

# Slutrapport

*KTP-projekt*

Mora kommun

## Innehåll

<b>1 Inledning</b> .....	<b>3</b>
<b>2 Bakgrund</b> .....	<b>3</b>
<b>3 Projektidé</b> .....	<b>3</b>
<b>4 Metod</b> .....	<b>4</b>
4.1 Handledarmöten .....	4
4.2 Coachmöten .....	4
4.3 Kommentar angående handledare och coach .....	4
<b>5 Resultat</b> .....	<b>5</b>
5.1 Omvärldsanalys .....	5
5.2 Kartläggning .....	5
5.2.1 Kommunerna och Arbetsförmedlingen.....	5
5.2.2 Näringslivet.....	6
5.2.3 Nyanlända.....	7
5.3 Produktion.....	7
5.3.1 Online-plattformar .....	7
5.3.2 Möten .....	7
5.3.3 Mässa.....	8
<b>6 Diskussion</b> .....	<b>9</b>

## 1 Inledning

I denna avslutsrapport presenteras det Knowledge Transfer Partnership-projekt som genomförts på Mora kommun under perioden oktober 2017-mars 2018. Projektet genomfördes med Orsa och Älvdalens kommuner samt Arbetsförmedlingen som samarbetsparter.

## 2 Bakgrund

Detta projekt har sin grund i den situation som råder på arbetsmarknaden i Mora, Orsa och Älvdalen. Bland de inrikes födda är sysselsättningen i stort sett fullständig och det är svårt för många arbetsgivare att hitta arbetskraft. Samtidigt finns en stor del outnyttjad kompetens bland gruppen nyanlända. Syftet med detta projekt har varit att utveckla marknadsföringen av nyanländas kompetens, för att effektivisera matchningen mellan nyanlända och näringsliv. Det långsiktiga resultatet av detta förväntas bli att fler nyanlända kommer i arbete och får en egen försörjning. Samtidigt gagnas näringslivet då projektets resultat bidrar till att avhjälpa den kompetensbrist som råder i ett flertal branscher.

Projektledare: Karin Vikström

Processledare: Maria Thulemark

Projektcoach: Ove Axelsson

Projekthandledare: Michael Toivio

Kontaktperson på Mora kommun: Stefan Sjöberg

## 3 Projektidé

Syftet med detta projekt var att utveckla kommunikationen av nyanländas kompetens och på så sätt bidra till en mer effektiv rekrytering av nyanlända. Projektets mål var att *ta fram förslag till lösningar för hur nyanländas kompetens bättre kan marknadsföras för att effektivisera rekryteringen av nyanlända och tillgodose näringslivets kompetensbehov*. För att nå detta mål sattes även två delmål upp, vilka var:

- Att genom en omvärldsanalys undersöka situationen för nyanlända som ska ta sig in på arbetsmarknaden samt mångfalds inverkan på organisationer.
- Att undersöka de lokala förutsättningarna för nyanlända som ska ta sig in på arbetsmarknaden och vilka insatser som i dagsläget finns för att underlätta för dessa.

## 4 Metod

Arbetet under projektet har genomförts i tre faser. Det inleddes med en omvärldsanalys där situationen för nyanlända som ska ta sig in på arbetsmarknaden studerades. Omvärldsanalysen undersökte även eventuella fördelar med en mångkulturell arbetsplats.

När omvärldsanalysen genomförts fortsatte projektet i fas två, som innebar en kartläggning av den lokala situationen. Kartläggningen undersökte, med utgångspunkt i omvärldsanalysen, hur arbetet med att hjälpa nyanlända in på arbetsmarknaden ser ut i det aktuella området. Under kartläggningen undersöktes även företagarnas uppfattning av situationen. Kartläggningen tillhandahöll en bild av vilken typ av kommunikationsinsatser som var lämpliga att fokusera på i projektets slutresultat.

I den sista fasen sammanställdes slutligen ett förslag på lösningar, vilka bygger på resultaten av omvärldsanalysen och kartläggningen.

### 4.1 Handledarmöten

Under projektet har möten med handledaren skett kontinuerligt. Inledningsvis ägde mötena rum varannan vecka, men en bit in i projektet blev handledningen mindre regelbunden och mer behovsbaserad.Handledning har helt enkelt skett vid behov, vilket innebär att kontakten med handledaren ibland varit mer intensiv och ibland skett glesare.Handledning har skett vid fysiska möten, vid telefonmöten och genom mailkontakt. Vilken form handledningen har tagit har varierat beroende av behov.Handledaren har även deltagit vid avstämningar och några referensgruppsmöten.

### 4.2 Coachmöten

Möten med coachen har inte skett särskilt regelbundet. Coachen besitter stor kunskap om kommuner och kommunorganisationen och har haft dragningar för både projektledaren och handledaren om detta. Coachen har även deltagit vid avstämningarna och några referensgruppsmöten. Dessutom har coachen hjälpt till med utformning av intervjufrågor och gett kommentarer under arbetet med slutprodukten.

### 4.3 Kommentar angående handledare och coach

Vid möten med andra KTP-projektledare har modellen med en coach och en handledare framstått som något stel. Det varierar mycket i vilken utsträckning coachen och handledaren används och vilka roller de har i projekten. Det vore bra att se över och förtydliga coachens och handledarens roller, för att fastställa vilken funktion de ska fylla i projekten. Kanske kan det vara så att det inte är nödvändigt att ha både en coach och en handledare i alla projekt. I just detta projekt har dock både handledaren och coachen varit ett värdefullt stöd för projektledaren.

## 5 Resultat

### 5.1 Omvärldsanalys

Omvärldsanalysens resultat pekade på att de främsta hindren för nyanlända som ska ta sig in på arbetsmarknaden är deras bristande tillgång till informella nätverk, att de saknar landspecifikt humankapital i form av språk, normer och outtalade förhållningsregler, samt att det förekommer strukturell/statistisk diskriminering.

Omvärldsanalysen tillhandahöll också information om de många fördelar som finns med att ha mångfald i en organisation. Dessa fördelar består bland annat av intern- och extern flexibilitet och möjligheten att skapa gott rykte och goodwill. För att mångfald inom en organisation ska ge ett positivt utfall krävs dock att företaget har ett välfungerande mångfaldsarbete. Annars kan mångfalden komma att bli ett problem för företaget.

Ytterligare resultat från omvärldsanalysen är att arbetsgivare måste vara mer flexibla vid rekrytering i och med den kompetensbrist som råder inom många områden. Man kan behöva rekrytera personer baserat på att de kan passa bra in i organisationen och baserat på den potential man ser att de har istället för att kräva att de redan besitter precis den kompetens man söker.

Det har också visat sig att det är svårare för nyanlända kvinnor än män att ta sig in på arbetsmarknaden. Det verkar finnas flera möjliga orsaker till detta. Bland annat kulturella skillnader, systematiska hinder och dubbel diskriminering.

Slutligen studerade omvärldsanalysen befintliga projekt som syftar till att få nyanlända i sysselsättning. Dessa visade sig i många fall rikta in sig på att ge tillgång till nätverk. Vissa av projekten handlade också om kompetensutveckling för de nyanlända.

De huvudsakliga slutsatser som drogs av omvärldsanalysen var att det finns ett behov av att stärka nyanländas landspecifika humankapital och att ge dem möjlighet att ingå i nätverk.

### 5.2 Kartläggning

För att kartlägga den lokala situationen och de lokala förutsättningarna genomfördes intervjuer med representanter från de tre involverade kommunerna och med arbetsförmedlingen. Intervjuer genomfördes också med representanter från näringslivet och med några nyanlända som är elever på SFI. Representanterna från kommunerna tillhandahöll information om hur kommunernas arbete med att hjälpa nyanlända in på arbetsmarknaden ser ut och hur kommunikationen rörande arbetet fungerar. Intervjuerna med näringslivet gav en bild av hur de ser på tillgången till kompetens, att anställa nyanlända och kommunikationen från arbetsförmedlingen och kommunen. Intervjuerna med de nyanlända gav en bild av hur de ser på att söka jobb och hur de skulle vilja presentera sig själva för arbetsgivare.

#### 5.2.1 Kommunerna och Arbetsförmedlingen

Intervjuerna med kommunerna och arbetsförmedlingen visade på ett flertal utvecklingsområden och faktorer som intervjudeltagarna upplevde som viktiga. Till exempel var det flera av dem som talade om hur viktigt det är med bra matchningar för att företagare ska få en positiv upplevelse av att ta in nyanlända i sin verksamhet. Om en matchning inte fungerar bra finns en risk att arbetsgivaren inte är beredd att försöka igen.

Hinder som intervjudeltagarna från kommunerna och Arbetsförmedlingen upplevde var bland annat bristande tillgång till nätverk bland nyanlända, kulturella skillnader och språksvagheter. Kulturella skillnader är dels ett problem för att kvinnor i vissa fall inte förväntas arbeta och dels för att kulturella skillnader kan skapa problem eller oro för problem på en arbetsplats. Språksvagheter är ett problem då det försvårar kommunikationen. Dessutom upplever intervjudeltagarna från kommunerna och Arbetsförmedlingen att arbetsgivare ser det som ett stort hinder. Intervjupersonerna upplever även att många arbetsgivare anser att det kräver för mycket tid och resurser att ta in en nyanländ.

Intervjuerna med representanter från kommunerna och Arbetsförmedlingen visade även på brister i samarbetet mellan kommunerna och Arbetsförmedlingen och i vissa fall i samverkan inom och mellan kommunerna. Det råder osäkerhet kring ansvarsfördelningen.

Flera intervjudeltagare från kommunerna och arbetsförmedlingen anser att det behövs större tydlighet och bättre information till arbetsgivare och nyanlända, för att skapa trygghet och öka chansen till matchningar. Dessutom ser de ett behov av mer individuellt stöd. Nyanlända måste lyftas fram ur gruppen och deras kompetenser måste marknadsföras individuellt.

Det fanns även en medvetenhet bland representanterna från kommunerna och arbetsförmedlingen om att man måste respektera att företagen har ekonomiska, rent affärsmässiga, aspekter att ta hänsyn till.

### 5.2.2 Näringslivet

I intervjuerna med näringslivet visade det sig att rekryteringsbehovet är stort, men att flera av företagen har svårt att hitta kvalificerad personal.

Inget av de intervjuade företagen använder sig i regel av Arbetsförmedlingen för att hitta personal. Sociala medier var en vanlig kanal för rekrytering och vissa annonserade även i tidningen.

Att anställa personal med lägre kompetens och låta dem höja sin kompetensnivå i företaget förekommer, men flera företagare påpekade att det är resurskrävande och att bidrag från Arbetsförmedlingen är motiverat. De är dock av åsikten att man ska anställa baserat på företagets behov och inte på grund av att man kan få bidrag.

Intervjudeltagarna från näringslivet har varierande kunskap om vilket ekonomiskt stöd som går att få från Arbetsförmedlingen. De som har tagit in en eller flera nyanlända i sin verksamhet och därför har varit i kontakt med bidragen har följaktligen större kunskap.

Gällande kommunikationen från Arbetsförmedlingen och kommunerna är intervjudeltagarnas upplevelser varierande. Överlag upplevs inte kommunikationen som särskilt omfattande, varken från kommunerna eller Arbetsförmedlingen. De flesta anser att de kan få den information de behöver från Arbetsförmedlingen, men någon tycker att kommunikationen från Arbetsförmedlingen är dålig. Kommunikationen från kommunerna upplevs som sällsynt, men någon tycker att den är bättre än kommunikationen från Arbetsförmedlingen.

Önskemål om större aktivitet på sociala medier från kommunen samt fler ansökningar från nyanlända på de jobb som annonserats ut efterfrågas.

### 5.2.3 Nyanlända

De som intervjuades på SFI var i stor utsträckning aktiva på Facebook och hade inga problem med att synas på bild eller i video.

När de söker jobb går de tillväga på olika sätt. Vissa vänder sig till bemanningsföretag (t.ex. Clockwork), vissa letar efter annonser på internet och vissa går till arbetsplatser där de är intresserade av att arbeta och frågar om jobb.

På frågan om hur de skulle vilja presentera sig vid ett möte med potentiella arbetsgivare nämner intervjudeltagarna sådant som namn, ålder, vilket land de kommer från, familj, fritidsintressen, vilken utbildning de har, vad de har för erfarenheter, vad de har för kunskaper och vad de skulle vilja jobba med.

Upplevelsen av stödet från arbetsförmedlingen varierar. Vissa verkar nöjda med den hjälp de får från sin handläggare, andra tycker inte att arbetsförmedlingen gör så mycket och någras uppfattning verkar ligga någonstans mitt emellan.

### 5.3 Produktion

Under den sista fasen har en slutprodukt tagits fram, baserat på resultaten från de två föregående faserna. Slutprodukten är ett förslag till en kommunikationssatsning, som går under namnet Nyanländ Kompetens. Förslaget presenteras i ett introduktionsdokument och tre handböcker, vilka behandlar de olika delarna av kommunikationssatsningen. Nyanländ Kompetens består av delarna: online-plattformar, möten och en mäsas.

Tanken med Nyanländ Kompetens är att all kommunikation kring kommunernas arbete med att hjälpa nyanlända in på arbetsmarknaden ska samlas och att nya sätt att kommunicera ska användas för att marknadsföra nyanländas kompetens. Det handlar både om att använda redan befintliga plattformar på nya sätt och att införa nya plattformar och aktiviteter.

#### 5.3.1 Online-plattformar

Online-plattformarna består av en blogg och en Facebooksida. På bloggen publiceras presentationer av nyanlända som söker jobb. Tanken är att bloggen ska fungera som en enklare kompetensdatabas och alla inlägg med kompetenspresentationer kategoriseras efter bransch, för att det ska vara enkelt för arbetsgivare att hitta den typ av kompetens de söker.

På Facebooksidan publiceras kortare versioner av de inlägg som görs på bloggen, samt länkar till blogginläggen. Där publiceras även information och inlägg med klipp från olika presentationer som gjorts inom Nyanländ Kompetens. På Facebooksidan är det även möjligt att live-streama presentationer. Tanken är att bloggen och Facebooksidan ska komplettera varandra. Bloggen tillhandahåller mer omfattande presentationer och ett arkiv som besökarna kan manövrera i. På Facebooksidan publiceras mer varierat innehållet som är mer kort och koncist och blir en del av följarnas flöden.

#### 5.3.2 Möten

De möten som sker inom Nyanländ Kompetens är dels företagsbesök som kommunrepresentanter gör och dels möten mellan kommunen och näringsliv vid till exempel näringslivsfrukostar.

Vid företagsbesök ska kommunrepresentanter informera om Nyanländ Kompetens (behovet av bättre matchning, bloggen och Facebooksidan) i den utsträckning som mötetets karaktär tillåter. De ska även ha med sig tryckt informationsmaterial att dela ut till företagare.

Vid näringslivsfrukostar kan man lyfta fram Nyanländ Kompetens på flera olika sätt. Till exempel kan någon från kommunen, som en punkt på programmet, informera om Nyanländ Kompetens. Ett annat alternativ är att en representant från Arbetsförmedlingen informerar om läget på arbetsmarknaden, för att ge näringslivet en inblick i behovet av att tillvarata den kompetens som finns bland de nyanlända. Det kan också räcka att någon ger kort information under segmentet 1-minutaren eller så kan några nyanlända som söker jobb delta och presentera sig. Huvudsaken är att Nyanländ Kompetens lyfts fram och att företagarna i Mora, Orsa och Älvdalen är medvetna om både situationen på arbetsmarknaden, vilka möjligheter som finns med att anställa nyanlända, samt att de kan använda sig av Nyanländ Kompetens blogg och Facebooksida för att rekrytera.

### 5.3.3 Mässa

Nyanländ Kompetens-mässan är omvänd om man jämför med "traditionella" rekryteringsmässor. Istället för att arbetsgivare har monter där de ställer ut och som de arbetsökande får besöka är det på denna mässa de arbetsökande som har monter. Tanken är att de nyanlända ska ha monter där de presenterar sig och att fokus ska ligga mer på personliga egenskaper och deras potential att utvecklas på en arbetsplats än på kompetensmatchning. Förflyttningen av fokus beror på att kompetensmatchningen kan förväntas vara ganska låg, vilket gör att individernas potential riskerar att hamna i skymundan.



## 6 Diskussion

Målet med projektet var, som tidigare nämnts, att ta fram förslag till lösningar för hur nyanländas kompetens bättre kan marknadsföras för att effektivisera rekryteringen av nyanlända och tillgodose näringslivets kompetensbehov. För att göra detta skulle en omvärldsanalys och en kartläggning genomföras.

Resultatet av projektet redovisas ovan och uppfyller de mål som satts upp. Förslagen till lösningar för att bättre marknadsföra nyanländas kompetens har samlats i en gemensam kommunikationsstrategi. Syftet med att lägga fram lösningsförslagen som delar av en övergripande strategi är att skapa en helhetsbild och att samla arbetet kring frågan. Om förslagen presenterats som fristående lösningar hade det funnits en risk att de också behandlats separat efter projektets slut, vilket skulle innebära att man går miste om de möjligheter som finns med att låta lösningsförslagen samverka och lyfta varandra. Lösningarna får större kraft gemensamt än var och en för sig.

Dock finns det även risker med att samla allt under ett och samma begrepp, då Nyanländ Kompetens kan komma att uppfattas som brett och otydligt. Därför är det viktigt att vara tydlig med att de olika delarna tillsammans utgör en helhet. Representanterna bör använda sig av begreppet Nyanländ Kompetens när de pratar om strategin för att etablera ett begrepp som aktiviteterna kan knytas till. På så sätt blir det tydligare att de ingår i en helhet och de kan få draghjälp av varandra.

En utmaning för kommunerna och Arbetsförmedlingen efter projektets slut är att gemensamt förvalta projektets resultat. Ett gemensamt arbete bör då startas upp och kommunerna och Arbetsförmedlingen behöver komma överens om hur de vill samarbeta kring strategin. Varje kommun bör utse en eller två personer som ansvarar för Nyanländ Kompetens och man bör göra upp en plan för hur samarbetet mellan kommunerna ska se ut. Ett förslag till rutiner för hur online-plattformarna ska skötas finns i handboken, men man behöver gemensamt komma överens om vilka rutiner man ska ha för strategin i stort och huruvida man till exempel vill ha regelbundna möten. När ansvariga från kommunerna och Arbetsförmedlingen utsetts är det också bra att så snart som möjligt planera in närvaro på näringslivsfrukostar och att bestämma ett datum för den första rekryteringsmässan.

Den närmsta tiden efter projektets slut är viktig, då den kan komma att forma det fortsatta arbetet med Nyanländ Kompetens. Det bästa är om resultatet av projektet tas vidare direkt, då det annars finns en risk att engagemanget för att genomföra strategin svalnar och att projektets resultat inte förvaltas. Det har under projektets undersökningar framstått som mycket tydligt att samverkan är något som man behöver jobba på och att bättre samverkan skulle kunna ge positiva resultat. Förhoppningen är att utformningen av lösningsförslagen som gemensamma insatser från kommunerna och Arbetsförmedlingen ska främja denna samverkan.