

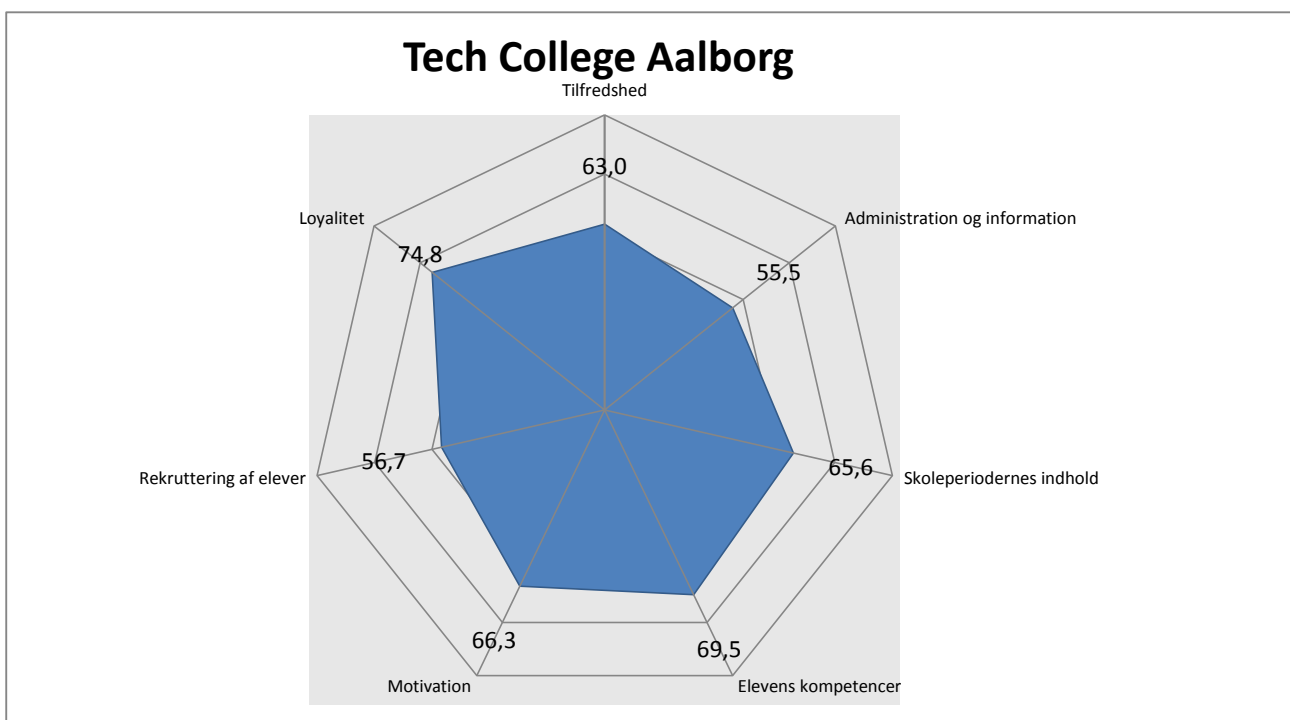
Virksomhedstilfredshedsmåling 2012

Via spørgeskemaundersøgelse

Tech College Aalborg

Colleger:

Agri College
Auto College
Construction College
Dental College
Food College
Metal College
Media College
Style & Wellness College
Technology College



Indledning

Virksomhedstilfredshedsundersøgelsen er gennemført blandt Tech College Aalborgs praktikpladsvirksomheder i efteråret 2012.

Datagrundlag

Der blev udsendt spørgeskema til samtlige virksomheder - som har en igangværende elev/lærling fra Tech College Aalborg ultimo august 2012.

Fordi undersøgelsen blev gennemført for alle afdelinger på Tech College Aalborg, er det muligt at sammenligne den enkelte uddannelses resultater med det gennemsnitlige resultat for eget College samt for hele Tech College Aalborg.

Dette er den overordnede skolerapport, som benchmarker de enkelte colleger.

I denne rapport fremgår hermed resultatet fra:

o [Det samlede resultatet fra Tech College Aalborg 2012.](#)

o [Det samlede resultat fra Tech College Aalborg 2010.](#)

o [De enkelte collegers samlede resultater.](#)

Tech College Mariagerfjord er ikke med i rapporten, da de ikke har hovedforløb, og derfor ikke den tætte kontakt med virksomhederne omkring de enkelte elever m.m..

Spørgeskemaet

Spørgeskemaet består af 35 spørgsmål.

Spørgeskemaet er konstrueret med mulighed for uddybning, således at virksomhederne kan kommentere og begrunde deres besvarelser. Dette har mange heldigvis også benyttet sig af, hvilket er med til at nuancere resultaterne (se spørgeskemaet i appendiks).

Formål

Formålet med undersøgelsen er, at give et overordnet billede af, hvordan virksomhederne oplever samarbejdet med skolen. Ved at analysere virksomhedernes besvarelser er det muligt at synliggøre, hvilke indsatsområder de enkelte colleger og uddannelser med fordel kan vælge i sit arbejde, for at fastholde og forbedre kvaliteten af undervisningen, samarbejde med virksomheden etc.

Analyse

Rapportens indhold

Denne rapport indeholder en analyse af spørgeskemaundersøgelsens resultater, som omhandler i alt 7 måleparametre, hvor de vigtigste er: [Tilfredshed og Loyalitet](#). Dette er et udtryk for virksomhedernes tilfredshed med skolen og loyalitet i forhold til at vælge - og anbefale skolen ift.. lærlinge/elever.

Herudover er der tre indsatsparametre (parametre som erfaringsmæssigt har vist sig at have en påvirkning på tilfredshed og loyalitet). Disse indsatsparametre er: [1\) Administration og information](#), [2\) Skoleperiodernes indhold](#) og [3\) Lærlingens/elevens kompetencer](#). Yderligere er der stillet spørgsmål til temaerne: [Rekruttering og motivation](#).

Rapportens opbygning

For at skabe et overblik over resultaterne er svarene fra de enkelte spørgsmål - hvor virksomhederne har sat kryds ud for én eller flere foruddefinerede svarkategorier - omregnet til et indekstal - som ligger mellem 0 - 100.

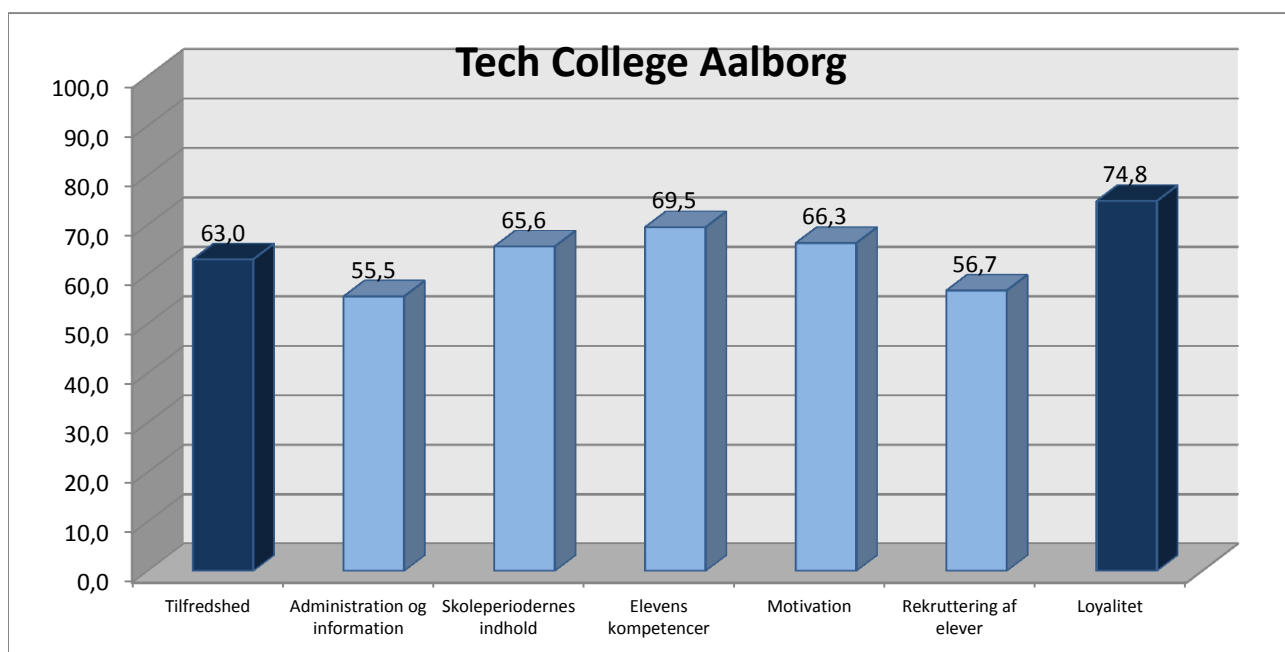
Det er vigtigt at påpege, at detaljerne forsvinder, når man arbejder med disse indekseværdier, og at man bør se på indekseværdierne sammen med de mere detaljerede svar (derfor skal indekstallene i rapporten analyseres sammen med de mange kommentarer).

Indekstallene er dog gode til at give et overblik, og de giver et godt sammenligningsgrundlag. (Læs mere om beregninger af indeks m.m. i Appendiks).

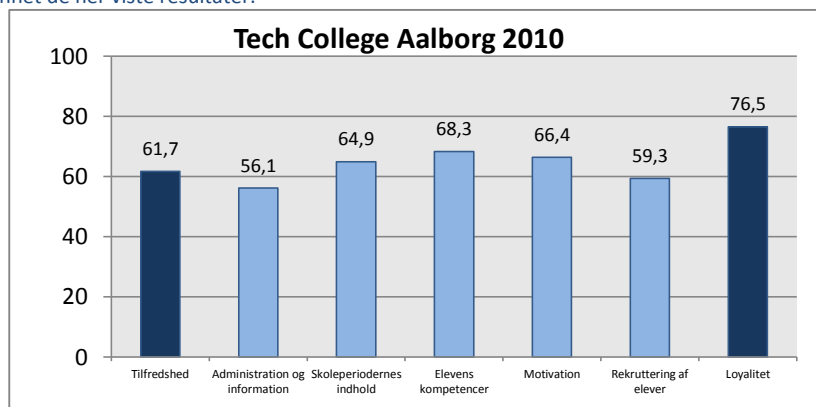
Konklusion

For denne undersøgelse ser svartallene således ud:

	Antal mulige svar	Antal Svar	Svar-procent
Tech College Aalborg	1447	390	27,0
Agri College	90	33	36,7
Auto College	162	42	25,9
Construction College	319	91	28,5
Dental College	80	30	37,5
Food College	324	84	25,9
Media College	24	7	29,2
Metal College	123	35	28,5
Style & Wellness College	138	38	27,5
Technology College	183	55	30,1



Diagrammet viser virksomhedernes vurdering af de 7 områder, som analyseres i rapporten. Alle områder behandles i detaljer i rapporten. Her kan du se de specifikke spørgsmål, der har dannet de her viste resultater.



Dette lille diagrammet viser de samme 7 områder fra undersøgelsen i 2010.

Svarprocenten er desværre ikke så høj som ønsket (28.8 procent). Den er dog en smule højere end i 2010 (27,0 procent). Denne gang er der kommet flere elektroniske svar, og vi håber på, at med e-mail-databasen i "praktik+" vil svarprocenten stige endnu mere næste gang. For denne rapport betyder det dog, at virksomhedernes tilkendegivelser skal opfattes som temperaturmålinger - og ikke repræsentative svar. Fra erfaringer med denne - og forrige undersøgelse i 2010 - kan vi desværre se tendenser til, at visse uddannelser er sværere at få til at deltage i en sådan undersøgelse end andre (eks. bager-virksomheder). Der er derfor brug for at tænke i andre indsamlingsmetoder, for at få fat i disse uddannelser næste gang.

Desværre skete der en beklagelig fejl tilbage i august 12, hvor spørgeskemaerne blev sendt ud til virksomhederne. Beklageligvis blev der ikke sendt spørgeskemaer ud til virksomhederne indenfor Teknisk Design - , Automatik og proces - og Mediegrafikeruddannelserne. Disse virksomheder har medio januar 13 fået tilsendt et skema. De tre involverede Colleger vil derfor få en revideret rapport medio februar 13.

Samlet tegner rapporten et billede af, at virksomhederne generelt er tilfredse med Tech College Aalborg, og der er en relativ høj loyalitet over for skolen. Overordnet fremgår det, at særligt Style & Wellness College, Food College og Dental College scorer relativt højt på de forskellige indeks. Desuden kan her nævnes, at Agri College har fået en markant mere positiv tilbagemelding end sidste undersøgelse i 2010.

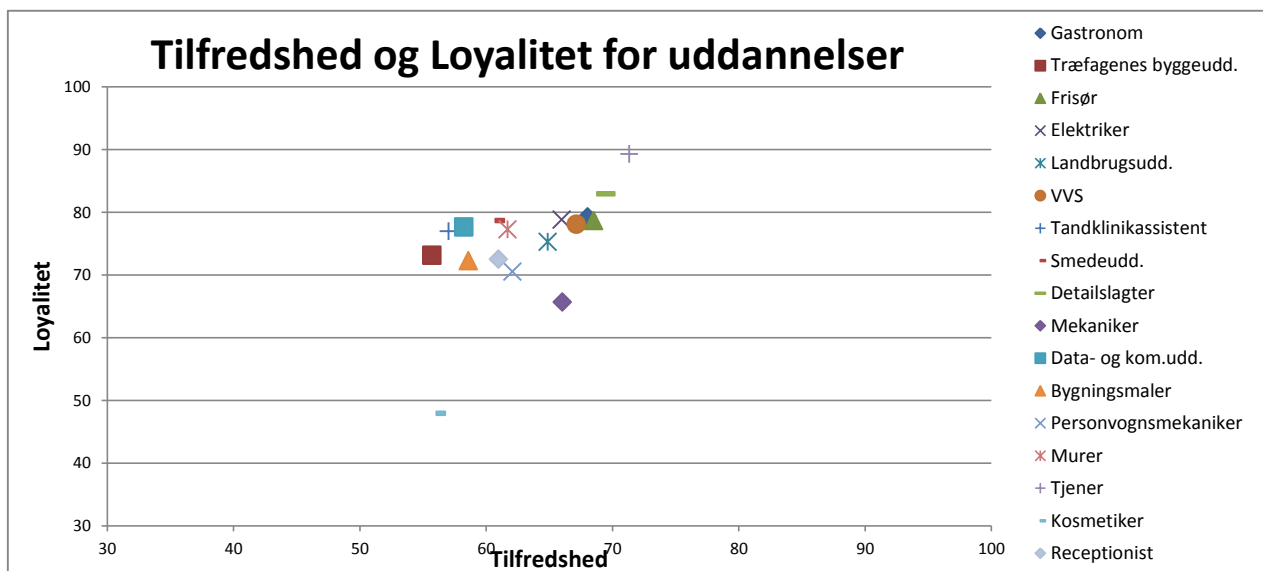
Overordnet skitserer rapporten et billede af, at Tech College Aalborg generelt er god til:

- At give lærlingen en god behandling.
- At give hjælp i forbindelse med papirarbejde vedr. indgåelse af uddannelsesaftaler.
- At skabe klarhed over, hvem virksomhederne skal rette henvendelse til vedr. lærlinge.
- Vægtningen af de almindelige skolefag.

Videre fremgår det af undersøgelsen, at der er udviklingspotentialer generelt indenfor følgende områder:

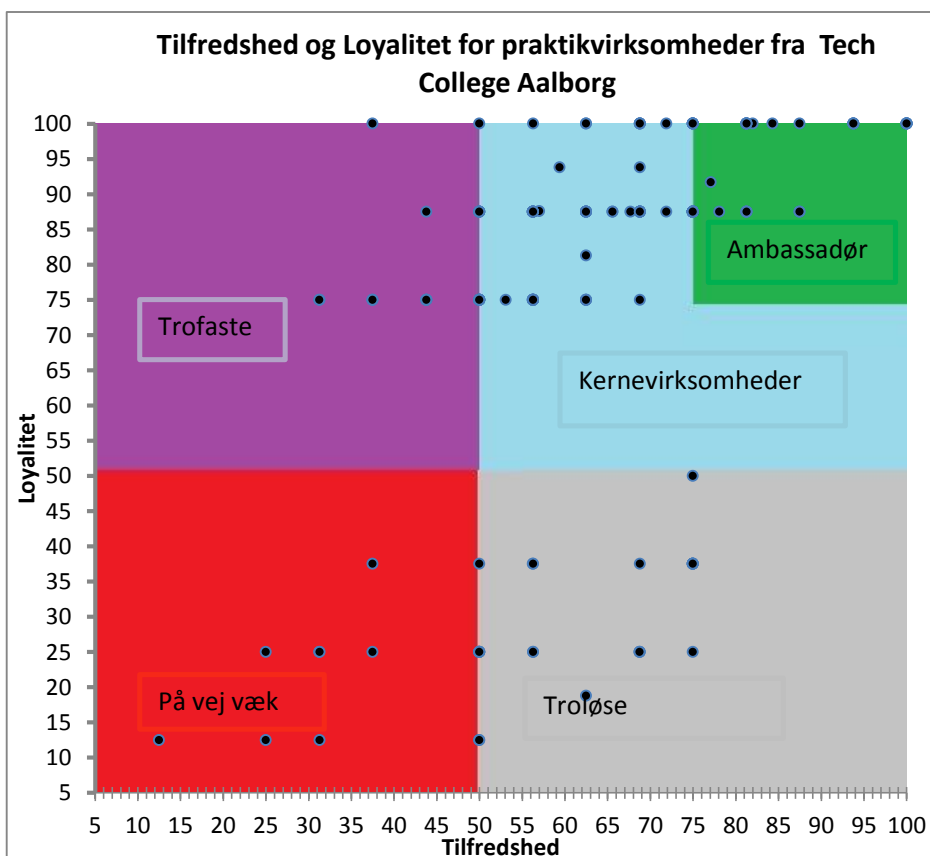
- Undervisningens tilrettelæggelse og planlægning.
- Skolens synlighed i praktikperioderne.
- Passende information til virksomhederne vedr. lærlingens arbejde i skoleperioderne.
- Kontakt-hyppigheden mellem skolen og virksomheden.
- De praktiske fags fokus i forhold til de opgaver lærlingen får i virksomheden.
- Skolens krav til lærlingens adfærd og resultater.

Tilfredshed og Loyalitet



Diagrammet viser resultaterne for "Tilfredshed" og "Loyalitet" fordelt på de enkelte uddannelser, som har deltaget i denne undersøgelse. Det er hermed muligt at sammenligne collegets uddannelser med Tech College Aalborgs andre uddannelser. (Uddannelser med under 5 besvarelser er her udeladt).

Virksomhedernes grad af tilfredshed og loyalitet med skolen kan inddeles i 5 forskellige typer.



Trofaste virksomheder
Har lav tilfredshed og middel til høj loyalitet. Trods den lavere tilfredshed - vælger de ofte at anbefale og genvælge praktikordningen, grundet en langvarige relationer til skolen.

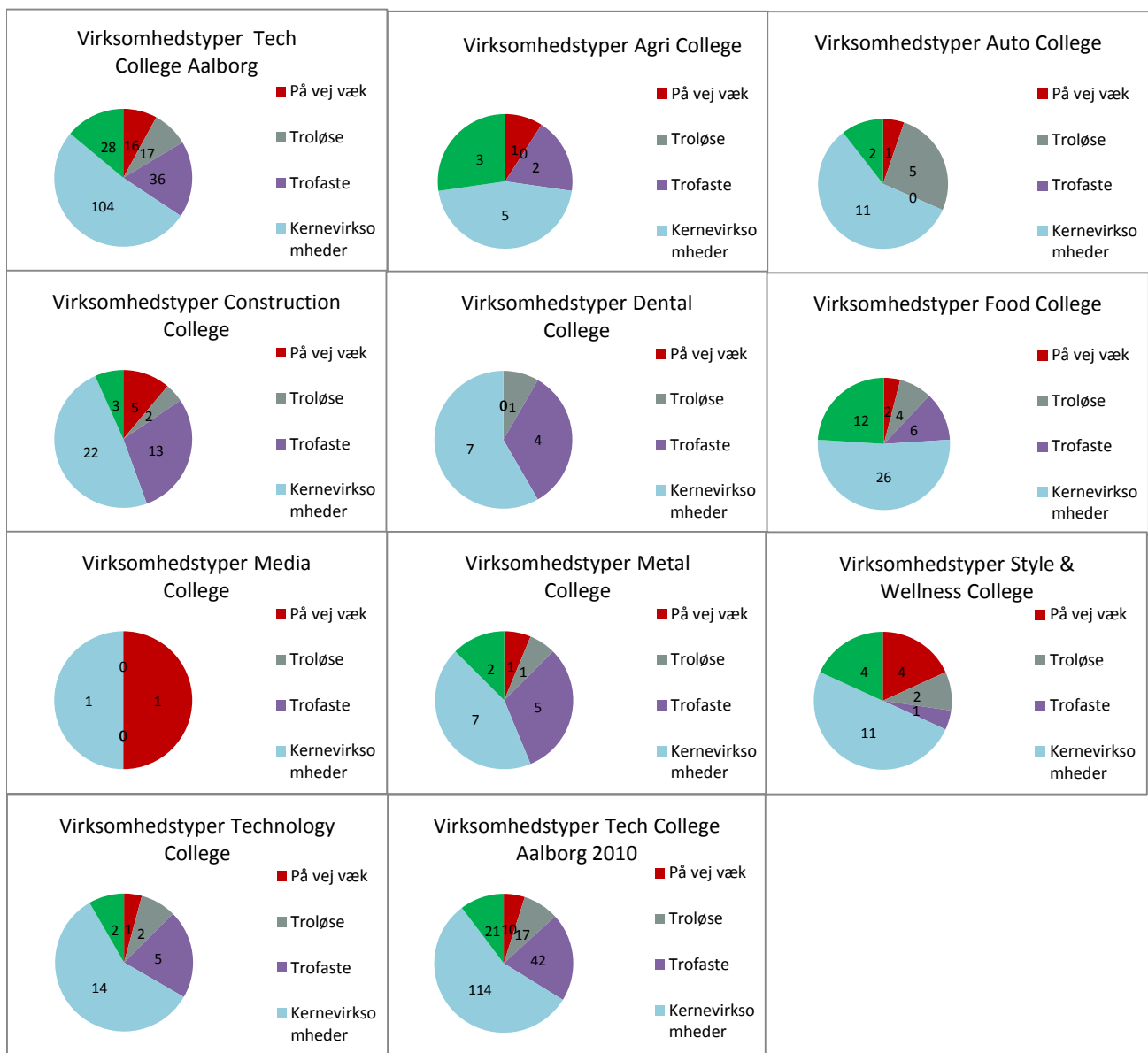
På vej væk - virksomheder
Har både lav tilfredshed og loyalitet. De er højest sandsynligt på vej ud af samarbejdet.

Kernevirksomheder
Udviser middel til høj tilfredshed og loyalitet (uden begge dog er høje på samme tid).

Troløse virksomheder
Har middel til høj tilfredshed og lav loyalitet. De er kritiske og søger gerne andre skoler, hvis ordningerne forekommer mere fordelagtige. Ressourcemæssige forhold kan også være afgørende for vedligeholdelse af relationen.

Ambassadører
Har høj tilfredshed og loyalitet. Den yderst positive holdning bevirker, at disse virksomheder anbefaler praktikordningen til kollegaer, samarbejdspartnere og bekendte, og at virksomhederne med stor sikkerhed vil fortsætte samarbejdet.

De enkelte prikker i koordinatsystemet er et udtryk for én eller flere virksomheder. Diagrammet skal derfor læses som et udtryk for, hvorledes virksomhederne spreder sig. Den relative fordeling af virksomhederne indenfor hver af de 5 kategorier fremgår af nedenstående cirkeldiagram.



Antallet af virksomheder i cirkeldiagrammet er et udtryk for de virksomheder, som har besvaret samtlige spørgsmål vedr. "tilfredshed og loyalitet". Derfor er antallet mindre end *Antal svar* som fremgår af side 3.

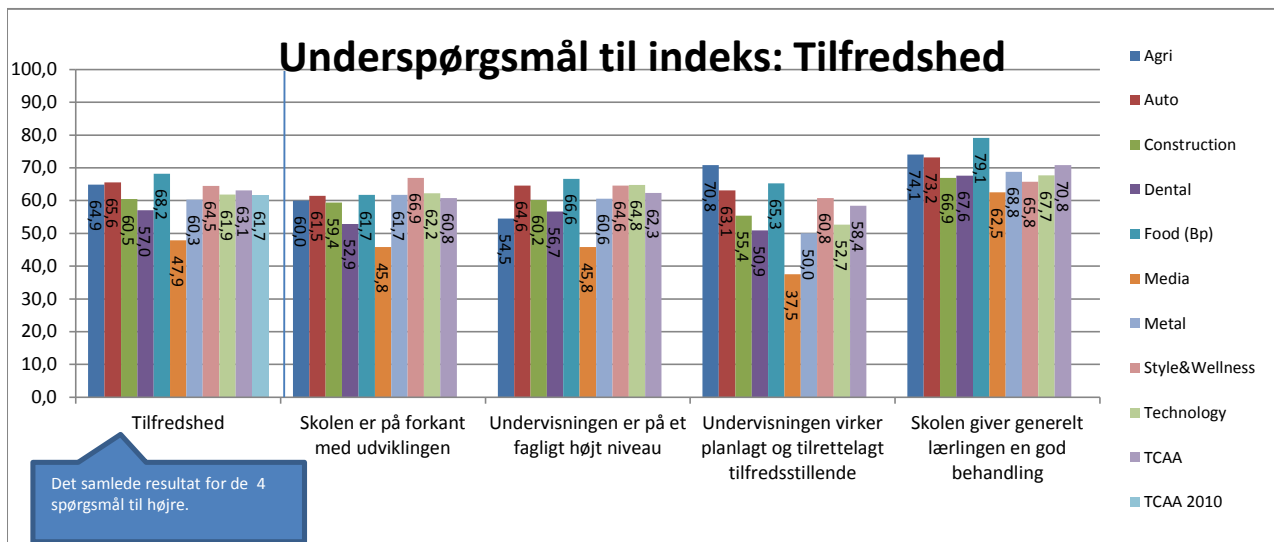
Som det fremgår af boblediagrammet på side 5 ligger uddannelserne relativt tæt samlet på midten, og der er en overordnet tendens til, at virksomhederne er en smule mere loyale, end de er tilfødse. Særligt skiller tjenerne sig positivt ud ved at være mest både loyale og tilfødse. Omvendt er kosmetikerne mindst både tilfødse og loyale.

Af cirkeldiagrammet fremgår det, at ca. halvdelen af virksomhederne er kernevirksomheder og ca. en femtedel er "på vej væk" eller "troløse". Dette skitserer et overordnet trygt billede af, at Tech College Aalborgs praktikvirksomheder generelt er glade for at være tilknyttet skolen, og at de har intentioner om at bevare tilknytningen i nær fremtid.

Set på collegerne i blandt er det mest bemærkelsesværdige, at Agri College har den største andel af ambassadørvirksomheder. Omvendt er Style og Wellness College det college, der har flest "på vej væk" - virksomheder (Media College er her ikke inkluderet, da der er meget få besvarelser - der kommer en revideret rapport på colleget medio februar 13).

Tilfredshed

Resultaterne for de enkelte spørgsmål i dette tema ser således ud:



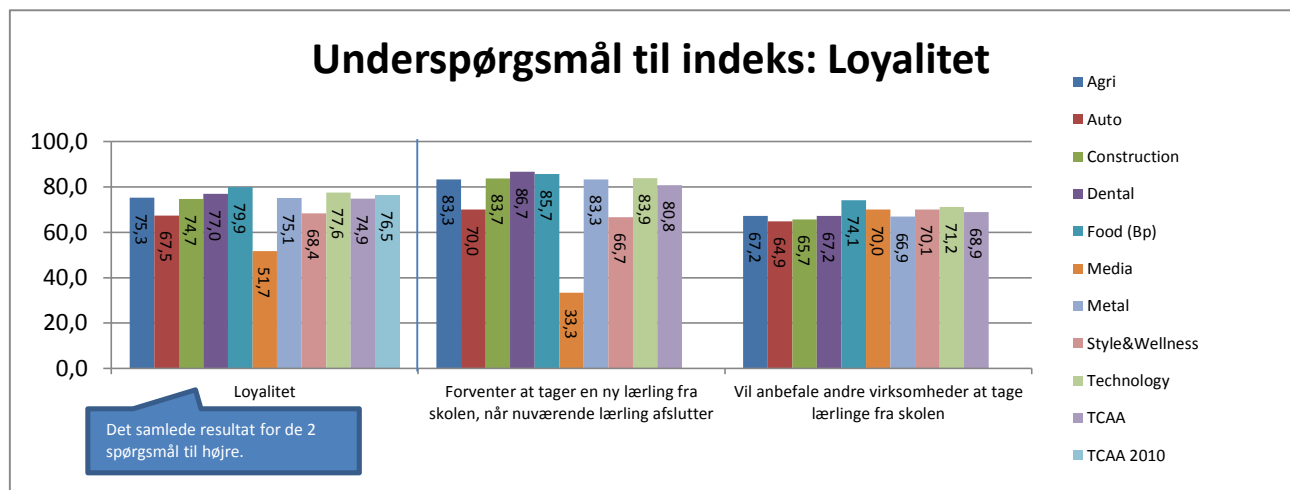
Samlet set er virksomhederne på Tech College Aalborg rimelige tilfredse med skolen. Virksomhederne giver udtryk for, at de særligt er tilfredse med den behandling lærlingene generelt får på skolen.

Et muligt indsatsområde overordnet på skolen er her planlægning og tilrettelægning af undervisningen.

Food College er det college, som har de mest tilfredse virksomheder, og omvendt er Media Colleges virksomheder her mindst tilfredse.

Loyalitet

Resultaterne for de enkelte spørgsmål i dette tema ser således ud:



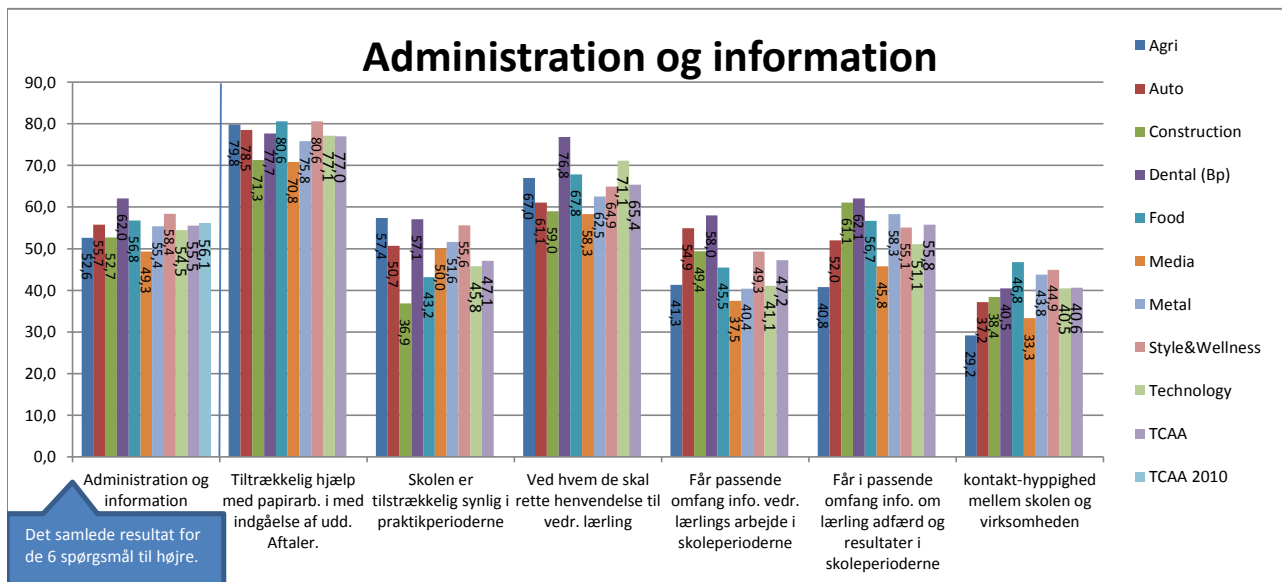
"Loyalitet" er det indeks som virksomhederne generelt giver den højeste scorer. Loyaliteten siger noget om tilknytningen til skolen, og virksomhedernes tilbøjelighed til at fortsætte samarbejdet. Af ovenstående diagram fremgår det, at der generelt er en høj grad af loyalitet blandt virksomhederne. Særligt giver de udtryk for, at de forventer at tage en ny lærling fra skolen, når nuværende afslutter. Mindre tilbøjelige er virksomhederne til at fortælle videre om de gode oplevelser på skolen til andre virksomheder.

Dette sender et signal om, at skolen - på de fleste uddannelser - selv skal være primusmotor i det opsøgende arbejde i forhold til at rekruttere nye praktikvirksomheder. Her skal tilføjes, at der er stor spredning mellem uddannelserne. eks. er mureruddannelsen meget lidt tilbøjelig til at anbefale skolen, hvorimod tjenerne i høj grad giver udtryk for, at de vil anbefale skolen.

Videre skal det her nævnes, at særligt en uddannelses skiller sig ud fra de andre i dette indeks. Kosmetikerne giver her i alarmerende lav grad udtryk for, at de forventer at tage en ny elev fra skolen, efter nuværende elev afslutter.

Faktorer der påvirker Tilfredshed og Loyaltitet

Administration og information



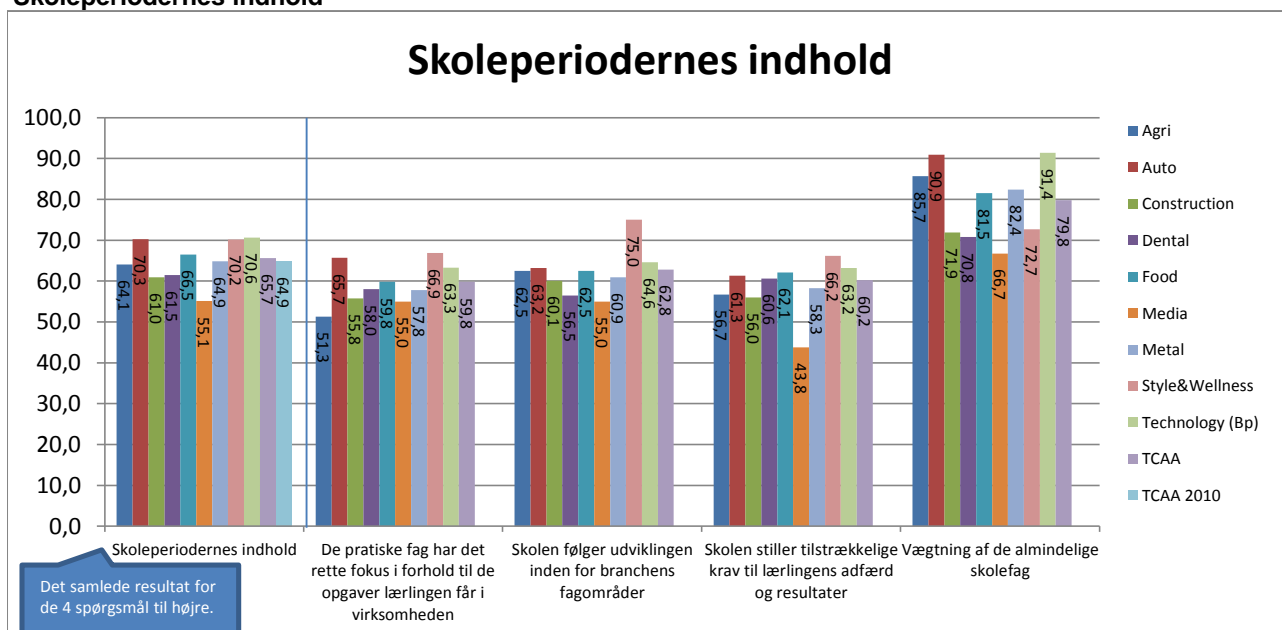
"Administration og information" er det indeks, som scorer lavest samlet set i undersøgelsen, og var det også i 2010. Det bevidner, at det er svært at opnå tilfredshed hos virksomhederne i denne henseende. Det er dog et essentielt tema for virksomhederne (hvilket i høj grad også fremgår af de kommentarer virksomhederne har skrevet i undersøgelsen (se bilag)), og har stor indflydelse på deres samlede opfattelse af skolen.

Virksomhederne er generelt meget tilfredse med den hjælp de får i forbindelse med papirarbejdet vedr. indgåelse af uddannelsesaftaler. Ligeledes er der generelt også klarhed over, hvem virksomhederne skal rette henvendelse til vedr. lærlinge.

Rapporten peger her på følgende tre udviklingspunkter:

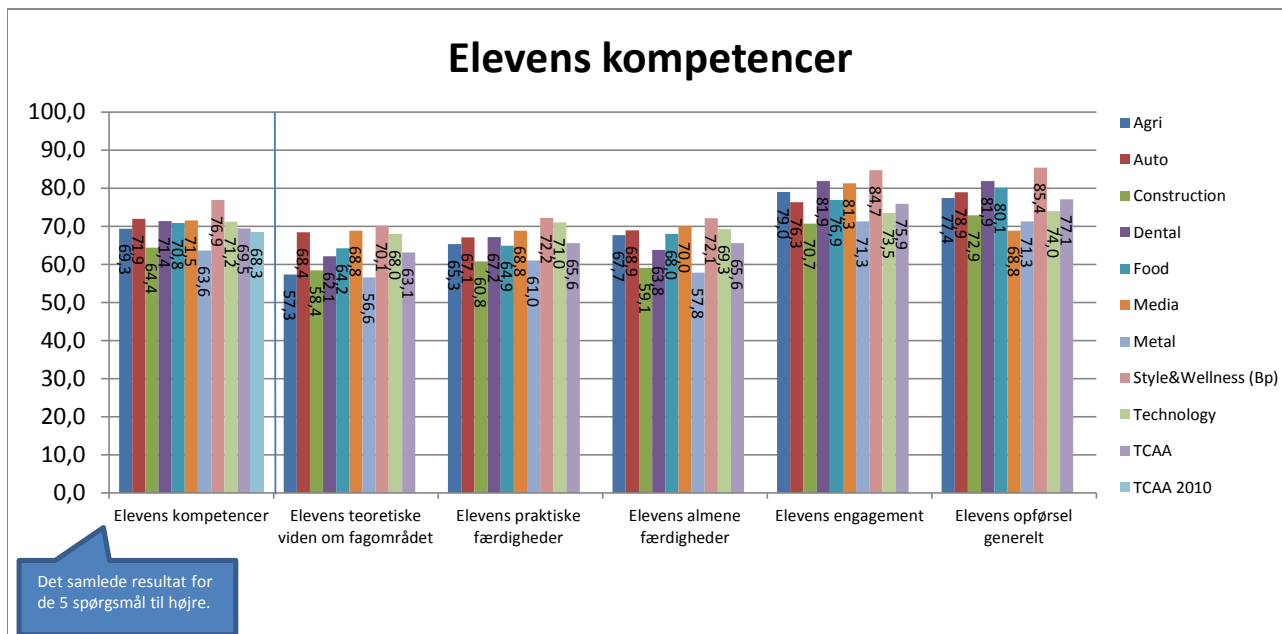
Skolens synlighed i praktikperioderne, passende information omkring lærlingens arbejde i skoleperioderne og kontakthypigheden mellem skolen og virksomhederne.

Skoleperiodernes indhold



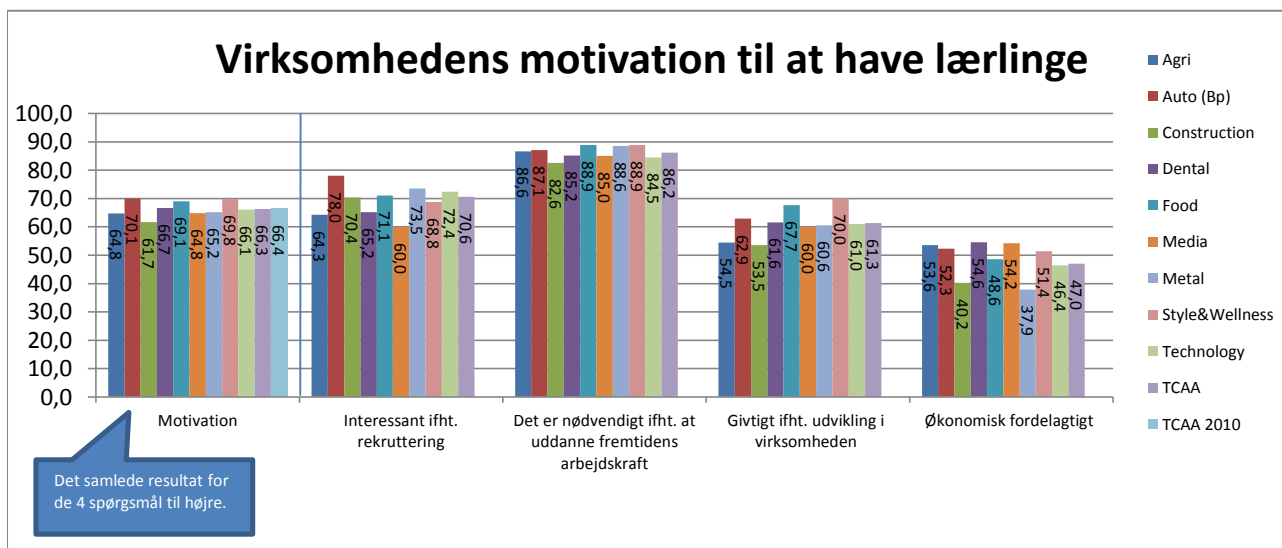
Generelt er der en nogenlunde tilfredshed med "Skoleperiodens indhold". Virksomhederne er samlet set meget tilfredse med vægtningen af de almindelige skolefag. Videre fremgår det af diagrammet, at der med fordel kan udvikles på de praktiske fags fokus i forhold til de opgaver lærlingen får i virksomhederne, samt skolens krav til lærlingens adfærd og resultater.

Elevens kompetencer



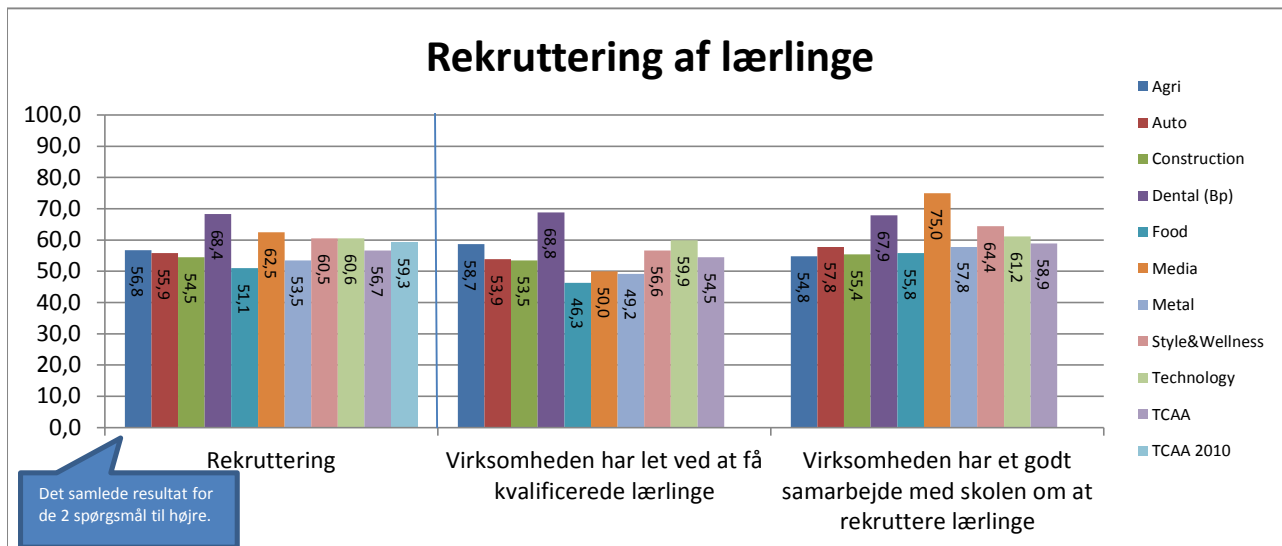
Virksomhederne er samlet set meget tilfredse med elevernes kompetencer. Særligt er der høj tilfredshed med elevens engagement og opførsel generelt.

Motivation



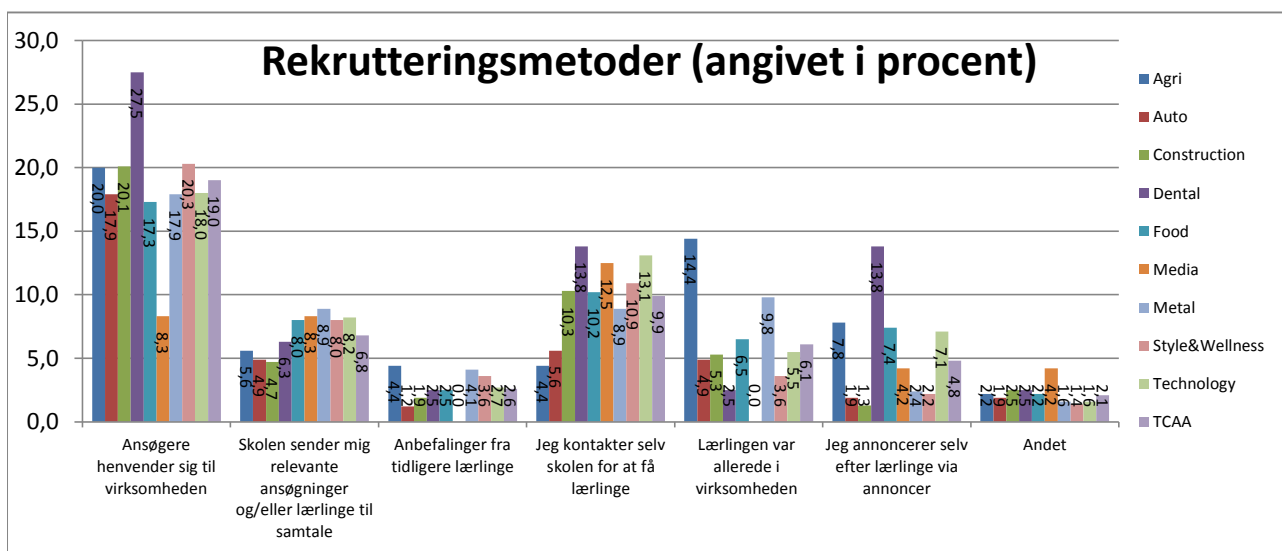
Sikring af fremtidens arbejdskraft og rekruttering er de største motivationsfaktorer for at tage en lærling blandt Tech College Aalborgs praktikvirksomheder.

Rekruttering



Overordnet set giver virksomhederne udtryk for, at det er relativt svært at rekruttere lærlinge. Særligt synes Food Colleges praktikvirksomheder, at have svært ved at finde kvalificerede lærlinge og de gør i relativt stort omfang brug af skolens som samarbejdspartner i rekrutteringsøjemed. Lettest har Dental Colleges praktikvirksomheder ved rekruttering af lærlinge.

Rekrutteringsmetoder



Som det fremgår af diagrammet er den mest benyttede rekrutteringsmetode, at lærlingene selv henvender sig til virksomhederne. Det er også en anseelig del af virksomhederne, der kontakter skolen for at få hjælp til at finde en lærling. Yderligere giver flere virksomheder udtryk for, at de også rekrutterer via de ansøgninger som skolen fremsender til virksomhederne.