig, men verdsettes det egentlig i bransjen?

Tradisjon for å jobbe seg opp "fra skrubben"

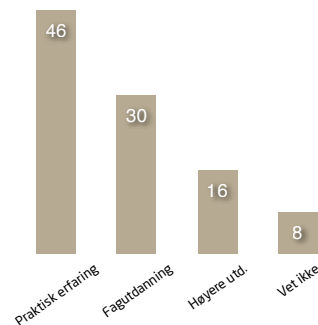
Reiselivsnæringen er en bransje der praktisk erfaring nyter høy status. En av tre ledere i bransjen har selv kun praktisk yrkeserfaring som bakgrunn og ingen bransjerelatert høyere utdanning. Høyere utdanning har altså liten status i bransjen mens fagutdanningene har langt sterkere posisjon. Dette har selvsagt sammenheng med hvilke stillinger bransjen består av. Allikevel oppgir kun tre av ti bedrifter at de har dekket behovet for høyt utdannede medarbeidere uten lederansvar godt nok. Mye tyder på at bransjen fortsatt vil ha store utfordringer med å dekke dette behovet fremover, dersom ikke verdsettingen av høyere utdanning styrkes.

Praktisk yrkeserfaring gir mest status

Til tross for etterspørsel etter kompetanse og unge medarbeidere med utdanning, er det fortsatt praktisk yrkeserfaring som gir høyest status og best sjanse til karriere. 46% av bedriftene sier praktisk yrkeserfaring gir høyest status i næringen mens kun 16% oppgir at høyere utdanning gir høyest status. Selv på spørsmål om hva som er viktigst for ledere i næringen, er svaret fra 43% at praktisk yrkeserfaring betyr mest, mens kun 10% vektlegger høyere utdanning. Disse holdningene kan gjøre det vanskelig å overbevise unge mennesker om at det er verdt å investere tid og penger på en god utdanning og karriere i næringen.

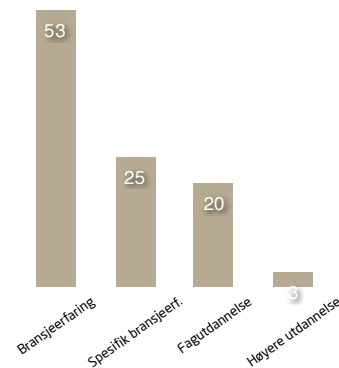
En næring med dårlig selvbylde på kompetanse

Syv av ti bedrifter sier seg enig i at kompetanse verdsettes høyt og etterspørres i bransjen. Men bare tre av ti synes det generelle kompetansenivået på ledere er høyt og bare en av fire (26%) mener det er attraktivt for unge å søke seg til næringen. Færre (19%) mener reiselivsnæringen har mange fortrinn overfor andre bransjer og kun 18% er enig i at næringen er god på etter- og videreutdanning. Nesten ingen mener at næringen tilbyr gode lønnsbetingelser til potensielle ansatte. Samlet gir dette et bilde av en næring som ønsker og trenger folk med kompetanse, men er dårlig rustet til å gi dem et attraktivt tilbud.



Hvilken type bakgrunn gir høyest status i din bransje?

Kilde: Bransjeundersøkelsen



Hvilken form for kompetanse er viktigst for å gjøre en god jobb i din bedrift (for ansatte uten lederansvar)?

Kilde: Bransjeundersøkelsen

Tilgang til kvalifisert arbeidskraft er mindre kritisk enn for fem år siden

Fire av ti bekymret for tilgang til arbeidskraft

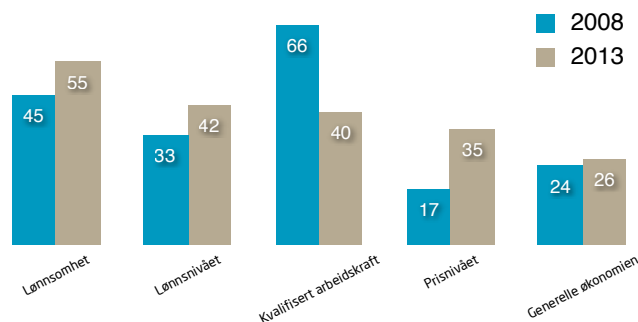
Tilgang til kvalifisert arbeidskraft er ikke lenger reiselivsnæringens største utfordring slik det var med klar margin i 2008. 40% av reiselivsbedriftene oppgir allikevel tilgang til kvalifisert arbeidskraft å være blant de tre største utfordringene de neste tre til fem år. Dette er en nedgang fra 66% i 2008. Økonomi og lønnsomhet har overtatt som de største utfordringene sett med næringens øyne. 55% ser lønnsomhet og marginer som største utfordring fremover (45% i 2008), mens næringens lønnsnivå kommer som nummer to med 42% av bedriftene som uttrykker bekymring (33% i 2008).

Tøffere konkurranse?

Økt fokus på økonomiske forhold henger antagelig sammen med en stadig tøffere konkurransesituasjon i et internasjonalt marked. Norske og utenlandske gjester har stadig flere tilbud å velge mellom i inn- og utland. Det har også vært fokus på lønnsomhet og kostnadsnivå i den offentlige debatten om norsk reiseliv, noe som antagelig også bidrar til endringen. Det kan også være at man har fått bedre tilgang til arbeidskraft, blant annet gjennom arbeidsinnvandring og gjestearbeidere.

Tilgang til fagutdannede er fortsatt viktig

Åtte av ti ledere i bransjen mener tilgang til kvalifisert



arbeidskraft er en viktig suksessfaktor for å lykkes med egen bedrift. I 2008 svarte ni av ti det samme. Fagutdannedes betydning for norsk reiselivs utvikling er fortsatt svært viktig, men også her er lønnsomhet, lønnsnivå og den generelle økonomiske utviklingen viktigere.

Hva tror du blir din bransjes største utfordringer de neste 3-5 år? Topp 5 av 11 faktorer.

Kilde: Bransjeundersøkelsen

Størst mangel på faglærte, men færre unge ønsker seg til næringen

Ingen bedring i dekning av behovet for faglærte

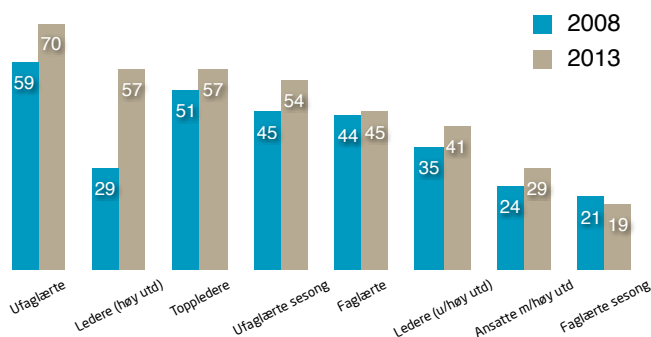
Åtte av ti reiselivsbedrifter oppgir at faglært kompetanse er den typen kompetanse som er viktigst for bedriften, sammenlignet med høyere utdannede, ledere og ufaglærte. Det samme var tilfelle i 2008. Det har ikke vært fremgang i dekkningen av faglært kompetanse siden 2008. 45% av bedriftene oppgir i dag at de har dekket dette behovet godt sammenlignet med 44% i 2008. Størst er underdekningen i behovet for faglærte sesongarbeidere, der kun to av ti sier de har dekket dette behovet godt nok. På samme tid viser utviklingen de siste fem år at færre unge ser reiselivsbransjen som et attraktivt sted å jobbe.

Bedret dekning av ufaglærte og mellomledere

For andre grupper har det vært en økt forbedring. Andelen som har dekket behovet for utdannede mellomledere har økt fra 29% i 2008 til 57% i dag. Behovet for ufaglærte medarbeidere er også bedre dekket enn i 2008. Andel bedrifter som opplever dekningsgraden som tilfredsstillende har økt fra 59% til 70%. Mye av "mellomledergapet" som ble påpekt i 2008-rapporten er nå tettet, samtidig som også ufaglært arbeidskraft ikke ser ut til å være en prekær mangel.

Størst behov for faglærte kokker og servitører

Reiselivsbedriftene forteller at det er størst behov for økt



rekruttering av kokker og servitører. To av tre reiselivsbedrifter sier de trenger flere kokker de neste 1-3 år. Nesten tilsvarende er behovet for servitører. Samtidig viser trenden blant de unge at færre ønsker seg til disse yrkene. Grunnen til dette er i hovedsak ubekvem arbeidstid, oppfatning av lavt lønnsnivå og til dels yrkets status.

Hvor godt mener du din bedrift i dag har dekket behovet for....? Andel som har dekket behovet ganske eller svært godt. Kilde: Bransjeundersøkelsen

Næringens kompetanser er attraktive og bør tydeliggjøres overfor de unge

Service, samarbeid og språk stadig viktigere

Norge går i retning av service- og kompetansenæringer på bekostning av jordbruk og industri. Nettopp service og evnen til å jobbe med mennesker er en nøkkelkompetanse som reiselivsnæringen antagelig er den aller beste på. Næringens medarbeidere og kompetanse blir dermed stadig viktigere og mer interessante også for andre bransjer som møter høyere krav til service. Handel, tjenesteytelse og offentlig sektor er blant disse. Økt internasjonalisering i alle deler av samfunnslivet gjør også språkkunnskap stadig viktigere. Dette er kompetanser reiselivet i stor grad også bør være kjent for.

Unge vil jobbe med mennesker og service

Faktisk vil de aller fleste norske unge ha en jobb som passer godt med mye av det reiselivsnæringen kan tilby. Studien viser at hele 73% av norske unge ønsker seg en jobb der de kan yte service og 78% sier det er viktig at de får jobbe med mennesker. Ikke alle disse ønsker seg en jobb innen reiseliv, men det viser allikevel potensialet som kan utnyttes dersom næringen kan tydeliggjøre at de er det beste stedet å få erfaring og utdanning innen disse områdene.

Flere unge med internasjonalt perspektiv

Vi ser sterk økning i andel unge som ønsker seg en

internasjonalt orientert jobb sammenlignet med fem år siden. I dag er dette viktig for 69% av ungdommene, mens kun 48% svarte det samme i 2008. Også interessen for en jobb hvor de kan bruke språkkunnskaper øker sterkt. 60% sier dette er viktig i dag mot 44% for fem år siden.

Mangel på klare karriereveier en mulig svakhet

Vi vet at mangel på tydelige karriereveier oppleves som en svakhet i næringen. Det er riktignok kort vei til lederjobber, men karriereveiene videre, spesielt for de med høyere utdanning, er ofte utydelige og kan virke til ulempe for rekruttering av nettopp denne gruppen unge.

	2008	2013
<i>Det er viktig for meg at jeg kan jobbe med mennesker</i>	67%	78%
<i>Jeg vil gjerne ha lederansvar for andre mennesker</i>	60%	76%
<i>Jeg liker en jobb der jeg kan yte service</i>	68%	73%
<i>Jeg vil gjerne ha en internasjonalt orientert jobb</i>	48%	69%
<i>Jeg vil gjerne ha en jobb der jeg kan bruke mine språkkunnskaper</i>	44%	60%
<i>Jeg kunne godt tenke meg en sesongbasert jobb med mye å gjøre i deler av året, og mindre å gjøre i andre deler av året</i>	36%	41%
<i>Jeg liker best å jobbe utendørs fremfor innendørs</i>	26%	40%

Hvor godt passer disse utsagnene på deg? Andel som har svart at det passer ganske eller svært godt.

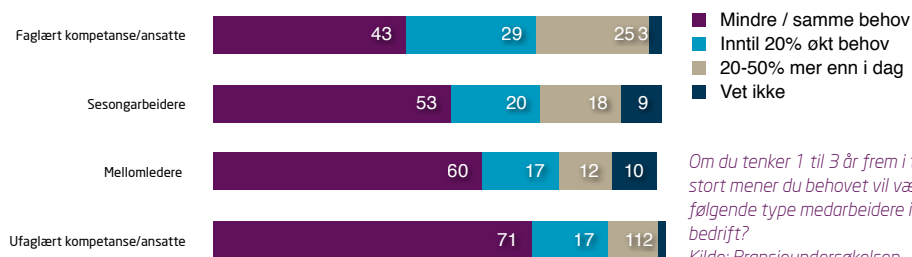
Kilde: Ungdomsundersøkelsen

Næringen forventer et stadig økende behov for faglærte de neste årene

Syv av ti venter økt behov for faglærte på lang sikt

Nær seks av ti bedrifter varsler økt behov for faglært kompetanse de neste ett til tre år. Bedriftene har altså et positivt syn på egen og næringens utvikling. I tillegg forventes ytterligere økt behov på lengre sikt. Nær ni av ti bedrifter oppgir lav lønn som viktigste hinder mot å lykkes med rekruttering til næringen i fremtiden. Dette har ikke endret seg vesentlig fra 2008. Yrkets status oppleves som nest største hinder, nevnt av 67% av bedriftene. Dette er en økning fra de 57% som mente status var et problem for fem år siden. Bedriftene melder også om et betydelig gap i dekning av salgs- og markedskompetanse og tildels servicekompetanse.

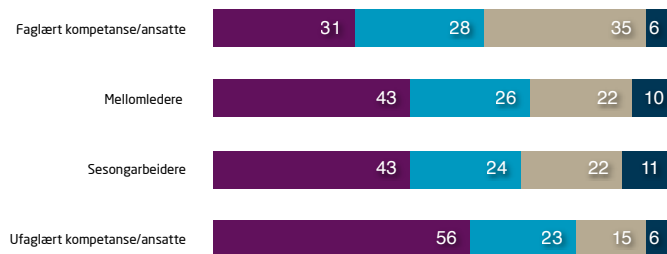
Forventet behov for ulike kategorier ansatte de neste 1 til 3 år



Om du tenker 1 til 3 år frem i tid, hvor stort mener du behovet vil være for følgende type medarbeidere i din bedrift?

Kilde: Bransjeundersøkelsen

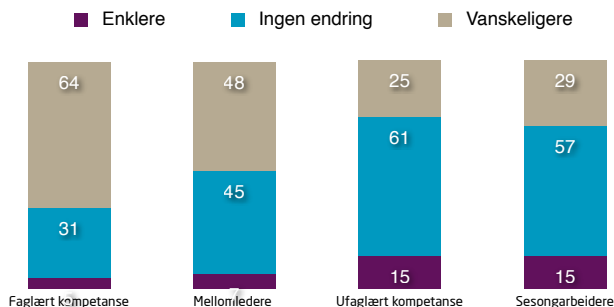
Behov de neste 5 til 8 år



Om du tenker 5 til 8 år frem i tid, hvor stort mener du behovet vil være for følgende type medarbeidere i din bedrift?

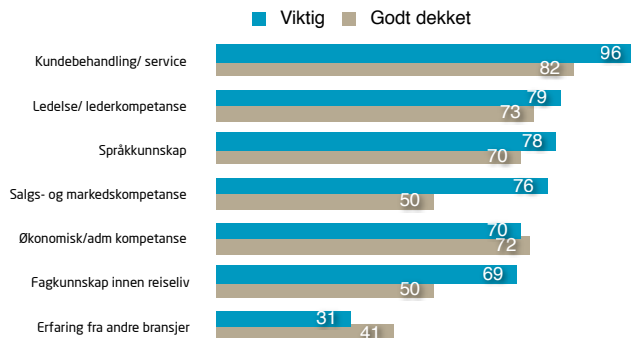
Kilde: Bransjeundersøkelsen

Forventet utvikling i tilgang til ulike typer medarbeidere de kommende år



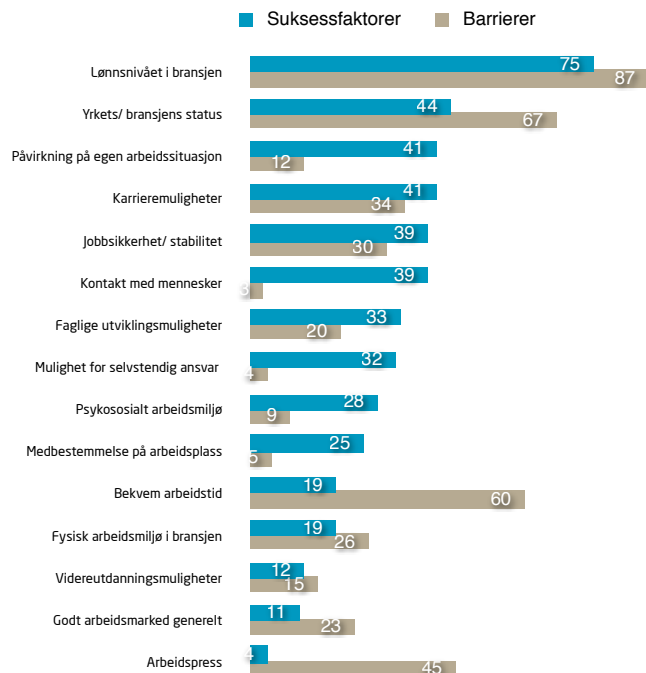
Tror du det blir enklere enn i dag, vanskeligere enn i dag eller ingen endring når det gjelder å få tak i disse typer medarbeidere i de kommende år?
Kilde: Bransjeundersøkelsen

Viktighet og kompetansedekning for sentrale fagområder for bedriftene



Hvor viktig er følgende type kompetanse for din bedrift?
Hvor godt har din bedrift i dag dekket behovet for følgende typer kompetanse?
Summen av de som har svart Svært og Ganske viktig/godt dekket.
Kilde: Bransjeundersøkelsen

Viktigste suksessfaktorer og barrierer for å tiltrekke kvalifisert arbeidskraft fremover



Vi vil gjerne at du krysser av for inntil 5 faktorer som du basert på din erfaring mener er VIKTIGST for å lykkes med å tiltrekke seg kvalifisert arbeidskraft for din bedrift de neste 1 til 5 år.
Kilde: Bransjeundersøkelsen

Mer enn syv av ti unge vil gjerne ha en jobb der de kan yte service.



DEL 2: Ungdoms oppfatninger om reiselivsnæringen

Dagens unge er opptatt av selvrealisering, balanse og trygghet

Arbeidsoppgaver og utviklingsmuligheter

Interessante arbeidsoppgaver, utviklingsmuligheter og et sosialt arbeidsmiljø er blant faktorene med størst betydning når de unge skal velge yrkesvei. Med andre ord søker dagens unge i stor grad selvrealisering gjennom jobb, i likhet med de voksne.

Trygghet og balanse i livet

Sikker jobb kommer opp som nest viktigste faktor og viser at trygghet er viktig for de unge i dag. I tillegg ser vi en markant økning i andelen som oppgir bekvem arbeidstid som viktig. Dette understøtter generelle trender som peker i retning av at dagens unge er mer ansvarlige, opptatt av familieliv og balanse mellom jobb og fritid.



Unge velger i større grad trygge, tradisjonelle yrker og solide arbeidsgivere. Kilde: Aftenposten

Trender for unge arbeidstagere*

Generasjon Ansvarlig

Unge arbeidstagere er seriøse, ambisiøse og ansvarlige. De er ikke lenger i opposisjon til det etablerte, men ønsker å være en del av det.

Generasjon DIY (Do It Yourself)

Unge arbeidstagere er helt fra barnehagen opplært til medbestemmelse og selvstendig oppgaveløsning, og forventer å få klare mål med mulighet til selv å påvirke veien dit.

Generasjon Me/We

Unge arbeidstagere er opptatt av å realisere seg selv og nå sine egne mål men forstår instinktivt at det oppnås best gjennom samarbeid, deling og sosial interaksjon.

Generasjon Flex

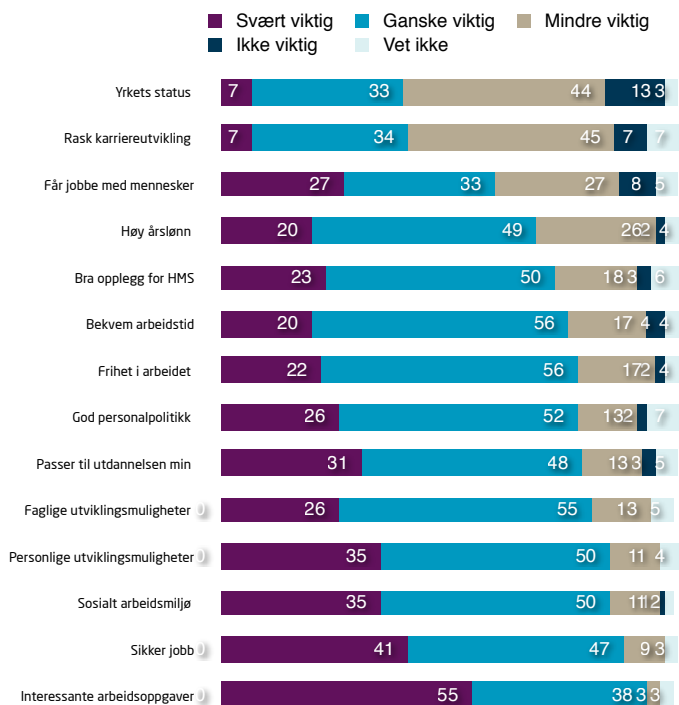
Unge arbeidstagere er mer enn noe annet redd for å begrense sine muligheter og ønsker mest mulig fleksibilitet, selvbestemmelse og medvirkning, men vet også at det må gå begge veier.

Generasjon BYOD (Bring Your Own Device)

Unge arbeidstagere forventer å kunne bruke samme teknologiske hjelpemidler på jobb som de gjør i privatlivet, og krever sømløse og effektive løsninger.

*Trendene er overskrifter hentet fra en større rapport fra OnLive Research om trender blant unge arbeidstagere (2013). (c) OnLive Research.

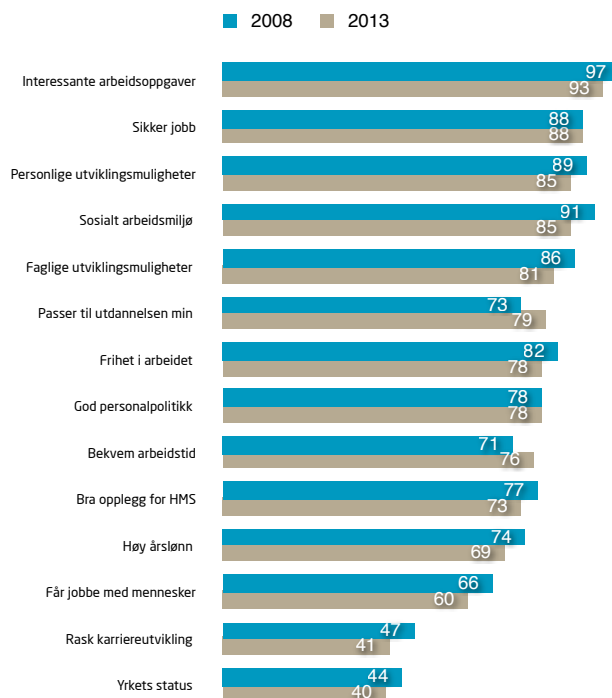
Hvilke faktorer er viktig for de unge når de skal velge seg yrkesvei?



Hvor viktig er disse faktorene for deg når du skal velge jobb eller yrkesvei?

Kilde: Ungdomsundersøkelsen

Endringer i faktorenes betydning for de unge fra 2008 til 2013



Hvor viktig er disse faktorene for deg når du skal velge jobb eller yrkesvei?

Summen av de som har svart Svært viktig og Ganske viktig sammenlignet med 2008.

Kilde: Ungdomsundersøkelsen

Ungdom mindre interessert i jobb i reiselivsnæringen enn for fem år siden

Ti til 20 prosent kan tenke seg jobb i reiselivsnæringen

Ungdoms interesse for jobb innen hotell, restaurant, opplevelsesturisme eller reiseliv er noe mindre i dag enn den var for fem år siden. Nedgangen er størst for hotell- og restaurant mens de andre to bransjene holder seg stabilt. Kun 11% av de unge svarer at de helt eller ganske sikkert tenker seg en jobb i hotellbransjen, mens tilsvarende for restaurant er 6%. Opplevelsesturisme er interessant for 21% av de unge, mens reiseliv generelt (oppfattet som guide, turleder, reisebyrå og lignende) når en andel på 18% som uttrykker interesse for jobb i næringen.

Nedgang i interesse, men fortsatt stort potensiale

Alle unge som ikke forkaster en jobb i reiselivsnæringen er i målgruppen for rekruttering. Dette omfatter alle som svarer helt sikkert, ganske sikkert eller kanskje på spørsmål om de kunne tenke seg å jobbe i næringen. I rapporten for fem år siden fant vi at halvparten av norske ungdommer dermed er i målgruppen for næringens rekrutteringssatsning. I dag ser vi en nedgang i denne gruppen, spesielt når det gjelder interesse for hotell (41% i dag, ned fra 47%) og restaurant (34%, ned fra 42%). Men målgruppen er fortsatt mer enn stor nok til å drive fokusert rekrutteringsarbeid. Vi

snakker tross alt om mer enn en tredjedel av ungdomskullene.

Sterk nedgang i interessen for å bli kokk eller servitør*

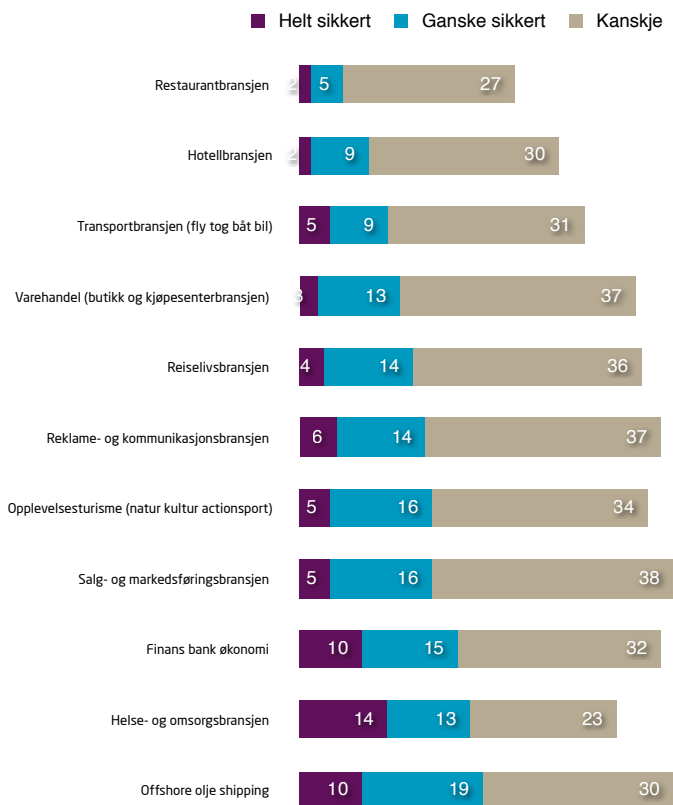
Vi ba de unge ta stilling til hvorvidt de ville vurdert en jobb innen fem konkrete yrker i reiselivsnæringen. I 2008 sa 35% at de kunne vurdert kokkeyrket mens kun 26% sier det samme i dag. Tilsvarende tall for servitør/vinkelner er 41% for fem år siden mot 24% i dag. Altså en markant nedgang. Grunnene til dette kan være sammensatte, men kan ha noe med yrkets status og et generelt godt arbeidsmarked som også gjestearbeidere fra andre land benytter seg av.

Foreldrene fremsnakker ikke næringen

Foreldrenes bevisste eller ubevisste påvirkning er blant de sentrale faktorer i unges valg av yrke og utdanning. Vi har denne gang derfor undersøkt foreldre med barn mellom 12 og 18 år sine oppfatninger om reiselivsnæringen som arbeidsplass for sine barn. 45% av foreldrene mener selv de har reell påvirkning på barnas yrkesvalg. Kun 13% av foreldrene har et positivt syn på om deres barn i fremtiden velger en jobb som servitør/vinkelner. Kokkeyrket har derimot en betydelig mer positiv klang hos foreldrene. 37% sier de ser positivt på at barna velger denne retningen.

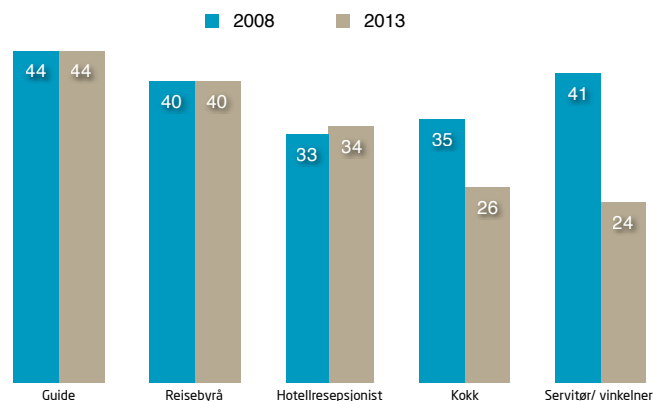
**Merk at akkurat dette spørsmålet er noe endret fra 2008, slik at det kan være en potensiell kilde til usikkerhet.*

Andel unge som ville vurdert å jobbe innenfor en del ulike bransjer



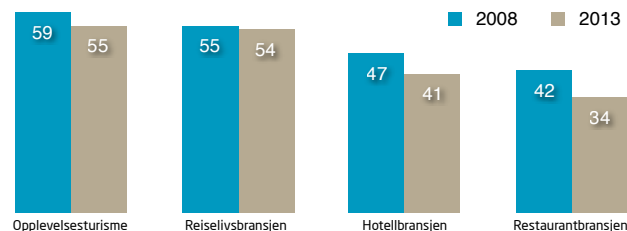
I hvilken grad kunne du selv tenke deg å jobbe innenfor disse bransjene?
 Totalsummen av alle som svarer Helt sikkert, Ganske sikkert og Kanskje kan sies å utgjøre den totale målgruppen for rekruttering til bransjen.
 Kilde: Ungdomsundersøkelsen

Andel unge som ville vurdert å jobbe innenfor utvalgte yrker i reiselivsnæringen



I hvilken grad kunne du selv tenke deg å jobbe innenfor noen av disse yrkene? Merk: Svaralternativer er ikke helt like i 2013 sammenlignet med 2008 slik at resultatene ikke nødvendigvis er fullstendig sammenlignbare.
 Kilde: Ungdomsundersøkelsen

Endring i totalmålgruppen siden 2008



I hvilken grad kunne du selv tenke deg å jobbe innenfor disse bransjene? Andel som svarte Ganske sikkert, Helt sikker og Kanskje (totalmålgruppen).
 Kilde: Ungdomsundersøkelsen

Hvordan fremstår kokkeyrket i de de unges omgivelser?

Unge (og samfunnets) syn på yrker og utdanning formes ikke i et vakuum. Kulturelle faktorer som trender, mediebilde, underholdning og kjendiser, samt menneskene man interagerer med i hverdagen spiller vel så stor rolle som næringens egne informasjonskampanjer eller rekrutteringstiltak. Ikke minst gjelder dette for kokkeyrket som har blitt profilert på godt og vondt gjennom flere år i mediene. For å forstå hva som former unges oppfatning av bransje og yrke i både medier og ellers i deres hverdag, er det viktig å forstå disse faktorene.

I denne delen av prosjektet har vi gjennom en kvalitativ semiotisk tilnærming sett på det vi anser som de viktigste kulturelle faktorer som kan påvirke unges oppfatning av kokkeyrket.



Eksempel på lite inspirerende fremstilling av matfagene på nettside for unge. Sterilt, sjarmløst og lite innbydende? Kilde: restaurantogmatfag.no



TV-programmer med stjernekokker bidrar til å gi et smalt og urealistisk bilde av kokkeyrket. Bilde: TV2.no

MEDIA

Kokkeyrket på TV

Fremstiller kokkeyrket i svart/hvitt. Enten som kompromissløs "machokokk" (Hellstrøm, Ramsay). Eller som amatørkokk som kan lage fantastisk mat uten fagbrev (4 Stjerners Middag).

SKOLE

Matlaging i skolen

Idag fokuseres det vel så mye på helse, livsstil og kosthold som på matlaging og råvarer. Den teoretiske tilnærmingen fremmer neppe matglede og nysgjerrighet på mat.

HJEM

Unge forhold til mat i hjemmet

Økende bruk av ferdigmat distanserer unge fra kunnskap om råvarer og tilberedning. Mindre overføring av kunnskap om matlaging mellom generasjonene.

UTE

Unge møter med kokkeyrket ute

Fastfoodbransjen viser kokkeyrket som et industrifag. Lav status og lave kompetansekrav forbindes med de som jobber på den type serveringssteder unge eksponeres for.

PR/ INFO

Næringens egen info på nettet

Yrkets og fagets nettsider gir ofte en praktisk og "steril" fremstilling av yrket. Sterkt fokus på praktisk informasjon, men mindre på mat, smak, råvarer og det sosiale og helserelaterte ved yrket.

Kokkeyrket fremstilles sjelden som attraktivt eller relevant i unges omgivelser

Svekkes kokkeyrket av skole, medier og næringen selv?

Denne delen av studiet kan tyde på det. Ofte fremstilles yrket som fjernt fra virkeligheten og fjernt fra "lidenskapen" rundt mat. Dette gjelder både i skolen, på TV, i hjemmet og i ungdoms møter med tilberedt mat i hverdagen. Selv næringens egne nettsider bidrar ikke optimalt til å gjøre yrket spennende og tenne interessen for mat som fag. Ofte er det praktiske rundt yrke og utdanning mer fremtredende enn mat som interesseområde.

Mangler gode kulturelle forbilder i kokkeyrket

Vi har "rockekokker", "sinnakokker", "amatørkokker" og "kjendiskokker". Men det

mangler tydelige representanter for den type kokk som setter matinteresse, smakskombinasjoner, livsstil og oppnåelige egenskaper i fokus slik som for eksempel Jamie Oliver lenge har gjort. De som derimot har tilegnet seg en posisjon i offentligheten som "folkelige" matforbilder er ikke kokker, men leger (Fedon Lindberg), helseguruer (Grete Roede), eller skribenter (Andreas Viestad). Altså, alt annet enn faglærte kokker. Hva forteller dette de unge som er opptatt av mat, helse og smak? Kanskje at veien til å bli god på mat ikke nødvendigvis går via kokkeyrket.

Mer personlig touch i fremstilling av kokkeyrket

Fremstillingen av kokkeyrket er verken entydig eller tydelig.

Vi ser allikevel noen fellestrekk som kan forme unges syn på yrket. Unge blir ofte presentert for et industrielt og maskulint yrke der prestisje, hurtighet og mattekniske ferdigheter overstyrer verdier som fremmer nærhet til råvarer eller livsstils- og helseaspektet. Ungdom lever i en hverdag der forhold til råvarer, tilberedning og eksperimentering med mat blir stadig mer fjernt. Det blir dermed viktigere for næringen å fremme disse verdiene i sin kommunikasjon fordi dette er noe som trigger mange. Fremfor bilder av uniformering i hvite kokkeluer og et fokus på kokkefagstudentens tekniske ferdigheter og verktøy, bør yrket derfor finne en personlig touch som bidrar til å vekke matglede og inspirasjon.



Mangler vi en norsk Jamie Oliver som et godt og inspirerende forbilde for kokkeyrket sett med unges øyne? Bilde: telegraph.co.uk



Stadig flere unge er opptatt av sunnhet, ernæring, helse og naturlig mat. Bør denne interessen fremheves sterkere gjennom næringens kommunikasjon med unge om kokkeyrket? Bilde: kk.no

Hvem er kjernemålgruppen for reiselivsnæringen?

Flest jenter

Sosiale, praktisk anlagte

Liker å jobbe med service
og med mennesker

Vil gjerne bruke språk
og reise utenlands

Kokkeinteresserte
er oftere gutter og mer
faglig orienterte

A woman with blonde hair tied back, wearing a black button-down shirt and a red tie, is looking down at a table. On the table are several oranges and a large, red, branch-like sculpture. In the background, there is a modern interior with a blue staircase and a large blue circular structure on the ceiling. A name tag is visible on her shirt.

**DEL 3: Hva skal til for å
rekruttere og holde på de unge?**

Strukturering av næringens budskap og tiltak for å vinne og beholde flere unge



Motivasjonsfaktorer

Faktorer som er viktige for å holde på de ansatte etter at de har kommet inn. Ofte vanskelig å kommunisere i forkant, men oppleves sterkt og viktig når man først er "ombord". Ofte emosjonelle drivere.

Differensieringsfaktorer

Faktorer til bruk i rekruttering som kan skille reiselivsnæringen fra andre og vekke interesse og begeistring hos potensielle søkere. Kan kommuniseres både emosjonelt og rasjonelt.

Hygienefaktorer

Faktorer de fleste unge forventer skal være ivaretatt. Dette er de aller viktigste kriteriene, men samtidig også de man som oftest tar for gitt hos enhver bransje eller arbeidsgiver man vurderer. Dermed er de ikke valgkriterier i seg selv.

Yrkesspesifikke motivasjonsfaktorer*

Kokkeyrket

Faglige utviklingsmuligheter
Personlige utviklingsmuligheter
Sikker jobb
Frihet i arbeidet

Servitør/vinkelner

Sosialt arbeidsmiljø
Får jobbe med mennesker

Hotellresepsjonist

Får jobbe med mennesker
Sosialt arbeidsmiljø
Sikker jobb

Guide

Får jobbe med mennesker
Sosialt arbeidsmiljø
Frihet i arbeidet
Personlige utviklingsmuligheter

Reisebyråmedarbeider

Sosialt arbeidsmiljø
Får jobbe med mennesker
Frihet i arbeidet

* Det er kun de som ganske eller helt sikkert kunne tenkt seg jobb i yrket som har svart. Svarene er rangert etter viktighet. Kun svar oppgitt av mer enn 20% er tatt med.

Potensialet for rekruttering er tilstede, men krever tydelig fokus og budskap

Målbretting og fokus

Tydelighet og prioriteringer er en utfordring i all kommunikasjon. Hva skal vi være, og for hvem? Det er ingen tvil om at man er mer effektiv jo mer målrettet man er. For å lykkes ennå bedre med rekruttering av fremtidens kompetanse til reiselivsnæringen bør man paradoksalt nok snakke til færre, ikke flere. Man må være tydelig på budskapet: Hva er den eller de faktorene som virkelig trigger interessen og skiller yrkene i reiselivsnæringen fra andre?

Velg bort de som ikke er aktuelle

En jobb i reiselivsnæringen passer ikke for alle. Det er nemlig vanskelig å skyte

blink om man ikke vet hva man sikter på. Fire av ti unge kunne vurdert å jobbe i hotellbransjen. Tre av ti sier det samme om restaurantbransjen. En av fire ser ikke bort fra en jobb som kokk. Dette er mer enn nok "råmateriale" å jobbe med så fremt man retter seg mot nettopp disse og ikke alle andre. Disse unge har noen fellestrekk som man kan legge vekt på og appellere til. De er sosiale og liker seg rundt mennesker. De er praktisk anlagte og ønsker "action". De er opptatt av opplevelser, gjerne i internasjonal sammenheng. Kokker skiller seg ut ved å være mer opptatt av faglig og personlig utvikling. I tillegg finnes selvsagt yrkesspesifikke interesser

som mat, vin, ernæring, uteliv eller reiselyst som kan utnyttes.

Fremelsk og tydeliggjør næringens styrker

De fleste unge (78%) vil jobbe med mennesker. De fleste ønsker også en jobb der de kan yte service (73%). Nesten like mange vil ha en jobb med internasjonalt perspektiv (69%). 76% ønsker lederansvar. Alt kan reiselivsnæringen tilby, ofte i større grad enn andre næringer. Veien til lederstilling er også kort. Mulighetene for internasjonal kontakt er stor. Service og sosialisering er nok reiselivsnæringen bedre på enn de fleste andre. Altså mye å spille på for å gjøre seg relevant for unge. Dette er

ofte mer motiverende enn (kun) informasjon om utdanning og muligheter.

Tydeliggjør karriereveier og kompetanseutvikling

For å gi unge et langsiktig perspektiv på jobb i næringen må karriereveiene tydeliggjøres. Yrker som kokk, servitør og andre må ikke ses på som aktuelt kun i en viss livsfase. Både de med høyere utdanning og de med fagbrev må se at det finnes en vei videre. Utviklingen av programmer som den såkalte "Y-veien" vil være avgjørende for å hjelpe unge faglærte å se en framtid i næringen. Næringen må også bedre sin satsning på etterutdanning da dette er en sentral faktor for å holde på medarbeidere og utvikle dem over tid.

Nødvendig å jobbe med omdømmet og hygiene-faktorer

Start med hygienefaktorene

Det er selvsagt enkelt å si men vanskelig å gjøre noe med. Reiselivsnæringen oppfattes av både næringen selv og de unge som en lavlønsbransje. I et arbeidsmarked så sterkt som i dag, vil de unge ofte velge bort yrker med lav lønn dersom de ikke har andre, tydelige fortrinn som oppveier dette. Lønnen henger selvsagt sammen med mange andre ting, så derfor er næringen avhengig av å sikre at de andre "basics" er på plass. Ordnete arbeidsforhold. God ledelse. Fleksibilitet og egen påvirkning på arbeidssituasjonen. Dette er forhold de unge ikke opplever næringen som spesielt gode på og som bør forbedres.

Bygg ned omdømmebarrierer

Det eksisterer en del omdømmemessige barrierer knyttet til reiselivsnæringen sett med de unges øyne. Det handler om yrkenes status (spesielt i restaurantbransjen), oppfatning av lønnsnivå og ubekvemme arbeidstider. I tillegg er det en oppfatning av at det er lite fleksibilitet og mulighet til å påvirke egne arbeidsoppgaver. Dette stemmer ikke alltid med virkeligheten, og næringen bør vektlegge fleksible og involverende arbeidsforhold som i noen grad kan bidra til å oppveie lønnsulempen.

Skape forbilder

Det er alltid nyttig med tydelige forbilder som kan gi de

unge knagger å henge sin opplevelse av et yrke på. I dag er det mange stereotypier som ikke alltid taler til bransjens fordel. Alt fra "partyvensker" eller ufaglærte som den typisk ansatte i serveringsbransjen til "sinnakokkene" på tv. Norge mangler det Jamie Oliver-aktige forbildet som kan gi et udelt positivt bilde av for eksempel kokkeyrket. Han representerer en kombinasjon av lidenskap for maten og smakene samt kompetanse, sjarm, helsefokus, samfunnsengasjement og suksess. Alt er verdier mange unge er opptatt av. Et bevis på at en kokk har mange muligheter og at det kreves kompetanse og faglig dyktighet i bunn sammen med personlige egenskaper.



*De unge opplever spesielt hotell- og restaurantyrkene som steder med lav lønn og ubekvem arbeidstid.
Kilde: Ungdomsundersøkelsen*

Praktisk prøving og personlige møter er mest effektive rekrutteringstiltak

Praktisk prøving og folk man stoler på

Både denne og flere tidligere studier bekrefter det samme. Praktisk prøving av yrket og personlige møter med inspirerende fagmennsker som man stoler på er de mest effektive rekrutterings- og påvirkningstiltak. På spørsmål om hvem man stoler mest på innen yrker og utdanningsvalg er "Folk som har erfaring med yrket" på toppen av lista for 37% av de unge. 15% sier at "Egen erfaring med yrket" er viktigst, mens 12% stoler mest på foreldrene og 10% på skolens rådgiver. Tidligere studier gjennomført for NHO og andre, viser samme bilde. Samtaler med folk som kjenner yrket og egen praktisk prøving er viktigste kilde til

informasjon og mest utslagsgivende ved påvirkning av unges valg.

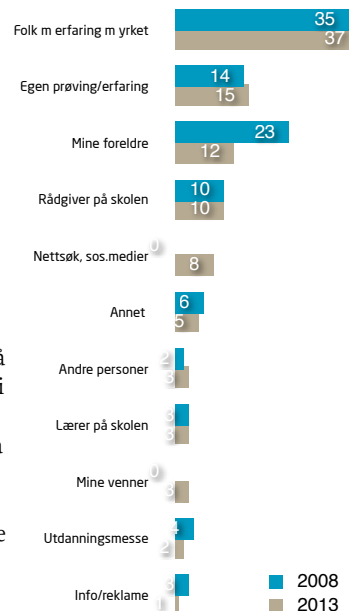
Praktisk yrkeserfaring, PTF og lærlingplasser

Reiselivsnæringen må utvikle flere effektive programmer for å gi elever positive erfaringer med yrket. Det finnes allerede gode eksempler på dette som for eksempel "Vi dekker til fest" med utspring i Sør-Trøndelag. Det finnes også individuelle eksempler på gode PTF-prosjekter (Prosjekt til fordypning) på videregående skole. En samlet og helhetlig satsning på et godt PTF-tilbud vil være med på å gi næringen en plattform for å gi unge positive opplevelser med yrket. I tillegg bør man jobbe med tilrettelegging av bedriftsbesøk for skoler og enkeltelever og

selvsagt sørge for tilstrekkelig antall tilgjengelig lærlingplasser.

Bruk tid på den enkelte: Relasjoner gir resultater

Økt rekruttering til relevante utdanningsretninger er nødvendig for å dekke kompetansebehovet. Men vi snakker ikke tusentalls nye. Det er fullt mulig å fokusere på individer og gripe spesielt fatt i de som faktisk er interessert fremfor å forsøke å nå "alle". På utdanningsmesser og bedriftsbesøk bør man legge opp til nok ressurser for å svare på den enkeltes spørsmål slik at nettopp de får vite det de trenger. Ikke minst bør man også avsette ressurser til å følge opp individene i etterkant fremfor å fokusere på brede kommunikasjontiltak.



Hvem stoler du mest på når det gjelder yrker og utdanningsvalg?
Kilde: Ungdomsundersøkelsen

Vær relevant og tilgjengelig på unges arenaer, men alt trenger ikke være digitalt

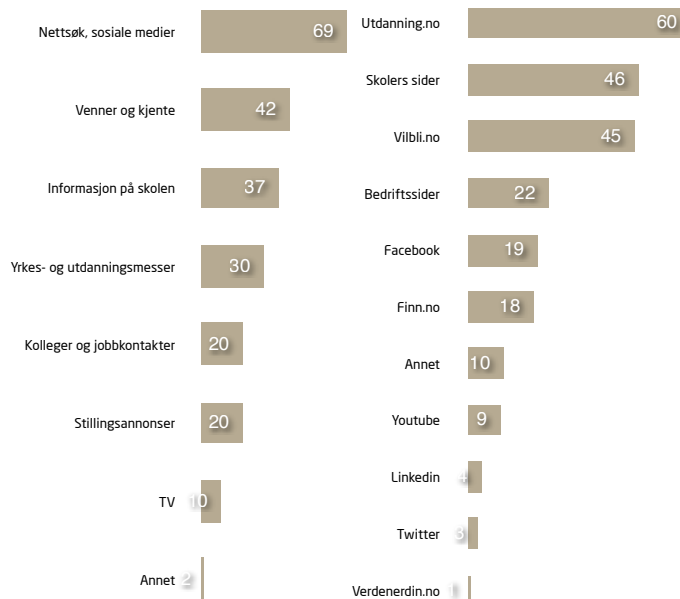
Internett er foretrukken kanal for informasjon

Internett er den klart mest brukte kilden til informasjon om yrker og utdanningsvalg blant unge. Syv av ti unge svarer at de helst bruker internett til dette, mens venner og kjente (42%) og informasjon fra/på skolen (37%) og yrke- og utdanningsmesser (30%) følger deretter. (De kunne velge flere enn én kilde). Dermed er det helt nødvendig med en tydelig tilstedeværelse på nett, både egne nettsider og i sosiale medier.

Vær tilgjengelig og relevant

Spesielt i forkant av søknadsfrister t søknadsfrister er det viktig å være tilgjengelig for å svare på spørsmål og gi praktisk informasjon. Dette

gjelder både på nett og på yrkes- og utdanningsmesser, samt i skolen. Også her handler det om å finne en balanse mellom tydelige budskap rettet mot mange på den ene siden, og skreddersydde, personlige oppfølginger på den andre. Det er viktig at nettsider ikke bare brukes til å fortelle om praktiske ting knyttet til yrke og utdanning. Dette er informasjon som er viktig for de som allerede vet de er interessert, men kan være mindre interessant for de som er i en orienteringsfase. Sistnevnte ønsker antagelig heller å bli inspirert og få trigget noen interessepunkter som matglede, helse/ ernæringsinteresse og lignende, fremfor å (kun) lese om utdanningsveier eller "selvskryt" av yrkene.



Hvor orienterer du deg helst om yrker og utdanningsvalg?

Kilde: Ungdomsundersøkelsen

Hvilke av disse nettstedene bruker du til å orientere deg om yrker og utdanningsvalg?

Kilde: Ungdomsundersøkelsen



Opp til halvparten av de unge er i målgruppen for jobb i næringen.

