

Branschanalys Västernorrlands besöksnäring



Hotell, restaurang och turism i Västernorrland



HÖGA KUSTEN
DESTINATIONSENTVECKLING AB

DESTINATION
SUNDSVALL
SUNDSVALL • TIMRÅ • ÅNGE

 Region
Västernorrland

Text: Johan Vinther
Statistik: Christian Forsberg, Gunnar Holmgren
2024-06-01

FÖRORD

Region Västernorrland arbetar för att stärka länets kompetensförsörjning, bland annat genom att sprida aktuell statistik och relevanta analyser. Ett viktigt uppdrag är att sprida kunskap kring hur arbetsmarknaden och branscher utvecklas. Regionen förser därför omgivningen med analyser, statistik och omvärldsbevakning om Västernorrland. För att kunna bedriva långsiktig planering och fatta beslut kring arbetet med länets kompetensförsörjning krävs korrekta faktaunderlag. Analysen ska vara ett aktuellt beslutsunderlag till såväl politiker, tjänstemän som företag och ideella organisationer samt höja kunskapen om branschernas struktur och riktning. Den är också en centraldel av vår regionala analysmodell "MDK" matchning, dimensionering och kunskapsmodell.

Syftet med denna analys är att skapa en regional förståelse för vår besöksnäring. Vilka kompetenser behövs, vilka utmaningar och trender ser våra företag och näringsidkare komma. Hur ser den regionala kompetenstillförseln ut? Som en del i regionens kompetensförsörjningsarbete så vill vi därför belysa nuläget, behoven och den skärningspunkt som uppstår när efterfrågan på kompetenser möter utbudet och kompetenstillförseln. Att börja i en nulägesbild och landa in i en framtidsspaning om trender och utmaningar men också önskemål för vår regionala besöksnäring har varit en viktig ansats. Vi har som målsättning att denna branschanalys ska vara startskottet för en djupare förståelse av våra regionala branschers strukturer, behovsbilder och utvecklingsmöjligheter.



Urban Åström
Enhetschef



Johan Vinther
Strateg



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

VÄSTERNORRLANDS TVÅ DESTINATIONER	s 7
Destination Höga Kusten	s 7
Destination Sundsvall	s 7
NULÄGESBILD	s 8
KOMPETENSTILLFÖRSEL INOM VÄSTERNORRLANDS BESÖKSNÄRING	s 11
Gymnasieskola	s 12
Yrkeshögskola	s 15
Högskola/universitet	s 16
Validering	s 18
BRANSCHENS KOMPETENSBEHOV	s 19
Näringsens behovsbild av rekryteringar	s 19
Branschbytare	s 21
Slutsatser utifrån besöksnäringens behovsbild och tillväxt	s 22
REGIONALA SÄRARTER OCH ÖNSKEMÅL	s 23
Främjandesystem	s 23
Branschattraktion och attityd gentemot besöksnäringen	s 23
Branschspecifika kompetenser	s 23
TRENDER OCH UTMANINGAR	s 24
Kompetensbristen	s 24
Ökad turism och förlängd säsong	s 24
Paketering och marknadsföring	s 24
Värdskapet och den lokala betydelsen	s 24
Behovet av samverkan mellan utbildning och arbetsliv	s 25
Sammanfattning	s 25
SAMMANFATTANDE SLUTSATSER OCH PRIORITERADE INSATSOMRÅDEN	s 26
En region två destinationer	s 26
Ett starkare och funktionellt samarbete mellan arbetsliv och utbildning	s 26
Matchningsproblematik	s 26
Kockar, kockar och kockar	s 28
PRIORITERADE INSATSER UTIFRÅN ANALYSEN	s 29
Samverkan på regionnivå	s 29
Engagemang men rätt engagemang	s 29
Kvalitetssäkra de gymnasiala yrkesutbildningarna	s 29
BILAGA A	s 31
BILAGA B	s 32



Västernorrlands besöksnäring är en mångsidig och viktig del av regionens ekonomi och kultur

Med sin vackra kustlinje, pittoreska småstäder och rika naturresurser lockar Västernorrland turister från Sverige och världen runt, året runt. Sommarsäsongen är dock klart starkast och insatser görs för att skapa en hållbar besöksnäringen med jämnare flöde av gäster för att jobba med de sociala, ekologiska och ekonomiska aspekterna. Besöksnäringens struktur präglas av en mängd olika aktörer och attraktioner. Från små familjeägda pensionat till stora hotellkomplex, från traditionellt hantverk till moderna kulturupplevelser, Västernorrlands besöksnäring erbjuder något för alla smaker och intressen.

Turismen är inte bara en källa till ekonomisk tillväxt utan också en viktig del av Västernorrlandsbornas identitet. Besöksnäringen bidrar till att stärka lokala ekonomier och social sammanhållning genom att bevara och främja regionens unika kultur- och naturarv.

Tack vare ett nära samarbete mellan företag, kommuner och lokala organisationer fortsätter Västernorrlands besöksnäring att växa och utvecklas. Gemensamma satsningar inom områdena marknadsföring, infrastruktur och utbildning skapar förutsättningar för en långsiktig och hållbar tillväxt som kommer både besökare och invånare i regionen till gagn.

Linda Larsson – Strateg

Gunnar Holmgren – Analytiker

Christian Forsberg – Analytiker

VÄSTERNORRLANDS TVÅ DESTINATIONER

Destination Höga Kusten

Höga Kusten Destinationsutveckling är ett kommunalt bolag som bildades våren 2014, och som har till uppgift att främja den strategiska utvecklingen av besöksnäringen i Höga Kusten. Totalt är det fyra kommuner som tillsammans jobbar för framtidens Höga Kusten – Härnösand, Kramfors, Sollefteå och Örnsköldsvik.

Höga Kusten Destinationsutveckling bildades 2014 med utgångspunkt i fortsatt strategisk utveckling. 2017 utökades uppdraget med en gemensam besöksservice som idag tillsammans med näringen möter uppemot 800 000 besökare per år. Detta för att strategiskt fortsätta utveckla både varumärke och destination. Detta arbete är ett tillväxtarbete som bygger på rikedom av högkvalitativa upplevelser. Destinationens fem främsta naturtillgångar är Naturen, Tid att vara, Smakerna, Kulturarvet och gemenskapen med andra. Det sistnämnda innefattar vi som bor och verkar här, vårt värdskap mot våra besökare och varandra och att vi gillar att utveckla tillsammans.

Destination Sundsvall

Destination Sundsvall är ett samarbete mellan de tre kommunerna i Medelpad: Sundsvall, Timrå och Ånge. Samarbetet gör att de har en stor bredd när det gäller evenemang, sevärdheter, naturupplevelser och allt som rör "bo, äta och göra".

Idag verkar cirka 300 besöksnäringensföretag som sysselsätter nästan 2000 personer i destinationen. Tillsammans med näringen gör de bland annat destinationsmagasinet DSTN SUNDSVALL och förser besökare med tips på Destination Sundsvalls webbplats.

En stark besöksnäring med kvalitativa besöksmål och trevliga upplevelser för besökare, skapar attraktiva miljöer, såväl i stad som på landsbygd. Att aktivt arbeta med besöksnäring skapar tillväxt och inflyttning till våra kommuner.

Inom Destination Sundsvall jobbar vi aktivt med att driva, stötta och medverka i olika utvecklingsprojekt. I dagsläget medverkar de i en handfull olika projekt som handlar om allt från att bygga infrastruktur till att utveckla nya och hållbara besöksmål samt till att hitta marknadsföringskanaler för destinationens fantastiska matkultur och lokala producenter.

NULÄGESBILD

För att förstå de utmaningar och möjligheter näringen har inom hotell, restaurang och turism så börjar vi i en nulägesbild. Nu et sätter ramverket för förståelsen av branschen och lägger också en kunskapsmässig grund för vidare och djupare analyser över näringens komplexitet och behov.

Besöksnäringen är ingen egen bransch i den svenska näringsindelningen, den består av delar från många olika branscher (11 aggregerade). I så kallade turistekonomiskamätningar (TEM) görs därmed uppskattningar hur stor del av respektive bransch som härrör från besöksnäring. På grund av detta behöver därmed en förenkling göras när man vill studera ytterligare registerdata som är relevant för näringen – som bara finns utifrån den svenska näringsindelningen.

Nedan görs därför ett urval av hela branschposter på detaljsgruppsnivå för att belysa yrkesstrukturen inom det etablerade begreppet "Hotell, restaurang & turism"¹. När vi refererar till branschen och besöksnäringen är det utifrån den indelningen vi arbetar och synliggör statistik och data. Att vi valt att arbeta med denna avgränsning ligger också i regionens ambition att analysera andra branscher och dess behov. Vidare kan en alltför öppen ingång mot besöksnäringens bransch skapa en spretighet och bidra till en otydlighet i analysen.

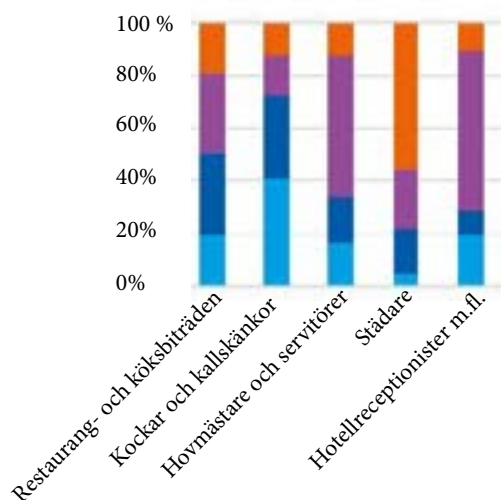
Restaurang och köksbiträden är den enskilt största yrkesrollen idag inom hotell, restaurang och turism i Västernorrland. Intressant är att kockar, källskänkor och servitörer är också väldigt vanliga på arbetsmarknaden även om många av de största behoven finns här.

Studerar vi vilka grupper som jobbar inom de vanligaste yrkena ser vi tydligt hur näringen är en integrationsmotor. 2022 utgjorde de utrikesfödda 13 procent av de sysselsatta³ i Västernorrland, medan bland de tre vanligaste yrkena här utgör utrikesfödda en betydande andel. Förutom de ovan nämnda exemplen är även andelen av servitörer med utländsk härkomst stor, 1 av 3 servitörer som är verksamma inom branschen är idag utrikesfödd.

Bland kockarna och källskänkorna är andelen utrikesfödda 44% och bland restaurang och köksbiträden är det nästan identiskt mellan utrikes och inrikes födda. Här är andelen 49% och 51%, med en väldigt marginell nivåskillnad på 2 procentenheter för inrikes födda.

Yrke (SSYK2012)	SSYK-kod	Sysselsatta ²
Restaurang- och köksbiträden m.fl.	9412	762
Kockar och källskänkor	5120	395
Hovmästare och servitörer	5131	279
Städare	9111	193
Hotellreceptionister m.fl.	4224	178

Källa: SCB-Västernorrlandsdatabasen



Man-inrikesfödd Man-utrikesfödd
Kvinna-inrikesfödd Kvinna-utrikesfödd

Källa: SCB- Västernorrlandsdatabasen

¹ Urvalet liknar det som använts av andra regioner såsom Västra Götaland, Dalarna och Halland-se bilaga A.

² Sysselsatt dagbefolkning. För att betraktas som sysselsatt krävs en inkomst från arbete <1kr. Exempelvis innebär det att en person som haft en inkomst under bara en månad, oavsett hur stor, blir sysselsatt som 1/12 i statistiken.

Tabell 2. Fördelning av sysselsatta 2022 utifrån grupp- tre vanligaste yrkena inom "Hotell, restaurang & turism"

	Man – inrikes född	Man - utrikesfödd	Kvinna - inrikes född
Restaurang- och köksbiträden m.fl.	20%	30%	31%
Kockar och kallskänkor	40%	32%	15%
Hovmästare och servitörer	16%	18%	54%

Källa: SCB – Västernorrlandsdatabasen, bearbetning
Region Västernorrland

Lyfter vi blicken utanför Sverige ser vi att det är främst norska turister som besöker vår region. Vi har också en betydande andel inomläns-turister som står för den största andelen av övernattningar i Västernorrland.

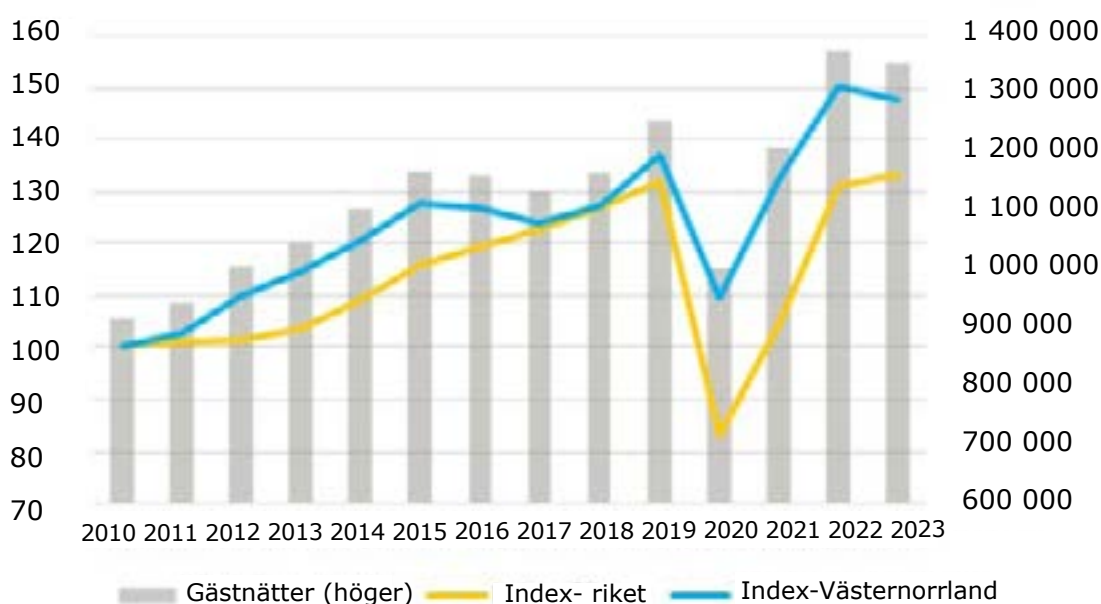
3 största exportmarknaderna:

Norge
Tyskland
Finland

Flest övernattande nätter från:

Västernorrland
Stockholm
Västerbotten

Glädjande är den trend med växande gästnätter och det är tydligt att återhämtningen från pandemin är ett faktum. Även om det skedde en mindre nedgång 2023 så är utvecklingen i det stora positiv.



Figur 1. Kommersiella gästnätter (HSVC) för Västernorrland, idexerad utveckling för både länet och riket

Källa: Tillväxtverket/SCB

Nedan redovisas siffror från senaste TEM och därmed härrör nyckeltal som omsättning, sysselsatta och förädlingsvärde (BRP) från det som genereras av besöksnäringen. Besöksnäringen är här definierad som andelar av över 900 olika detaljgrupper från den svenska näringsindelningen.

Tabell 3. Sammanfattande nyckeltal inom besöksnäringen

	Västernorrland 2019	Västernorrland 2021	Västernorrland 2023*	Sverige 2023*
Total turismomsättning/konsumtion (Mkr)	6 128	5 573	7 609	326 087
Sysselsättning				
I besöksnäringen (direkt)	2 687	2 099	3 064	120 971
I övrigt näringsliv (indirekt)	457	357	521	20 565
Turismens andel av sysselsättning (direkt)	2,3%	1,8%	2,7%	2,4 %
BRP/BNP (Mdkr)				
I besöksnäringen (direkt)	1 862	2 008	2 327	6 294 666
I övrigt näringsliv (indirekt)	466	502	582	-
Turismens andel av BRP/BNP	1,8%	1,8%	1,8%	2,5%

Anm. kursiva siffror avser en prognos för 2023 då TSA beräkningar för 2022 och 2023 inte är offentliga vid denna turistekonomiskamättnings färdigställande.

Källa: TEM 2024 (utförd av WSP)

Besöksnäringen hann knappt återhämta sig från den externa chock som pandemin innebar innan nästa externa chock, ett anfallskrig mot Ukraina av Ryssland var ett faktum med tillhörande inflationsimpuls. Trots detta skattas besöksnäringen i Västernorrland under 2023, i en lågkonjunktur, ligga på en högre nivå än innan pandemin. Näringen uppvisar därmed prov både på resiliens och en stark efterfrågan, något som antyder fortsatt möjlig tillväxt när det ekonomiska läget normaliseras. TEM visar också att sysselsättningen inom turismen är högre än inom riket, men samtidigt verkar en potential finnas att öka turismens andel av BRP – förädlingsvärdet.





KOMPETENSTILLFÖRSEL INOM VÄSTER-NORRLADS BESÖKSNÄRING

För att en bransch ska kunna växa och skapa tillväxt krävs ett stabilt kompetensförsörjningssystem. Olika utbildningsformer och kurser är den vanligaste vägen för att komma till rätta med brister på personal och grunden för en väl fungerande arbetsmarknad. Konsekvensen av ett dåligt fungerande system blir många gånger att arbetsgivaren tvingas sänka kraven på kompetens eller avstå från att rekrytera. I denna del av analysen gör vi en översyn av kompetenstillförseln på de vanligaste utbildningsformerna.

Gymnasieskola

Inom den svenska gymnasieskolan är det främst två program med tydlig bäring på besöksnäringssidan.

- Hotell- och turismprogrammet
- Restaurang- och livsmedelsprogrammet

Hotell- och turismprogrammet är ett yrkesprogram. Efter examen från programmet ska eleverna ha de kunskaper som behövs för att arbeta inom hotell-, konferens- och turismnäringen. Utbildningen ska utveckla elevernas kunskaper om service och bemötande, vilket är centralt inom branschen. Den ska också utveckla elevernas kunskaper i kommunikation, marknadsföring, försäljning och entreprenörskap.

Restaurang- och livsmedelsprogrammet är ett yrkesprogram. Efter examen från programmet ska eleverna ha de kunskaper som behövs för att arbeta inom restaurang- och livsmedelssektorn, till exempel i restaurang, bageri och med färskvaror. Utbildningen ska utveckla elevernas kunskaper inom de delar av restaurang- och livsmedelsbranschen där man arbetar nära kunderna med i första hand hantverksmässiga metoder, såväl traditionella som moderna.

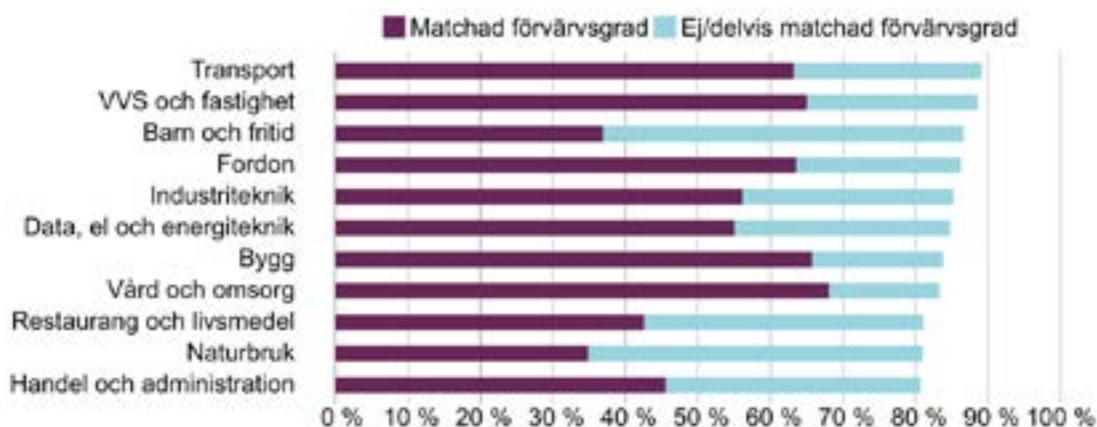
En glädjande utveckling är att könsfördelningen är väldigt jämn inom Restaurang- och livsmedelsprogrammet. 55% av de studerande är män och 45% kvinnor, det gör programmet till ett av de mest jämställda i regionen. Tyvärr har inte Hotell- och turismprogrammet samma utveckling, där är de kvinnliga studerande en klar majoritet med 93%. Samtidigt är antalet studerande på detta program väldigt få (Se bilaga B från Skolverket för mer detaljerad information).

Etablering och matchning

Andel i länet som är etablerade på arbetsmarknaden eller i högskolestudier tre år efter avslutad gymnasieutbildning varierar stort när det gäller regionens yrkesorienterade gymnasieprogram. Det svagaste resultatet återfinns hos de två gymnasieprogram som har starkast bäring på besöksnäringen. Det gäller Hotell och turism samt Restaurang och livsmedel där sammantaget mindre än hälften av de examinerade är i arbete eller i studier 3 år efter utbildningens slut. Dessa siffror är problematiska då just dessa utbildningar är centrala för näringen och kan på sikt skapa tillväxthinder.

Den matchade förvärvsgraden är högst för utbildningsgrupperna vård och omsorg, VVS och fastighet, bygg, fordon samt transport. Restaurang och livsmedelsprogrammet ligger väl i linje med vår regionala närings största behovsbild. Det är här som den största kompetenstillförseln av våra framtida kockar sker. Paradoxalt är matchningsgraden alarmerande och mindre än 45% arbetar inom matchade område.

Andel i länet som är etablerade på arbetsmarknaden eller i högskolestudier tre år efter avslutad gymnasieutbildning.



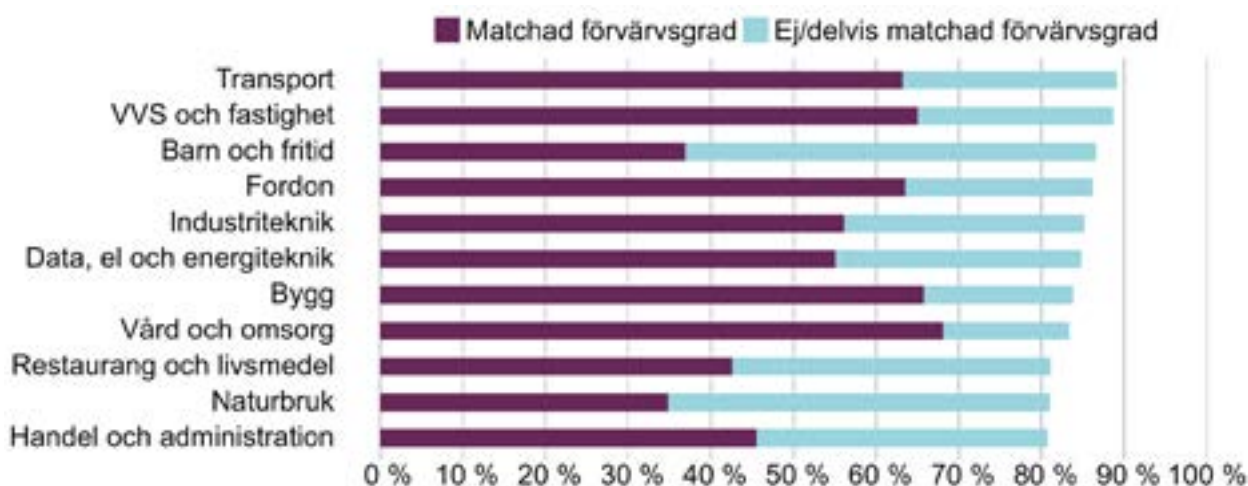
Källa: SCB

Matchning mellan utbildning och arbete

Matchningsgraden mellan utbildning och arbete för de elever som etablerat sig på arbetsmarknaden blir ytterligare ett problem sett ur näringsens kompetensbehov. Restaurang och livsmedelsprogrammet rör sig även här i bottenkiktet tillsammans med Barn och fritid samt Naturbruk. Tillgången på utbildad arbetskraft inom restaurang blir följaktligen delad två gånger. I ett första steg så etablerar mindre än hälften av de studerande på arbetsmarknaden och i nästa steg så kommer mindre än hälften att välja att arbeta inom restaurangområdet.

- Förvärvsgrad och matchad förvärvsgrad bland personer med gymnasial yrkesutbildning i åldrarna 20–39 år i länet. Det här är den enskilt största utmaningen för rekryteringsbehoven inom hotell, restaurang och turism. Här handlar det främst om att angripa problemet ur två delar. Uppföljningsstudier gällande var de studerande befinner sig när de inte återfinns i de nationella utbildnings och yrkesregistren. Vidare måste riktade insatser genomföras för de studerande så att matchningsgraden ökas. Mindre än 45 % av de med relevant utbildning mot restaurang arbetar där.

Förvärvsgrad och matchad förvärvsgrad bland personer med gymnasial yrkesutbildning i åldrarna 20–39 år i länet.



Källa: SCB

Certifiering och kvalitetssäkring

För att möta branschens efterfrågan av yrkesutbildade medarbetare och samtidigt stärka kvaliteten och attraktiviteten på landets gymnasiala utbildningar på Hotell och turism- samt Restaurang och livsmedelsprogrammet har Visita nu tagit fram en kvalitetssäkringsmodell. Certifieringens fokus är att kvalitetssäkra de gymnasiala yrkeskunskaperna, vilka garanteras av certifieringens samarbetspartners och därmed främjar anställningsbarheten hos de studerande. Syftet med certifieringen är att öka och främja samarbetet mellan det gymnasiala utbildningsväsendet och besöksnäringen

Modellen kvalitetssäkrar landets Hotell och turism- samt Restaurang och livsmedelsutbildningar genom en certifieringsprocess med fokus på att eleverna får relevanta kunskaper som gör dem anställningsbara. Centralt är även att utbildningen utvecklas i nära samråd med branschens lokala företag.

I Västernorrland har en gymnasieutbildning sökt och beviljats certifiering från Visita, Härnösands Gymnasium - Kök och Servering. Visita har lyft fram att vid certifierade utbildningar sker en tydlig ökning i kvalitet i utbildningen och även i elevunderlaget. Det här bör vara en prioriterad insats för att komma åt det problem som uppstått inom Restaurang och livsmedelsprogrammet.



Slutsatser kompetenstillförsel gymnasieutbildning

- Våra regionala gymnasieskolor bör söka Visitas certifiering för kvalitetssäkring och främjande av anställningsbarhet. Att endast en skola sökt är problematiskt.
- Restaurang- och livsmedelsprogrammen på våra gymnasieskolor är ett av de mest jämställda programmen. Däremot måste stödjande insatser göras för att skapa en jämnare könsfördelning på Hotell- och turismprogrammet. Eftersom elevantalet på programmet i dagsläget är väldigt lågt är det svårt att exakt uppskatta könsstrukturer på sikt, men det är viktigt att följa utvecklingen.

Yrkeshögskola

Yrkeshögskolan (Yh) är en utbildningsform som består av många olika utbildningsanordnare (skolor) runt om i landet. Anordnare kan till exempel vara kommuner, regioner, universitet och högskolor eller privata utbildningsföretag.

Utbildningarna är utformade i samarbete med lokala företag för att möta arbetsmarknadens behov av kompetens och leda till jobb. Innehåll och inriktning på utbildningarna kan därför variera över tid beroende på arbetsmarknadens behov. Utbildningarna är eftergymnasiala och är oftast mellan ett och tre år långa. På nästan alla utbildningar inom yrkeshögskolan varvas teori i skolan med praktik ute på arbetsplatser (Lärande i arbete, LIA).

Inom besöksnäringen i Västernorrland så är Yh en mindre utnyttjad resurs inom kompetensförsörjning. Det finns flera intressanta upplägg som kan påskynda samt tillföra kompetens inom Västernorrlands besöksnäring. Yhflex som tillvaratar tidigare yrkeserfarenhet inom området samt skapar möjligheter för validering och tillgodoräknande för att förkorta studietiden och nå en examen. Vidare finns det riktade kurser som ger spetskompetens för redan yrkesverksamma.

Det finns i dagsläget en pågående utbildning inom detta område:

- Affärsutvecklare besöksnäring - Distans | Härnösand, Örnköldsvik

Nationellt finns det 5183 platser inom besöksnäring med slutår 2024–2029. I Västernorrland finns det 25 platser inom området. Samtliga riktade mot affärsutveckling inom besöksnäring.

Kurser inom yrkeshögskolan

Kurser är kortare YH-utbildningar som passar dem som redan är yrkesverksam och vill fylla på med mer kompetens eller är i behov av omställning. I dagsläget finns det 15 fristående kurser från cirkulär ekonomi inom restaurang till kurser för att minska matsvinn. En klar majoritet är på distans och speciellt lämpade för att yrkesverksamma ska kunna ta del av dem.

Yhflex

YH-flex är till för dem med redan förvärvade yrkeskunskaper som motsvarar en betydande del av en yrkeshögskoleutbildning. Den första delen innebär att den studerandes reella kompetens (kunskaper, färdigheter och kompetenser) bedöms (till exempel genom en validering) som ett underlag för att tillgodoräkna betydande del av utbildningen. Den andra delen består av en individuellt anpassad kompletterande utbildning för att nå examen.

Yhflex finns i Västernorrland och bedrivs inom affärsutvecklare besöksnäring med 2 beviljade platser i Härnösand & Örnköldsvik.

Slutsatser kompetenstillförsel Yh

- Yrkeshögskolan bör utnyttjas till större del som en naturlig del av kompetensförsörjningen inom besöksnäring
- Västernorrland bör arbeta för fler utbildningar inom kök och restaurang samt livsmedelsproduktion
- Riktade insatser bör ske för att sprida kunskap om kursutbud för spetskompetenser inom hotell, restaurang och konferens
- Yhflex bör utvärderas och bli en naturlig del av vårt regionala utbildningssystem

Högskola/Universitet

I analysen har vi därför valt att avgränsa oss mot de utbildningar som Mittuniversitetet tillhandahåller inom turism. Då statistik och upptagning/verkningsområdet kan ha stora geografiska skillnader och säkerställda data. I analysen har vi valt bort andra lärosäten, ambitionen är mer att förstå högskolans kompetenstillförsel och betydelse än att vara heltäckande över landets alla utbildningsmöjligheter.

Mittuniversitetet tillhandahåller idag 5 program med inriktning på besöksnäring och turismområdet. Miun erbjuder även ett forskarutbildningsprogram, vilket är det enda forskarprogrammet i turismvetenskap i de nordiska länderna.

Namn på program	Poäng	Nivå
Magisterprogram i turism	60	Avancerad
Master i turism	120	Avancerad
Turism och destinationsutveckling	180	Grundnivå
Forskningsförberedande mastersprogram med inriktning Turism	120	Avancerad
Forskarutbildningsprogram i Turismvetenskap	240	Doktorand

Turistsektorn har stora behov av nya krafter som hjälper till att utveckla turistindustrin mot en hållbar framtid. Magisterprogrammet i turism erbjuder studenter med examen från olika ämnesområden möjligheten att bidra med sina erfarenheter och satsa på en karriär inom turistbranschen eller närliggande forskning. Programmet innefattar fördjupande kurser kopplat till turism och kulturgeografi med fokus på hållbarhet. Turismprogrammen på Mittuniversitetet innehåller, såväl grund- som avancerad nivå, praktikinslag. Miun upplever att studenterna har relativt enkelt att hitta praktikplatser. Det finns också fina möjligheter att samarbeta genom att ta emot studiebesök, komma och gästföreläsa och/eller föreslå uppsatsämnen.

Vidare erbjuder Miun 19 riktade fristående kurser som riktas mot besöksnäring och turism. Kursutbudet har en stor spännvidd över turismområdet och en god variation. Här finns bland annat kurser inom kulturturism, destinationsutveckling och strategiskt management samt kundbaserad varumärkesutveckling för besöksnäring.

Utöver samarbete inom turismutbildning finns goda möjligheter till samarbete med Mittuniversitetets turismforskning som samlas på ETOUR Research Centre. ETOUR har en lång tradition av att samverka med sin omvärld. Det kan ske på olika sätt, via föredrag som forskare håller, i form av samarbeten med näringsidkare i näringslivet eller genom medverkan i samarbete runt studentarbeten.

Söktryck och antal studenter

Generellt har turismutbildningar i Sverige märkt av ett minskat söktryck de senaste decennierna. Pandemin har inte hjälpt till, och universitet samt högskolor märker av en ökad konkurrens från YH- och andra eftergymnasiala turismutbildningar. Det har gjort att ett par turismprogram har tvingats lägga ner de senaste åren. Särskilt hårt drabbade är kandidatprogram, medan utbildningar på avancerad nivå (master) har haft lättare att fylla sina platser. Olika strategier har använts för att hålla uppe efterfrågan på turismutbildning. Det kan handla om utbud på engelska, kurser helt eller delvis på distans osv.

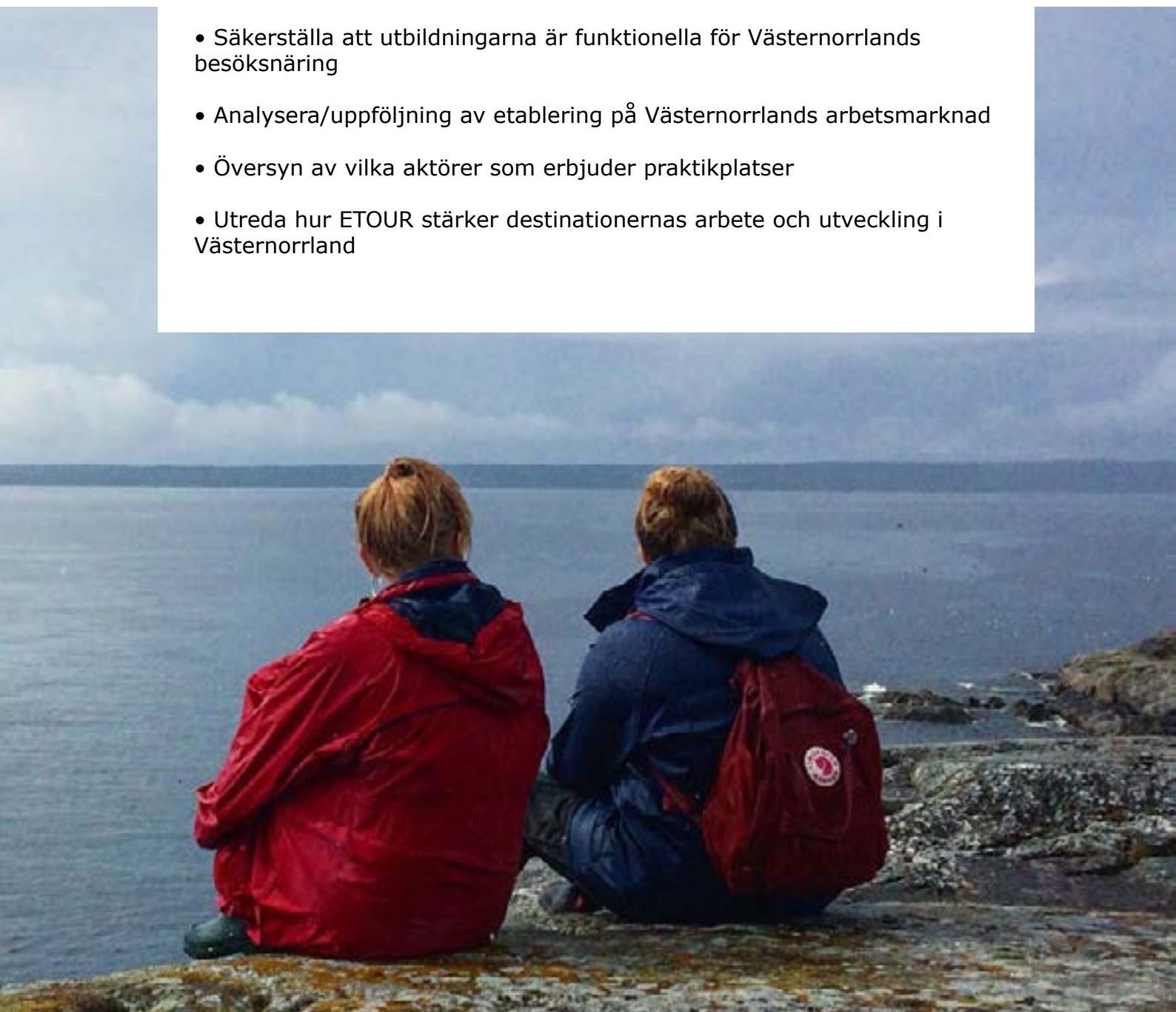
Genomströmningen på programmen är alltid högre än på de fristående kurserna och campus-studenter har högre genomströmning än distansstudenter. Turismprogrammen står sig bra i jämförelse där grundnivå ligger på 80-100% genomströmning de senaste åren och avancerad nivå ännu högre (90-100%).

Det är långt mellan de uppföljande studierna, men den senaste studien visar på mycket hög övergång till jobb efter avslutade studier. Två år efter avslutad utbildning var mindre än tre procent i arbetslöshet. Dock återfinns inte alla studenter inom renodlad besöksnäring. Många jobbar inom bank, finans och planering. Svenska turismutbildningar har alltid lockat fler kvinnliga sökande, så även på Mittuniversitetet. Detta gäller särskilt programmen, medan de fristående kurserna uppvisar en jämnare fördelning mellan könen.

Källa: Mittuniversitet

Slutsatser kompetenstillförsel Universitet och högskola

- Säkerställa att utbildningarna är funktionella för Västernorrlands besöksnäring
- Analysera/uppföljning av etablering på Västernorrlands arbetsmarknad
- Översyn av vilka aktörer som erbjuder praktikplatser
- Utredda hur ETOUR stärker destinationernas arbete och utveckling i Västernorrland



Validering

2019 genomförde Region Västernorrland sitt första valideringsprojekt Målbild Måltid. I projektet rustades Sollefteå kommun med att få två så kallade yrkesbedömare, som får utfärda gesällbrev eller yrkesbevis till kock. På så sätt kunde yrkesverksamma personer utan formell yrkeslegitimation synliggöra sin kompetens och söka jobb som kock eller måltidsbiträde. Det var ett samverkansprojekt mellan Kommunal, Sollefteå kommun, Utbildningsrådet för hotell och restaurang samt Region Västernorrland.

I dag finns det ett flertal valideringsmodeller inom besöksnäringen som följer branschens krav för kvalitet och anställningsbarhet. Några av de mest använda modellerna är valideringsmodell för besöksnäring och kulturarv, servitör, receptionist och kock. Dessa uppdateras och kvalitetssäkras löpande. För mer information kontakta Region Västernorrland, yrkesnämnden, UHR (Utbildningsrådet hotell och restaurang) eller Sobona som är de kommunala företagens arbetsgivarorganisationen.

Slutsatser inom validering

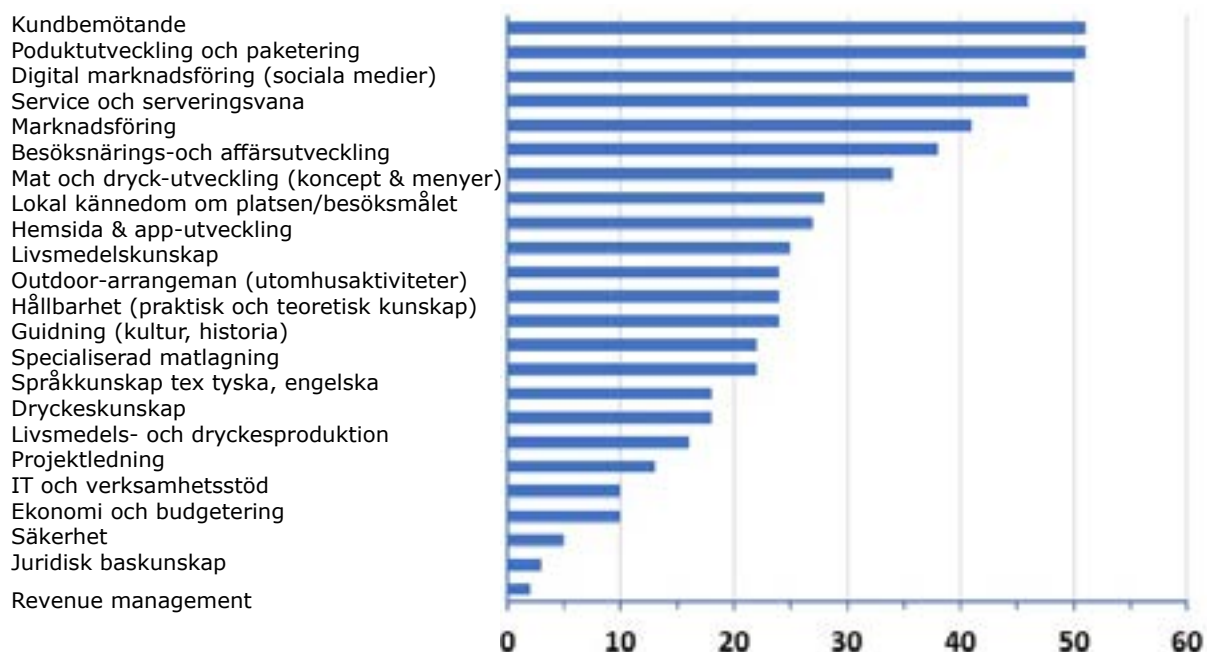
- Säkerställa att det finns branschmodeller med bäring på hotell, restaurang och konferens tillgängliga i regionen
- Utbilda yrkesbedömare inom ovan nämnda områden
- Öka kännedom och strukturellt arbete för att underlätta för valideringsprocessen



BRANSCHENS KOMPETENSBEHOV

När det gäller nyckelkompetenser som är centrala för besöksnäringen i Västernorrland så är det tydligt att mötet med den besökande gästen är av central vikt. Här efterfrågas kundbemötande servicevana och lokalkännedom. Kunskaper som skapar en genuin upplevelse och sätter den besökande gästen i fokus är det som efterfrågas mest. Värdskapet en kompetens som efterfrågas och värderas högt, att ge det lilla extra och skapa en händelse i mötet efterfrågas av båda destinationernas medlemmar. Men även produktutveckling, marknadsföring med fokus på svenska sociala medier samt traditionella marknadsföringskunskaper är eftertraktade. Analysen visar även att mer administrativa och stödjande funktioner som kunskaper inom IT, ekonomi, säkerhet och juridik kommer väldigt lågt när man ser vilka kompetenser som efterfrågas inom de båda destinationerna.

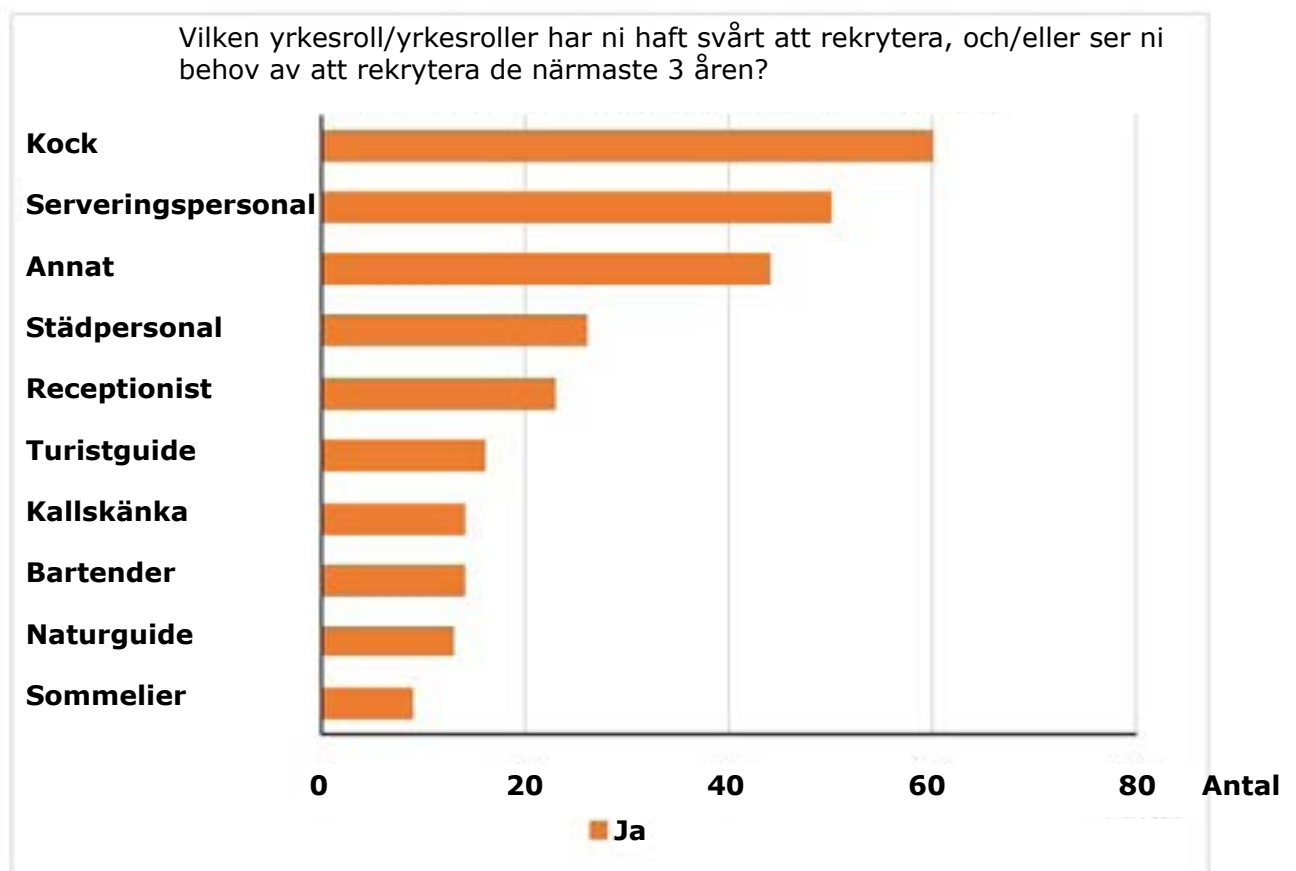
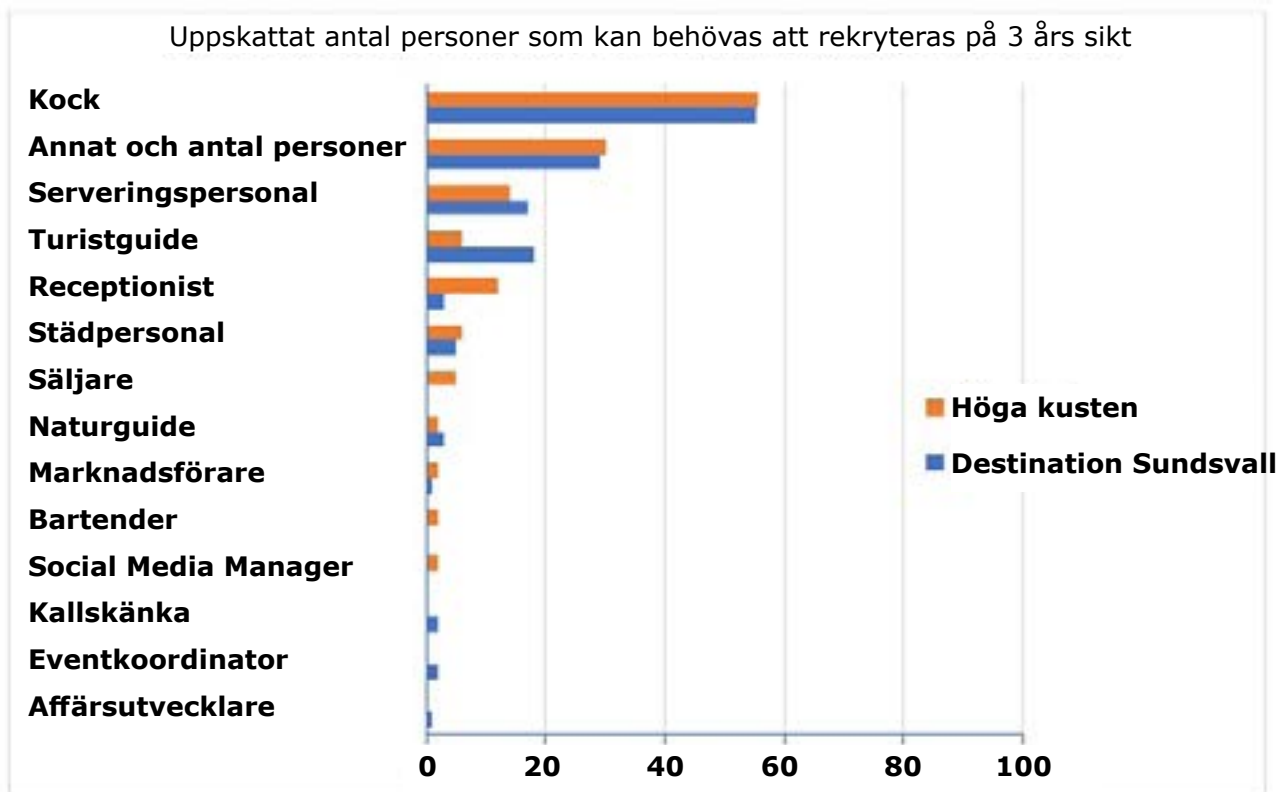
Vilka nyckelkompetenser ser du som viktigast för din företagsutveckling?



Näringens behovsbild av rekryteringar

När det gäller rekryteringsbehoven i Västernorrland är båda destinationerna väldigt enade om att det är kockar som är av yttersta vikt att de finns till arbetsmarknadens förfogande. Det är också där det finns stora svårigheter att rekrytera men även serveringspersonal skär igenom båda destinationernas behovsbilder. Analysen visar också att de kompetenser som behöver rekryteras främst befinner sig inom de praktiska yrkesprogrammen inom hotell och restaurangsidan. Yrkesroller som kräver högskoleutbildning eller mångårig vana inom branschen kommer väldigt långt ner så som affärsutvecklare, eventkoordinator och Media manager. Utifrån det material som vi har fått in kan vi tydligt utläsa att det är de yrkesinriktade programmen inom hotell och konferens samt restaurang och livsmedel som behöver stärkas upp för att långsiktigt kunna kompetensförsörja besöksnäringen som bransch.

Den totala summan för rekryteringsbehoven ligger på omkring 300 personer. Många av dessa rekryteringar är också av särskild vikt för besöksnäringens företags tillväxt och expansion. Såsom kompetenser inom sociala medier, kök och inom servering.



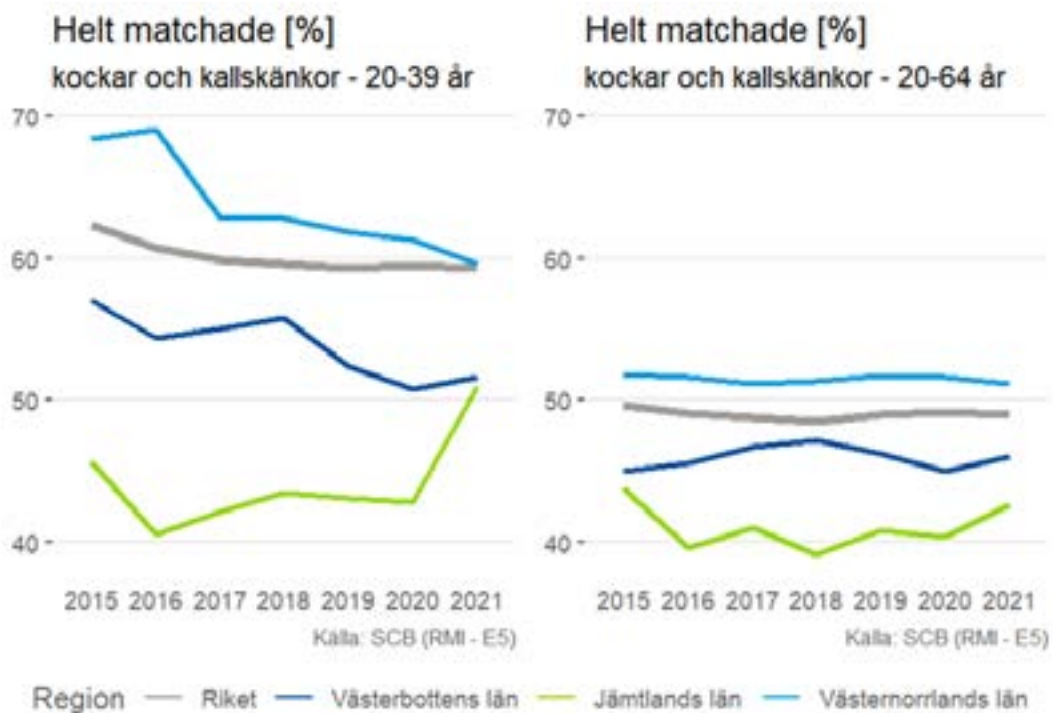
Om vi tittar på vilka kompetenser som behövs i framtiden är det fortfarande kockar som ligger högst upp på listan. Att denna kompetens både nu och i framtiden är den mest efterfrågade visar på den svårighet som finns med att rekrytera rätt personer idag och framöver.

Branschbytare

Analysen visar även på svårigheterna att behålla personal, faktorer som obekväm arbetstid, otrygga avtal och säsongsbetonat arbetet lyfts fram av respondenterna som orsaker. Denna problematik är inte unik för Västernorrland utan ett nationellt fenomen. Tillväxtverket gav Sweco i uppdrag att undersöka varför anställda inom hotell- och restaurangbranschen byter bransch och genomförde under 2023 en intervjustudie kring problematiken (Sweco, 2023).

Resultaten från studien visar att individerna valde utbildning utifrån sina intressen för mat och det sociala med serviceyrket. Låga betygskrav och låg motivation vid sökande och antagning till Hotell- och restaurangprogrammet var även en tydligt bidragande faktor. Motiven till att individerna valt att lämna branschen grundar sig i en stressig arbetsmiljö samt ett fysiskt krävande arbete som beskrivs som ohållbart i ett långsiktigt karriärperspektiv. Arbetstiderna beskrivs vara svåra att förena med familj och ett par lyfter även otrygga anställningar och dåliga arbetsförhållanden som bidragande faktorer. Löneutvecklingen i branschen upplevs heller inte att det speglar erhållen kunskap och kompetens. De branscher som respondenterna valt att byta till beskrivs erbjuda bekvämare arbetstider och flexibilitet. Även tydligare karriär- och löneutveckling samt trygghet och förmåner lyfts.

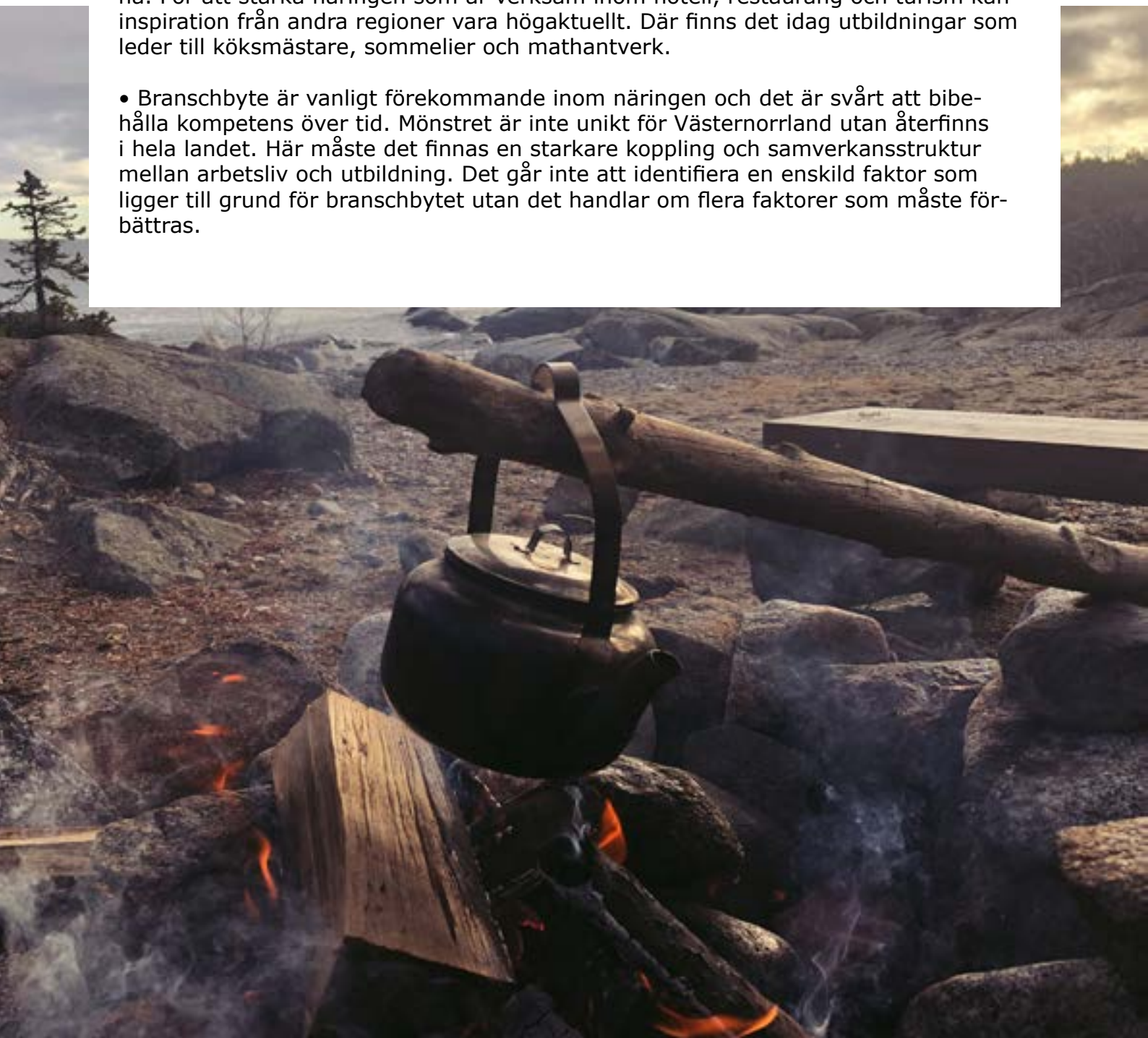
Denna problematik är identisk med vad våra respondenter lyfter fram och en ytterligare bidragande faktor till kompetensbristen inom branschen. Ser vi till yrkesgruppen av kockar & kallskänkor så ser vi ett tydligt mönster där matchningen minskar kraftigt över tid. Något som korrelerar väl med den undersökning som Sweco genomfört.



Det finns ingen enskild faktor som skulle få respondenterna att stanna kvar i branschen visar Swecos analys. Här förs det fram resonemang om hur man kan förbättra olika delar i arbetsmiljön samt matchningen mellan utbildning och bransch. Bland de utvecklingsområden som respondenterna ramar in är bland annat att lyfta ambassadörer från branschen som kan förbättra branschens rykte samt attrahera yngre till branschen. Andra utvecklingsområden handlar om att anställa fler för att möjliggöra bekvämare arbetstider och underlätta schemaläggning, involvera branschrepresentanter mer i utformning av utbildningar samt introducera mer inledande praktik i dessa.

Slutsatser utifrån besöksnäringens behovsbild och tillväxt

- Den regionala besöksnäringens kompetensbehov följer rikets behovsbild i stort. I Svenskt Näringslivs rekryteringsbarometer 2023/2024 framgår det att ca 80% av den efterfrågade utbildningsnivån vid rekryteringar ligger på nivå av praktiska gymnasieprogram och yrkeshögskola. Denna bild stämmer väl överens med den efterfrågade kompetensnivån hos vår regionala besöksnäring gällande behoven av yrken och kompetenser.
- Det är starkt positivt med Mittuniversitetets regionala närvaro, men samtidigt ligger många av programmen som de tillhandahåller på en nivå där arbetslivet inom hotell, restaurang och turism inte har störst behov. Miun tillhandahåller främst kompetenser inom det mer strategiska och ledande fältet och vår regionala bransch är inte riktigt på den arenan i dagsläget.
- Besöksnäringen måste arbeta närmare de praktiska programmen och göra en översyn gällande sina eftergymnasiala behov är tydligt. Även att genomföra en tydligare behovsinventering för framtida utbildningsinsatser. De existerande utbildningar på eftergymnasial nivå ligger inte i linje med de efterfrågade kompetenserna. För att stärka näringen som är verksam inom hotell, restaurang och turism kan inspiration från andra regioner vara högaktuellt. Där finns det idag utbildningar som leder till köksmästare, sommelier och mathantverk.
- Branschbyte är vanligt förekommande inom näringen och det är svårt att bibehålla kompetens över tid. Mönstret är inte unikt för Västernorrland utan återfinns i hela landet. Här måste det finnas en starkare koppling och samverkansstruktur mellan arbetsliv och utbildning. Det går inte att identifiera en enskild faktor som ligger till grund för branschbytet utan det handlar om flera faktorer som måste förbättras.



REGIONALA SÄRARTER OCH ÖNSKEMÅL

Analysen tar också fasta på behov och önskemål med bäring på den geografiska särart som vår besöksnäring arbetar i. Det anställande näringslivet har flera tydliga tankar om inriktningar som behöver stärkas upp för att säkerställa tillväxten och kompetensförsörjningen inom branschen. Dessa går att dela in i tre grupper:

- Främjandesystem
- Branschattraktion och attityd
- Branschspecifika kompetenser

Främjandesystem

Analysen visar att näringslivet lyfter fram vikten av kommunala och regionala främjandesystem. Man är positiva till bemötande och i de fall dialoger förts har det varit bra men de efterlyser ett tydligare synliggörande av besöksnäringen i stort. Det finns dock önskemål om att främjadesystemet tillhandhåller omvärldsbevakning, identifierar trender och är en mer proaktiv aktör för branschen. Förslag på aktiviteter som de föreslår är: stöd vid projekt, utveckling av digitala tjänster och en aktivare roll vid marknadsföring av näringen.

Branschattraktion och attityd gentemot besöksnäringen som framtida arbetsplats.

Många av de tillfrågade företagen upplever att ungdomar idag inte känner sig attraherade att vara yrkesverksamma inom besöksnäringen som bransch. Företagen lyfter fram vikten av att skapa en tydligare attraktion gentemot besöksnäringen som arbetsplats och arbetsgivare. Här söker de stöd från bland annat regional nivå men också hos de 2 destinationerna som är aktiva inom region Västernorrland. Tankar som lyfts fram är bland annat att synliggöra varandras turistmål och samverka för att lyfta hela branschen och göra den mer attraktiv så att en genomströmning kommer till stånd.

Vissa av företagen ställer sig frågande till varför inte branschen har blivit mer attraktiv då den fått stort genomslag medialt och nationellt. Här finns också tankar om att inspirera och samverka mellan företag och utbildningar inom länet.

Branschspecifika kompetenser

Ett annat viktigt önskemål från besöksnäringens och som visar på Västernorrlands geografiska särart är de branschspecifika kompetenser som lyfts fram i undersökningen. Här handlar det mycket om den säsongsbetonade turismen som finns i Västernorrland, om naturguider men också om kunskaper i avancerad matlagning samt att kunna tillaga husmanskost utifrån de råvaror som det lokala bönderna kan tillhandahålla.

Den mest förekommande branschspecifika kompetensen finns inom guidningen. Här handlar det om natur och äventyrsguider som har god kunskap om att kunna skapa en upplevelse för de besökande turisterna. Mot bakgrund av den säsongsbetonade turismen handlar det om att ta vara på den säsong som finns i Västernorrland och möjliggöra att företagen finns över tid. Det är tydligt att den geografiska särarten präglar också behovsbilden inom det branschspecifika kompetensområdet.

TRENDER OCH UTMANINGAR

I undersökningen bad vi den västernorrländska besöksnäringen att blicka framåt och försöka identifiera vilka trender och utmaningar som kommer påverka dem på sikt. Respondenterna lyfte fram många spännande tankar och parallellt med en hel del utmaningar men det finns också en stark optimism om den framtida utvecklingen. Det är främst fem områden som framgår och dessa presenteras i rangordning, de fem områdena är:

- Kompetensbristen
- Ökad turism och förlängd säsong
- Paketering och marknadsföring
- Värdskapet och den lokala betydelsen
- Behovet av samverkan mellan utbildning och arbetsliv

Kompetensbristen

Den absolut mest förekommande trenden är också kanske den största utmaningen för besöksnäringen i Västernorrland och det är kompetensbristen. Analysen visar att det vanligaste hindret för fortsatt expansion hos företagen och det område där flest arbetsgivare känner oro inför framtiden ligger inom detta område.

Kompetensbrister har många gånger gjort att det inte företagen har kunnat expandera i den takt de vill och tillgången på vissa nyckelkompetenser kan vara avgörande för företagens tillväxt. Företagen är också medvetna om den problematik som finns runt anställningsvillkoren inom branschen. Det är obekväma arbetstider och säsongsbaserat arbete vilket gör att många väljer andra områden att arbeta inom.

Ökad turism och förlängd säsong

Det finns en positiv framtidstro och många lyfter fram den ökande turismen som en tydlig trend i undersökningen. Fler hotell som byggs, ökad beläggning och fler besökare är några av de grunder som ger stöd till trenden. Det lyfts också fram viljan från besöksnäringens aktörer att förlänga säsongen men inga mer konkreta tankar förs fram runt detta.

Paketering och marknadsföring

Många respondenter betonar vikten av paketering och marknadsföring. Konceptet gällande paketeringen handlar i Västernorrland främst om en upplevelseform bestående av naturnära upplevelser. Upplevelsen, enkelheten, avslappning och hållbarhet är viktiga ledord. Att kunna förmedla boende, transport, upplevelser, mat och dryck i samverkan utan onödig konkurrens. I analysen lyfts den geografiska distansen upp och behoven av att hitta samverkansstrukturer på sikt. När det gäller marknadsföringen handlar det mycket om att nå ut på andra språk och förmedla den västernorrländska turismen på andra arenor än den lokala.

Värdskapet och den lokala betydelsen

Värdskapets betydelse och vikten av det lokala är en tydlig trend hos den regionala besöksnäringen. Att möjliggöra det goda värdskapet för att skapa långsiktiga relationer och återkommande gäster är ett tydligt framkommande mönster i undersökningen. Genom att erbjuda minnesvärda helhetsupplevelser stärks destinationers konkurrenskraft på sikt. För att göra det hela tydligare så är det skapandet av en process från det första bemötandet till servicen och en vilja att få återkomma som målas fram.

Det lokalas betydelse är också en central del i de trender som aktörerna ser. Här betonas platsens betydelse och den stolthet som aktörerna känner. Kännedom om de lokala råvarorna i kombination med områdeskundskap och värdet av att utveckla där vi verkar tillsammans ser ut att bli alltmer centralt.

Behovet av samverkan mellan utbildning och arbetsliv

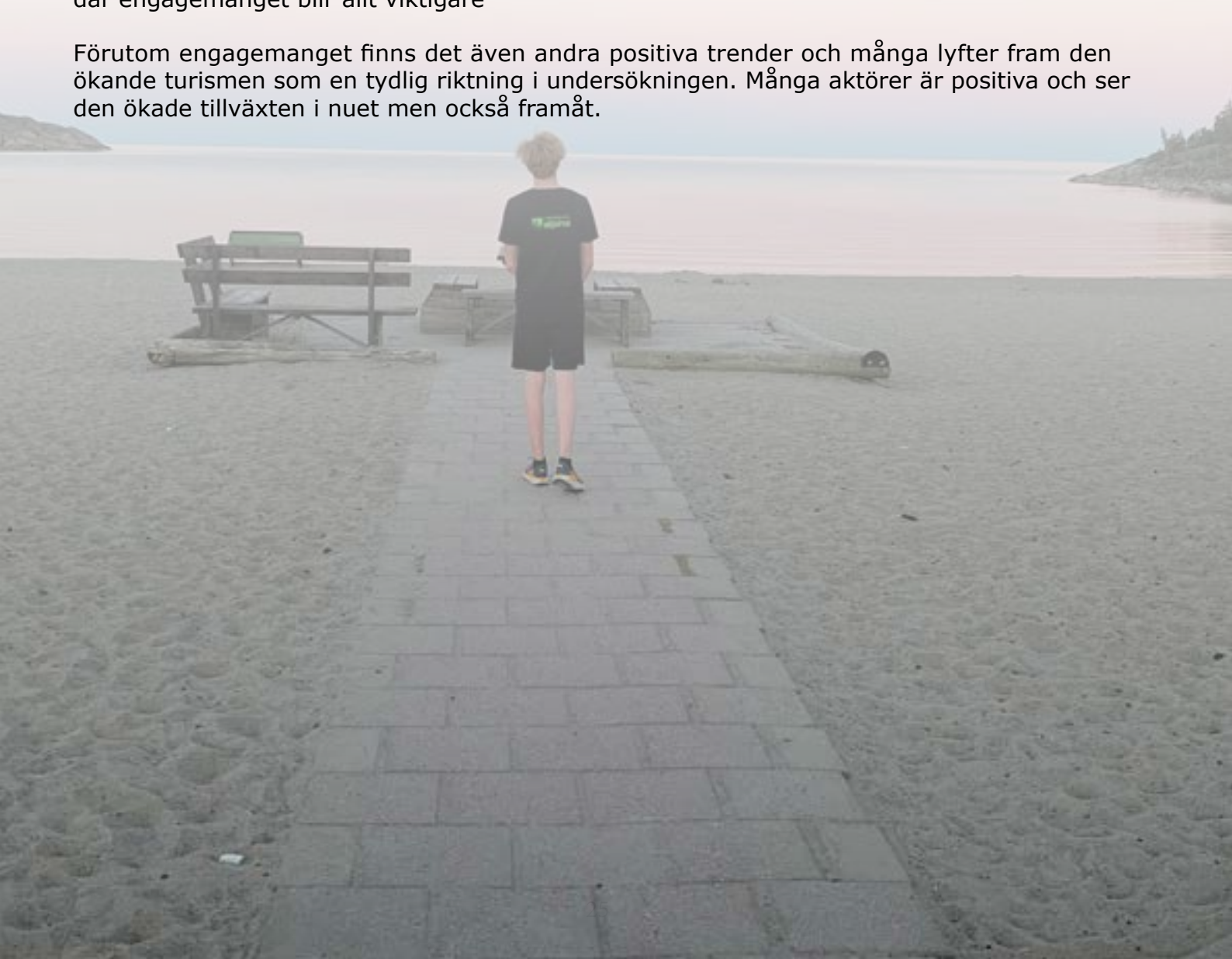
Behovet av ett funktionellt kompetensförsörjningssystem och en god samverkan mellan utbildningssidan och det anställande arbetslivet är centralt och kommer att bli alltmer ledande för besöksnäringen framåt. Kompetensglappet blir alltmer tydligt och såväl yrkesutbildningar inom det befintliga utbildningssystemet som kock och receptionist som spetsutbildningar inom äventyrsguidning och marknadsföring på sociala medier måste stärkas upp och tillhandahållas. Här finns också tankar om vikten av ett starkare engagemang från arbetslivet mot olika utbildningsformer. Om branschen ska kunna expandera och ha en kontinuitet i tillväxten framåt så är det en central trend att samverkansstrukturer arbetas fram med långsiktighet och branschnärvaro.

Sammanfattning

Kompetensförsörjningen är den största utmaningen för näringslivet inom hotell, restaurang och turism. Många av våra regionala näringsidkare upplever redan idag svårigheter i rekrytering men också svårigheter att behålla befintlig personal. Denna problematik är något som flera aktörer även ser på sikt och den upplevs som ett reellt tillväxthinder. Om det idag inte går att rekrytera och skapa långsiktighet och expansion inom den egna näringen, hur blir det då i den nära framtiden. Men det är också glädjande att det finns en progression och en mer lösningsbaserad trend som aktörerna lyfter fram. Upprättandet av ett funktionellt kompetensförsörjningssystem med en god samverkan mellan utbildningssidan och det anställande arbetslivet är yttersta vikt och kommer att bli alltmer ledande för besöksnäringen framåt.

Det är därför centralt att aktörerna inom hotell, restaurang och turism går samman och skapar delaktighet i ledningsgrupper inom yrkeshögskolan, lokala programråd inom gymnasieskolan och yrkesråd inom regionalt yrkesvux. Det här lyfts också fram som en stigande trend där engagemanget blir allt viktigare

Förutom engagemanget finns det även andra positiva trender och många lyfter fram den ökande turismen som en tydlig riktning i undersökningen. Många aktörer är positiva och ser den ökade tillväxten i nuet men också framåt.



SAMMANFATTANDE SLUTSATSER OCH PRIORITERADE INSATSOMRÅDEN

En region två destinationer

Region Västernorrland är centralt belägen i mitten Sverige, länet består av inlandskommuner och kustkommuner som har många gemensamma nämnare men också några skillnader. Det har lett till att inom länet finns det 2 destinationer som tillvaratar, organiserar och representerar besöksnäringen. I den norra delen av länet verkar destination Höga kusten och i den södra delen destination Sundsvall. I undersökningen framkommer det att behovsbilden hos de båda destinationerna är till största del likartad men undersökningen visar också på vissa skillnader som finns mellan destinationerna.

Den mest påtagliga skillnaden finns i behovsbilden av yrkeskompetenser hos de båda destinationerna, här syns också en del av den skillnad som finns i de norra och södra delarna av länet. Värdskapet, det direkta mötet med gästen betonas starkare hos destination Sundsvall och förs främst fram hos den restaurangorienterade verksamheten. Även om denna kompetens också finns högt listad hos företag i de norra delarna så är behovet av marknadsföring och synliggörande av verksamheten på sociala medier något större. För att förtydliga så finns samtliga av de mest efterfrågade kompetenser representerade hos vardera destinationen men med någon skillnad i rangordning. Men i tankar på framtiden, önskemål och trender är länet eniga. Detta gäller också behovsbilderna av framtida anställningar som finns i länet, samma yrkesroller som kock och servis är det som främst eftersöks. Materialet redovisas sammantaget med undantag från denna del stärker också bilden av ett Västernorrland.

Det positiva med denna bild är att det är lättare att skapa insatser på regional nivå med attraktion riktat mot bristyrken. Att arbeta lösningsorienterat mot de utmaningar som finns blir också lättare då det är samma problematik i de södra som norra delarna.

Ett starkare och funktionellt samarbete mellan arbetsliv och utbildning

Kompetensbehovet är den vanligaste förekommande trenden, många aktörer upplever det som det viktigaste för att branschen ska kunna expandera och finnas långsiktigt. Företagen inom hotell, restaurang och turism är medvetna om den inneboende problematiken som finns med obekväma arbetstider och säsongsbaserat arbete. Mot denna bakgrund finns det också en tanke på långsiktiga lösningar och hur arbetslivet ska kunna verka proaktivt och strukturerat med den egna kompetensförsörjningen.

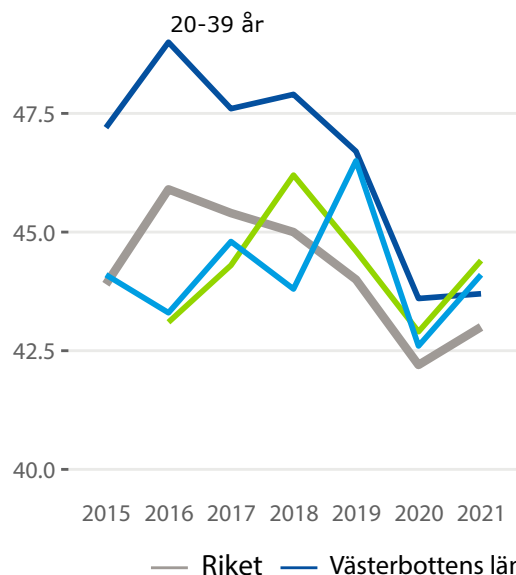
Ett annat sätt att arbeta långsiktigt är att identifiera nya yrkeshögskoleutbildningar som har bäring på det regionala arbetslivet inom branschen. I andra regioner finns många intressanta uppslag på hur arbetsliv och utbildningsanordnare samverkat inom denna utbildningsform.

Matchningsproblematik

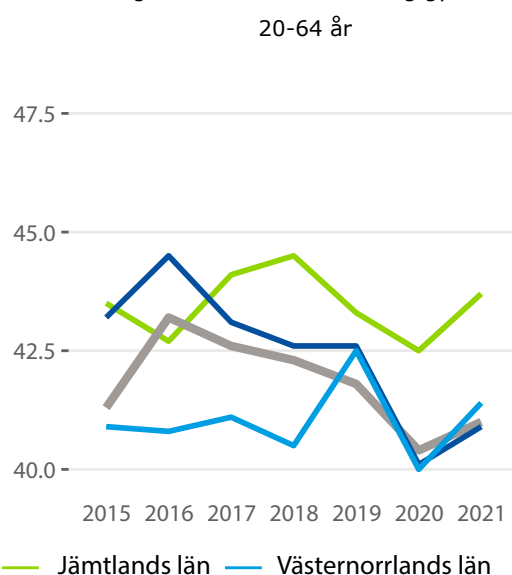
Etableringen på arbetsmarknaden när det gäller Hotell och turism samt Restaurang och livsmedelsprogrammet i länet är starkt oroande. Eleverna som avslutat utbildningar inom dessa inriktningar har en svag etableringsgrad på arbetsmarknaden och söker sig heller inte vidare mot högre studier i särskilt stor utsträckning.

Matchningsgraden för anställda inom utbildningsgruppen restaurang- och livsmedelsutbildade ligger också på en låg nivå. Åren innan coronapandemin noterades dock en försiktig ökning i matchningen, något som visar på en progression. Med pandemin fick sig dock denna utveckling en "törn", men redan ett år efter utbrottet, fortfarande under pandemin noteras ett "uppstick". Förhoppningsvis fortsätter den här positiva utvecklingen när utfallet kommer för senare år.

Matchad förvärvsgrad (%)
Restaurang och livsmedelsutbildning gymnasial nivå



Matchad förvärvsgrad (%)
Restaurang och livsmedelsutbildning gymnasial nivå



Den matchade förvärvsgraden för de elever som etablerat sig på arbetsmarknaden är ytterligare ett problem sett ur näringsens kompetensbehov. Restaurang och livsmedelsprogrammet rör sig även här i bottenkiktet tillsammans med Barn och fritid samt Naturbruk. För att sammanfatta denna dubbla problematik för etablering och matchningsgrad så blir den gymnasiala tillgången på utbildad arbetskraft inom restaurang delad två gånger. I ett första steg etablerar mindre än hälften av de studerande sig på arbetsmarknaden och i nästa steg så kommer mindre än hälften att välja att arbeta inom restaurangområdet.



Ser vi till yrkesgruppers matchningsgrad i åldrarna 20-39 år, inträffade det en tydlig nedgång för kockar & kallskänkor redan 2017 i regionen. Denna trend avmattades något följande år, men har sedan fortsatt i en negativ trend. För gruppen som helhet, 20-64 år, är utvecklingen dock sidledes för länet. Det är dock anmärkningsvärt att matchningen för gruppen 20-39 år tappat nästan 10 procentenheter. Mot bakgrund av analysunderlaget finns det troligen många olika externa faktorer såsom familjebildning, behov av lediga helger som kan vara bidragande orsaker till nedgången.

Kockar, kockar och kockar

Det är glädjande att det finns en självmedvetenhet inom hotell, restaurang och turismsidan i Västernorrland. Tydligt utpekade nyckelkompetenser blir allt viktigare och värdskapet har en påtagligt framträdande plats här. Behovet av att nå ut med riktade marknadsföringskampanjer och strukturerat arbete med sociala medier kommer också högt. Det finns utmaningar men parallellt också tankar på lösningar. En positiv anda skär igenom tankar på framtiden och här ser man den ökande turismen som en tydlig trend. Tankar på en förlängd säsong är också närvarande men här saknas ett mer konkret "hur".

Men för branschen som helhet och den nyckelroll som är mest eftersökt är destinationerna eniga. Kockar, kockar och kockar är den yrkesroll som har högst rekryteringsbehov och är högst prioriterad. Att kunna tillaga såväl husmanskost som à la carte, att känna sig bekväm att hantera våra lokala råvaror och ge en upplevelse med utgångspunkt ur betydelsen av Västernorrland.



PRIORITERADE INSATSER UTIFRÅN ANALYSEN

För att analysen ska bli en riktning men också uppmuntra till aktiviteter som behandlar de utmaningar som näringen står inför, visar analysen tydligt att insatser måste genomföras på flera nivåer. Löpande i analysen finns aktiviteter kopplade till de områden som avhandlas och analyseras.

I samband med färdigställandet av analysen genomfördes en gemensam analysdag med region Västernorrland, Arbetsförmedlingen, Destination Sundsvall, Destination Höga Kusten och våra kommuner. Tillsammans i denna samverkansform och mot bakgrund av analysen framkom tydligt tre prioriterade utvecklingsområdena där insatser måste genomföras.

- Samverkan på regionnivå
- Engagemang men rätt engagemang
- Kvalitetssäkra gymnasieutbildningarna

Samverkan på regionnivå

En region, två destinationer men med samma målsättning, att stärka länets besöksnäringens utveckling. Även om destinationernas medlemmar arbetar utifrån olika geografiska utmärkande drag så är de gemensamma nämnarna likartade när det gäller kompetensbehov och tillgången på nyckelkompetenser. I analysunderlaget framkom det också tankar om ett närmare samarbete där paketeringsmöjligheter som möjliggör upplevelser i såväl de södra som norra delarna av länet borde bli vanligare. Det förekommer redan idag i liten skala men tankar om en tydligare regional samverkan skulle kunna underlätta och möjliggöra fler såna inslag inom besöksnäringen. En tydlig översyn över destinationernas uppdrag och ett urskiljande över gemensamma nämnare samt intresseområden bör ske. Detta för att underlätta och effektivisera processer som har bäring på näringens utveckling i stort i Västernorrland. Ett exempel som lyftes fram var länsövergripande yrkes och programråd för att förvalta och stärka den regionala kompetenstillförseln.

Engagemang men rätt engagemang

Tydligare samverkan mellan anställande arbetsliv och utbildningssidan ser många som den centrala lösningen på många av de problem som finns idag. Det är därför centralt att aktörerna inom hotell, restaurang och turism går samman och skapar delaktighet i ledningsgrupper inom yrkeshögskolan, lokala programråd inom gymnasieskolan och yrkesråd inom regionalt yrkesvux. Men för att samarbetet ska vara funktionellt måste också tydligare underlag och analyser ge riktning. Idag är behovsbilden starkast kopplat mot de yrkesorienterade programmen. Det är här som det anställande arbetslivet bör engagera sig och skapa långsiktiga samverkansytter.

Förutom längre yrkesinriktade utbildningar måste också behoven runt nyckelkompetenser lyftas fram. För många av besöksnäringens aktörer handlar det ibland om enstaka eller ett fåtal kompetenser som kan skapa tillväxt på sikt. Här kan arbetslivet och destinationerna kravställa utbildningsanordnare och vara behjälpliga att kompetenser som starkt efterfrågas återkommer i exempelvis utbildningsplaner på yrkeshögskolan. Här är det tydligt att en prioriterad insats är engagemang men också rätt engagemang.

Kvalitetssäkra de gymnasiala yrkesutbildningarna

I analysen och under den gemensamma analysdagen framkom det tydligt att den viktigaste källan till kompetensförsörjning för näringen inom hotell, turism och restaurang idag är väldigt problematiskt. Det var gällande utbildningarna inom restaurang och livsmedel där såväl matchning som elevernas etablering på arbetsmarknaden hade starka oroväckande resultat. Mindre än hälften av eleverna som examinerats hade inte etablerat sig på arbets-

marknaden eller fortsatt i studier. I de fall som etablering på arbetsmarknaden inträffat så var mindre än hälften av de yrkesverksamma i en miljö som utbildningen var riktad mot.

Grunden för en god kompetensförsörjning inom den regionala besöksnäringen ligger i att gymnasieutbildningarna med bäring på näringen håller god kvalitet. En majoritet av rekryteringsbehoven ligger i linje med den kompetens som gymnasieskolan producerar. Men mot bakgrund av de bristande resultaten måste flera insatser genomföras för att kvalitén ska öka på sikt.

Genom en tydlig samverkan och engagemang i lokala programråd och yrkesråd får gymnasieskolan möjlighet att hålla utbildningen relevant och branschpassad. Näringen får då kravställa och påverka vad en framtida medarbetare har för relevanta kunskaper med sig ut i arbetslivet. Genom samverkan kring utbildningens innehåll och långsiktig utveckling måste även ett systematiskt kvalitetssäkringssystem kopplas in. Detta bör vara en översyn av examensgrad, etablering på arbetsmarknaden och genomströmning till högre studier som Destinationerna, Regionen tillsammans med utbildningsanordnare genomför årligen.

Visita har tagit fram en kvalitetssäkringsmodell för att möta branschens efterfrågan av yrkesutbildade medarbetare och samtidigt stärka kvaliteten och attraktiviteten på de gymnasiala yrkesutbildningarna med bäring på näringens kompetensbehov. I dag finns det bara en utbildning som erhållit certifiering i länets norra del men detta bör påskyndas och genomföras även i den södra delen mot bakgrund av de skrämmande resultat som framkommit över tid för restaurang och livsmedelsprogrammet.

Visita menar att modellen kvalitetssäkrar utbildningen genom en certifieringsprocess med fokus på att eleverna får relevanta kunskaper som gör dem anställningsbara. Visita har lyft fram att vid certifierade utbildningar sker en tydlig ökning i kvalitet i utbildningen och även i elevunderlaget. Avslutningsvis måste detta vara en prioriterad insats för att komma åt det problem som uppstått inom Restaurang och livsmedelsprogrammet och på sikt den viktigaste och mest efterfrågade kompetensen för vår regionala besöksnäring.

BILAGA A

Urval för och sysselsatta 2022 inom "Hotell, restaurang & turism"

SNI5-kod	SNI5-klartext	Sysselsatt dagbefolkning
55101	Hotell med restaurang	870
55102	Konferensanläggningar	15
55103	Hotell utan restaurang	96
55201	Vandrarhem m.m.	35
55202	Stugbyar m.m.	37
5530	Campingplatsverksamhet	31
5610	Restaurangverksamhet	2495
59140	Biografer	14
79110	Resebyråer	32
79120	Researrangörer	16
79900	Turistbyråer o.d.	74
90010	Producenter av konstnärliga, litterära och artistiska verk	101
90020	Stödföretag till artistisk verksamhet	176
90030	Enskilda artister, författare, journalister m.fl.	132
90040	Teater- och konserthusföretag o.d.	-
92000	Spel- och vadhållningsföretag	35
93111	Skidsportanläggningar	8
93112	Golfbanor, golfklubbar	40
93113	Motorbanor	2
93114	Trav- och galoppbanor	62
93119	Sporthallar, idrottsplatser och andra sportanläggningar	445
93191	Tävlingsstall	197
93199	Professionella idrottsutövare, sportarrangörer, sportadministratörer	79
93210	Nöjes- och temaparker	-
93290	Övriga fritids- och nöjesanläggningar	170
Total		5162

Källa: SCB (BAS)

BILAGA B

Källa: Skolverket

Könsfördelning på yrkesorienterade program 2023		
Program	Antal elever	Andel kvinnor (%)
Barn- och fritidsprogrammet	296	63%
Bygg- och anläggningsprogrammet	366	22%
El- och energiprogrammet	500	5%
Fordons- och transportprogrammet	538	30%
Försäljnings- och serviceprogrammet	82	56%
Handels- och administrationsprogrammet	174	54%
Hantverksprogrammet	132	100%
Hotell- och turismprogrammet	15	93%
Industri tekniska programmet	127	10%
Naturbruksprogrammet	266	75%
Restaurang- och livsmedelsprogrammet	159	45%
Riksrekryterande utbildningar	63	17%
VVS- och fastighetsprogrammet	154	Uppgift saknas.
Vård- och omsorgsprogrammet	248	86%

Matching (E5) efter region, kön/ålder, yrkesgrupp (SSYK), tabellinnehåll och år

22 Västerbottens län

	Andel helt matchade, procent (A/E)							Andel delvis matchade, procent (B/E)						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
20-64 år														
Kockar och kallskänkor	51,8	51,6	51,2	51,3	51,7	51,6	51,2	7,7	7,5	8,2	7,7	8,4	7,3	7,4
Köksmästare och souschefer	51,9	51,9	50,8	58,2	69,6	63,3	57,6	9,6	5,6	4,6	7,5	6,5	4,1	3,4
Snabbmatpersonal, köks- och restaurangbiträden m.fl.	69,2	69,7	67,7	67,6	70,6	70,7	71,7	7,0	6,6	7,2	6,9	6,0	6,4	5,9

Andel delvis matchade, procent (B/E)							Andel helt och delvis matchade, procent ((A+B)/E)						
2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
7,7	7,5	8,2	7,7	8,4	7,3	7,4	59,5	59,2	59,4	58,9	60,1	58,9	58,6
9,6	5,6	4,6	7,5	6,5	4,1	3,4	61,5	57,4	55,4	65,7	76,1	67,3	61,0
7,0	6,6	7,2	6,9	6,0	6,4	5,9	76,2	76,2	74,9	74,5	76,6	77,1	77,6

Källa: Skolverket

