

Sammendrag

Denne bacheloroppgaven er skrevet av Silje Myklebust Wetteland

Tusen takk til min veileder Åse Helen Bakkevig Dagsland – som har gitt meg god oppfølging.

Takk til utvalget som undersøkelsen baserer seg på og for den tid de tok seg å svare på mine spørsmål. Jeg hadde ikke fått utført denne studien uten at dere tok dere tid til å svare på mine intervju spørsmål – tusen takk!

Denne oppgaven tar for seg lærlinger i reiselivet og hvordan reiselivsnæringen oppfatter det å ha lærlinger og hvordan lærlinger blir ivaretatt.

Hvordan tenker reiselivsnæringen å tilrettelegge for lærlingeplasser?

Hva gjør næringen for å skaffe seg lærlinger, opprette lære plasser og følge opp lærlinger?

For å ta for meg denne problemstillingen har jeg foretatt kvalitative intervju som metode og snakket med et variert utvalg reiselivs bedrifter, sett på offentlig informasjon og gjort søk på internett. Datainnsamlingen er anonym, da jeg ikke ønsker å framstille spesielle virksomheter.

Jeg har sett på teori om sosialisering til yrke som lærling, gjensidig rammeverk og opplæringsløpet for lærlinger. I tillegg har jeg sett på læring i en organisasjon, på rekruttering, kompetanse og omdømme i reiselivet.

Jeg har analysert svarene fra informantene mine og sett på teorien for å svare på oppgaven min. Funnene viser en pliktoppfyllende reiselivsnæring som tar opplæring på alvor. Men det er få lære plasser i reiselivs faget. Det krever mer forskning på lærlinger i reiselivs faget, ikke minst fra lærlingens side.

Opgaven har vært en prosess og jeg har lært mye gjennom denne prosessen.

Innholdsfortegnelse

SAMMENDRAG	1
INNLEDNING	4
LITTERATUR:	5
PROBLEMSTILLING	5
<i>Hvordan tenker reiselivsnæringen å tilrettelegge for lærlingeplasser.</i>	5
<i>Underspørsmål:</i>	5
<i>Målet</i>	6
<i>Avgrensninger</i>	6
TEORI	6
REISELIVET	6
OPPLÆRINGSLØPET I BEDRIFT.....	6
<i>Kompetanseutvikling</i>	7
<i>Veiledning</i>	8
BEDRIFTENS PLIKT.....	8
GIR KOMPETANSE ET GODT OMDØMME?	9
<i>Attraktivitet for lærlinger</i>	9
<i>Samarbeid med skoler og utdanningsinstitusjoner:</i>	10
<i>Hva er et godt omdømme?</i>	10
TAUS KUNNSKAP	10
REKRUTTERING	11
HUMANKAPITALTEORIEN.....	11
SOSIALISERING	12
VELLYKKET SOSIALISERING.....	14
INNOVASJON, TEKNOLOGI OG BÆREKRAFT	14
METODE	15
HVA ER METODE.....	15
BESKRIVELSE AV METODE.....	16
INNSAMLING AV DATA	16
UTVALG	17
DATAANALYSE	17
BEGRENSNINGER	18
RESULTATER	18
SPØRSMÅL OM DE HAR LÆRLINGER OG HVORFOR.....	18
KOMPETANSE BYGGING, UTVIKLE FLERE LÆREPLASSER	18
OPPSUMMERING AV RESULTATENE	19
ANDRE FUNN	20
<i>Lønn</i>	20
<i>Opplæringskontoret</i>	20
DISKUSJON	21
EMPIRIEN OG TEORIEN	21
<i>Opplæringsløpet i bedrift og opplæring i organisasjoner</i>	22
<i>Bedriftens plikt forpliktelser</i>	22
<i>Omdømme og rekruttering</i>	23
<i>Humankapitalteori</i>	24
<i>Sosialisering</i>	24
<i>Oppsummering</i>	25
<i>Implikasjoner</i>	25
FORSLAG TIL VIDERE FORSKNING:	26
KRITIKK AV UNDERSØKELSEN:.....	26

KONKLUSJON	26
OPPSUMMERING AV FUNNENE	26
HVA BETYR RESULTATENE I EN STØRRE SAMMENHENG?	27
REFERENCE:	28
VEDLEGG.....	31
INTERVJUPROTOKOLL:	31
<i>Spørsmål til reiselivsnæringen.....</i>	<i>31</i>
<i>E-post brukt i oppgaven</i>	<i>32</i>

Innledning

Jeg jobber som lærervikar i grunnskolen og i videregående skole, ved siden av å studere reiselivsledelse og for å bli yrkesfaglærer i salg, service og reiseliv. Med dette i bakgrunn har jeg tenkt over hvor få søkere det er til videregående SSR, og hvor stort behovet er for arbeidskraft i disse yrkene. Derfor ønsker jeg å se nærmere på denne problemstillingen.

For å undersøke denne problemstillingen er det ikke nok å bare se på reiselivsbygget, andre yrkesfag spiller en stor rolle i reiselivet, for eksempel logistikk, mat og servering, og service. For at reiseliv skal fungere er det nødvendig med flere yrkesfag og man tenker ikke alltid over hvor mange fagområder reiselivet er avhengig av for å fungere.

Det er også en gråsoner mellom fritidsreiser og forretningsreiser, da de anvender samme overnatting, logistikk og mat/servering. Opplevelsesproduksjon skiller seg litt ut herfra da de stort sett lever av fritids turisme, er preget av sesong og av sekundære tjenester i tillegg, for eksempel arrangement, opplevelser for ansatte og familie o.l.

Jeg har valgt å ta for meg lærlingene i reiselivet for å finne ut om næringen er opptatt av å øke kompetansen med faglærte arbeidere, eller brukes det mye ufaglært kontra faglært. Jeg vil også se på økonomien i mennesker kontra teknologiske løsninger, som ofte blir brukt for å spare penger på lønnsutgifter.

Hvilke forventninger har bedriftene til lærlingene i opplæringsløpet og er arbeidsgiver fornøyd med lærlingene? Er det vanskelig å finne gode lærlinger? Hva forplikter arbeidsgiver seg til når en lærling blir tatt inn? Hva sier opplæringsloven i forhold til rettigheter for lærlinger?

Hvordan blir det markedsført mot utdanningsinstitusjoner for å sikre kompetanse og samarbeid? Reiselivet er en bransje med små marginer og er presset på økonomisk bærekraft. Er kompetanseheving en økonomisk gevinst? Jeg vil undersøke informasjon om tilskuddsordning for lærlinger i bedrift, reiselivet er en bransje med små marginer og er presset på økonomisk bærekraft. Er kompetanseheving en økonomisk gevinst?

Kompetansebygging/utdanne dyktige ledere, øke kunnskapen blant ledere og bevisstgjøring i

bedrifter. Hvordan kan vi utdanne gode veiledere i bedrifter. Jeg vil se på kompetanse og et godt omdømme. Å bygge et godt omdømme som en god lærebedrift innebærer å oppnå anerkjennelse og respekt for sin evne til å tilby kvalitetsopplæring til lærlinger.

Jeg vil i denne oppgaven benytte meg av empiri, teori, artikler, statistikk og intervju av reiselivsnæringen. Kvalitativt intervju med personer innen reiselivsnæringen. Bibliotek, internett, statistikk og offentlig informasjon.

Litteratur:

Pensum fra reiselivsledelse (Egerdal, 2019), (Benckendorff et al., 2019), (Einarsen, 2016), (Kaufmann & Kaufmann, 2015), (Brønn et al., 2019), (Chaffey et al., 2019) og søk i bibliotekets database etter informasjon. Doktor avhandling Åse Helene(Dagsland, 2017)

Kompetanse mål Udir.no, NAV, Rogaland fylkeskommune, NDLA.no

Problemstilling

Jeg opptatt av å sette søkelys på lærlinger i reiselivet, hvordan tar reiselivsnæringen seg av opplæring, opprette læreplasser og rekruttering av lærlinger, derfor er problemstillingen min følgende:

Hvordan tenker reiselivsnæringen å tilrettelegge for lærlingeplasser.

Underspørsmål:

Hva styrker læring i en organisasjon?

I hvilken grad er reiselivsnæringen opptatt av å ha lærlinger/opprette læreplasser?

Hva gjør næringen for å skaffe seg lærlinger, opprette læreplasser og følge opp lærlinger?

Målet

Med oppgaven er målet å se på læreplasser i reiselivet. Jeg ønsker å drøfte om reiselivet tar opplærings ansvaret etter det gjensidige rammeverk, om de har tiltak for å øke antall læreplasser og om de ser på lærling som en form for billig arbeidskraft eller om de tar veileder rollen på alvor. Jeg ønsker å finne ut om de ser en verdi i opplæring og et godt omdømme ved å bygge kompetanse.

Avgrensninger

Lærlinger i reiselivet er et stort tema, jeg har i denne oppgaven valgt reiselivs virksomhetenes ståsted i forhold til problemstillingen. Lærling perspektivet kommer ikke fram i denne oppgaven.

Teori

Reiselivet

Reiseliv og turisme er viktige arbeidsplasser og har mye å si for den lokale økonomien. Norske myndigheter har pekt på reiselivet som et satsingsområde de siste årene. Reiselivsnæringen er en sektor som omfatter en rekke aktiviteter knyttet til reise, turisme, mat, arrangement og overnatting. Reiselivsnæringen er i stor grad basert på tilbudet av unike og minneverdige opplevelser for turister(*Organisering av reiselivsnæringen - NDLA, u.å.*). Læreplasser kan vektlegge opplæring i å skape og levere autentiske opplevelser, kundebehandling, tjenstedesign og storytelling. Dette kan bidra til å styrke turistopplevelsene og gi økt konkurransekraft for reiselivsbedrifter(*Hovedleveranse - UTGÅTT - Markedsføring og salg (SS-SSS vg1) (LK06) - NDLA, u.å.*).

Opplæringsløpet i bedrift

Reiselivsfagbrevet er en 4 årlig yrkesutdanning som gir kandidatene en bred og allsidig kompetanse innen reiselivsbransjen. Kompetanse er å kunne tilegne seg og anvende kunnskaper og ferdigheter til å mestre utfordringer og løse oppgaver i kjente og ukjente sammenhenger og situasjoner. Kompetanse innebærer forståelse og evne til refleksjon og kritisk tenkning. [Overordnet del 2.2](#) . Kompetansemålene innen reiselivsfagbrevet er delt inn i tre hovedområder: 1. Planlegging og gjennomføring av salgs- og service prosesser: Dette

området inkluderer kompetanse knyttet til å planlegge og gjennomføre salgs- og service prosesser, inkludert kundebehandling, salg og markedsføring, og veiledning av kunder 2. Produkt- og destinasjonskunnskap: Dette området inkluderer kompetanse knyttet til produkter og destinasjoner i reiselivsbransjen, inkludert kunnskap om ulike reisemål og aktiviteter, arrangementer og kulturtilbud, og lokalhistorie og tradisjoner. I reiselivsnæringen handler det om å utvikle ferdigheter, kunnskap og kompetanse hos lærlingene for å møte kravene og behovene til sektoren. Dette kan omfatte opplæring innenfor områder som gjesteservice, administrasjon, turismeledelse, mat og drikke, og mer. Drift og økonomistyring: Dette området inkluderer kompetanse knyttet til drift og økonomistyring i reiselivsbransjen, inkludert regnskaps- og budsjetteringsteknikker, arbeidsmiljø og HMS, og etikk og bærekraft. Kandidatene som fullfører reiselivsfagbrevet skal ha opparbeidet seg en helhetlig kompetanse innen alle tre hovedområdene, og være i stand til å arbeide selvstendig og i team innen ulike arbeidsområder innen reiselivsbransjen(Utdanningsdirektoratet, 2022, *Læreplan i vg3 reiselivsfaget (RLV03-02)*, u.å.)

Reiselivsnæringen er i stor grad basert på tilbudet av unike og minneverdige opplevelser for turister. Læreplasser kan vektlegge opplæring i å skape og levere autentiske opplevelser, kundebehandling, tjenstedesign og storytelling. Dette kan bidra til å styrke turistopplevelsene og gi økt konkurransekraft for reiselivsbedrifter. Læreplasser kan sette søkelys på å utvikle kreativitet, entreprenørskap og innovasjon blant lærlingene. Dette kan omfatte opplæring i produktutvikling, markedsføring, digitale ferdigheter og bruk av ny teknologi i reiselivsnæringen. *«Underveis skal veileder bidra til å fremme læring og til å utvikle kompetanse og skal legge til rette for at lærlingen blir motivert, stimulere til lærelyst gjennom varierte arbeidsoppgaver og være i dialog med lærlingene om utviklingen i vg3 reiselivsfaget. Lærlingene skal få anledning til å uttrykke hva de opplever at de mestrer og reflektere over egen faglig utvikling. Arbeidsgiver skal gi rettleiding om videre læring og tilpasse opplæringa slik at lærlingen kan bruke rettleiding for å utvikle kompetansen sin i faget»* (Utdanningsdirektoratet, 2022, *Læreplan i vg3 reiselivsfaget (RLV03-02)*, u.å.).

Kompetanseutvikling

Dette innebærer å gi opplæring og utviklingsmuligheter for å forbedre lærlingens faglige ferdigheter og kunnskaper. Det kan omfatte deltakelse i workshops, konferanser, sertifiseringsprogrammer eller videregående utdanning(Einarsen, 2016, s. 149).

Veiledning innebærer å tildele lærlingen en erfaren mentor eller veileder som kan gi dem veiledning, støtte og faglig utvikling. Dette gir en mulighet for kunnskapsoverføring og personlig vekst(Kaufmann & Kaufmann, 2015, s. 269). Med fremveksten av teknologi har e-læring og nettbasert opplæring blitt stadig mer populært. Dette innebærer bruk av digitale plattformer og ressurser for å levere opplæring til lærlinger uavhengig av tid og sted. Det kan omfatte onlinekurs, interaktive moduler eller videoer.

Bedriftens plikt

Bedrifter som tar inn lærlinger får et basis tilskudd for å ha lærlinger(PDF, u.å.).

Bedrifter som ønsker å ta inn lærlinger, praksisbrevkandidater, lærekandidater eller kandidater for fagbrev på jobb, må søke om godkjenning som lærebedrift og få godkjent den enkelte kontrakten før tilskudd kan gis.

Bedrifter som ønsker å ta inn lærlinger, praksisbrevkandidater, lærekandidater eller kandidater for fagbrev på jobb, må søke om godkjenning som lærebedrift og få godkjent den enkelte kontrakten før tilskudd kan gis.

Lærebedriften har ansvar for å følge opp lærlingen både faglig og sosialt.

Lærebedriften skal ha en eller flere faglige veiledere som har ansvar for at lærlingen får opplæring etter opplæringsloven og i tråd med læreplaner. Noen bedrifter velger å være medlem av et opplæringskontor som kan støtte lærebedriften i å oppfylle alle de lovpålagte krav til opplæringa. Bedriften må ha kunnskap og forståelse om bruk av læreplaner og utvikle en opplæringsplan. Det skal være jevnlig dialog mellom lærling og bedrift om sosial og faglig utvikling. Lærlingen har krav på en arbeidskontrakt og er en arbeidstaker på lik linje med andre. Opplæringsloven pålegger bedriftene å ha internkontroll, for å kvalitetssikre opplæringen og følge beste praksis, og årlig rapportere til fylkeskommunen(Utdanningsdirektoratet, 2022, *Kompetansemål - Læreplan i vg3 reiselivsfaget (RLV03-02)*, u.å.)

Denne personen skal følge opp lærlingen, veilede og vurdere progresjonen. Arbeidsgiveren har ansvar for å sikre et trygt og godt arbeidsmiljø for lærlingen. Dette inkluderer å sørge for at arbeidsplassen er sikker, at nødvendig verneutstyr er tilgjengelig, og at lærlingen får

opplæring i hvordan man arbeider på en sikker måte. Arbeidsgiveren skal gi løpende veiledning og oppfølging til lærlingen for å bidra til faglig og personlig utvikling. Dette kan omfatte regelmessige samtaler, tilbakemeldinger på arbeidsinnsats og progresjon, og mulighet for å stille spørsmål og få hjelp. Arbeidsgiveren er ansvarlig for å utstede et kompetansebevis eller fagbrev til lærlingen når opplæringen er fullført, forutsatt at lærlingen har oppnådd de nødvendige ferdighetene og kunnskapene. Arbeidsgiveren er ansvarlig for å utbetale lærlingen en lønn som er i tråd med gjeldende avtaler og regelverk. Arbeidsgiveren må også overholde regler om arbeidstid og pauser (*Forskrift til opplæringslova - Lovdata, u.å.*) (*Lov om grunnskolen og den videregående opplæringa (opplæringslova) - Lovdata, u.å.*) (*Lov om arbeidsmiljø, arbeidstid og stillingsvern mv. (arbeidsmiljøloven) - Lovdata, u.å.*)

Gir kompetanse et godt omdømme?

Kompetansebygging kan være med på å bygge et godt omdømme som en god lærebedrift. Det innebærer å oppnå anerkjennelse og respekt for sin evne til å tilby kvalitetsopplæring til lærlinger. Det å være innovative og omstillingsdyktige og ha gode muligheter for kompetansebygging/utdanne dyktige ledere, veiledere og kunnskapsdeling (Kaufmann & Kaufmann, 2015, s. 81). Virksomhetens evne til innovasjon, fornying og evne til å følge trender er viktig for omdømme (Egerdal, 2019, s. 59). Tillit, etikk, respekt og miljøbevissthet er eksempler på andre drivere som kan måles i forbindelse med omdømmeanalyse og -bygging. For å sikre omdømme er det viktig å *etterleve erklæringer og møte forventninger* som er skapt hos interessenter. Det må være sammenheng mellom verdier og atferd og det som kommuniseres ut til omgivelsene. (*Hvordan bygge omdømme?, u.å.*)

Her er noen betydninger av å bygge et godt omdømme som en god lærebedrift:

Attraktivitet for lærlinger

En god lærebedrift med et godt omdømme vil være attraktiv for lærlinger som søker etter opplæringsplasser. Lærlinger vil være mer tilbøyelige til å velge en lærebedrift med et godt rykte fordi de har tillit til at de vil få en høykvalitetsopplæring og gode karrieremuligheter. Hvordan organisasjonen er bygd opp har mye å si for om den er attraktiv. Lærlinger som har hørt positive ting om en lærebedrift, vil være mer sannsynlig å søke seg dit, og dette kan bidra til å sikre at bedriften får de mest kvalifiserte og engasjerte lærlingene. Virksomhetene bør

utarbeide gode rekrutteringskampanjer, analyser av målgruppe og et tydelig EB(employer branding)(Egerdal, 2019, s. 307–308)

Samarbeid med skoler og utdanningsinstitusjoner:

En lærebedrift som ønsker et godt omdømme bør vise seg på utdanningsmesser, henvende seg direkte til utdanningsinstitusjonen og opprettholde samarbeid med skoler og utdanningsinstitusjoner. Skolene vil være mer villige til å samarbeide med en bedrift som er kjent for å tilby god opplæring, og dette kan åpne for muligheter for utveksling av kunnskap og ressurser. Generelt sett kan et godt omdømme som en god lærebedrift bidra til å styrke bedriftens posisjon i markedet, tiltrekke talentfulle lærlinger og ansatte, og fremme et positivt samarbeidsmiljø med skoler og utdanningsinstitusjoner (Egerdal, 2019, s. 309–310)

Hva er et godt omdømme?

En god lærebedrift vil bli sett på som en pålitelig og kompetent aktør i bransjen. Dette kan føre til økt anerkjennelse og respekt fra andre bedrifter, bransjeorganisasjoner og mulige samarbeidspartnere. Bedrifter med godt omdømme er ansett som økonomisk solide, og assosieres positivt. Et godt omdømme som lærebedrift kan også føre til økt stolthet og engasjement blant de ansatte. Når en bedrift er kjent for sin evne til å utdanne og utvikle talenter, vil ansatte føle seg som en del av en organisasjon som verdsetter deres bidrag til lærlingenes utvikling og suksess. Et godt omdømme som lærebedrift kan bidra til å sikre langsiktig rekruttering av fagfolk. Lærlinger som har hatt en positiv opplevelse og mottatt god opplæring vil kunne bli ambassadører for bedriften og anbefale den til andre mulige lærlinger i fremtiden(Kaufmann & Kaufmann, 2015, s. 81–82)(*Hvordan bygge omdømme?*, u.å.)

Taus kunnskap

I organisasjoner er det søkelys på informasjon som en kritisk viktig form for råvare. Vi har god tilgang til teknologi og finansiering, og kunnskap er et sterkt virkemiddel i konkurransen mellom virksomheter. Dette kalles Kunnskapsledelse, og menes med systemer og former for praksis som er egnet til å skape, ta vare på, dele og føre videre kunnskap i virksomheten. Det å forvalte kunnskapsutvikling på best mulig måte kan være avgjørende for virksomhetens suksess og overlevelse. (Kaufmann & Kaufmann, 2015, s. 81–82)

Rekruttering

Rekruttering og velge ut medarbeidere er en av organisasjonens viktigste oppgaver, da de ansattes kvalitet og kompetanse er avgjørende for hvordan organisasjonen lykkes med sine visjoner, målsettinger og hovedoppgaver. Evnen til å tiltrekke seg gode kandidater har mye å si for hvordan en virksomhet lykkes. En strategisk rekruttering, som er et langsiktig og overordnet arbeid, og er med på arbeidsgivers omdømmebygging og langsiktig behov for kompetanse og ressursplanlegging (Egerdal, 2019, s. 293). Å satse på lærlinger vil være med på å heve omdømmebygging og kompetansebehov. Det er her markedsføring og kompetanseutvikling kommer inn, for å tilegne seg gode lærlinger må bedriften ha et godt omdømme som en god lærebedrift. Det å vise seg som en god lærebedrift i de riktige kanaler, som skoler og opplæringskontor er en viktig del av å bygge et godt rykte som arbeidsgiver. En bedrift er bare vellykket i dette dersom det er sant, relevant, troverdig distinkt og ambisiøst. Det å skape et godt omdømme som en lærebedrift eller et godt «employer brand», brukes markedsføringsteknikker (Egerdal, 2019, s. 295)

Humankapitalteorien

Denne teorien setter søkelys på utviklingen av menneskelig kapital gjennom opplæring og utdanning. I reiselivsnæringen handler det om å utvikle ferdigheter, kunnskap og kompetanse hos lærlingene for å møte kravene og behovene til sektoren. Dette kan omfatte opplæring innenfor områder som gjesteservice, administrasjon, turismeledelse, mat og drikke, og mer.

Rekruttering og opplæring er en av organisasjonens viktigste oppgaver, men denne delen kan vanskelig måles i kroner, men en langsiktig investering. En god ansatt er en god investering for en virksomhet fordi man tidlig så at den ansattes kunnskap og kompetanse var en av virksomhetens viktigste resurser (Penrose 1960) (Brønn et al., 2019, s. 363).

Det ble allerede på 80 og 90 tallet forsøkt å lage datasystem for å fange opp og forvalte ansattes kunnskap (Knowlegde Management). I (Stenmark 2002) deles de inn i to separate perspektiver, der det ene perspektivet forstår kunnskap som noe universelt og løsrevet fra sin kontekst, ser den andre kunnskap som kontekst- og situasjonsbestemt, og basert på

individuelle erfaringer. Den første blir kritisert for å ha et ovenfra og ned perspektiv og for å betrakte kunnskapsbehovet som forutsigbart (Benbbya og Van Alstynne 2008)(Brønn et al., 2019, s. 363).

Sosialisering

Sosialisering er en livslang prosess, og kommer fra interaksjon med omgivelsene, det handler også om å sosialisere seg til et yrke for å lære ferdigheter, holdninger og verdier(Einarsen, 2016, s. 413–437). Sosialisering kan også sies som å overføre kunnskap fra erfarne til nye medarbeidere(Kaufmann & Kaufmann, 2015, s. 281).

«studenter i profesjonsutdanning er i en sosialiseringsprosess som er rettet mot yrkesrollen (Kunnskapsdepartementet 2017a, 2017b)» i (Tveiten, Sidsel, 2019, s. 79). Yrkessosialisering innebærer at yrkesidentiteten utvikles, det betyr at man identifiserer seg med yrkesfunksjonens mål, metoder, verdier, tenknings- og handlekrafts grunnlag.

Opplæring i organisasjoner refererer til prosessen med å lære og utvikle lærlinger for å forberede deres kunnskaper, ferdigheter og kompetanse i yrket. Opplæring kan omfatte en rekke aktiviteter og metoder, avhengig av organisasjonens behov og mål. Arbeidsfelleskap har stor betydning for sosialiseringsprosessen til lærlinger, og skjer ved at studentene møter undervisere og praksis yrkesutøvere de identifiserer seg med. Refleksjon over praksis i veiledningen kan bidra til bevisstgjøring som en del av sosialisering til et yrke er en viktig prosess uansett alder og yrke. Spesielt viktig for unge som opplever å være i yrkeslivet for første gang. Det å bli møtt med en god struktur, forutsigbarhet og veiledning er en grunnstein i hvordan den sosialiseringsprosessen blir god(Tveiten, Sidsel, 2019, s. 79).

Sosialisering til yrke kan ses fra to vinkler, sosialisering i en organisasjon og yrkes sosialisering. Organisasjons sosialisering går på det å lære organisasjonen, regler, verdier, normer og holdninger, som gjør en lærling skikket til å fortsette å jobbe innen organisasjonen, som antageligvis er en prosess som pågår under hele karrieren i organisasjonen. Dette krever oppmerksomhet på grunn av den mobiliteten og hyppigere jobb skifter(Dagsland, 2017, s. 14–15)

Yrkes sosialisering vil si det å tilegne seg de ferdigheter og forventninger som forventes for å utøve yrket. Begge deler er den prosessen en ansatt har for å kunne være en del av organisasjonen og for å utøve yrket sitt.

Denne prosessen er å lære målene, holdninger, verdiene, reglene, nye oppgaver, kulturen, nye medarbeider og nye relasjoner til/i organisasjonen, i tillegg personlig utvikling og profesjonell adferd(Dagsland, 2017, s. 17–19).

Undersøkelser viser resultatene fra sosialiseringprosessen, har identifisert mange positive indikatorer til en suksessfull sosialisering prosess, både personlig og organisatorisk. En god organisasjonskultur er viktig for trivsel, utvikling og læringsprosessen(Dagsland, 2017, s. 20)(Glaz et al., 2017) påpeker i sin artikkel hvordan organisasjons kulturen er med på å påvirke i denne prosessen. Dagsland referer til tre faser som er viktige i prosessen, forventningene, konfrontering og tilpasning. I følge (Glaz et al., 2017) er prosessen sammenlignet med normer og regler i samfunnet, og en ansatt har med seg sine opplevelser og normer inn i organisasjonen og påvirker også.

Læring er skjer i individet og utdanning handler om relasjon. Sosial kognitiv læring blir beskrevet enkelt som at vi kopierer eller imiterer andre og i Banduras teori om sosial læring beskriver han det som informasjon som kommer fra organisasjonen til det lærende individet og blir delt opp i observasjonslæring, selvkontroll og subjektiv mestringsevne. I en organisasjon er kandidater til observasjonslæring de som er kompetente, eksperter, høy status, de som mottar belønning og som har den ønskede jobb atferden og viser vennlighet i situasjoner. Det er ofte flere kandidater som er inspirerende som objekter til observasjon og velger aktivt selv de som er ønsket å benytte som grunnlag for egen læring. Ledelses forskeren Moss Kanter har lagt særlig vekt på hvor viktig det er for toppledere å være gode modeller for de ansatte(Kaufmann & Kaufmann, 2015, s. 267–269)

Kunnskap om sosialiseringprosessen i en lærling er viktig for organisasjonen og hjelper å forstå den prosessen som foregår. Taormina (1994) presenterer fire faser i prosessen: opplæring, forståelse, medarbeider støtte og fremtidsutsikter(Dagsland, 2017, s. 21). Jørgensen og Waring (2003) deler forholdene i sosialiseringprosessen i tre: det teknisk-organisatoriske miljø (arbeidsfordeling og innhold, mulighet for selvstendighet og å anvende kompetanse, muligheter for sosialt samspill, belastninger), medarbeidernes læringsforløp (arbeidserfaring, utdanning og sosial bakgrunn) og det sosiale læringsmiljø (arbeidsfellesskap, sosiale fellesskap og politiske fellesskap). For en lærling i bedrift er instruktørrollen sentral for sosialiseringen. Instruktøren må ha yrkes stolthet og være opptatt av faget/yrket. Hen må også vise respekt for lærlingen, ha kunnskap om yrkesetiske utfordringer. Yrkesetiske

utfordringer kan også handle om forholdet mellom kvalitet, miljø og økonomi(Haaland & Nilsen, 2020, s. 33).

Vellykket sosialisering

Møtet med arbeidslivet er en viktig milepæl i de unges liv, det er helt avhengig av opplevelsen, mestringen og møtet med arbeidet blir en god opplevelse for en vellykket sosialiseringssprosess. Det innebærer at lærlingen opplever seg som et fullverdig medlem av arbeidsgruppen, identifiserer seg med gruppen og kopierer språk og adferds koder. Lærlingen må også oppleve at det er bruk for han og at han mestrer de oppgaver han blir tildelt.

Organisasjonen vil en vellykket sosialiseringssprosess føre til en medarbeider som raskt behersker arbeidet, blir dyktig og stabil. Kanskje også en nyskapende og kreativ medarbeider som kan bidra positivt i miljøet(Einarsen, 2016, s. 434)

En mislykket sosialiseringssprosess kan føre til utenforskap, eller ikke bli akseptert, manglende mestring og manglende forventninger. Motivasjonen mangler, dårlige prestasjoner, manglende læring og økt fravær er alvorlige konsekvenser av en mislykket sosialisering. Det er viktig at virksomheten har kunnskap om dette og kan avdekke en mislykket sosialisering(Einarsen, 2016, s. 435)

Innovasjon, teknologi og bærekraft

Reiselivsnæringen er kjent for sin evne til å innovere og tilpasse seg stadig skiftende markedsforhold og kundepreferanser. Læreplasser kan sette søkelys på å utvikle kreativitet, entreprenørskap og innovasjon blant lærlingene. Dette kan omfatte opplæring i produktutvikling, markedsføring, digitale ferdigheter og bruk av ny teknologi i reiselivsnæringen. Bærekraft er en viktig faktor i dagens reiselivsnæring, da det er økende fokus på miljømessig, sosial og økonomisk bærekraft. Læreplasser kan inkludere opplæring om bærekraftige praksiser, for eksempel ressursbevaring, reduksjon av karbonavtrykk, lokalt samfunnsengasjement og ansvarlig reiseliv. Viktigheten av å være en utviklende og nytenkende organisasjon er å holde tritt med markedets ønsker og behov(Egerdal, 2019, s. 59)markedet er i stadig forandring og behovene endrer seg.

Opplæring i organisasjoner bør være en kontinuerlig prosess for å holde tritt med endringer i teknologi, bransjer og markeder. Ved å investere i lærlinger/læreplasser kan organisasjoner bidra til å forbedre ytelse, trivsel og karriereutvikling, samtidig som de styrker organisasjonens konkurranseevne. Kunnskapsgenerering det handler om å skape ny kunnskap gjennom innovasjon(Kaufmann & Kaufmann, 2015, s. 280)

Metode

Hva er metode

Samfunnsvitenskapen har som hensikt å bidra med kunnskap om hvordan virkeligheten ser ut og da må vi bruke metoder. Metode dreier seg om hvordan vi skal gå fram for å finne informasjon om virkeligheten, hvordan denne informasjonen skal analyseres, forteller oss om sosiale forhold og prosesser. Vi må derfor samle inn, analysere og tolke data, dette er en del empirisk forskning. Metoden er systematikk, grundighet og åpenhet, og hjelper oss å treffe hensiktsmessige valg. Den samfunnsvitenskapelige metode gir oss en oversikt over framgangsmåter og konsekvenser for valg av metode. Den gir oss mulige metoder for å komme så nær som mulig i å undersøke om våre antagelser er i overensstemmelse med virkeligheten eller ikke(*Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode - Universitetsbiblioteket i Stavanger*, u.å., s. 21)

Det skilles mellom kvalitative og kvantitative metode og forskningsprosessen har som regel fire faser, forberedelse, datainnsamling, dataanalyse og rapportering(*Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode - Universitetsbiblioteket i Stavanger*, u.å., s. 22–23).

Samfunnsforskningen dreier seg om å undersøke forlks virkelighet. Virkeligheten består av uendelig med gjenstander, mennesker, samhandlinger, erfaringer og fortolkninger(*Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode - Universitetsbiblioteket i Stavanger*, u.å., s. 25). Det vil alltid stilles spørsmål ved påliteligheten av undersøkelser(*Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode - Universitetsbiblioteket i Stavanger*, u.å., s. 27).

Det skal også anvendes teori sammen med empirien for å finne relasjonen eller forholdet mellom de innsamlede data.

Beskrivelse av metode

Gjennom faglitteratur fra pensum på reiselivsledelse, internettsøk, offentlige register og kvalitative intervju har jeg samlet informasjon til problemstillingen min.

Kvalitative intervju er personlige intervju med et begrenset antall personer. Med denne metoden undersøker man hvilke meninger og erfaringer de har de som opplever dem og hvordan de kan tolkes og forstås. I stedet for å undersøke et stort antall som i kvantitativ metode, vil kvalitativ vanligvis bare bli brukt på noen få, eller et utvalg. De personene som blir intervjuet er det vanlig å omtales som informanter, respondenter eller intervjuobjekter. En intervjuundersøkelse er vanlig å bruke når man vet lite om problemstillingen, eller ønsker å forstå flere sider av den til tross for teori. Den kan og benyttes når problemstillingen er fastlagt og man ønsker å samle mer informasjon for å belyse den (Andersen, Erling S. & Schwencke, Eva, 2020, s. 123)

Jeg har valgt kvalitative intervju for å få en mer dybde i informasjonen som ikke alltid er i teorien, og for å få et øyeblikksbilde av næringen og bruken av lærlinger.

Innsamling av data

Jeg sendte først ut e-post til informantene om de hadde mulighet til å svare på mine spørsmål. Avtalte tidspunkt det passet å ringe dem på.

Jeg har valgt ut syv reiselivsbedrifter som jeg har snakket med, 6 på telefon og en pr e-post.

I min oppgave har jeg samlet inn kvalitative, personlige intervju i varierte deler av reiselivsnæringen, jeg intervjuet et utvalg fra reiselivsnæringen over telefon. På denne måten blir svarene mer personlig og subjektive. De kan derfor ikke direkte knyttes til næringen som et forsknings prosjekt, men blir mer som en undersøkelse, knyttet sammen med teori og empiri. Tanken var å få et lite innblikk i hvordan næringen ser på det å ha lærlinger, hvordan de gjør for å tilegne seg lærlinger og hvilke utfordringer det er i det å ha en lærling.

Jeg satte opp et utvalg spørsmål til næringen på forhånd. Disse ble ikke presentert på forhånd, for å få et øyeblikks bilde, og ikke gi informanten tid til å kunne forberede seg.

Jeg gjorde lydopptak av intervjuene slik at jeg kunne høre svarene i etterkant for å få så nøyaktig informasjon som mulig. Informantene ble informert om dette samt informert samtykke, konfidensialitet og personvern.

Jeg behandler personopplysninger i tråd med NSD og UiS sine retningslinjer for personvern, objektene ble opplyst på forhånd om reglene og personvernet.

Lydopptak blir slettet etter at oppgaven er levert inn, det ble informantene informert om.

Utvalg

Jeg har, som tidligere nevnt, valgt ut syv reiselivsbedrifter som jeg har snakket med, seks på telefon og en pr e-post.

Jeg har valgt ut to hotell, en større kjede og et lite hotell. Jeg har tatt med et flyselskap som er stasjonert på flyplassen, samt guide selskap, en fornøyles park og en passasjertransport selskap.

Jeg har valgt en variasjon med tanke på at reiselivet er svært variert og til stede i mange forskjellige bedrifter. Derfor har jeg prøvd å finne en aktør for transport, overnatting og guiding for å dekke litt av et differensiert reiseliv. Jeg har valgt å anonymisere utvalget. Variasjonen i utvalget gjør at jeg kan trekke konklusjoner på hvor lærlinger finnes, hvorfor og fordi det er relevant til problemstillingen min.

Dataanalyse

Jeg har prøvd å sammenfalle teori og informasjon gjennom informanter og empiri. For å belyse problemstillingen og finne pålitelige svar er det viktig med informantenes svar knyttet opp mot teorien. For å få stilt spørsmålene slik at informantene svarte utfyllende brukte jeg åpne spørsmål. Spørsmålene var og slik at det var mulig å stille oppfølgingsspørsmål.

For å sammenligne lønn lærlinger har jeg brukt SSB.

Jeg har etter spørsmålene samlet svarene fra informantene og satt dem sammen kategorisk med teori.

Begrensninger

Det er bare næringslivets side som er satt i fokus i denne oppgaven, og det er nødvendig å se det fra lærlingenes side også.

Det er et lite utvalg av objekter og virksomheter som er blitt intervjuet i denne oppgaven, og derfor kan resultatene være noe subjektive.

For en mer utfyllende og mer presis undersøkelse, burde kanskje en spørreundersøkelse som dekket flere reiselivsbedrifter for mer entydige svar. Mer utforsking fra lærling perspektivet er også nødvendig for å belyse problemstillingen, da dette feltet trenger mer oppmerksomhet for å få kompetanse inn i reiselivet.

Ved telefon intervju er det vanskelig å lese ansiktsuttrykk og kroppsspråk på informanten og ved å anvende intervju som metode, kan svarene bli noe preget av intervjuer sitt ståsted (Andersen, Erling S. & Schwencke, Eva, 2020, s. 137) (Einarsen, 2016, s. 50–51)

Resultater

I dette kapittelet vil jeg presentere mine funn etter å ha intervjuet informantene mine. Jeg har fått svar fra to hotell, et guideselskap, persontransport og et flyselskap som er stasjonert på flyplassen.

Spørsmål om de har lærlinger og hvorfor

To av de virksomhetene som jeg intervjuet har lærlinger i dag. En hadde lærlinger før Covid, disse fullførte lærlingetiden sin.

Begrunnelsene de oppgir for ikke å ha lærlinger er sjeldent spørsmål om å ha lærling, sesong betont behov for arbeidskraft, usikker på hvilket fag lærlingen skulle hatt, kontor – og administrasjon eller rent reiseliv, økonomisk usikkerhet i bransjen, salg av avdelinger, geografisk plassering med dårlig tilgang på den rette kompetansen, ikke personer med den faglige kompetansen til å veilede en lærling eller i startfasen.

Kompetanse bygging, utvikle flere læreplasser

De som har lærlinger, ser verdien i kompetansen og den arbeidskraften en lærling er. Alle informantene var positive til å ta inn lærlinger, viktigheten av kompetansebygging og resursen det er å ha en lærling.

- lærlingene får en god øvelse og virksomheten får god hjelp
- egen lærlingeansvarlig som samarbeider med opplæringskontor og lærling
- ledertrenings program
- halvårssamtaler med opplæringskontor
- blir fulgt opp med introduksjonskurs, e-læring, følger nyansatt løpet og belønningssystemer
- blir brukt som vanlig ansatt når de er ferdig opplært
- lærlinger er ofte unge og entusiastiske, fører med seg god service
- det krever resurser for å ta inn lærlinger, da de må følges opp og ikke ta stort ansvar alene
- «gull arbeidskraft» og en langsiktig investering, du får dyktige og gode ansatte etter utdanning
- lærlingene blir satt i alle avdelinger og får en bred og helhetlig forståelse av virksomheten
- kompetansekrav blir fulgt opp
- faglært er pluss, da de kjenner bedriften

Oppsummering av resultatene

En av bedriftene som har lærlinger, en opplevelses park, bruker sesong arbeidere, som de er fornøyde med, til å plukke ut lærlinger. De har en lærling i dag, og det overasket litt at det var i barne- og ungdomsarbeider faget. Parkleder er utdannet lektor, som da gir et inntrykk av en ledelse som er opptatt av en god tilrettelegging for opplevelser for barn.

De har ikke hatt lærling før og oppgir at det åpnet en ny dør, og de ser muligheter for flere lærlinger i forskjellige fagområder. virksomheten har ikke hatt lærlinger før fordi ikke alle har den faglige kompetanse til å følge opp lærlingene og plukker gjerne ut fra dyktige sesongarbeidere for å rekruttere.

Flyselskapet oppgir at de hadde lærlinger før Covid, og at disse fikk fullføre utdannelsen etterpå. Men det tas ikke inn nye lærlinger pr i dag fordi økonomien er dårlig og avdelinger selges. Flyselskapet og hotellkjeden oppgir i tillegg at lærlinger blir brukt som en vanlig ansatt når han er ferdig opplært, det vil si at de utnytter seg av billig arbeidskraft og lærlinger står alene på jobb.

Hotell kjeden som har lærlinger er veldig positive til å ta inn nye lærlinger, er flinke å markedsføre seg som en attraktiv arbeidsgiver med søkelys på mangfold og at de tar inn de som har falt litt utfor. De beholder ofte de ferdig utdannede lærlingene i mange år, så noe rett mener de at de gjør. Hotellkjede oppgir også at det er vanskelig å få ta i god kompetanse etter Covid, da flere fikk andre jobber og er vanskelig å få tilbake, noe som kanskje lønn har noe med. Den store hotellkjeden er flinke med markedsføringen mot skoler og universitet for å rekruttere.

De opplever en gjensidig kunnskapsdeling fra lærlingene, og lærlinger har nyere og bredere kunnskap å tilføre.

Bedriftene samarbeider med fylkeskommune, skole og lærling for å følge opp lærlingene. De har egen lærling ansvarlig for å best mulig gjøre denne jobben med samarbeidet mot skole, fylkeskommune og lærling.

De som ikke har lærlinger i dag, er ikke opptatt av å ha lærlinger, eller har kapasitet til å ha en lærling. Dermed lite aktivitet for å markedsføre seg mot skoler eller utdanningsinstitusjoner. Begrunnelse er økonomi, sesong turisme eller ny oppstartet virksomhet. Men alle er positive til lærlinger og er opptatt av den jobben som kreves å følge opp en lærling.

Andre funn

Lønn

Jeg har med lønn fordi det er relevant til hvordan næringen er konkurransedyktige for å få gode lærlinger og å være en attraktiv arbeidsgiver.

Nedre mnd. lønn for en resepsjonist i hotell er kr 12 880,- pr. Mnd. (gjennomsnitt er kr 17 310,-) (SSB)

En Snittlønn for en rørlegger lærling er kr 27 820,-pr. mnd. (SSB)

Butikkmedarbeider Snittlønn på kr 21 650,- pr mnd. (SSB)

Opplæringskontoret

Det er få reiselivsbedrifter som er registrert i Rogaland.

Næringen benytter seg av lærlinger sekundært, da underleverandører som har tilknytning til reiselivet har lærlinger.

Reiselivsfaget ser ut til å ha en grå sone mot resepsjonsfaget, kokk og servitør faget.

Svar på e-post fra Rogaland fylkeskommune der jeg stilte spørsmål om hvor mange lærlinger det er i reiselivsfaget:

«Vi har 13 løpende lærekontrakter i Reiselivsfaget, 7 av dem knyttet til hotell. I tillegg kommer det 8 nye kontrakter som er under behandling.

Vi har 23 søkere til læreplass i faget, kun 8 (de samme 8 som er under kontraktbehandling) av dem har så langt registrert tilbud om læreplass. Tipper det er noen av de 23 som ikke klarer å skaffe seg læreplass grunnet manglende ledige læreplasser i det faget» (Torbjørn Håmsø, Fagleder, Seksjon opplæring i bedrift Rogaland fylkeskommune).

Diskusjon

I dette kapittelet vil jeg diskutere funnene i resultatene med teorien fra tidligere forskning. Jeg skal diskutere virkningen av min forskning og hva som er viktig og fortsette å forske på videre. Jeg ønsker å få fram hvilken betydning resultatene og teorien i denne oppgaven har for læreplasser i reiselivet. Jeg vil si litt om funnene har en nøytral, positiv eller negativ betydning.

Empirien og teorien

I denne oppgaven har jeg sett på utdanningsløpet for å bli fagarbeider innen reiseliv, opplæringsløp i bedrifter og organisasjoner, hvilke forpliktelser en bedrift har for å ta inn en lærling og sosialiseringprosessen til yrkene i reiselivsvirksomhetene. Jeg har sett på resultatene fra informantene, teori og funn fra offentlig informasjon på internett for å se om jeg kan få svar på problemstillingen min, samt underspørsmålene (se kap problemstilling) Hvordan tenker reiselivsnæringen å tilrettelegge for lærlingeplasser?

Opplæringsløpet i bedrift og opplæring i organisasjoner

Det er et stort ansvar å ta inn en lærling og reiselivsfagbrevet er en 4 årig yrkesutdanning som gir kandidatene en bred og allsidig kompetanse innen reiselivsbransjen. Kompetanse er å kunne tilegne seg og anvende kunnskaper og ferdigheter til å mestre utfordringer og løse oppgaver i kjente og ukjente sammenhenger og situasjoner. Informantene mine oppgir at de tar ansvaret for en god oppfølging av lærlingene på alvor, at en lærling er en sterk resurs og får en allsidig kompetanse i bedriften.

Lærlingene får introduksjonskurs, e-læring og en helhetlig forståelse av bedriftskulturen. Samtidig blir de nok benyttet i noen grad som billig arbeidskraft, og det vil alltid være en diskusjon om dette. En lærling har som alternativ til skole en utdanning med lønn. Virksomhetene følger opp lærlingene og tar i høy grad dette på alvor, det viser på svarene jeg har fått. Informantene oppgir alle at det krever resurser og riktig kompetanse å ta inn en lærling. Kompetanseutvikling: Dette innebærer å gi opplæring og utviklingsmuligheter for å forbedre lærlingens faglige ferdigheter og kunnskaper. Det kan omfatte deltakelse i workshops, konferanser, sertifiseringsprogrammer eller videregående utdanning (Einarsen, 2016, s. 149). Veiledning innebærer å tildele lærlingen en erfaren mentor eller veileder som kan gi dem veiledning, støtte og faglig utvikling. Dette gir en mulighet for kunnskapsoverføring og personlig vekst (Kaufmann & Kaufmann, 2015, s. 269). Lærlingene får i høy grad den oppfølging med en veileder som kan faget (Undervisningsdirektoratet, 2020)

Bedriftens plikt forpliktelser

Informantene oppgir at det blir satt opp en plan og at det blir utpekt en veileder som har ansvaret for lærlingene, oppfølging, oppgaver, skole og samarbeid. Ifølge mine informanter blir lærlingen ivaretatt forskriftsmessig fra bedriftens perspektiv. Virksomhetene er klar over hvilke resurser som kreves for å ta vare på en lærling på en god måte, for både de som har, ikke har eller hatt lærlinger. Bedrifter med lærlinger vet også at det er en billig arbeidskraft, men også en langsiktig investering i gode fagfolk. Opplæringsloven pålegger bedriftene å ha

internkontroll, for å kvalitetssikre opplæringen og følge beste praksis, og årlig rapportere til fylkeskommunen, informantene oppgir at lærlingene blir nøye fulgt opp og at lærlingene fører logg.

Den gjensidige rammeplanen blir fulgt, en veileder blir tildelt og samarbeid mot utdanningsinstitusjonen virker å fungere bra. Men det må merkes at dette er arbeidsgiver syn, ikke lærlingens.

Omdømme og rekruttering

For å prøve å svare på problemstillingen, virker det som økonomi, usikkerhet i reiselivet og sesong har mye å si for det å utvikle læreplaner. Det finnes veldig mange små aktører, noen er ny etablert etter konkurser og økonomiske framtiden er noe usikker. Vi har sett hvor sårbart reiselivet kan være. Behovet for arbeidskraft er stort, men det er få som tar inn lærlinger.

Det å være innovative og omstillingsdyktige og ha gode muligheter for kompetansebygging/utdanne dyktige ledere, veiledere og kunnskapsdeling gir godt omdømme (Kaufmann & Kaufmann, 2015, s. 81).

Informantene oppgir i at dette stemmer i høy grad, dyktige lærlinger, attraktiv arbeidsgiver og service gir godt omdømme tilbake til bedriften. Virksomheter som ønsker nye lærlinger bør være flinke å markedsføre dette, og det er bare en av informantene mine som oppgir at de er flinke på det området, det er også den virksomheten som har flest lærlinger. En lærling som har en god læretid, vil være god pr for virksomheten. Det å være en attraktiv arbeidsgiver vil også tiltrekke seg flinke lærlinger, de er også bevisste på den langsiktige investeringen en lærling er. Får du formet en lærling inn i bedriften har du en dyktig ansatt i mange år. Som nevnt tidligere i rekrutteringskapittelet er «Strawberry» kjeden flinke på å markedsføre seg som en attraktiv arbeidsgiver, gjennom å ansette fra mangfoldet.

Det at det er et stort behov for arbeidskraft innen reiseliv og overnatting, betyr og en mangel på kompetanse i reiselivsnæringen. Det er krevende å ha lærlinger, og hvis ikke virksomheten har en veileder med god kompetanse, er det vanskelig å styrke læring i organisasjonen.

Det er ca 23 søkere til lærling i reiselivsfaget, som ikke har funnet en læreplan i Rogaland. Lønnsmessig ligger reiselivet i snitt på et lavt nivå, dette gjør næringen mindre attraktiv og konkurransemessig i markedet. Men likevel ønsker mange å jobbe i denne næringen.

Det blir brukt mye sesongarbeidere, frilansere og deltids ansatte i reiselivsnæringen. En lærling jobber fulltid og dermed ikke enkelt å ha arbeid til en fulltidsansatt.

Humankapitalteori

Den menneskelige kapital gjennom opplæring og kompetanse kan vanskelig måles i kroner, men virksomhetene er i høy grad opptatt av å utdanne, rekruttere og utvikle unge til yrkene. En god ansatt er en god investering for en virksomhet fordi man tidlig så at den ansattes kunnskap og kompetanse var en av virksomhetens viktigste resurser (Penrose 1960) (Brønn et al., 2019, s. 363), dette bekrefter informantene de er opptatt av og tar på alvor. Ut fra mine svar fra informantene tar bedriftene kunnskap og kompetanse på alvor, og verdsetter en lærlings kompetanse. To av informantene mine fortalte at en lærling kan mer enn meg, fordi de har vært i alle virksomhetens avdelinger og kan svare på flere spørsmål. Men det er krevende å ha en lærling for bedrifter, næringen mangler mye faglært arbeidskraft, 59 ledige stillinger i reiseliv, hotell og overnatting i Rogaland pr 11.06.23. (Arbeidsplassen.no), og det er mange som ikke har fått læreplass. Men tall fra opplæringskontoret sier at det er 23 lærlinger som ikke har fått læreplass i reiselivet. Dette kan sammen falle med at de ikke har nok kompetanse, næringen mangler fagfolk som etter Covid fikk andre jobber eller økonomiske årsaker, muligens.

Sosialisering

Hvis vi knytter sosialisering prosessen virksomheten tar et ansvar for, virker det som de er i stor grad engasjert i å gjøre læretiden en positiv opplevelse for lærlingen. Som en av informantene sier så er det er god øvelse for lærlingen og en verdifull hjelp for virksomheten. *«studenter i profesjonsutdanning er i en sosialisering prosess som er rettet mot yrkesrollen (Kunnskapsdepartementet 2017a, 2017b)»* i (Tveiten, Sidsel, 2019, s. 79). Yrkessosialisering innebærer at yrkesidentiteten utvikles, det betyr at man identifiserer seg med yrkesfunksjonens mål, metoder, verdier og tenknings- og handlekrafts grunnlag. Næringen synes å ha en bred forståelse for den sosialisering prosessen en lærling går gjennom for å bli en faglært. Flere av mine informanter har selv vært lærlinger, og har en empiri som er selvopplevd.

Opplevelsesøkonomien ble et litt overaskende funn, da virksomheten satset på en lektor og en barne- og ungdomsarbeider. Det gjenspeiler at en opplevelse ikke bare skal inneholde lek men også læring. Det er en bærekraftig og god måte å utvikle opplevelser for barn og unge, som også fremmer læring. Det sier også noe om viktigheten av god kompetanse og at bedriften ønsker å være en lærende arena.

Oppsummering

Hva ser jeg på som viktig i forhold til teorien og funn.

I denne oppgaven prøver jeg å undersøke hvordan reiselivsnæringen ønsker å legge til rette for læreplasser.

Hva styrker læring i en organisasjon?

I hvilken grad er reiselivsnæringen opptatt av å ha lærlinger/opprette læreplasser?

Hva gjør næringen for å skaffe seg lærlinger, opprette læreplasser og følge opp lærlinger?

Informantene er positive til lærlinger, men har begrensninger som nevnt over.

Jeg ser at teori og empiri stemmer for mye av arbeidsgivers side i reiselivsnæringen. Jeg opplever at virksomhetene tar opplæringen på alvor, og tar ikke lett på å ta inn en lærling, selv om det kan framstå som at en lærling er billig arbeidskraft. De tar tungt på det å ha rett kompetanse for å sosialisere en lærling. Reiselivsnæringen ser den verdien og den langsiktige investeringen det er å ha en lærling. De har forståelse for den sosialiseringsprosessen en lærling har, og har kanskje gode og dårlige opplevelser fra å være lærling selv.

En sesong basert turisme kan være en faktor for at det ikke blir tatt opprettet læreplasser.

Utvikling av helårsturisme er viktig med tanke på å øke behovet for lærlinger. Det krever mer forskning på å utvikle og samarbeide for en helårs turisme.

Implikasjoner

Med denne oppgaven håper jeg å belyse viktigheten med mer forskning på lærlinger, læreplasser og kan kanskje bidra til hvordan næringen ser på opplæring og lærlinger i reiselivet. Håper det åpner noen nye dører som en av informantene mine sa i intervju. Det er innovativt å satse på kompetanse, og den entusiasmen som de unge har i arbeidet.

Forslag til videre forskning:

Det hadde vært interessant med videre forskning på om det er samsvar mellom virksomhetene og lærlinger i reiselivet.

Det er et stort tema med lærlinger, og få artikler på norsk som omhandler lærlinger.

Det kan være nyttig å forske videre på lærling perspektivet for å undersøke om de opplever å bli ivaretatt, med opplæring, oppfølging og gjensidig rammeverk.

Det krever mer forskning på å utvikle og samarbeide for en helårs turisme.

Det kan også være interessant å undersøke hvorfor det er mange som ønsker å jobbe i reiselivet til tross for lav lønn og ugunstige arbeidstider. Utvikling av helårsturisme

Kritikk av undersøkelsen:

Det er bare næringslivets side som er satt i fokus i denne oppgaven, og det er nødvendig å se det fra lærlingenes side også.

Det er et lite utvalg av objekter og virksomheter som er blitt intervjuet i denne oppgaven, og derfor kan resultatene være noe avvikende.

For en mer utfyllende og mer presis undersøkelse, burde kanskje en spørreundersøkelse som dekket flere reiselivsbedrifter for mer entydige svar.

Konklusjon

Oppsummering av funnene

Det er få lærlinger i reiselivet. Det er krevende å ha en lærling, men virksomhetene tar opplærings ansvaret på alvor. Bedriftene ønsker å øke kompetansen og ser viktigheten av kompetanse rundt omdømme.

Uro rundt markedet, sesong og ny oppstart er med på nedprioritering av å ta inn lærlinger. Virksomhetene tar ansvar for opplæringen og følger gjensidig rammeverk. De ser også en stor verdi i den kompetansen en lærling får, da en lærling er i alle avdelinger og får en bredere kompetanse enn de som bare er stasjonert en plass. Informantene oppgir ikke at de opplever lærlingene som «billig» arbeidskraft, men en resurs. Men at lærlingene står alene på vakt etter

et år i lære. Informantene som har lærlinger, oppgir at de lærer av lærlingens nye kunnskap. Dette gir innovasjon og gjensidig kunnskapsdeling.

Det er ikke en klar konklusjon rundt spørsmålet, men flere ulike hypoteser rundt problemstillingen om hvordan reiselivet tilrettelegger for lærlinger.

Reiselivet tar i høy grad opplæring av lærlinger på alvor, de som har lærlinger iallfall. De oppgir at de følger opp lærlinger på en god måte og ønsker å styrke kompetansen. Men det at det er flere små virksomheter, sesong preg, usikker økonomisk framtid og ny oppstart etter år med et stille reiseliv, gjør at næringen har få lære plasser. Læring i organisasjoner er avhengig av kompetanse hos de ansatte, og i en oppstart har man kanskje ikke den kompetanse som trengs for å ta ansvaret for en lærling.

Reiselivsnæringen virker ikke så veldig opptatt av å ta inn lærlinger, og kan virke som det er en mangel på kompetanse med så stort behov for arbeidskraft. Flere av de som jobbet i reiselivet før Covid har andre jobber i dag, og det vil si at mye god kompetanse er forvunnet fra næringen. Det tar tid å bygge opp reiselivet igjen, og det er endringer i behovet i markedet som reiselivet må tilpasse seg.

Hva betyr resultatene i en større sammenheng?

Jeg har i denne oppgaven sett på lærlinger og lære plasser i reiselivet og oppgaven kan kanskje bidra til hvordan næringen ser på opplæring og lærlinger i reiselivet. Håper oppgaven kan bidra til viktigheten av å se på lære plasser og lærlinger i reiselivet. I oppgaven har jeg ved hjelp av intervju, teori og offentlig informasjon sett på hvordan lærlinger blir fulgt opp, og hvor mange som har lærlinger. Ved mine søk i Oria viser det liten forskning generelt i Norge på lærlinger. Oppgaven håper jeg å vise fram hvor viktig det er med opplæring og sosialiseringen av unge til arbeidslivet. Hva betyr lærlinger og lære plasser? Det er samfunnsnyttig når det gjelder å ta inn lærlinger og følge opp, da ikke alle ønsker å gå den akademiske vei.

Det er en stor fordel for bedriften å få forme lærlinger som de ønsker og det er god anledning til å gi en grundig opplæring. Lærlingen utvikler seg i forhold til bedriftskulturen og oppgavene de får tildelt, samtidig som de blir sosialisert til yrket. En lærling jobber i to år, og bedriften har god anledning til å vurdere om de er fornøyde med lærlingen som igjen fører til

færre feilansettelser. Ved da å ansette en lærling de er fornøyde med sparer bedriften på opplæring og lærlingen er allerede sosialisert og oppdatert på bedriftens oppgaver. En bedrift har mye å vinne på å ansette lærlinger og derfor ser jeg viktigheten av å opprette gode lære plasser i reiselivet.

Sett i en større sammenheng betyr resultatene at det er nødvendig med flere, gode lære plasser i reiselivet. Oppgaven min kan iallfall være med å belyse litt av problemstillinger som lærlingeperspektivet har. Men det er et stort tema og krever mer oppmerksomhet.

Reference:

Andersen, Erling S. & Schwencke, Eva. (2020). *Prosjektarbeid: En veiledning for studenter* (5.utgave). Fagbokforlaget.

Benckendorff, P., Xiang, Z., & Sheldon, P. J. (2019). *Tourism information technology* (3rd edition.). CABI.

Brønn, P. S., Alm, Kristian, Falkmeier, Jesper, Heide, Mads, Hærem, Torvald, Valaker, Sigmund, Dysvik, Anders, Berg, Roberta Wiig, Svennevig, Jan, Isaksson, Maria, Aarset, Magne V., Karevold, Knut Ivar, Glasø, Lars, Traavik, Laura E.M., Munkejord, Keith, & Pettersen, Lene. (2019). *Kommunikasjon for ledere og organisasjoner* (J. K. Arnulf, Red.; 2. utg.). Fagbokforlaget.

Chaffey, D., Chaffey, Dave, & Ellis-Chadwick, Fiona. (2019). *Digital marketing* (Seventh

edition). Harlow: Pearson Education, Limited.

Dagsland, Å. H. B. (2017). *Aspects of socialization of young workforce to the hospitality industry* (ISSN: 1890-1387) [PhD, UiS]. PHd. Thesis no. 352.

Egerdal, Å. (2019). *HR-boka—Universitetsbiblioteket i Stavanger* (2., 2. opplag 2020). Gyldendal akademisk.

Einarsen, S. (2016). *Den dyktige medarbeider: Behov og forventninger* (A. Skogstad, Red.; 2. utg). Fagbokforlaget.

Glaz, V. N., Glaz, Y. A., Rusetskaya, E. A., & Zhuravleva, N. V. (2017). The Improvement of Labor Activity Motivation of Workers in the Process of Their Socialization in the Organization: The Influence of Organizational Culture. *Journal of History Culture and Art Research*, 6(6), Artikkel 6. <https://doi.org/10.7596/taksad.v6i6.1355>

Haaland, G., & Nilsen, S. E. (2020). *Læring gjennom praksis: En grunnbok i yrkesdidaktikk* (2. utgave.). Pedlex.

Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode—Universitetsbiblioteket i Stavanger. (u.å.). Hentet 3. mars 2022,

Kaufmann, G., & Kaufmann, A. (2015). *Psykologi i organisasjon og ledelse* (5. utg.). Fagbokforl.

Tveiten, Sidsel. (2019). *Veiledning, mer enn ord* (5. utgave). Fagbokforlaget.

Lov om arbeidsmiljø, arbeidstid og stillingsvern mv. (Arbeidsmiljøloven)—Lovdata. (u.å.). Hentet 15. november 2021, fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2005-06-17-62>

Lov om grunnskolen og den vidaregåande opplæringa (opplæringslova)—Lovdata. (u.å.). Hentet 14. november 2021, fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1998-07-17-61>

Forskrift til opplæringslova—Lovdata. (u.å.). Hentet 14. november 2021, fra

<https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2006-06-23-724>

Undervisningsdirektoratet, 2020, *Vg3 reiselivsfaget (RLV03-02)*, læreplan for kunnskapsløftet, Fastsatt som forskrift ved kongelig resolusjon. Læreplanverket for Kunnskapsløftet 2020.

Kompetansemål—Læreplan i vg3 reiselivsfaget (RLV03-02). (u.å.). Hentet 14. juni 2023, fra

<https://www.udir.no/lk20/rlv03-02/kompetansemaal-og-vurdering/kv596?lang=nob>

Undervisningsdirektoratet, 2020, *Vg3 reiselivsfaget (RLV03-02)*, læreplan for kunnskapsløftet, Fastsatt som forskrift ved kongelig resolusjon. Læreplanverket for Kunnskapsløftet 2020.

Læreplan i vg3 reiselivsfaget (RLV03-02). (u.å.). Hentet 14. juni 2023, fra

<https://www.udir.no/lk20/rlv03-02>

Undervisningsdirektoratet, 2020, *Vg3 reiselivsfaget (RLV03-02)*, læreplan for kunnskapsløftet, Fastsatt som forskrift ved kongelig resolusjon. Læreplanverket for Kunnskapsløftet 2020.

PDF, L. siden som. (u.å.). *Satser lærlinger, praksisbrevkandidater, larekandidater og kandidater for fagbrev på jobb 2022.* Hentet 14. juni 2023, fra

<https://www.udir.no/om-udir/tilskudd-og-prosjektmidler/tilskuddssatser/satser-larlinger-praksisbrevkandidater-larekandidater-og-kandidater-for-fagbrev-pa-jobb/>

Organisering av reiselivsnæringen—NDLA. (u.å.). Hentet 13. juni 2023, fra

<https://ndla.no/nb/subject:1:59a988c6-4020-4e70-8329-4de68a19b6fe/topic:1:105bc8fd-a785-4891-a9ad-bb7c70e7b110/topic:1:05a485d0-7834-40cc-b41f-57ef65ba3fb3>

Hvordan bygge omdømme? - Kultur og kommunikasjon (SR-SRL vg2) - NDLA. (u.å.). ndla.no.

Hentet 13. juni 2023, fra [https://ndla.no/nb/subject:1:4aef7156-a5ae-4476-8e81-](https://ndla.no/nb/subject:1:4aef7156-a5ae-4476-8e81-6d2a4842143a/topic:fecec64b-f6a8-4a9d-aad9-46e17782e6fb/resource:3d968fed-34a4-4920-8704-4aabfd428ac0)

[6d2a4842143a/topic:fecec64b-f6a8-4a9d-aad9-46e17782e6fb/resource:3d968fed-34a4-4920-8704-4aabfd428ac0](https://ndla.no/nb/subject:1:4aef7156-a5ae-4476-8e81-6d2a4842143a/topic:fecec64b-f6a8-4a9d-aad9-46e17782e6fb/resource:3d968fed-34a4-4920-8704-4aabfd428ac0)

Undervisningsdirektoratet, 2020, *Vg3 reiselivsfaget (RLV03-02)*, læreplan for kunnskapsløftet, Fastsatt som forskrift ved kongelig resolusjon. Læreplanverket for Kunnskapsløftet 2020.

<https://www.udir.no/lk20/rlv03-02>

<https://www.udir.no/lk20/rlv03-02/kompetansemaal-og-vurdering/kv596>

<https://www.udir.no/lk20/rlv03-02/kompetansemaal-og-vurdering/kv596?lang=nob>

<https://www.udir.no/om-udir/tilskudd-og-prosjektmidler/tilskuddssatser/satser-larlinger-praksisbrevkandidater-larekandidater-og-kandidater-for-fagbrev-pa-jobb/>

<https://www.udir.no/utdanningslopet/videregaende-opplaring/folg-opp-larlinger/>

Arbeidsplassen.no

<https://arbeidsplassen.nav.no/stillinger>

Vedlegg

Intervjuprotokoll:

Spørsmål til reiselivsnæringen

1. Har dere lærlinger?
 - a Hvorfor?
2. Hva gjør dere for å opprette læreplaner og få lærlinger?
3. Hvilke verdier ser dere i en lærling eller det å ha en lærling
 - a. Hvilke utfordringer er det med lærlinger? (billig arbeidskraft, alene på vakt, oppgaver)
4. På hvilken måte følger dere opp lærlinger i opplæringsprosessen?
 - a. Hvilke tanker har dere rundt veiledning?
 - b. Hvilke oppgaver er vanlig å gi lærlinger?
5. Hvordan opplever dere at næringen ivaretar sine lærlinger i dag?

6. Hva kan bedres?
7. I hvilken grad opplever dere lærlinger som en resurs i det å bygge et godt omdømme?
 - a. I hvilken grad tenker dere at dette kan det forsterkes av å ha lærlinger, og det å ta vare på lærlinger på en god måte?
8. Hvordan samarbeider bedriften med opplæringskontoret og skoler?
9. I hvilken grad viser næringen seg fram på yrkesmesser/skoler for å rekruttere lærlinger?
10. I hvilken grad vil det være bærekraftig og økonomisk å satse på å bygge kompetanse gjennom opplæring av lærlinger?
 - a. I hvilken grad legger dere vekt på om vedkommende er faglært, har fagbrev, a\eller ikke?
 - b. Vi hører ofte at lærlinger i stor grad ses på og brukes som billig arbeidskraft og billig ekstrahjelp og hvor fokuset på dem som lærlinger i en opplæringsfase blir nedtonet eller borte. I hvilken grad opplever dere at dette er en realitet?

E-post brukt i oppgaven:

E-post til virksomheter i reiselivet for å få intervju:

Hei! Jeg skal skrive en artikkel om lærlinger i reiselivet og lurte på om jeg kunne stille noen spørsmål i den forbindelse.

Hører fra dere!

Mvh

Silje

E-post til opplæringskontoret for salg, service og reiseliv:

Hei! Jeg skriver min bachelor i reiselivsledelse og i den forbindelse skriver jeg om lærlinger i reiselivs faget.

Kan du si noe om hvor mange lærlinger det er i reiselivet i Rogaland idag? Evnt hvor mange som finnes i overnatting?

Mvh

Silje