

Kartlegging av ikke-formell nettbasert opplæring i arbeidslivet

Sluttrapport fra Oxford Research



Kartlegging av ikke-formell nettbasert opplæring i arbeidslivet

Oppdragsgiver

Kompetanse Norge

Prosjektleder

Rune Stiberg-Jamt

Prosjektteam

Tor Borgar Hansen, Johan Løkken,
Morten Grønås-Werring,
Iselin Bøge Rom og
Elisabet Sørfjorddal Hauge

Ekstern samarbeidspartner

Randulf Roaldsnes
Norsk Interaktiv AS

Prosjektperiode

Oktober 2018 – august 2019

Om Oxford Research

Knowledge for a better society

Oxford Research er et internasjonalt analyseselskap. Vi dokumenterer og utvikler kunnskap gjennom analyser, evalueringer og utredninger slik at politiske og strategiske aktører kan få et bedre grunnlag for sine beslutninger.

Vi kombinerer vitenskapelige arbeidsmetoder med kreativ idéutvikling for å tilføre våre kunder ny kunnskap. Vårt spesialfelt er analyser og evalueringer innen nærings- og regionalutvikling, forskning og utdanning, samt velferd og forvaltning..

Oxford Research ble grunnlagt i 1995 og har selskaper i Norge, Danmark, Sverige, Finland, Latvia og Polen.

Oxford Research er en del av Oxfordgruppen og retter sitt arbeid mot det nordiske og det europeiske markedet.

Oxford Research AS
Østre Strandgate 1
4623 Kristiansand
Norge
(+47) 40 00 57 93
post@oxford.no
www.oxford.no

Forord

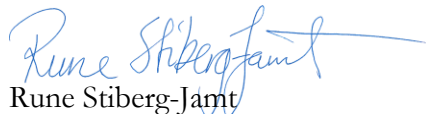
EdTech og ulike former for nettbasert opplæring forventes å øke i omfang fremover. Og da særlig innen etter- og videreutdanning relatert til arbeidslivet. Oxford Research har kartlagt ulike sider ved ikke-formell nettbasert opplæring i arbeidslivet, på oppdrag fra Kompetanse Norge.

Kartleggingen har belyst bransjen, men også innholdet i tilbudene, hvordan de utvikles, hvilke bransjer tilbudene rettes mot, hvilke formål de har, hvordan læringsutbyttet evalueres og det dokumenteres hvorvidt de kombineres med andre læringsformer, betydningen av statlig regelverk og hvordan tilbyderne når ut til kundene. Gjennomgående er hovedfunnet at fenomenet preges av stort mangfold og variasjon.

Kartleggingen har vært gjennomført av et team ved Oxford Research, med støtte fra Randulf Roaldsen ved Norsk Interaktiv. Vi har også hatt god hjelp fra oppdragsgiver, da først og fremst rådgiver Camilla Hovind Ulven, seniorrådgiver Elena Tkachenko og seksjonsleder (fung.) Hanne Størset.

Oxford Research takker for oppdraget og håper at rapporten og det kunnskapsgrunnlag den representerer kan danne grunnlaget for økt fokus på et fenomen som trolig vil utvikle seg i stadig flere retninger fremover.

Med vennlig hilsen



Rune Stiberg-Jamt
Adm.dir/Prosjektleder

Innhold

1.	Sammendrag	1
2.	Summary	2
3.	Om kartleggingen	3
3.1	Bakgrunn	3
3.2	Problemstillinger	3
3.3	Kontekst	4
3.4	Avgrensninger	6
3.5	Metode og datagrunnlag	9
3.5.1	Desk-studie	11
3.5.2	Intervjuer	11
3.5.3	Spørreundersøkelse rettet mot kundesiden	12
3.5.4	Spørreundersøkelse rettet mot tilbydersiden	16
3.5.5	Analyse av registerdata	16
3.6	Samlet vurdering av datamaterialet	16
4.	Tilbydere av nettbasert opplæring	18
4.1	Ytre kjennetegn ved leverandørene	18
4.2	Målgrupper og nisjer	22
4.3	Samarbeids- og kunderelasjoner i markedet	25
4.4	Sentrale leverandører utenfor privat sektor	29
4.5	Oppsummering av tilbydere av nettbasert opplæring	30
5.	Nettbaserte opplæringstilbud	31
5.1	Kursenes størrelse og omfang	31
5.1.1	Antall kurs og varighet av disse	31
5.1.2	Antall deltagere på nettbaserte kurs	35
5.1.3	Påmelding og betaling	37
5.2	Mål med opplæringen	37
5.2.1	Heve prestasjoner	37
5.2.2	Ombordprogrammer («Onboarding»)	38
5.2.3	Omstilling	39
5.2.4	Sertifisering og etterlevelse	39
5.3	Tilbudenes teknologiske og pedagogiske profil	39
5.4	Nettkursenes relasjon til annen opplæring	42
5.5	Læringsutbytte, kompetansebevis og sertifisering	42
5.6	Oppsummering av nettbaserte opplæringstilbud	45
6.	Hovedfunn	47
6.1	Hvilke tilbydere av ikke-formell nettopplæring i arbeidslivet finnes?	47
6.2	Hva leverer tilbyderne av tilbud?	47
6.3	Hva utløser oppstart og utvikling av tilbudene?	48

6.4	Erstatter nettbasert opplæring annen type opplæring, eller kommer dette i tillegg?	49
6.5	Er statlig regelverk viktig for noen typer nettbasert opplæring?	49
6.6	Hvordan når tilbyderne ut til kundene?	49
7.	Litteratur	50
8.	Vedlegg	51
8.1	Samlet oversikt over identifiserte tilbydere av ikke-formell nettbasert opplæring	51
8.2	Spørreskjema til kundesiden	54
8.3	Spørreundersøkelse rettet mot tilbydere av nettbasert opplæring	63

Figurliste

Figur 1: Pyramidemodell for opplæring.....	7
Figur 2: Forskjell mellom bransjetilhørighet blant populasjon og utvalg i kundesurvey.....	15
Figur 3: Tilbydernes økonomiske utvikling de siste fem år i hele NOK (N=79).....	19
Figur 4: Utvikling i omsetning (venstre akse, N=36), driftsresultat (høyre akse, N=33) og lønnskostnader (høyre akse, N=34) i hele NOK de siste fem år.....	20
Figur 5: Tidspunkt for registrering i Enhetsregistret for leverandørene (N=79).....	21
Figur 6: Leverandørenes geografiske tilhørighet (N=78).....	22
Figur 7: Bransjer som leverandørene retter tilbudet sitt mot i 2018 (N=34).....	24
Figur 8: Andel tilbyderne som oppgir å levere tjenester innenfor innholdsproduksjon, sanntidsundervisning og LMS el. (N=37).....	25
Figur 9: Fordeling av kunder som etterspurte nettbasert opplæring i 2018 (N=30).....	26
Figur 10: Antall virksomheter som har utviklet nettbaserte opplæringstilbud i samarbeid med eksterne aktører (N=121).....	26
Figur 11: Fordeling mellom ulike former for salgsaktivitet blant tilbyderne (N=32).....	29
Figur 12: Antall bedrifter som gjennomførte opplæringskurs i 2018 som var helt eller delvis nettbaserte (N=282).....	32
Figur 13: Antall bedrifter som har gjennomført ikke-formelle nettbaserte kurs i 2018 (N=168).....	32
Figur 14: Antall virksomheter som gjennomførte ikke-formelle nettbaserte kurs over minst en dag (N=117).....	32
Figur 15: Andel virksomheter som oppgir å ha brukt nettbaserte kurs for å dekke ulike tematikker (N=45).....	33
Figur 16: Antall virksomheter som oppgir at deltagelse på nettbaserte kurs er frivillig versus obligatorisk for de ansatte.....	37
Figur 17: Andel av tilbydere som oppgir å levere ulike teknologiske og pedagogiske virkemidler.....	41
Figur 18: Andel av tilbydere som leverte «blended learning» i 2018.....	42
Figur 19: Metoder for å måle læringsutbytte.....	43
Figur 20: Andel kursene til tilbydere som i 2018 ga kompetansebevis og/eller sertifisering (N=28).....	44

Tabelliste

Tabell 1: Oversikt over problemstillinger, metode og datagrunnlag.....	9
Tabell 2: Lønnskostnader, omsetning og antall ansatte blant tilbydere i 2017	19
Tabell 3: Andel av leverandørens omsetning som stammer fra nettbasert opplæring.....	20
Tabell 4: Forskjell mellom spesialiserte og ikke-spesialiserte tilbydere med hensyn til utvikling av læringsmateriell.....	27
Tabell 5 Forskjell mellom spesialiserte og ikke-spesialiserte tilbydere med hensyn til skreddersøm versus hylleware	27
Tabell 6: Antall kurs og timeomfang blant tilbydere i 2018	35
Tabell 7: Antall kursdeltagere på kurs av minst én dags varighet og i snitt på nettbaserte kurs	36
Tabell 8: Forskjell mellom nyere og eldre leverandører med hensyn til måling av læringsutbytte.....	44
Tabell 9: Forskjell mellom spesialiserte og ikke-spesialiserte tilbydere med hensyn til andel kurs med kompetansebevis	45

1. Sammendrag

Denne kartleggingen har på oppdrag for Kompetanse Norge undersøkt hvilke tilbydere av ikke-formell nettbasert opplæring som retter seg mot det norske arbeidslivet, samt omfanget av tilbudene de leverer. Den har også belyst innholdet i tilbudene, hvordan de utvikles, hvilke bransjer tilbudene rettes mot, hvilke formål de har, hvordan læringsutbyttet evalueres og det dokumenteres hvorvidt de kombineres med andre læringsformer, betydningen av statlig regelverk og hvordan tilbyderne når ut til kundene.

83 tilbydere av nettbasert opplæring er identifisert gjennom kartleggingen. Tilbyderne av nettbasert opplæring er en mangfoldig aktørgruppe, og å beskrive en «typisk» tilbyder er utfordrende. Likevel ser det ut til at flesteparten av tilbyderne er private aktører, og at et flertall har nettbasert opplæring som en bivirksomhet. Hovedvekten av tilbyderne av nettbasert opplæring er lokalisert i Oslo-området. Selv om flesteparten av tilbyderne befinner seg i privat sektor, er Difi en sentral offentlig aktør, da de tilrettelegger for nettbasert opplæring for hele den statlige sektoren (minus NAV og Helseforetakene).

Opplæringstilbudene retter seg mot både offentlige og private kunder, og mot alle typer bransjer. De retter seg i mindre grad mot frivillige aktører. Det er også vanlig at en og samme tilbyder leverer opplæringstilbud til begge sektorer og flere typer bransjer. Likevel finnes det nisjer i markedet, der noen tilbydere for eksempel fokuserer på store kunder i privat sektor, og der målet er å utvikle langvarige relasjoner med disse. Videre er det flest kunder og tilbud rettet mot bedriftsmarkedet, og det kan virke som at flertallet av tilbud er rettet mot tekniske bransjer. Tilbyderne av nettbasert opplæring promoterer seg som oftest gjennom utadrettet salgsvirksomhet og mer uformell nettverksbygging.

Det foregår mye samarbeid og finnes mange kunderelasjoner blant tilbyderne av nettbasert opplæring. Det meste av salget foregår «business to business», fremfor til enkeltpersoner. Kundene i offentlig sektor kommer med mer spesialiserte anbud, mens kundene i privat sektor ofte legger frem egne konsepter, ideer og ønsker til tilbyderne. Bruken av nettverk og kontakter er mer utbredt blant kundene i privat sektor. Våre data viser at over 70 prosent av tilbyderne kombinerer varianter av læringsformer. Det kommer også frem at de fleste tilbyderne er fleksible i hva slags type kurs de tilbyr. Mange tilbydere leverer kun et rammeverk, som det er opp til kundene å fylle med innhold, eller utvikler kurs på bakgrunn av ønsker og innspill fra kunden.

Målet med den nettbaserte opplæringen ser overordnet ut til å dreie seg om adferdsendring, utvikling av kompetanse hos bedriften og de ansatte, og endring av strategi og verdier i virksomheten. Ofte er kursene også rettet mot lovpålagte krav. Evaluering av læringsutbyttet fra kursene og bruk av sertifisering og kompetansebevis virker å være styrt av kundens behov. Et interessant funn i denne kartleggingen er at bransjen ser ut til å være inne i en brytningstid. Mange har gått fra å benytte seg av tradisjonell e-læring som gjerne er lineære pageturnere, til å bruke spillsystemer, som kan inkludere simuleringer av realistiske situasjoner og dialoger, og gjennom bruk av nivåer, poengsystemer og andre konkurransemekanismer. Slike spillelementer ser ut til å øke oppslutningen og motivasjonen til gjennomføring.

2. Summary

This study commissioned by Skills Norway has mapped the providers of web based non-formal training in the workplace and the scope of the services they provide in Norway. It has also examined the content of the web-based training programs, how they are developed, which industries and sectors they target, the purposes and goals they are meant to achieve, how the learning outcomes are evaluated and documented, the importance of government regulations and how the providers operate in the market.

83 providers of non-formal web-based training have been identified, and they are a diverse group. Describing a “typical” provider is therefore challenging. Nevertheless, it appears that most of the providers are companies in the private sector, and a majority have web-based training as a side business. The majority are located in and around Oslo. The Agency for Public Management and eGovernment (Difi) is a key provider in the public sector as they facilitate web-based training for the entire state sector through their online training portal (minus NAV and the Regional Health Authorities).

The web-based training courses are aimed at both the public and private sector and all types of industries. They are to a lesser extent aimed at the third sector. One and the same provider usually delivers training to both the public and private sectors and multiple industries. However, there are niches in the market, where some providers for instance focus on large corporations in the private sector hoping to establish lasting relationships with these. Our data indicate that the corporate market seems to have the highest usage and demand, and that a majority of the courses are provided to the technical industries. Providers of online training usually promote themselves through informal networking and sales activities, for example through seminars and breakfast meetings.

There is a lot of cooperation and many customer relations among the providers of online training. Most of the sales take place business to business, rather than to individuals. Customers in the public sector make more specialized tenders, while customers in the private sector often present their own concepts, ideas and wishes to the providers. The use of networks and contacts is more widespread among customers in the private sector. Our data show that over 70 percent of providers combine web-based training with other forms of training. It is also evident that most providers are flexible in the type of courses they offer. Many providers only provide a framework, which it is up to the customers to fill with content, or develop a course based on feedback and input from the customer.

The overall goal of the web-based training seems to be about behavioral change, development of the competence level of the company and its employees, and to undergird efforts to change the strategy and values of the business. Many of the courses are also aimed at compliance to rules and regulations. Evaluation of learning outcomes and the use of certification and proof of competence seem to be guided by the customer's needs. An interesting finding in this mapping is that the industry seems to be in a period of transformation. Many have gone from providing traditional e-learning, which are often linear page-turners, to using gaming systems, which can include simulations of realistic situations and dialogues, levels, points systems and other competition mechanisms. Such game elements seem to increase participation and the motivation to complete the training.

3. Om kartleggingen

3.1 Bakgrunn

Denne kartleggingen av aktører som tilbyr ikke-formell, nettbasert opplæring i det norske arbeidslivet og hva disse tilbyderne leverer, er gjort på oppdrag for Kompetanse Norge. Formålet med oppdraget er å få bedre oversikt og økt kunnskap om tilbydere og tilbud av nettbasert opplæring som blir brukt i det norske arbeidslivet.

I det følgende vil vi kort kontekstualisere oppdraget med hensyn til viktige samfunnsmessige endringsprosesser og overordnede politiske mål. Deretter vil vi avgrense fenomenet som er kartlagt, avklare noen sentrale begreper og innføre nyttige kategoriseringer som har implikasjoner for hvordan vi har valgt å tilnærme oss oppdraget. Kapitlet munner ut i en gjennomgang av problemstillingene som er belyst i prosjektet, og en gjennomgang av metoden og datagrunnlaget som rapporten bygger på.

Videre inneholder kapittel fire en deskriptiv gjennomgang av tilbyderne av nettbasert opplæring, med fokus på størrelsen på leverandørene, målgrupper, nisjer og samarbeids- og kunderelasjoner i markedet, i tillegg til at det tar for seg sentrale leverandører utenfor privat sektor, som vårt innsamlede kvantitative datamateriale ikke dekker. Kapittel fem er rettet mot selve opplæringstilbudet i de nettbaserte kursene som tilbys. Her har vi tatt for oss emner som antall kurs og varighet, mål med opplæringen og pedagogiske og teknologiske virkemidler. Disse kapitlene vil sammen munne ut i kapittel 6, som oppsummerer hovedfunn og besvarer problemstillingene systematisk.

3.2 Problemstillinger

Kompetanse Norge ønsket å få belyst to hovedproblemstillinger, med en rekke underproblemstillinger:

1. *Hvilke tilbydere av ikke-formell nettopplæring i arbeidslivet finnes?*
 - a. *Er tilbyderne store eller små med tanke på for eksempel antall ansatte, antall deltakere og omfang av tilbud?*
 - b. *Har tilbyderne opplæring som hoved- eller bivirksomhet?*
 - c. *Leverer tilbyderne fagspesifikke tilbud, eller leverer de tilbud innen enkelte/flere fagområder?*
 - d. *Hvilke sektorer, bransjer og/eller andre kategorier har tilbyderne som sin målgruppe?*
2. *Hva leverer tilbyderne av tilbud?*
 - a. *Hva er målet med opplæringstilbudene?*
 - b. *Er tilbudene rettet mot spesifikke bransjer/ sektorer/ virksomheter?*
 - c. *Består tilbudene av helt eller delvis nettbasert opplæring, eventuelt også stedbasert opplæring?*
 - d. *Gir opplæringen en form for dokumentasjon eller kvalifisering, for eksempel sertifisering eller kursbevis?*
 - e. *Hvor store er tilbudene, i timeomfang og deltakerantall?*
 - f. *Hvilken bruk av opplærings-/pedagogiske metoder og hvilken teknologi blir brukt i opplæringen?*

I tillegg hadde oppdragsgiver ført opp følgende problemstillinger i konkurransegrunnlaget:

3. *Hva utløser oppstart og utvikling av tilbudene?*
4. *Erstatter nettbasert opplæring annen type opplæring, eller kommer dette i tillegg?*
5. *Er det store forskjeller på hvilke tilbud og tilbydere som benyttes i arbeidslivet mellom ulike bransjer/ sektorer/næringer?*
6. *Er statlig regelverk viktig for noen typer nettbasert opplæring?*
7. *Måler tilbyderne deltakernes utbytte av opplæringstilbudet, i form av avsluttende prøve eller lignende?*
8. *Hvordan når tilbyderne ut til kundene?*
9. *Henvender tilbyderne seg til virksomheter og/ eller til enkeltpersoner?*
10. *Er det arbeidsgiver eller -taker som melder på og betaler?*

Vi har også undersøkt om det er systematiske forskjeller mellom store og små leverandører, leverandører som har nettbasert opplæring som hoved- versus bivirksomhet, samt nyere og eldre leverandører. Spesifikt har vi sett om det er forskjeller med hensyn til kundemålgruppe, hvordan tilbyderne når ut til kundene, grad av skreddersøm versus hylleware, hvordan opplæringstilbudene utvikles, måling av læringsutbytte og utstedelse av kompetansebevis. Datagrunnlaget er imidlertid for svakt for de fleste av disse forholdene til å si noe om slike forskjeller eksisterer. Vi beskriver nærmere hvilke metoder og data som er brukt til å belyse problemstillingene i delkapittel 3.5.

3.3 Kontekst

Begrepet «livslang læring» har vært aktuelt siden kompetansereformen i 1997. Dette inkorporer ikke-formell læring like mye som formell utdanning (Keute & Drahus, 2017). Likevel har mye av fokuset vært rettet mot formelle utdanningssystemer. Det er derfor et behov for videreutvikling av kunnskapen om ikke-formell opplæring i det norske næringslivet (Borlaug, et al., 2015), slik denne kartleggingen har som formål.

Både nasjonalt og internasjonalt er livslang læring et viktig satsningsområde som et svar på utfordringer knyttet til den teknologiske utviklingen i samfunnet. Endringstakten stiller større krav til kompetansen blant sysselsatte, og det er i økende grad et behov for læring underveis i yrkeskarrieren for å møte nye kompetansekrav (Keute & Drahus, 2017).

E-læring kan i bred forstand defineres som den læringen og opplæringen som skjer ved hjelp av informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT) (Mørch & Solheim, 2005). E-læring, eller nettbasert opplæring, oppstod på femtitallet, og økte kraftig i bruk på nittitallet (Solheim, 2005). E-læring benyttes stadig mer i norske skoler og arbeidsliv, eksempelvis gjennom såkalte læringsplattformer, som «Learning Management Systems» (LMS). Disse skal fungere som «virtuelle klasserom». Her kan det blant annet benyttes elektroniske arbeidsbøker og e-mapper, og det kan gjennomføres oppgaver og holdes kontakt med læreren via chat-møter eller videokonferanser (SNL, 2014). Stortinget (2016) påpeker at nettbasert opplæring kan brukes som supplement til annen opplæring, så vel som en læringsarena i seg selv. Tall fra SSB forteller at 47 prosent av de sysselsatte ved første kvartal i 2017 deltok i ikke-formell opplæring de siste tolv månedene (SSB, 2017). En viktig årsak til økningen i bruken av e-læring er at det anses som et godt, billig og fleksibelt verktøy for å utdanne medarbeidere (Elkjær,

2002). LMS har i denne sammenheng utviklet seg som et utbredt og hensiktsmessig verktøy, både i skoler og arbeidsliv, nasjonalt og internasjonalt, da det muliggjør utvikling av blant annet digitalt læremateriale, administrasjon av kursdeltakere og evaluering. Ifølge Paulsen (2003) er det nettopp tilgjengeligheten til LMS som har bidratt til e-læringens økte oppmerksomhet. I Stortingsmeldingen «Fra utenforskap til ny sjanse – samordnet innsats for voksnes læring» (2016) blir det påpekt hvordan kompetanse er en kilde til selvstendighet, sosial mobilitet og deltakelse. Samtidig byr kunnskapssamfunnet på utfordringer, da det stadig er behov for omstilling. Disse endringsmønstrene fører til en økende forskjell mellom kompetansenivåer i arbeidsmarkedet, noe som kan bidra til å øke polariseringen i samfunnet. Det blir derfor nødvendig å bedre voksnes mulighet til å styrke sin kompetanse, øke deres muligheter til å delta i opplæring og få sin medbrakte kompetanse godkjent (Stortinget, 2016).

Det er et generelt problem at det er voksne med lite utdanning og svake grunnleggende ferdigheter som deltar minst i organisert opplæring og andre læringsaktiviteter, eksempelvis nettbasert opplæring. Lav kompetanse har vist seg å henge sammen med lav motivasjon for å delta i videre opplæring (Stortinget, 2016). Dette viser også tall fra SSB (2017). Mens deltakelsen blant sysselsatte som nevnt lå på 47 prosent i første kvartal i 2017, lå tilsvarende andel hos de ikke-sysselsatte på 16 prosent, samme år (SSB, 2017). Lignende tendenser kommer frem i en undersøkelse gjennomført av Oxford Research fra 2013, som viser at deltakelsen på kurs- og opplæringsvirksomhet lå på rundt 60 prosent for deltakere over videregående opplæringsnivå, men bare på syv prosent for dem med grunnskole som høyeste fullførte utdanning eller ikke fullført grunnskoleopplæring. Dette på tross av at studieforbundene samlet sett organiserer en omfattende kurs- og opplæringsvirksomhet over hele landet, på tvers av emner og nivå. I tråd med dette er det lite som tyder på at den statlige tilskuddsordningen bidrar til opplæring for voksne med svak kompetanse (Stortinget, 2016). Denne utviklingen har fått økt oppmerksomhet innenfor flere politiske områder enn utdanningspolitikken, som sosial inkludering, arbeidsmarkedspolitik, innovasjon og omstillingsevne (Borlaug, et al., 2015).

OECD er pådriver for å inkorporere ikke-formell utdanning inn i formelle strukturer. Ved å anerkjenne ikke-formelle læringsprosesser jobber man aktivt for økt inkludering innen både utdanningsinstitusjoner og arbeidsliv (OECD, 2018). Et godt etterutdanningstilbud kan være med på å minske gapet mellom uformell og formell utdanning i et kunnskapsintensivt samfunn, og kan dermed også bidra til å minske den potensielle polariseringen mellom samfunnsgrupper. NHO og LO erkjenner den store betydningen som etterutdanning har for individers og bedrifters utvikling og samfunnet for øvrig. Dette er også spesifisert i hovedavtalen mellom NHO og LO (Industri Energi, 2018).

Det er et enormt mangfold av tilbydere og økende vekst i nye tilbud innenfor samtlige sektorer av formell og ikke-formell utdanning (Borlaug, et al., 2015). Det henger sammen med et skiftende situasjonsbilde, som er preget av fundamentale endringer i hvordan arbeidsmarkedet er strukturert, sammen med utfordringer knyttet til økt automatisering og spesialisering (Keute & Drahus, 2017). Frey og Osborne (2013) viser at 47 prosent av arbeidsplassene i det amerikanske arbeidsmarkedet er utsatt for risiko for å bli automatisert. Tall fra SSB viser at den tilsvarende andelen i Norge er på 33 prosent. Evnen blant arbeidstakerne til å tilpasse seg nye arbeidsoppgaver er essensiell, dersom man vil beholde et arbeidsliv med høy sysselsetting (Finansdepartementet, 2017). I denne sammenheng blir LMS av flere betegnet som et interessant sosialt fenomen, som kan anses som en mulig teknologisk løsning på et organisatorisk og pedagogisk problem i skole og næringsliv. I en verden i hurtig endring, brukes stadig mer ressurser på kompetanseutvikling, da kompetanseutvikling antas å ha økende betydning for

suksess. Det blir i tillegg sett på som en strategi for å tilpasse seg nye betingelser i arbeidslivet. LMS skal i denne forbindelse sørge for en struktur for nettbasert opplæring (Håland, 2007).

Det finnes mange varianter av e-læringskurs, og flere måter å klassifisere slike kurs på. Et bidrag til slik kategorisering blir lagt frem av Koschmann (1996). Laurillard (2002) er en annen som har utviklet slike kategoriseringer. Hun tar først for seg ulike kriterier som hun mener bør oppfylles i enhver læringssituasjon. Disse omhandler diskursiv, adaptiv, interaktiv og refleksiv dialog, som tar utgangspunkt i emnets læringsmål og relevans. Hun evaluerer så hvorvidt e-læring støtter disse kriteriene, men konkluderer med at e-læring ikke fullt kan erstatte den tradisjonelle klasseromsundervisningen, da et viktig kriterium for læring ifølge Laurillard er lærer-elev-dialogen. Likevel tar hun for seg noen metoder for e-læring, som webinar, bruk av video og andre web-ressurser. Når det gjelder såkalte interaktive opplæringsmedier er dette læring som foregår i et åpent og brukerkontrollert miljø. Her formidles læringsinnholdet gjennom tekst, bilder, lyd og film, og oppgaver løses underveis ved hjelp av tilgjengelige ressurser. Slike kurs gjennomføres individuelt og tilrettelegger ikke for kommunikasjon med andre. Kommunikative kurs er derimot læring som foregår som samarbeid med andre via internett, i form av direkte kommunikasjon, for eksempel chat. Adaptive opplæringsmedier er mindre lineære og tidsstyrte kurs, hvor brukeren er ment til å prøve seg frem og utforske. I slike kurs står en relativt fritt til å definere problemer, legge strategier, diskutere og reflektere. Hva slags type e-læringskurs en benytter vil avhenge av læringsinnholdet, målsettingen, målgruppen og tilgjengelige ressurser (Laurillard, 2002). Selvsagt kan de ulike typene e-læringskurs også kombineres.

3.4 Avgrensninger

Kartleggingsobjektet vil i det følgende avgrenses mot nærliggende fenomener, og vi vil framheve noen sentrale metodiske valg og konseptuelle betraktninger som har ligget til grunn for å definere populasjonen av tilbud og tilbydere innenfor dette opplæringssegmentet. Vi har også gjort en tidsmessig avgrensning der vi har sett på leverandører som var aktive i prosjektperioden, dvs. tidsrommet oktober 2018 – juli 2019 og markedsutviklingen fra 2013 til 2017.

3.4.1 Innenfor og utenfor arbeidslivet

Et sentralt kriterium for å bli inkludert i kartleggingen er at kurset foregår innenfor rammen av et ansettelsesforhold. Med andre ord må opplæringen skje med en viss arbeidsgiverinvolvering og ha relevans for arbeidet som kursdeltageren utfører i sitt daglige virke. En stor mengde kurs retter seg mot arbeidslivet, uten at arbeidsgivere er involvert i verken påmelding eller betaling. Vi har valgt å betrakte denne typen kurs som en egeninitiert fritidsaktivitet, og dermed sett bort fra disse i kartleggingen. Dersom arbeidsgiver tilrettelegger og oppfordrer ansatte til å gjennomføre nettbaserte kurs på frivillig basis uten betaling, er det imidlertid å anse som innenfor rammen av ansettelsesforholdet.

Et annet viktig spørsmål er hvordan kartleggingen skulle forholde seg til nettbasert opplæring som er knyttet til prosessen med å komme seg i arbeid. Eksempler på dette kan være språkopplæring, CV-kurs og kurs i digital kompetanse. Denne typen kurs kan også benyttes for å opprettholde en tilknytning til arbeidslivet, og i en del tilfeller er det en glidende overgang fra ulike NAV-tiltak til en ansettelse. Vi har valgt å se bort fra kurstilbud som er rettet mot personer som ikke enda er ansatt.

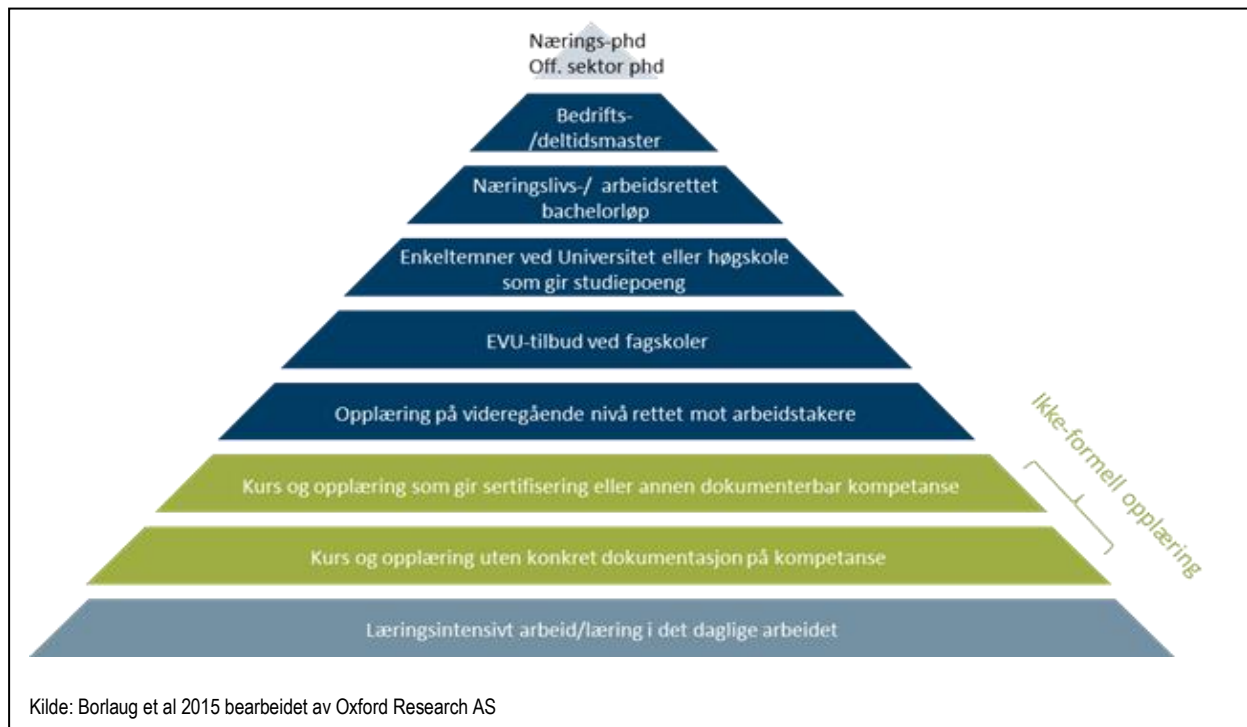
3.4.2 Nettbasert og delvis nettbasert

Et annet sentralt utvelgelseskriterium dreier seg om hva som skal til for at et opplæringstilbud skal kunne regnes som helt eller delvis *nettbasert*. Åpenbart vil det meste av tradisjonell klasseromsundervisning som foregår i dagens arbeidsliv ha noen nettbaserte elementer. Det kan for eksempel være at foredragsholderen har en PowerPoint-presentasjon hvor han eller hun viser et YouTube-klipp, eller kursdeltagerne kan få beskjed om å levere inn en gruppeoppgave digitalt. Dette har ikke blitt ansett som tilstrekkelig for å være regnet som et nettbasert opplæringstilbud. Imidlertid har det vært utfordrende å dra en skarp grense, og vi har delvis basert oss på allerede utførte kategoriseringer, der vi har kunnet filtrere etter kurstype i forskjellige kursportaler og databaser. Ellers har vi satt som kriterium at det må være en vesentlig del av undervisningen som foregår gjennom en PC (eller annen plattform, som smart-telefon, nettbrett o.l.) og uavhengig av tid/og eller sted. Hva som er en «vesentlig del av undervisningen» er en skjønsmessig vurdering som vi har gjort i arbeidet med desk-studien og i samråd med vår eksterne samarbeidspartner, samt informantene fra tilbydersiden.

3.4.3 Formell, ikke-formell- og uformell opplæring

Kartleggingen ble fra oppdragsgivers side avgrenset til å bare omfatte ikke-formell opplæring. Dette er et relativt åpent begrep som benyttes internasjonalt som en mellomkategori mellom formell og uformell opplæring. Dette vises i pyramiden nedenfor, som er en noe modifisert utgave av modellen til Borlaug et al (2015). Ikke-formell opplæring omfatter kurs, seminarer, privattimer, konferanser, forelesninger og veiledning der læringen er organisert og er hovedformålet for deltagelse.

Figur 1: Pyramidemodell for opplæring



Aktiviteten skal derimot ikke gi studiepoeng eller eksamensbevis innenfor det formelle utdanningssystemet. Dette inkluderer grunnskole, moduler, årskurs, fagbrev eller studiekompetanse på videregående skoles nivå (herunder lærlingepraksis og praksiskandidatkurs), offentlig godkjent fagskoleutdanning, utdanning som gir studiepoeng ved høyskole eller universitet og godkjent videreutdanning som gir spesialisering for profesjoner (for eksempel for psykologer).

Tilbydere av formell nettbasert opplæring har likevel ikke vært utelukket som aktuelle aktører i kartleggingen, fordi disse leverandørene også kan tilby ikke-formell opplæring på nett. Opplæringstilbud som gir sertifisering som er lovpålagt eller påkrevet for visse yrker, men som ikke faller innenfor det formelle utdanningssystemet, har også blitt inkludert.

Uformell læring brukes om den kunnskapstilegnelsen som foregår utenom organiserte utdannings- og opplæringsopplegg. Det kan skilles mellom *tilfeldig* og *intendert* uformell læring. Tilfeldig uformell læring dreier seg om å lære i det daglige gjennom arbeidet, og utvikle taus kunnskap gjennom å utføre ulike oppgaver. Altså er det ikke snakk om konkrete tilbud eller opplegg som bedriften arrangerer eller den ansatte melder seg på. Dette faller rimelig klart utenfor rammen for denne kartleggingen.

Intendert uformell læring er på sin side en form for læring der den ansatte har et mål om å tilegne seg ny kunnskap før læringsaktivitetene settes i gang, og kan til og med være ledet av en ressursperson, som likevel ikke har rollen som pedagog. Vi ser dermed at det finnes gråsoner mellom intendert uformell læring og ikke-formell opplæring. Datainnsamlingen vår har vært fokusert mot organiserte opplæringsprosesser, ved at vi gjerne har definert dem som *kurs* ovenfor respondentene og informantene. I praksis har vi derfor ikke støtt på så mange tvilstilfeller.

3.4.4 Åpne og lukkede opplæringstilbud

Et sentralt skille går mellom åpne og lukkede opplæringstilbud: Førstnevnte er tilgjengelige for alle med tilgang på nett, og virksomheter kan for eksempel produsere og ta i bruk instruksjonsvideoer og foredrag som legges på Youtube, eller bruke Kahoot som en del av et undervisningsopplegg.

Sistnevnte er forbeholdt ansatte i en bedrift og krever innloggingsinformasjon. Dette vil gjerne være digitale læringsplattformer hvor ansatte har tilgang på kurs, forelesninger og seminarer, eller kurs som bedrifter kan kjøpe på nett. Det kan også være opplæringsverktøy som bedrifter lager selv eller e-læringstilbud skreddersydd for de ansatte i en virksomhet.

Lukkede opplæringstilbud foregår ofte innenfor rammen av et «Learning Management System» (LMS). Dette er betegnelsen på et system som tilgjengeliggjør ulike læringselementer som settes sammen til kurs eller treningsprogrammer i form av nettbaserte kurs eller e-læring. Videre gjør LMS det mulig å organisere og tilrettelegge læringsinnholdet, og administrere brukere i et nettbasert system. Tilbydere av læringsplattformer innenfor skoleverket er for eksempel Canvas, Instructure og Itslearning. Utenfor skoleverket finner vi aktører som Norsk Interaktiv og Storyboard. Norsk Interaktiv har utviklet et LMS kalt «Mentorkit Enterprise» og levert e-læringskurs til f. eks Posten, DNB og Elkjøp, mens Storyboard har en som heter «Learning Center» og har hatt leveranser til bl. a. Get, Difi og Tine.

Ettersom e-læringselskaper og andre private aktører er avhengig av å selge tjenestene sine i et marked, har datainnsamlingen som er orientert mot tilbydersiden i praksis endt opp med å fokusere mest på de lukkede opplæringstilbudene. Det ble også tydelig i løpet av kartleggingen at det gjerne brukes åpent tilgjengelig innhold som settes sammen med egenprodusert innhold i lukkede programmer. Bruk av åpne opplæringstilbud som ikke foregår innenfor en ramme vil gjerne falle utenfor definisjonen av ikke-formell opplæring og gå over i uformell læring (ref. diskusjonen i forrige avsnitt).

3.4.5 Innholdsleverandører og plattformleverandører

Tilbydere av ikke-formell nettbasert opplæring kan produsere innhold, utvikle og administrere et LMS eller gjøre begge deler. I mange tilfeller går flere aktører sammen om å utvikle et integrert opplærings-tilbud. Store IT-selskaper kan gjerne gå sammen med mindre, mer spesialiserte nettkursutviklere på større oppdrag. I tillegg er det ofte et tett samarbeid mellom E-læringsbransjen og reklame- og filmbransjen, der sistnevnte hyres inn for å lage videoer m.m.

3.5 Metode og datagrunnlag

Ettersom det nettbaserte opplæringstilbudet til voksne arbeidstakere utenfor det formelle utdannings-systemet er et relativt utforsket felt, har vi valgt å legge til grunn en metodisk tilnærming der snøball-metoden er den styrende logikk. Stegene i datainnsamlingen bygger derfor på hverandre og hver datainnsamlingsmetode har hatt som en delvis målsetting å utvide oversikten over populasjonen, samtidig som de også belyser konkrete, substansielle problemstillinger.

I neste tabell viser vi hvilke metoder og datagrunnlag som er brukt for å belyse de forskjellige problemstillingene som kartleggingen har besvart.

Tabell 1: Oversikt over problemstillinger, metode og datagrunnlag

Problemstilling	Metode og datagrunnlag
1. Hvilke tilbydere av ikke-formell nettopplæring i arbeidslivet finnes?	<ul style="list-style-type: none">• Desk-studie• Eksplorative intervjuer• Spørreundersøkelse til kundesiden
a. Er tilbyderne store eller små med tanke på for eksempel antall ansatte, antall deltakere og omfang av tilbud?	<ul style="list-style-type: none">• Registerdataanalyse• Spørreundersøkelse til tilbydersiden
b. Har tilbyderne opplæring som hoved- eller bivirksomhet?	<ul style="list-style-type: none">• Spørreundersøkelse til tilbydersiden• Dybdeintervjuer med leverandører• Desk-studie
c. Leverer tilbyderne fagspesifikke tilbud, eller leverer de tilbud innen enkelte/flere fagområder?	<ul style="list-style-type: none">• Dybdeintervjuer med leverandører• Spørreundersøkelse til tilbydersiden
d. Hvilke sektorer, bransjer og/eller andre kategorier har tilbyderne som sin målgruppe?	<ul style="list-style-type: none">• Dybdeintervjuer med leverandører• Spørreundersøkelse til tilbydersiden

Kartlegging av ikke-formell nettbasert opplæring i arbeidslivet

2. Hva leverer tilbyderne av tilbud?	<ul style="list-style-type: none"> • Dybdeintervjuer med leverandører • Spørreundersøkelse til tilbydersiden • Spørreundersøkelse til kundesiden • Desk-studie
a. Hva er målet med opplæringstilbudene?	<ul style="list-style-type: none"> • Spørreundersøkelse til kundesiden • Eksplorative intervjuer • Dybdeintervjuer med leverandører
b. Er tilbudene rettet mot spesifikke bransjer/sektorer/virksomheter?	<ul style="list-style-type: none"> • Spørreundersøkelse til kundesiden • Spørreundersøkelse til tilbydersiden • Eksplorative intervjuer • Dybdeintervjuer med leverandører
c. Består tilbudene av helt eller delvis nettbasert opplæring, eventuelt også stedbaset opplæring?	<ul style="list-style-type: none"> • Spørreundersøkelse til tilbydersiden • Dybdeintervjuer med leverandører
d. Gir opplæringen en form for dokumentasjon eller kvalifisering, for eksempel sertifisering eller kursbevis?	<ul style="list-style-type: none"> • Spørreundersøkelse til tilbydersiden • Dybdeintervjuer med leverandører
e. Hvor store er tilbudene, i timeomfang og deltakerantall?	<ul style="list-style-type: none"> • Spørreundersøkelse til tilbydersiden • Dybdeintervjuer med leverandører
f. Hvilken bruk av opplærings-/pedagogiske metoder og hvilken teknologi blir brukt i opplæringen?	<ul style="list-style-type: none"> • Spørreundersøkelse til tilbydersiden • Dybdeintervjuer med leverandører
3. Hva utløser oppstart og utvikling av tilbudene?	<ul style="list-style-type: none"> • Spørreundersøkelse til kundesiden • Spørreundersøkelse til tilbydersiden • Dybdeintervjuer med leverandører
4. Erstatte nettbasert opplæring annen type opplæring, eller kommer dette i tillegg?	<ul style="list-style-type: none"> • Spørreundersøkelse til kundesiden • Spørreundersøkelse til tilbydersiden • Dybdeintervjuer med leverandører
5. Er det store forskjeller på hvilke tilbud og tilbydere som benyttes i arbeidslivet mellom ulike bransjer/sektorer/næringer?	<ul style="list-style-type: none"> • Spørreundersøkelse til kundesiden • Spørreundersøkelse til tilbydersiden • Dybdeintervjuer med leverandører
6. Er statlig regelverk viktig for noen typer nettbasert opplæring?	<ul style="list-style-type: none"> • Spørreundersøkelse til tilbydersiden • Dybdeintervjuer med leverandører
7. Måler tilbyderne deltakernes utbytte av opplæringstilbudet, i form av avsluttende prøve eller lignende?	<ul style="list-style-type: none"> • Spørreundersøkelse til tilbydersiden • Dybdeintervjuer med leverandører
8. Hvordan når tilbyderne ut til kundene?	<ul style="list-style-type: none"> • Spørreundersøkelse til kundesiden • Spørreundersøkelse til tilbydersiden • Dybdeintervjuer med leverandører
9. Henvender tilbyderne seg til virksomheter og/eller til enkeltpersoner?	<ul style="list-style-type: none"> • Spørreundersøkelse til tilbydersiden • Dybdeintervjuer med leverandører
10. Er det arbeidsgiver eller -taker som melder på og betaler?	<ul style="list-style-type: none"> • Spørreundersøkelse til kundesiden

3.5.1 Desk-studie

Den tidlige datainnhentingene bestod i stor grad av å benytte søkeordene «e-læring», «nettkurs» og «nettbasert opplæring», «norske e-læringsselskaper», «e-læringsbransjen», gjerne i kombinasjon med ulike aktører i arbeidslivet, som «e-læring+NAV» eller «nettbasert opplæring+NHO» o.l.

I tillegg har vi brukt medlemslisten hos bransjeorganisasjonen Research and Educational Network (REN) for å identifisere e-læringsselskaper og klikke oss videre inn på sidene deres for å få et inntrykk av om de tilbyr nettkurs til arbeidslivet som ikke gir uttelling i det formelle utdanningssystemet.

På bakgrunn av et eksplorativt intervju med Kursagenten, som er en portal for alle mulige typer kurs, fikk vi tilsendt en Excel-fil med en oversikt over samtlige nettbaserte kurs de hadde i systemet sitt. Dette var til uvurderlig hjelp i den tidlige datainnsamlingen. Dette datasettet ga en oversikt over:

- Kategoriseringer på tre nivåer (fra generelt til mer spesifikt temaområde)
- Navn på kurset
- Navn på kurstilbyder
- Lenke til påmeldingssiden for kurset (hos kursagenten.no)
- Pris for kurset (der denne var oppgitt)

Etter at vi fikk tilsendt denne filen, fikk desk-research-arbeidet klarere retning, ved at vi sjekket ut nettsidene til ulike tilbydere vi fant i oversikten for å vurdere om de tilhørte populasjonen eller ikke. Etter en del utsiling av kurstilbud som var rettet mot fritids- og hobbymarkedet eller ga uttelling i det formelle utdanningssystemet, fikk vi gradvis redusert antall kurs og kurstilbydere til vi hadde om lag 2000 kurs og 100 tilbydere.

3.5.2 Intervjuer

Eksplorative intervjuer

Tidlig i prosjektet gjennomførte vi samtaler på mellom 15 minutter til rundt én time med representanter for følgende aktører:

- Direktorat for forvaltning og IKT (Difi)
- Arbeids- og velferdsdirektoratet (NAV)
- KS (Tidligere Kommunenes sentralforbund)
- Research and Educational Network (REN)
- Fleksibel utdanning Norge (FUN)
- Helsedirektoratet (Hdir)
- IKT-Norge
- Kursagenten.no
- Næringslivets hovedorganisasjon (NHO)
- Voksenopplæringsforbundet (Vofo)

Her brukte vi en semistrukturert intervjuguide og stilte en blanding av åpne, generelle spørsmål og mer spesifikke spørsmål, der vi i stor grad forsøkte å få intervjuobjektet til å fortelle fritt. Hensikten med disse intervjuene var todelt: For det første skulle de bidra til å gi prosjektdeltagerne økt innsikt i hvilken rolle nettbasert opplæring spiller i ulike deler av arbeidslivet og ta rede på hvilken oversikt disse aktørene hadde over markedet. For det andre spurte vi intervjuobjektene om de kjente eller visste om noen i egen organisasjon eller andre steder som hadde bedre oversikt enn dem selv. I noen tilfeller fikk vi da tilgang på nye informanter som viste seg å ha både mer oversikt og mer innsikt.

Dybdeintervjuer med tilbydere

På bakgrunn av desk-studien og deltagelse på et medlemsmøte i Research and Educational Network, arrangert av Attensi den 30. januar i Forskningsparken, rekrutterte vi informanter fra leverandørsiden. Totalt syv dybdeintervjuer ble gjennomført med representanter fra større og mindre selskaper som representerte bredden i nettbasert opplæring, i perioden 13. til 21. mars:

- Attensi
- Bokstaven K
- Didac
- EF (Education First)
- Efaktor
- Norsk Interaktiv
- Xtramile

Intervjuene ble gjennomført per telefon og bygget på en semistrukturert intervjuguide som berørte størrelsen på virksomheten knyttet til nettbasert opplæring, omfanget av kurs og deltagere, hvilke tjenester, pedagogiske metoder og teknologi som de benyttet, hvilke kundegrupper de retter seg mot og hvordan de når ut til disse, samt hvordan læringsutbytte måles og hvorvidt det utstedes kompetansebevis. Intervjuene varte i rundt en times tid.

De kvalitative intervjuene bidro samlet sett til å gi mer utfyllende kunnskap om forhold som ikke ble dekket gjennom surveyene og registerdata. Intervjuene gav generelt en fyldigere beskrivelse av de nettbaserte kursenes formål, strategi og tenkning, og mer detaljert kunnskap om prosessene. Eksempler er kunnskap om relasjonen mellom kunde og tilbyder, pedagogiske og teknologiske virkemidler som benyttes i kursene og kunnskap om sertifisering og kursbevis.

3.5.3 Spørreundersøkelse rettet mot kundesiden

Spørsmålsbatteriet ble utarbeidet på bakgrunn av problemstillingene og gikk gjennom flere runder med intern kvalitetssikring og revideringer, før den ble oversendt oppdragsgiver i forkant av første statusmøte. Her ble det tilføyd et knippe nye spørsmål og noen spørsmål ble endret eller erstattet. Spørreundersøkelsen ble også pilottestet av fire HR-ansvarlige i ulike virksomheter. Spørreskjemaet til surveyen finnes bakerst i rapporten som et vedlegg. Utover å belyse problemstillingene, var hensikten med spørsmålene å utvide listen over leverandører som vi hadde utarbeidet på bakgrunn av de eksplorative intervjuene og markeds kunnskapen som teamet allerede hadde tilgang på gjennom vår eksterne samarbeidspartner i Norsk Interaktiv.

Denne listen dannet utgangspunkt for et spørsmål om respondentens virksomhet hadde engasjert én eller flere av leverandørene på listen i forbindelse med kjøp eller utvikling av ikke-formelle, nettbaserte kurs (innholdsproduksjon). Listen ble ytterligere utvidet ved hjelp av oversikten fra Kursagenten, der vi sorterte tilbydere etter hvor mange kurs de tilbød og hentet ut dem som hadde tilbudt mellom 50 og 231 kurs, som var 19 tilbydere. Vi valgte altså å begrense antallet tilbydere til de største og mest sentrale. Av disse vurderte vi 18 som relevante tilbydere og føyde dem til listen, slik at vi hadde 35 leverandører på denne.

Spørsmålet ga respondenten anledning til å krysse av hvilke tilbydere virksomheten hadde benyttet seg av. Samtidig fikk respondenten muligheten til å fylle inn *andre* tilbydere i en tekstboks. Dette var ment å skulle utvide listen over populasjonen ytterligere.

For å treffe et mest mulig bredt spekter av virksomheter og sørge for en tilstrekkelig representasjon av ulike typer arbeidsplasser, benyttet vi oss av en stratifisert utvelgelsesmetode. Utgangspunktet var en oversikt over samtlige regnskapspliktige virksomheter i Norge, hentet fra vår egen regnskaps- og foretaksinformasjonstjeneste, ORIS. Enhetene ble derfra gruppert inn i strata etter hvilke av de 16 hovednæringene de tilhørte (jf. SSBs Standard for Næringsgruppering 2007)¹. Vi trakk totalt ut 3200 virksomheter – for halve utvalget ble 100 virksomheter trukket fra hver næring, og for den andre halvdel ble 1600 virksomheter trukket ut med en sannsynlighetsvekt som tilsvarte andelen virksomhetene i næringen representerte av det totale antallet virksomheter. Dermed sikret vi et utvalg som hadde tilstrekkelig representasjon av alle næringene, samtidig som den skjeve fordelingen mellom næringer i populasjonen ble gjenspeilet i utvalget.

Spørreskjemaet ble utarbeidet i SurveyXact, og sendt ved hjelp av e-post til virksomhetene tirsdag 12. februar kl. 10, og for å ivareta sikkerheten fikk hver respondent en ID og et passord for innlogging. Dette muliggjorde at vi til enhver tid hadde oversikten over hvem som hadde svart eller ikke. Alle respondenter som ikke hadde svart over internett innen angitt frist, ble purret to ganger via e-post før fristens utløp som var tirsdag 26. februar. Vi mottok til sammen 411 besvarelser. Av disse var 293 fullstendige og 118 delvise. Dette gir feilmarginer på omtrent ± 5 prosentpoeng ved 5 prosent signifikansnivå:

$$\left(\left(1,96 * \sqrt{\frac{0,25}{utvalg}} \right) * \sqrt{\frac{(populasjon - utvalg)}{populasjon}} \right) * 100 =$$
$$\left(\left(1,96 * \sqrt{\frac{0,25}{411}} \right) * \sqrt{\frac{(78524 - 411)}{78524}} \right) * 100 = \underline{4,8}$$

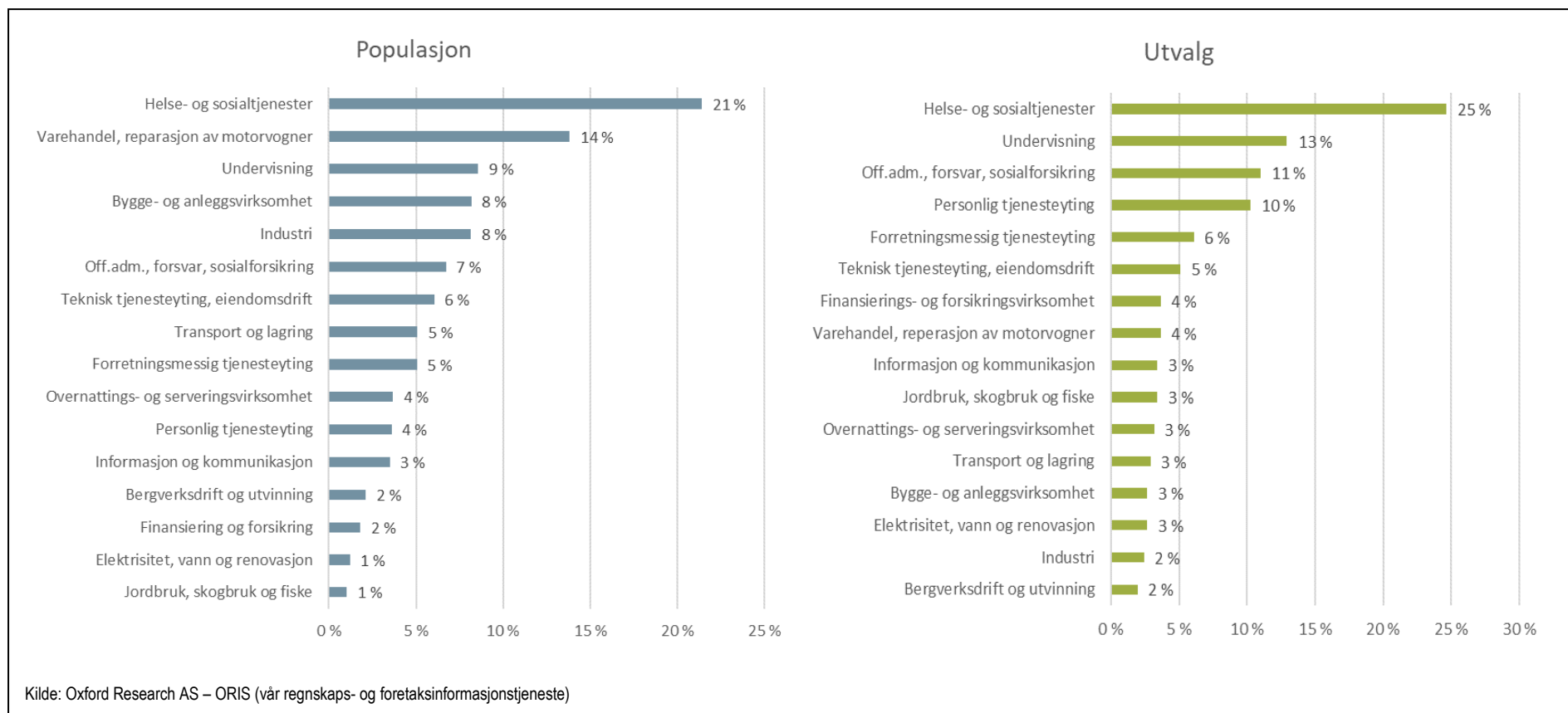
¹ Næringene er gruppert noe annerledes i SSBs statistikkbank enn de 19 næringene det opereres med etter NACE-klassifiseringen, ved at tre næringskategorier er slått sammen med tre andre, og at lønnet arbeid i private husholdninger og internasjonale organisasjoner og organer er ekskludert. Se tabell 11365 for nærmere informasjon: <https://www.ssb.no/statbank/table/11365/>

Sammensetningen blant dem som besvarte hele eller deler av undersøkelsen i forhold til populasjonen viser en likeartet fordeling på bransjer, men enkelte bransjer er over- eller underrepresenterte. Dette vises i neste figur.

Dette må tas hensyn til når man fortolker funnene. Eksempler på særlig underrepresenterte bransjer er varehandel, med 4 prosent (versus 14 prosent i populasjonen), industri, med 2 prosent (versus 8 i populasjonen) og bygge- og anleggsvirksomhet, med 3 prosent (versus 8 i populasjonen). En overrepresentert bransje er personlig tjenesteyting, med 10 prosent i utvalget (versus 4 i populasjonen). Videre hadde flestparten av respondentene som svarte en lederstilling, og det var overraskende få HR-ansvarlige. Andelen nye tilbydere som framkom gjennom spørreundersøkelsen var svært begrenset. Dette tyder på at vi traff godt i kartleggingen og spørreundersøkelsen bekreftet i stor grad dette.

Kartlegging av ikke-formell nettbasert opplæring i arbeidslivet

Figur 2: Forskjell mellom bransjetilhørighet blant populasjon og utvalg i kundesurvey



3.5.4 Spørreundersøkelse rettet mot tilbydersiden

Spørreundersøkelsen rettet mot tilbydersiden ble utviklet på bakgrunn av problemstillingene vi ønsket å få besvart fra leverandørsiden og spørsmålsformuleringene baserte seg i stor grad på informasjon fra dybdeintervjuene. Samtlige virksomheter vi hadde identifisert fikk tilsendt spørreundersøkelsen per e-post 10. april gjennom SurveyXact. Etter to purringer per e-post hadde vi fortsatt ikke oppnådd svar fra mer enn 23 av 85 virksomheter. Vi gjennomførte derfor tre runder med telefonpurring og oppnådde til slutt 45 besvarelser, hvorav 11 var ufullstendige. I tillegg mottok vi tre e-poster fra leverandører som hadde avbrutt besvarelsen av spørreundersøkelsen fordi den var for krevende å besvare underveis eller oppga at den ikke var relevant for deres virksomhet. Leverandører som svarte nei på spørsmål om de leverer nettbasert opplæring til arbeidslivet som ikke gir studiepoeng eller annen uttelling i det formelle utdanningssystemet ble ekskludert fra listen over identifiserte tilbydere. Listen over identifiserte tilbydere kan leses i sin helhet som vedlegg bakerst i rapporten, i likhet med spørreskjemaet.

3.5.5 Analyse av registerdata

På bakgrunn av organisasjonsnumrene til tilbyderne har vi hentet ut regnskapsdata fra vår regnskaps- og foretaksinformasjonstjeneste ORIS. Denne databasen inneholder per i dag komplett regnskapsinformasjon for alle norske regnskapspliktige virksomheter i perioden 1995 til 2017. I tillegg inneholder databasen bakgrunnsinformasjon om virksomhetene, så som adresseinformasjon, næringstilhørighet, selskapsform og selskapsstatus. Vi har benyttet ORIS for å hente ut tall for omsetning, driftsresultat og antall ansatte blant virksomhetene, og koblet dette på dataene fra spørreundersøkelsen rettet mot tilbydersiden.

Vi har også undersøkt om det var systematiske forskjeller mellom store og små leverandører, leverandører som har nettbasert opplæring som sin hoved- versus bivirksomhet, samt nyere og eldre leverandører ved hjelp av krysstabellanalyser med kjkvadrattester. Disse ble utført i statistikkprogrammet SPSS. Vi rapporterer kun resultatene som er statistisk signifikante på minst 5-prosentnivået.

3.6 Samlet vurdering av datamaterialet

Kartleggingsobjektet er som nevnt i liten grad blitt forsket på tidligere. Det metodiske rammeverket ble utformet for å ta hensyn til dette på best mulig måte. Likevel har det vært utfordrende å få et klart og skarpt bilde av hvem som tilbyr ikke-formell nettbasert opplæring og hva disse leverer av tilbud.

Ettersom vi ikke har kunnet basere oss på veletablerte definisjoner, har det helt fra starten vært utfordrende å formidle til respondentene og informantene hva vi faktisk har vært interessert i å få informasjon om. For eksempel har det i intervjuer og andre sammenhenger ofte vært nødvendig med presiseringer og oppklaringer for at informantene skulle få grep om hvilke tilbud som faller innenfor og utenfor avgrensningene våre. I spørreundersøkelsene er informantene i utgangspunktet prisgitt informasjonen som er oppgitt der, og vi har ingen direkte mulighet til å hjelpe respondenten med å tolke spørsmålene. Dette har særlig vært relatert til forståelsen av hva som utgjør et ikke-formelt nettbasert kurs, tidsavgrensninger, samt deltagertall og gjennomføringer. Misforståelser er derfor en potensiell feilkilde. Disse utfordringene beskrives nærmere i presentasjonen av resultatene.

En annen sentral utfordring har vært å få inn nok besvarelser på spørreundersøkelsene. Dette er en generell utfordring i samfunnsforskning som er blitt et voksende problem i Norge så vel som andre land. Imidlertid fører ikke lave svarprosjenter nødvendigvis til skjeve resultater. Utvalget som fikk tilsendt spørreundersøkelsen rettet mot kundesiden er gjort gjennom sannsynlighetsutvelging og fordelingen mellom bransjer ligner den som gjenfinnes i populasjonen. Gitt at frafallet ikke henger systematisk sammen med temaet for undersøkelsen, er det liten grunn til å anta dette i seg selv har ført til at resultatene blir skjeve.² I spørreundersøkelsen rettet mot tilbydersiden ga purring per e-post liten effekt på svarandelen. Derfor gjennomførte vi som nevnt tre ringerunder med telefonpurring som avbøtende tiltak. Som forventet var det en del tilbydere som ikke ønsket å oppgi antall deltagere på kursene sine eller ikke hadde mulighet til det. Vi endte til slutt med en akseptabel svarmengde. Imidlertid gir små populasjoner og utvalg større statistisk usikkerhet. Vi er derfor varsomme med å trekke slutninger basert på spørreundersøkelsen alene, men tolker resultatene i tett sammenheng med intervjudataene.

Samlet sett vurderer vi datamaterialet til å gi tilstrekkelig dybde og bredde til å belyse de aller fleste problemstillingene på en god måte. Imidlertid har vi svakere grunnlag for å trekke slutninger om sammenhenger og mønstre i datamaterialet, knyttet til om det er systematiske forskjeller på hvilke typer tilbydere og tilbud som brukes i ulike bransjer og om det er forskjeller mellom de store og de små, samt de nyere og de eldre tilbyderne. Dette skyldes i hovedsak at det lave antallet enheter ikke gir godt nok grunnlag for slike statistiske analyser.

² Ottar Hellevik (2015). «Hva betyr respondentbortfallet i intervjuundersøkelser?» Tidsskrift for Samfunnsforskning, 56-2: 211-231.

4. Tilbydere av nettbasert opplæring

I dette kapitlet rettet vi fokuset mot tilbyderne av nettbasert opplæring. Å beskrive en «typisk» tilbyder av nettbasert opplæring er utfordrende. Dette er en mangfoldig aktørgruppe som består av både private selskaper og offentlige virksomheter, samt noen arbeidslivsorganisasjoner, stiftelser eller interesseorganisasjoner. Det er store variasjoner blant tilbyderne med hensyn til antall ansatte, omsetning, hva slags tilbud de leverer og hvem som er målgruppen. Også størrelsen og omfanget i kursene varierer.

De nettbaserte opplæringstilbudene retter seg mot både offentlig og privat sektor, og mot alle typer bransjer. Det er også vanlig at en og samme tilbyder leverer opplæringstilbud til begge sektorer og flere typer bransjer. Det foregår mye samarbeid og kunderelasjoner blant tilbyderne av nettbasert opplæring. Det meste av salget foregår «business to business» (B2B), fremfor til enkeltpersoner. Kundene i offentlig sektor kommer med mer spesialiserte tilbud, mens kundene i privat sektor ofte legger frem egne konsepter, ideer og ønsker til tilbyderne. Bruken av nettverk og kontakter er mer utbredt blant kundene i privat sektor.

Gjennom kartleggingen har vi identifisert 83 leverandører som er listet opp i appendikset. I det følgende presenterer vi først en deskriptiv gjennomgang av hva som kjennetegner leverandørene, hvor store de er, målt i økonomiske termer og antall ansatte, målgruppene og nisjene de retter seg mot, samt samarbeids- og kunderelasjonene i markedet. Til slutt kommer en gjennomgang av de viktigste leverandørene som tallmaterialet vårt ikke dekker, utenfor privat sektor.

4.1 Ytre kjennetegn ved leverandørene

Neste tabell viser de totale lønnskostnader, omsetning, driftsresultat og antall ansatte blant tilbydere av nettbasert opplæring i 2017. Her er det viktig å avklare innledningsvis at flere av de største tilbyderne bare har nettbasert opplæring som en bivirksomhet og at tallene ikke inkluderer tilbydere av nettbasert opplæring i offentlig sektor.

Til sammen er lønnskostnadene blant tilbyderne omkring 6 milliarder NOK. Divideres dette på gjennomsnittslønnen i 2017 (535 900 NOK), tyder dette på at det reelle antallet ansatte kan være på ca. 11 260 ansatte. Det gjennomsnittlige antallet ansatte er på 126, men påvirkes sterkt av en høy maksimumsverdi (årsaken er en tilbyder med over 3000 ansatte og svært høye lønnskostnader). Medianen viser at det typiske antallet ansatte per tilbyder er 12.

Tilbyderne har en samlet omsetning på 14,9 milliarder NOK, og mediantilbyderen hadde en omsetning på 17,9 millioner NOK dette året. Ved første kvartil har bedriftene en omsetning på 7 millioner NOK, og ved tredje kvartil hadde de en omsetning på 133 millioner NOK. Disse verdiene utgjør grensen for fordelings nedre og øvre fjerdedel, og beskriver dermed det øvre og nedre sjiktet.

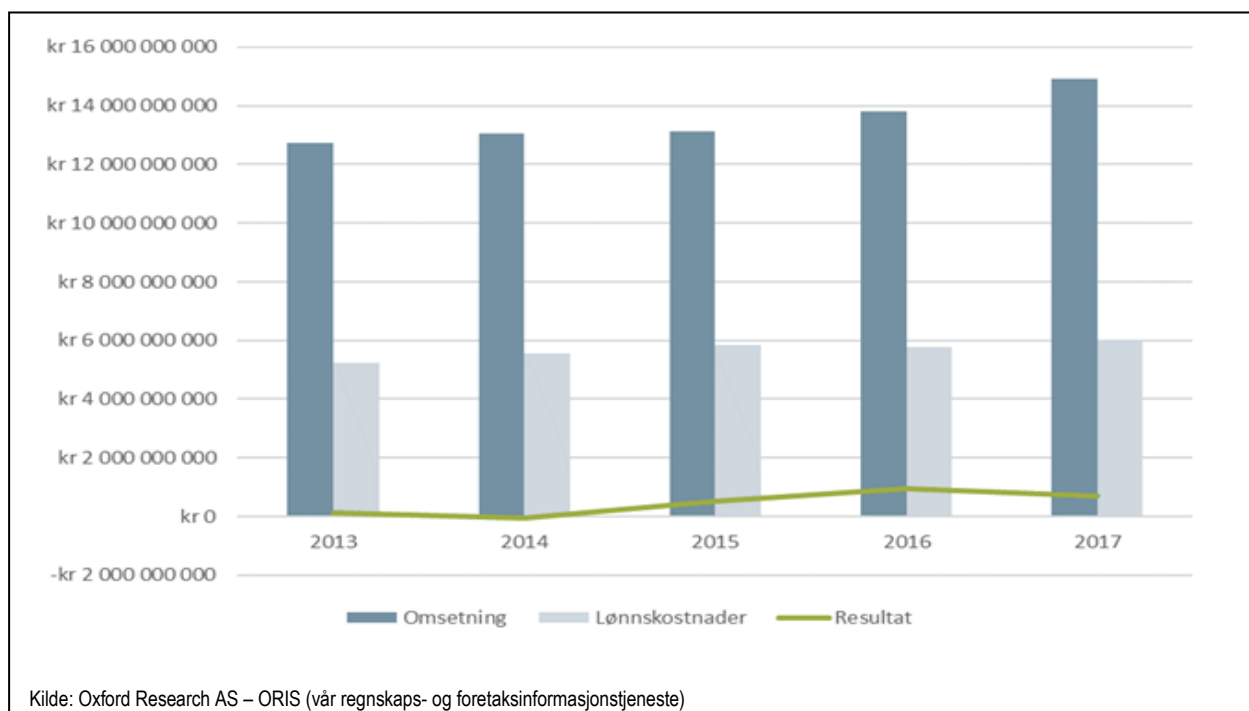
Tabell 2: Lønnskostnader, omsetning og antall ansatte blant tilbyderne i 2017

	Lønnskostnader	Omsetning	Antall ansatte
N	70	71	70
Minimum	0 NOK	0 NOK	0
Første kvartil	0,65 millioner NOK	3,3 millioner NOK	5
Median	8,1 millioner NOK	17,9 millioner NOK	12
Tredje kvartil	44,7 millioner NOK	133,3 millioner NOK	61
Maksimum	3,2 milliarder NOK	7,4 milliarder NOK	3070
Gjennomsnitt	109,7 millioner NOK	281,3 millioner NOK	126
Sum	6 milliarder NOK	14,9 milliarder NOK	9290

Kilde: Oxford Research AS – ORIS (vår regnskaps- og foretaksinformasjonstjeneste)

Neste figur angir den årlige utviklingen i omsetning, driftsresultat og lønnskostnader de siste fem årene. Som vi ser av figuren har omsetningen hatt en gradvis økning de siste årene. Den svakeste økningen i omsetning var mellom 2014 og 2015. Lønnskostnadene har også hatt en stabil økning i perioden. Unntaket er fra 2015 til 2016 hvor det var en marginal nedgang i lønnskostnader. Driftsresultatet de siste fem årene har vært mer i bevegelse. En nedgang fra 2013 til 2014, før det tar seg opp igjen mot 2016. Så får driftsresultatet igjen en nedgang igjen fra 2016 til 2017. Viktig å påpeke i denne sammenheng er at økningen i omsetning og lønnskostnader bare så vidt overstiger den gjennomsnittlige årlige inflasjonen på 2 prosent, med en gjennomsnittlig økning i perioden på hhv. 4,03 prosent og 3,58 prosent årlig.

Figur 3: Tilbydernes økonomiske utvikling de siste fem år i hele NOK (N=79)



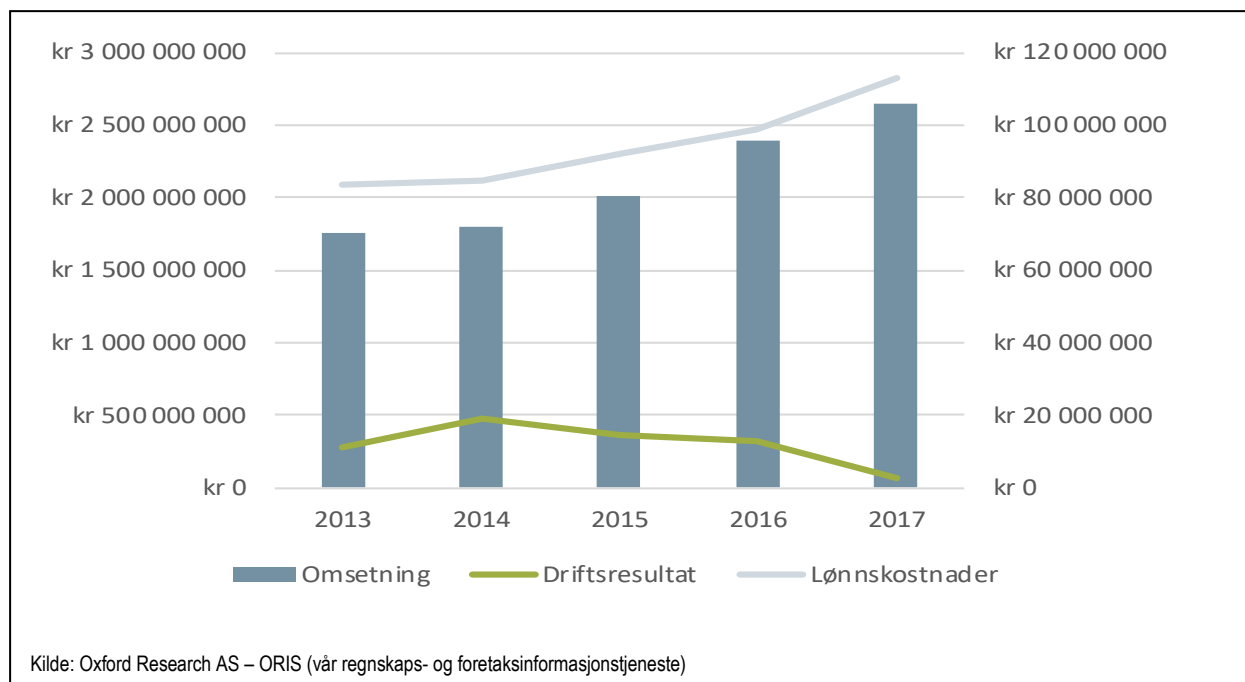
I survey ble tilbyderne spurt om hvor stor prosentvis andel av deres virksomhet som stammet fra nettbasert opplæring. Tabell 3 viser respondentenes svar på spørsmålet. Totalt har 38 tilbydere svart på spørsmålet. I gjennomsnitt utgjør andelen omsetning fra nettbasert opplæring 40 prosent av tilbyderens totale omsetning. Den typiske andelen omsetning fra nettbasert opplæring er på 30 prosent. I det nedre sjiktet ser vi at andelen omsetning fra nettbasert opplæring er på 16 prosent og i det øvre sjiktet er andelen på 50 prosent. En håndfull større tilbydere oppga at dette utgjorde 1-5 prosent av omsetningen deres.

Tabell 3: Andel av leverandørens omsetning som stammer fra nettbasert opplæring

Omsetning fra nettbasert opplæring	
N	38
Minimum	0
Første kvartil	0,16
Median	0,30
Tredje kvartil	0,50
Maksimum	1,00
Gjennomsnitt	0,40

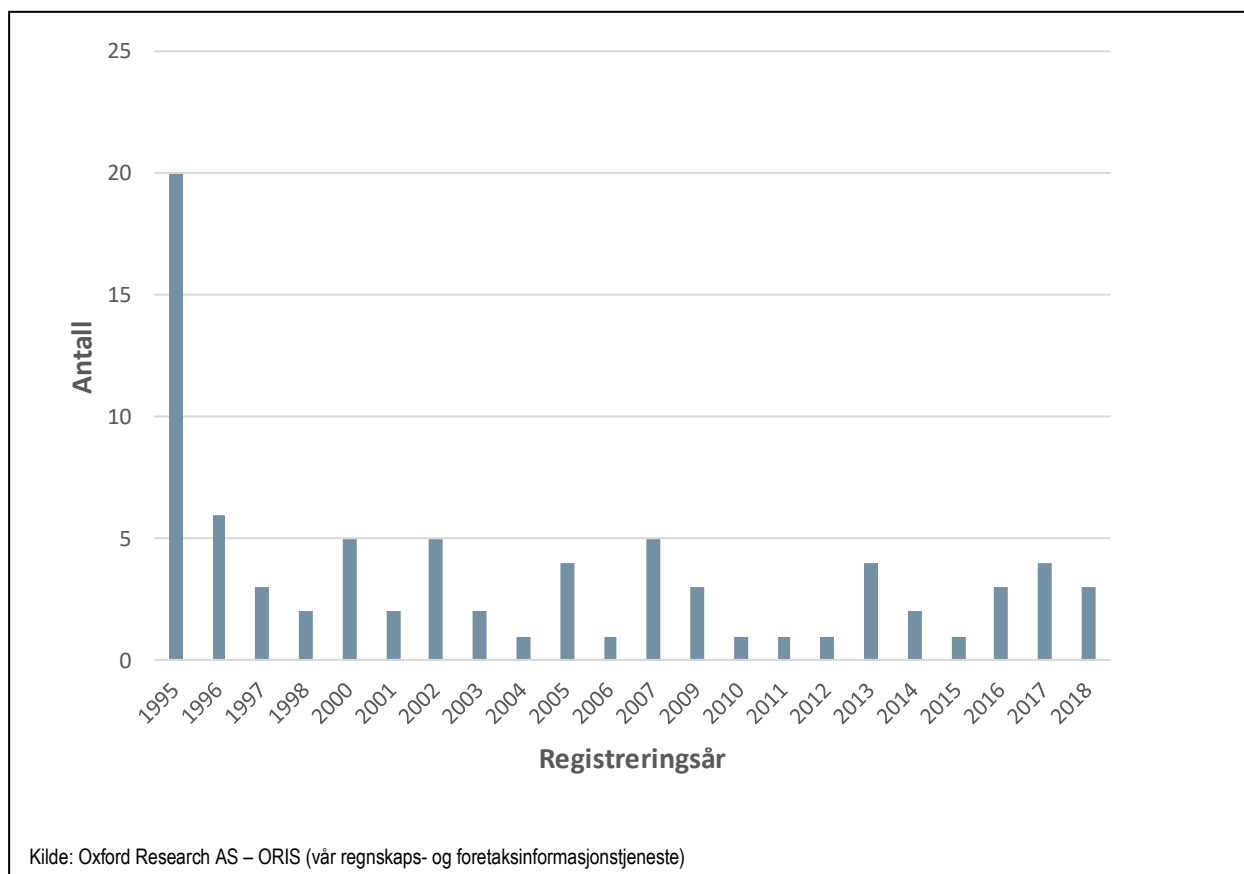
Med utgangspunkt i disse andelen har vi justert tallene for omsetning, driftsresultat og lønnskostnader. Slik ser vi hvor store verdier som kan kobles direkte til kjøp og salg av nettbaserte opplæringstilbud. Imidlertid har vi kun svar fra omkring halvparten av leverandørene på dette spørsmålet, og de justerte tallene gjelder derfor kun leverandørene som besvarte surveyen. Det gir imidlertid indikasjoner på at den samlede omsetningen og verdiskapingen som kan knyttes til nettbasert opplæring er en del lavere enn man kan få inntrykk av i utgangspunktet, men samtidig at det har vært en mer positiv utvikling i lønnskostnader og omsetning for disse.

Figur 4: Utvikling i omsetning (venstre akse, N=36), driftsresultat (høyre akse, N=33) og lønnskostnader (høyre akse, N=34) i hele NOK de siste fem år



Neste figur viser leverandørens alder. Vi ser at de aller fleste bedriftene har vært aktive siden minst 1995, da enhetsregistret ble opprettet.

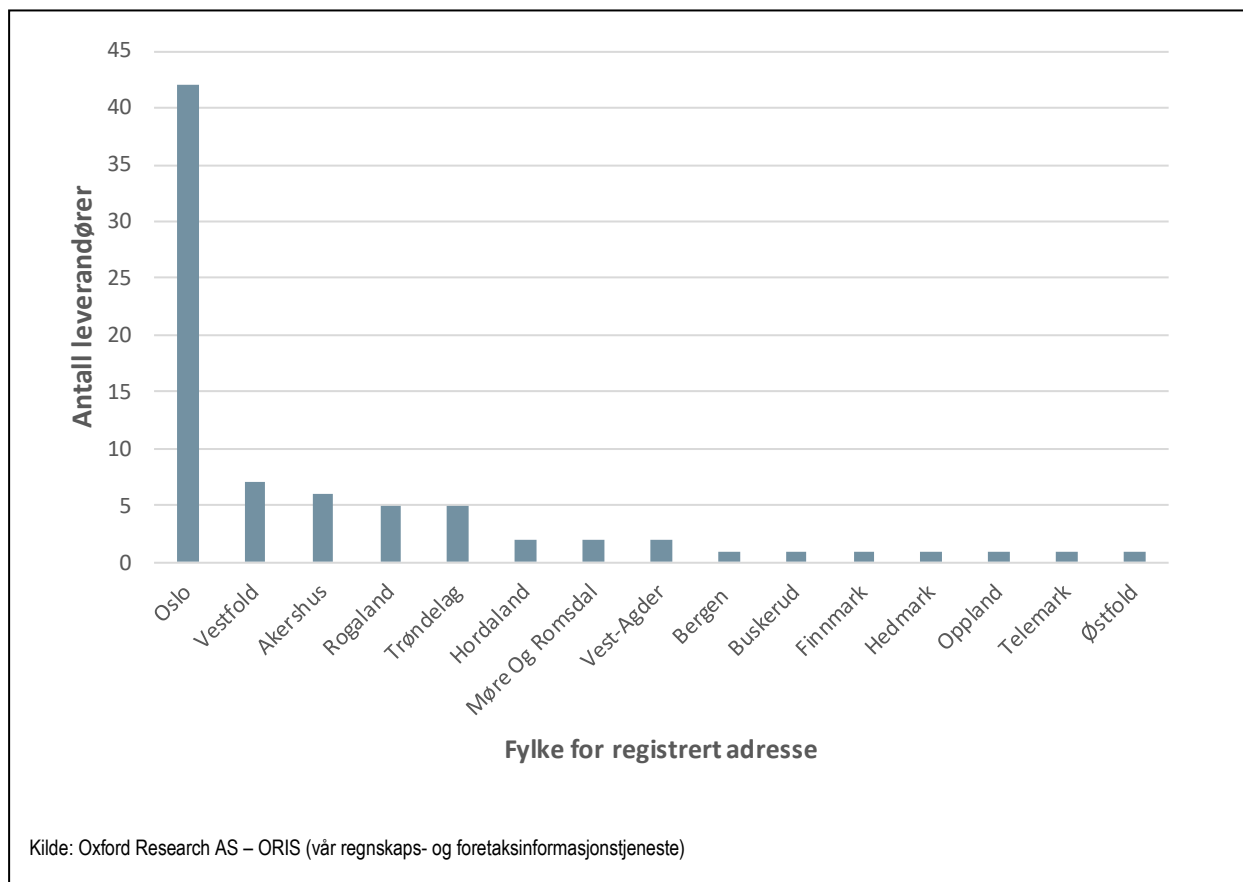
Figur 5: Tidspunkt for registrering i Enhetsregistret for leverandørene (N=79)



Krysstabellanalysen viser en tendens til at de nyere tilbyderne har nettbasert opplæring som hovedvirksomhet i større grad enn de eldre, men forskjellen er ikke signifikant. Det vanligste er likevel å ha nettbasert opplæring som en bivirksomhet, hvilket gjelder to tredjedeler samlet sett. Altfor få av de nyetablerte har svart på surveyen og våre telefonhenvendelser til at vi kan si noe om deres totale antall kursdeltagere skiller seg fra de eldre.

Neste figur viser den geografiske tilhørigheten til tilbyderne. Vi ser at de aller fleste hører til i området rundt hovedstaden, men at det også er en del leverandører spredt rundt i andre landsdeler, særlig Vestlandet og Trøndelag.

Figur 6: Leverandørenes geografiske tilhørighet (N=78)



4.2 Målgrupper og nisjer

Det kommer frem gjennom intervjuene at målgruppene og nisjene for den nettbaserte opplæringen varierer. Tilbyderne retter seg mot både offentlige og private aktører, og flere forteller at tilbudene retter seg mot alle slags bransjer, slik som næring, industri, finans, salg, service, retail, helsesektoren, advokatfirmaer og konsulentfirmaer. Dette sitatet illustrerer hvor bredt et og samme selskap kan favne:

E-lærings-selskapet har primært to hovedområder: Læringsplattform for privat og offentlig sektor og en avdeling for konsulenttjenester som utvikler nettbaserte kurs for kunder. I tillegg har vi en del ferdige standardkurs innen litt ulike fag og bransjer, i tillegg til en del samarbeidspartnere som har utviklet kurs knyttet til egne løsninger. Et eksempel er et samarbeid med BI hvor vi har utviklet kurs til butikkansatte.

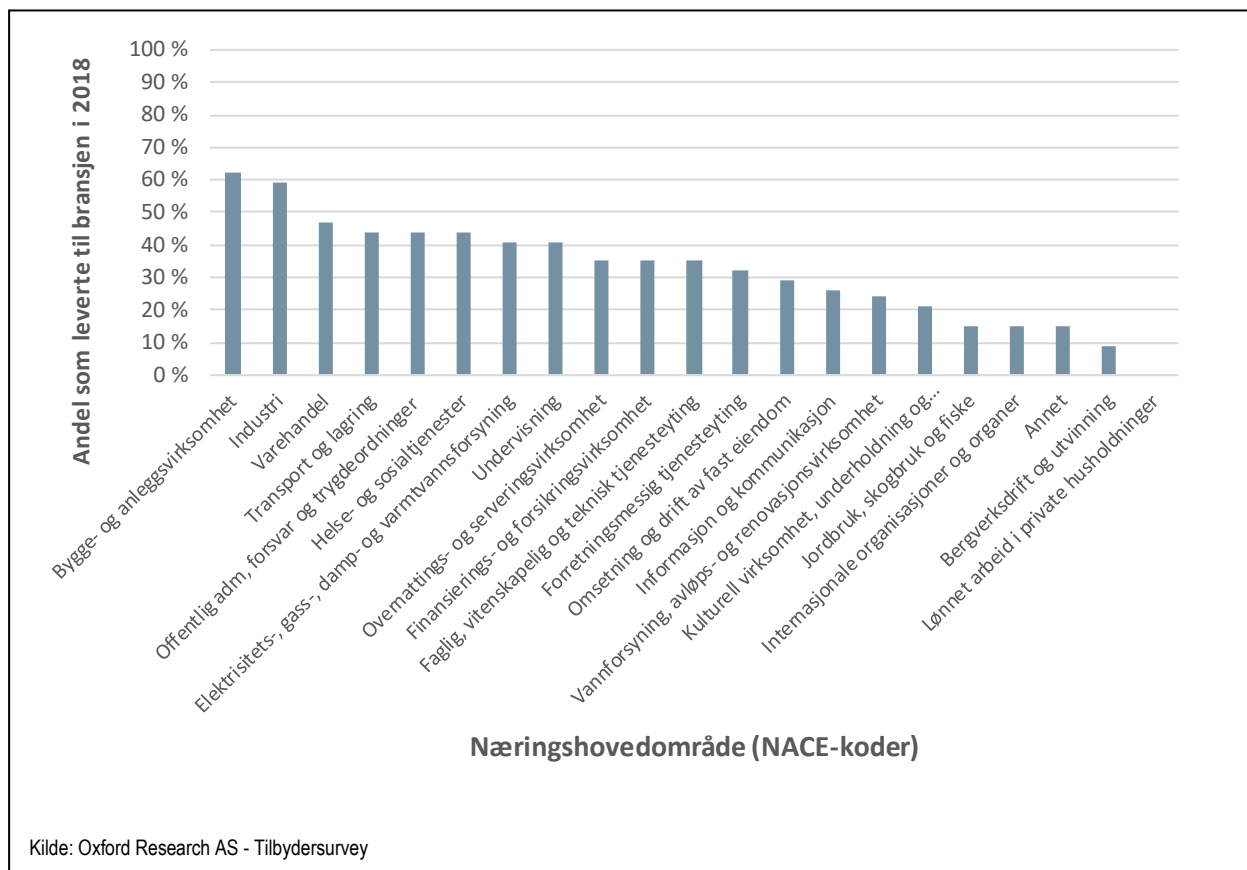
-Intervju med tilbyder

I kommunal sektor er det mye fokus på helserelaterte tjenester, slik som gjennomføring av lovpålagt legemiddelhåndteringskurs. En annen aktør er sentrert rundt voksenpedagogikk. En tilbyder forteller at det finnes enormt mange leverandører, og at det stadig dukker opp nye leverandører, med ulikt fokus. I det store og hele dreier det seg i hovedsak om å videreutvikle kompetanse hos organisasjoner og ansatte. Her har noen av tilbyderne fokus på grunnleggende ferdigheter som språk og matematikk, mens en av leverandørene rettet mot offentlig sektor fokuserer på samproduksjon, og kursing i statlige regelverk. Dette henger sammen med at kommunene i stor grad skal løse de samme oppgavene, i tillegg til å kunne dokumentere kompetanse, i tilfelle tilsyn.

Figur 7 viser hvilke bransjer tilbyderne retter tilbud om nettbasert opplæring mot i 2018. Her kan samme tilbyder ha henvendt seg til flere bransjer. Figuren oppgir prosentandelen av tilbyderne som oppgir å ha rettet tilbudet sitt mot de ulike bransjene i det norske arbeidslivet. Som figuren viser er det bygge- og anleggsvirksomhet, med 62 prosent, som har fått rettet flest nettbaserte opplæringstilbud mot seg i perioden. Like etter kommer «industri» med 59 prosent. Disse er de eneste to bransjene med over 50 prosent rettede opplæringstilbud. Deretter kommer «varehandel» med 47 prosent. Bransjen som har færrest rettede nettbaserte opplæringstilbud mot seg er «bergverksdrift og utvinning», med bare 9 prosent. Kategoriene «jordbruk, skogbruk og fiske», «annet» og «internasjonale organisasjoner og organer» ligger også lavt, med 15 prosent. Det er totalt seks av bransjene som ligger i den laveste kvartilen. Utenom de nevnte tre gjelder dette «kulturell virksomhet, underholdning og fritidsaktiviteter» og «vannforsyning, avløps- og renovasjonsvirksomhet».

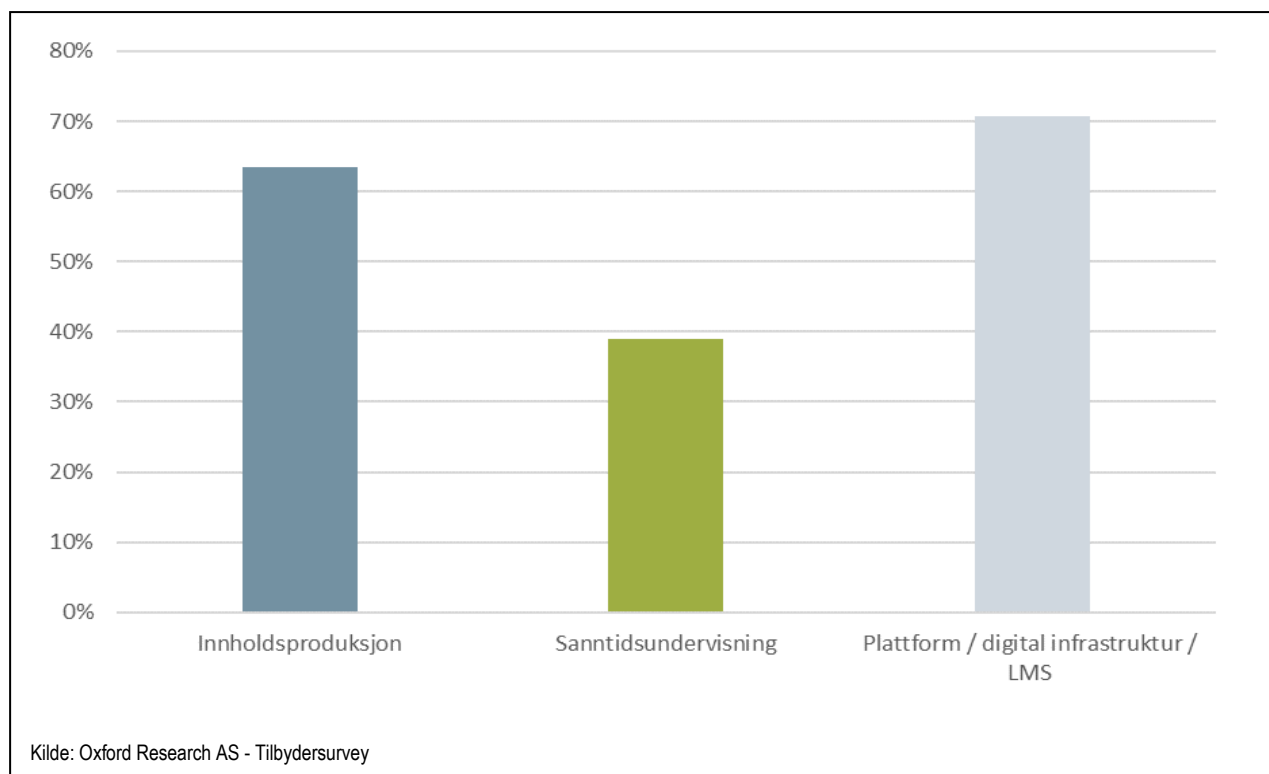
Basert på denne figuren ser det ut til at det er de tekniske bransjene, slik som industri, bygg og anlegg, varehandel, elektrisitets-, gass-, damp- og varmtvannsforsyning og transport og lagring som ligger høyest oppe når det gjelder mottak av tilbud om nettbasert opplæring. Disse bransjene utgjør alle over 41 prosent av målgruppen. Andre typer bransjer som utgjør en høy andel av målgruppen for nettbaserte opplæringskurs er de som retter seg mot offentlig administrasjon, helse og undervisning. Disse ligger på mellom 41 og 44 prosent. Det skal nevnes her at det er bransjer som ikke ligger langt under dette, slik som for eksempel «finanserings- og forsikringsvirksomhet» og «overnattings- og serveringsvirksomhet» med 35 prosent. Det er altså de tekniske tjenestene som basert på figuren får flest nettbaserte opplæringstilbud rettet mot seg i det norske arbeidslivet.

Figur 7: Bransjer som leverandørene retter tilbudet sitt mot i 2018 (N=34)



Et viktig funn fra intervjuene er at de aller fleste tilbyderne som omsetter tjenestene sine i et marked leverer plattformtjenester (herunder LMS), ettersom dette har vært og til dels fortsatt kan være en viktig inntektskilde. Imidlertid er det også gjerne slik at kunder behøver ekstern kompetanse til å designe et opplæringsprogram, og da går de gjerne til sin leverandør av plattformtjenester. Det er likevel også et marked for innhold som kan brukes uavhengig av plattform og av tjenester for å produsere og spre opplæringsinnhold blant de ansatte. I tillegg er det noen som har et sterkt fokus på webinarer og annen sanntidsundervisning med videooverføring. Neste figur viser hvordan leverandørene fordeler seg på de ulike tjenestetypene. Hver søyle i figuren representerer en tilbyder.

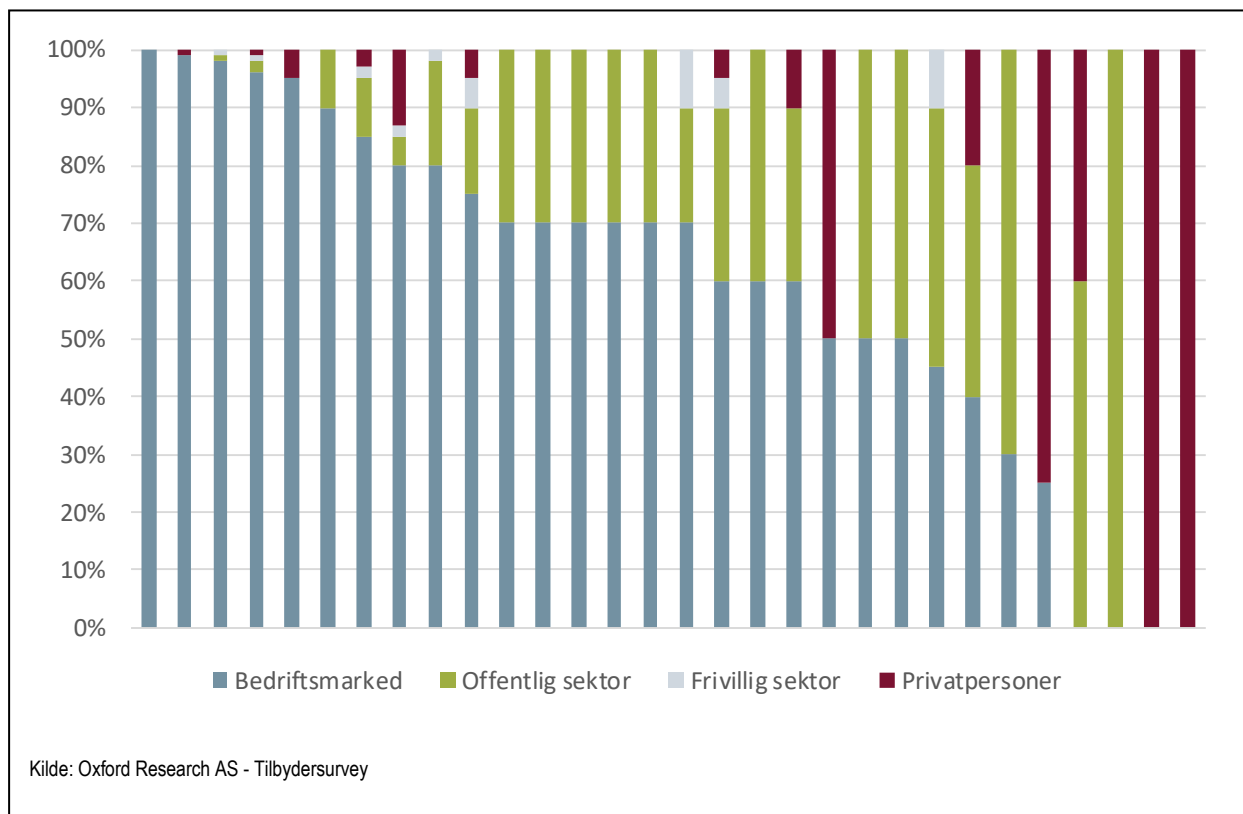
Figur 8: Andel tilbydere som oppgir å levere tjenester innenfor innholdsproduksjon, sanntidsundervisning og LMS el. (N=37)



4.3 Samarbeids- og kunderelasjoner i markedet

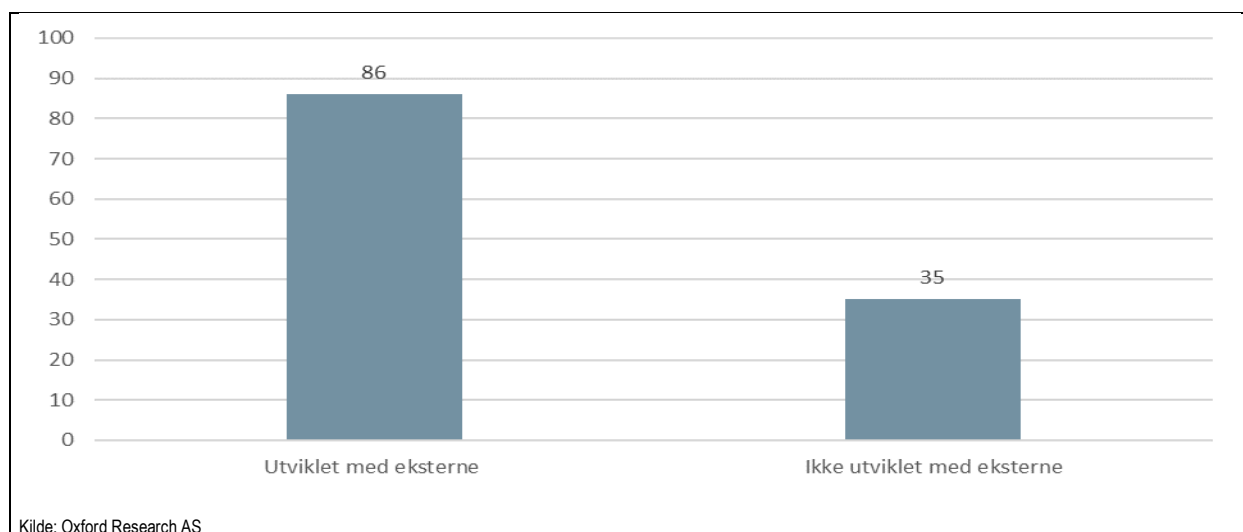
Figur 9 viser fordelingen av kunder som etterspurte nettbasert opplæring i 2018, med hensyn til segmenter, som er målt i omsetning. Hver søyle i figuren representerer en tilbyder. Det er tydelig at det er et flertall av kunder i bedriftsmarkedet som etterspurte nettbasert opplæring i 2018. Det er færrest kunder i frivillig sektor og privatpersoner, og en del flere i offentlig sektor som etterspurte nettbasert opplæring i 2018. Flere tilbydere har kunder fra både privat og offentlig sektor. Et fåtall av tilbydere mottok også kundefølgelser fra alle tre sektorene, i tillegg til forespørsler fra privatpersoner.

Figur 9: Fordeling av kunder som etterspurte nettbasert opplæring i 2018 (N=30)



Det foregår mye samarbeid og er etablert mange kunderelasjoner blant aktørene for nettbasert opplæring. Det viser også spørreundersøkelsen, hvor det kommer frem at 71 prosent av virksomhetene har utviklet sine nettbaserte kurs i samarbeid med eksterne leverandører, illustrert i neste figur.

Figur 10: Antall virksomheter som har utviklet nettbaserte opplæringstilbud i samarbeid med eksterne aktører (N=121)



Videre driver flertallet av tilbyderne utelukkende med «B2B» - salg av tjenester «business to business», fremfor til privatpersoner. En av virksomhetene forteller at de har et tilleggsprodukt på siden. Et opplæringsprogram i fagbrev i salgsfaget, som selges på individmarkedet. Variasjonen i samarbeid og kunderelasjoner kommer til uttrykk på ulike måter. Noen av virksomhetene har egne avdelinger med konsulenter hvor de utvikler nettbaserte kurs for kundene sine, og flere leier inn såkalte «innholdseksperter». Disse bidrar for eksempel med å sette opp startsider tilpasset kundens grafiske profil og funksjoner, synkroniserer brukerdata og bistår med systemopplæring. Det kommer frem at de private kundene ofte kommer med egne konsept, behov og ønsker, mens de offentlige kundene gjerne har mer spesialiserte tilbud.

Likevel oppgir mindretallet av leverandørene å i hovedsak utvikle kurs i dialog med kunden. Imidlertid viser en krysstabellanalyse at det er en statistisk signifikant forskjell mellom leverandører som har nettbasert opplæring som hovedvirksomhet og de som har det som bivirksomhet. Flertallet av førstnevnte utvikler i hovedsak læringsmateriellet gjennom kundedialog.

Tabell 4: Forskjell mellom spesialiserte og ikke-spesialiserte tilbydere med hensyn til utvikling av læringsmaterieill

Krysstabellanalyse (N=33)		Utvikling av læringsmaterieill			
		In-house	Samarbeid med eksterne	Kundedialog	Blandet
Nettbasert opplæring som hovedvirksomhet	Nei	45,0%	50,0%	-	5,0%
	Ja	44,4%	-	55,6%	-
	Totalt	44,8%	34,5%	17,2%	3,4%
Kjikkvadrattest	Verdi	Frihetsgrader	Signifikanstest (2-sidet)		
	16,062	3	0,001***		

Samtidig viser neste tabell at leverandører som har nettbasert opplæring som sin hovedvirksomhet i større grad tilbød kurs som var skreddersydd for å være mest mulig tilpasset kundens behov enn standardkurs eller «hylleware» i 2018, sammenlignet med leverandører som har nettbasert opplæring som bivirksomhet. Forskjellen er statistisk signifikant.

Tabell 5 Forskjell mellom spesialiserte og ikke-spesialiserte tilbydere med hensyn til skreddersøm versus hylleware

Krysstabellanalyse (N=30)		Tilbød i hovedsak skreddersøm/hylleware i 2018		
		Hylleware	Skreddersøm	Blandet
Nettbasert opplæring som hovedvirksomhet	Nei	85,0%	15,0%	-
	Ja	30,0%	60,0%	10,0%
	Totalt	66,7%	30,0%	3,3%
Kjikkvadrattest	Verdi	Frihetsgrader	Signifikanstest (2-sidet)	
	9,525	2	0,009***	

Informantene oppgir at bruken av nettverk og kontakter er mer utbredt blant de private kundene. I noen tilfeller får kundene lisenser til å begynne å lage spill selv. En av virksomhetene arbeider i allianse med to andre selskaper. Et som utvikler selve e-læringen og et selskap som driver med analyse, for å kontrollere de mellommenneskelige aspektene i utviklingen av nettbasert opplæring. Andre tilbydere

forteller at de kjøper «google adworks» - søkeord for synlighet, og samarbeid knyttet til produksjon av innhold er utbredt:

På innhold er det flere leverandører. Da lager man innhold og leverer som en pakke. Da kan man bruke hva som helst, i og med at businessen er å lage innhold. Vi leverer et system hvor de kan produsere innhold selv.

-Intervju gjennomført med tilbyder

For å nå ut til kundene i den aktuelle målgruppen benyttes flere metoder:

Vi kjøper «google adworks» - søkeord for synlighet, og vi har kjørt møteplasser og frokostmøter for å skape engasjement, i tillegg til møtebooking med potensielle kunder. Vi deltar også på seminarer og messer. Vi var for eksempel på HR-Tech med stand der, og har også vært på andre lignende møteplasser. Vi deltar også i noen offentlige anbudskonkurranser.

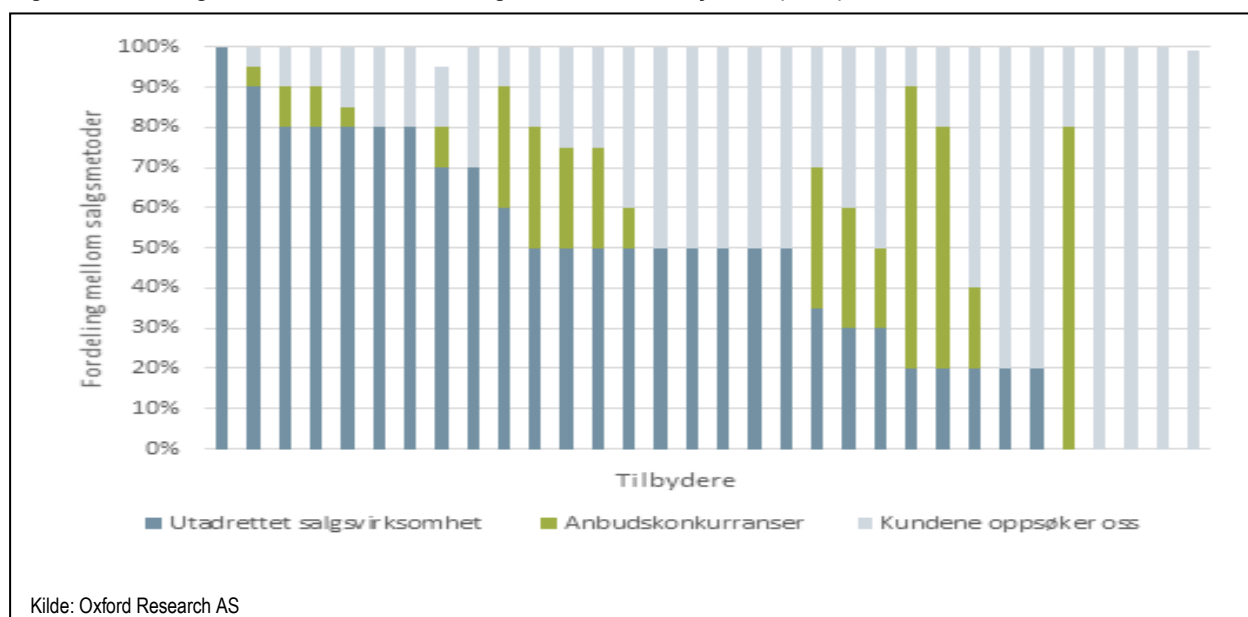
-Intervju gjennomført med tilbyder

Den viktigste delen av læringsarenaene er prosjekter, sosiale medier og møteplasser. Det er viktig å tenke på dette også. Hvordan kan programmer spille sammen med dette? Det skal treffe eksakt målgruppe og arbeidsprosesser, så det er liten plass til typiske standardprogrammer. Det er viktig at det er tilpasset bedriftens kultur, rutiner og systemer.

-Intervju gjennomført med tilbyder

At det benyttes ulike metoder for å nå ut til aktuelle kunder gjør seg også synlig gjennom Figur 11, som viser hvordan salgsaktiviteten for nettbasert opplæring fordelte seg i virksomhetene i 2018. Hver søyle representerer én tilbyder. Figuren gir et tydelig bilde av at det meste av salgsaktiviteten foregår gjennom utadrettet virksomhet eller ved at kundene oppsøker virksomhetene, slik det blir gitt noen eksempler på i sitatene overfor (frokostmøter, seminarer, messer, sosiale medier, osv.). Det er også noen tilbydere som har et stort fokus på anbudskonkurranser, men de fleste oppgir å i liten grad basere salgsaktivitetene sine på dette. Den gjennomsnittlige fordelingen er 45 prosent på utadrettet salgsvirksomhet, 40 prosent på at kundene oppsøker tilbyderen og 15 prosent på anbudskonkurranser.

Figur 11: Fordeling mellom ulike former for salgsaktivitet blant tilbyderne (N=32)



Kilde: Oxford Research AS

Spørreundersøkelsen rettet mot kundesiden viser at det er noe mer vanlig at kunden tar kontakt med eksterne leverandører når de ønsker å utvikle et nettbasert kurs, men at initiering av kontakt gjerne kan gå andre veien også.

4.4 Sentrale leverandører utenfor privat sektor

En viktig leverandør når det gjelder nettbasert opplæring er Direktoratet for forvaltning og IKT (Difi). Difi legger til rette for nettbaserte kurs for hele den statlige sektoren (minus NAV og Helseforetakene), og de har etablert to læringsplattformer i samarbeid med Direktoratet for økonomistyring (DFØ): «læringsplattformen.no» og «virksomhetsplattformen.difi.no». Førstnevnte er åpen for alle, og sistnevnte er en tjeneste som er forbeholdt statlige virksomheter. I juni 2019 lå det 34 nettkurs på den åpent tilgjengelige Læringsplattformen, og per november 2018 hadde 65 000 enten påbegynt eller gjennomført kursene³. «E-faktor», et privat e-læringsselskap, har vært med på å utvikle og kvalitetssikre plattformene og begge bygger på programvarepakken «Moodle», som er åpen kildekode og driftes av et globalt utviklermiljø. E-faktor er en norsk Moodle-partner Andre statlige virksomheter kan også produsere egne kurs som de kan velge å gjøre åpent tilgjengelige gjennom Læringsplattformen eller dele med andre statlige virksomheter gjennom Virksomhetsplattformen. Difi følger noen virksomheter ved løpende informasjonsinnhenting, for å få en ide om hvordan bruken av e-læring i staten utvikler seg. Det er veldig ulik modenhet og variasjon knyttet til i hvilken grad digitale læringsressurser tas i bruk. Helsedirektoratet og NAV er også statlige virksomheter, men disse har egne portaler for sine ansatte med egenproduserte kurs og innhold. Mandatet til Difi er å gjøre statlig ansatte kompetente i arbeidsforholdet. Det de utvikler skal være relevant for store deler av staten, men deles også med allmennheten.

³ Intervju med representant for Difi gjennomført 29.11.2018

KS er både en arbeidslivsorganisasjon og interesseorganisasjon for kommunesektoren, og leverer KS-Læring som er den nasjonale løsningen for deling av kompetanseheving blant fylkeskommuner og kommuner. KS har også samarbeidet med Difi i denne sammenheng. Per november 2018 lå det 9008 kompetansetiltak fra 170 virksomheter på KS-læring – av disse var 1510 nettkurs, hvorav 4910 var lagt ut, mens resten var i produksjon. Det er ca. 170 kommuner og fylker som er med i KS-læring. Noen kommuner har nettopp startet og det er variasjon i type kompetansetiltak. Det handler i stor grad om samproduksjon fordi kommunene gjerne skal løse de samme oppgavene. Det meste av materialet lages under Creative Commons lisens eller NLOD-lisens (Norsk lisens for offentlige data). Hvis det er snakk om innhold som ikke kan deles legges det inn på et lukket område som er passord-beskyttet – dette kan f. eks være et system med et begrenset antall lisenser, og da kan man sørge for at man oppfyller avtalevilkårene. Moodle ligger også i bunnen av KS-læring, og så har KS laget moduler som ligger på toppen. Det er mulig å filtrere på organisasjonsstrukturen, følge opp og se ansatte. Hvis man f. eks er ansatt 40 % i en kommune og 60 % i en annen kommune har lederne mulighet til å se hva man har tilgang til og hva som er gjennomført i den andre kommunen. For kommunene er det vesentlig å kunne dokumentere kompetanse i tilfelle tilsyn. Plattformen samvirker med verktøy for digitale kompetanseplaner, som er en type «læreplaner» tilpasset ulike grupper og personer. Kursenes størrelse varierer fra en håndfull til 15 000 deltagere, og det største kurset er et lovpålagt legeomiddelhåndteringskurs. Mange kommuner produserer det meste selv, men det kan være utfordrende å lage et spennende og faglig godt opplegg. Noen kommuner hyrer derfor også inn private leverandører av e-læring. Kursbevis kan utstedes, ved at det er en generator som lager det og så låses tilgangen opp etter at kurset er gjennomført.

4.5 Oppsummering

For å oppsummere kapittel 3 har vi identifisert 83 leverandører av nettbasert opplæring. Som nevnt er tilbyderne av nettbasert opplæring en mangfoldig aktørgruppe, og å beskrive en «typisk» tilbyder er utfordrende. Likevel ser det ut til at flesteparten av tilbyderne er private aktører, og at et flertall har nettbasert opplæring som bivirksomhet, i tråd med den utbredte bruken av «blended learning». Hovedvekten av tilbyderne av nettbasert opplæring er lokalisert i Oslo-området. Selv om flesteparten av tilbyderne befinner seg i privat sektor, er Difi en sentral offentlig aktør, da de tilrettelegger for nettbasert opplæring for hele den statlige sektoren (minus NAV og Helseforetakene).

Når det kommer til opplæringstilbudene retter de seg mot både offentlige og private aktører, og mot alle typer bransjer. Det er også vanlig at en og samme tilbyder leverer opplæringstilbud til begge sektorer og flere typer bransjer. Likevel finnes det nisjer i markedet, der noen tilbydere for eksempel fokuserer på store kunder i privat sektor, og der målet er å utvikle langvarige relasjoner med disse. Videre er det flest kunder og tilbud rettet mot bedriftsmarkedet, og det kan virke som at flertallet av tilbud er rettet mot tekniske bransjer. Tilbyderne av nettbasert opplæring promoterer seg som oftest gjennom utadrettet salgsvirksomhet, gjennom for eksempel seminarer og frokostmøter.

Det foregår mye samarbeid og kunderelasjoner blant tilbyderne av nettbasert opplæring. Det meste av salget foregår «business to business» (B2B), fremfor til enkeltpersoner. Kundene i offentlig sektor kommer med mer spesialiserte anbud, mens kundene i privat sektor ofte legger frem egne konsepter, ideer og ønsker til tilbyderne. Bruken av nettverk og kontakter er mer utbredt blant kundene i privat sektor.

5. Nettbaserte opplæringstilbud

I dette kapitlet retter vi oppmerksomheten mot hva som tilbys av nettbasert opplæring i det norske arbeidslivet. For å svare på dette har vi forsøkt å avdekke kursenes størrelse og omfang, antall kurs, kursvarighet, antall kursdeltakere, målene med den nettbaserte opplæringen og tilbudenes teknologiske og pedagogiske kompetanse. I tillegg har vi sett på nettkursenes relasjon til annen opplæring og graden av dokumentasjon og kompetansebevis. Kapitlet bygger på empiri fra de to spørreundersøkelsene og intervjuene, samt desk-studien. På samme måte som med tilbyderne av den nettbaserte opplæringen foreligger det store variasjoner, spesielt når det gjelder kursenes størrelse og omfang. Likevel ser hovedformålet med de nettbaserte kursene ut til å være det samme: Å videreutvikle kompetansen hos virksomheten og de ansatte. Det dreier seg om å forme adferd, gjerne i tråd med eventuelle strategier endringer hos virksomheten. Det typiske nettbaserte opplæringstilbudet i arbeidslivet ser fortsatt ut til å være lineært og i stor grad bestå av tekst, bilde og eventuelt video, flervalgsoppgaver og varierende grad av interaktivitet. Samtidig har det kommet til noen ledende, nye aktører som beveger seg bort fra denne tankegangen, og omfavner spillteknologi, simulering, og helhetlige portaler med økt funksjonalitet. Det varierer hvor detaljert virksomhetene og mottakerne selv overvåker og evaluerer gangen i kursene, og om kursdeltakerne får kursbevis.

5.1 Kursenes størrelse og omfang

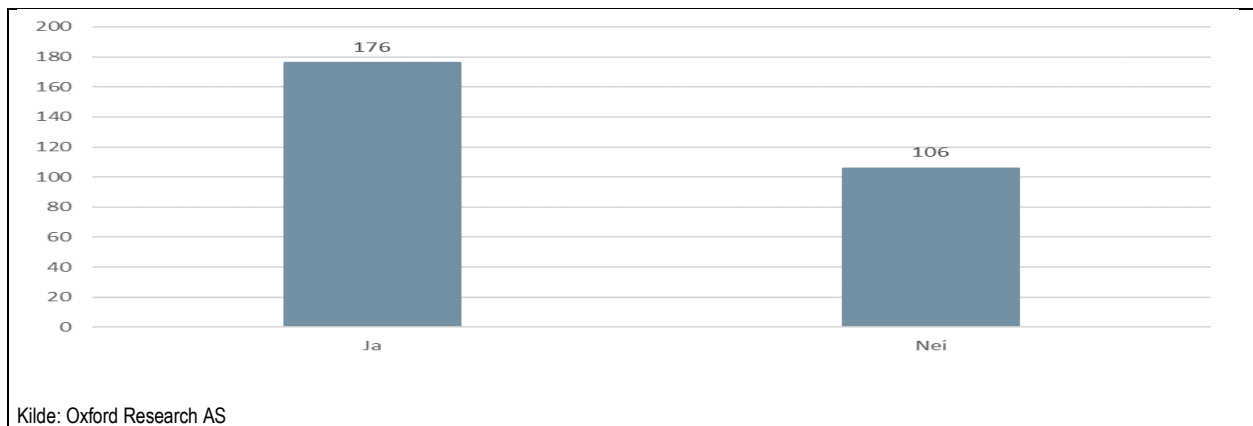
Både omfanget av nettbaserte kurs og størrelsen på disse er preget av stor variasjon. I tillegg til antall kurs har vi sett på to dimensjoner av kursstørrelse: varighet og antall deltagere. I det følgende vil vi først presentere funnene våre om hvor mange kurs som ble tilbudt i 2018 og hvor lenge disse kursene varte og deretter funnene om deltagelse. Figur 12 viser hvor mange av respondentene på kundesiden som oppga å ha gjennomført kurs, seminarer eller andre organiserte læringsprosesser som var helt eller delvis nettbaserte.

Når det gjelder funnene fra spørreundersøkelsen rettet mot kundesiden viser den at 80 prosent av virksomhetene tilbød opplæring i form av kurs, seminarer eller andre organiserte læringsprosesser til de ansatte i 2018.

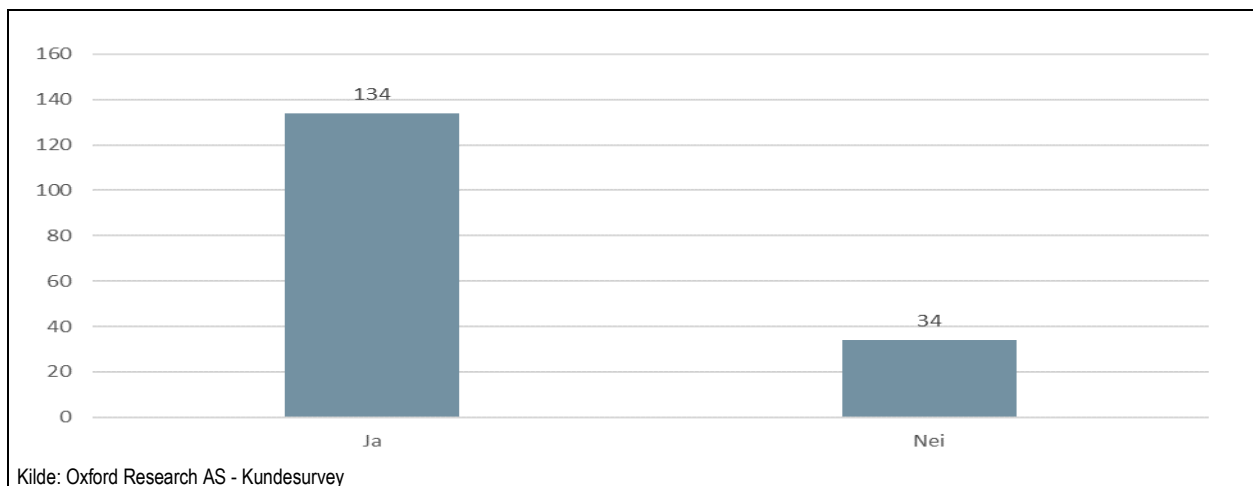
5.1.1 Antall kurs og varighet av disse

Når det gjelder funnene fra spørreundersøkelsen rettet mot kundesiden viser den at 80 prosent av respondentene tilbød opplæring i form av kurs, seminarer eller andre organiserte læringsprosesser til de ansatte i 2018. 63 prosent svarte at disse kursene var helt eller delvis nettbaserte. 80 prosent av kursene var «ikke-formelle», det vil si at de ikke gav uttelling i det formelle utdanningssystemet. Samlet sett var det 57 av 411 respondenter som gjennomførte nettbaserte kurs, i tråd med definisjonen og avgrensningen i 3.4. (*Ikke-formell opplæring omfatter kurs, seminarer, privattimer, konferanser, forelesninger og veiledning der læringen er organisert og er hovedformålet for deltagelse*). 56 av de 183 respondenter gjennomførte kurs som varte i minst en dag. Dette er illustrert grafisk i de neste figurene.

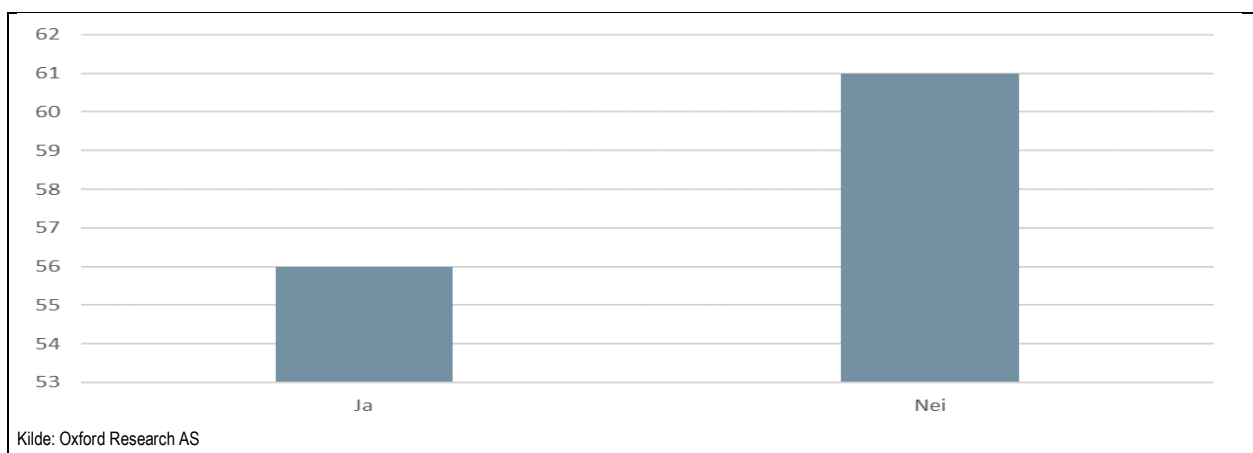
Figur 12: Antall bedrifter som gjennomførte opplæringskurs i 2018 som var helt eller delvis nettbaserte (N=282)



Figur 13: Antall bedrifter som har gjennomført ikke-formelle nettbaserte kurs i 2018 (N=168)

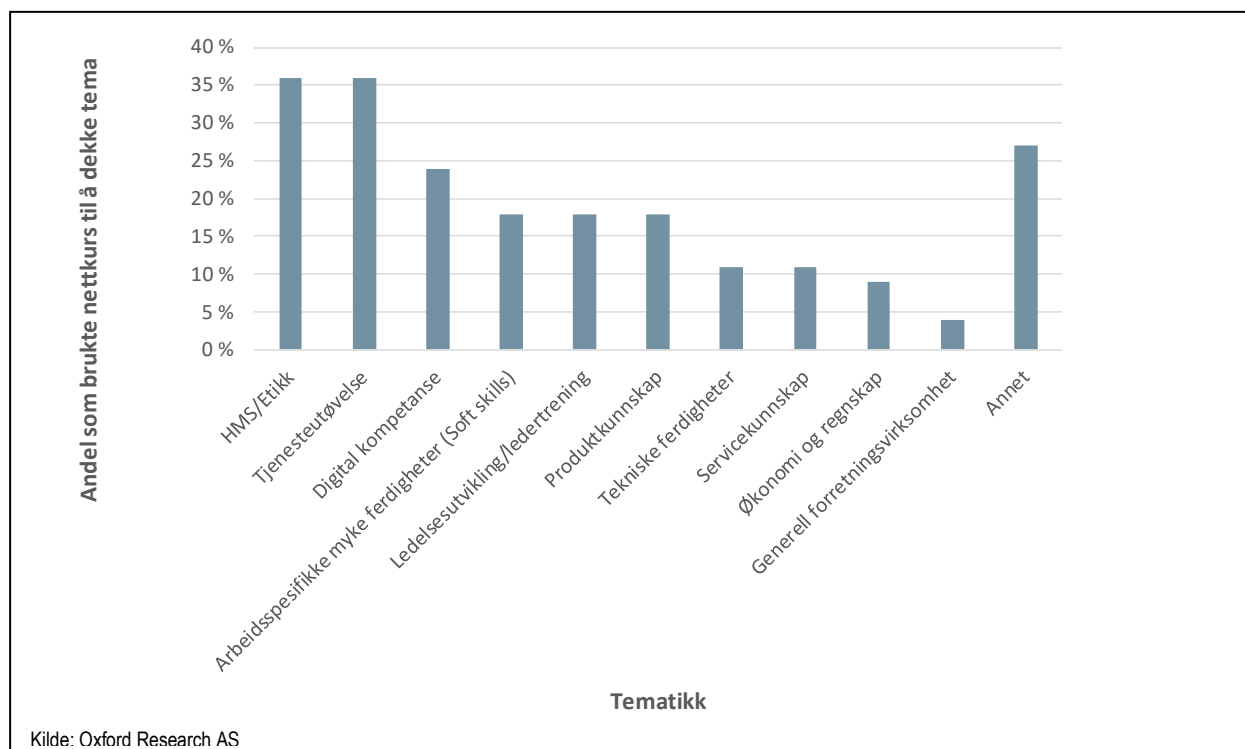


Figur 14: Antall virksomheter som gjennomførte ikke-formelle nettbaserte kurs over minst en dag (N=117)



For å undersøke innholdet i kursene ba vi respondentene svare på hvilke tematikker de har brukt nettbaserte kurs for å dekke i 2018. Flesteparten svarte at de har benyttet slike kurs for å dekke temaene HMS/Etikk og tjenesteutøvelse. Svarfordelingen er framstilt i neste figur.

Figur 15: Andel virksomheter som oppgir å ha brukt nettbaserte kurs for å dekke ulike tematikker (N=45)



Tematikkene er basert på innspill fra vår eksterne samarbeidspartner og kategorier som gjennom deskstudien ble oppfattet som vanlige emneknagger. Flere av dem som svarte «annet», oppga variasjoner rundt «pedagogikk», «GDPR», «salg», «forvaltning», «grunnkurs» og lignende.

På spørsmål om å angi de tre viktigste grunnene til at de har valgt å benytte seg av helt eller delvis nettbaserte kurs svarte flesteparten av de 43 respondentene (64 prosent) at det er for å gi de ansatte høy grad av fleksibilitet med hensyn til tid og sted, 54 prosent svarte at de valgte nettbaserte kurs fordi det ble forventet å være mindre ressurskrevende for virksomheten enn tradisjonell undervisning. Andre vanlige begrunnelser er at de skal fungere som introduksjon til nye emner eller arbeidsverktøy (36 prosent) eller gjøre det enklere å dokumentere at man oppfylder lovpålagte kompetansekrav (32 prosent). Av de som svarte at de ikke tilbyr nettbasert opplæring er mangelfullt tilbud i markedet og at kurset ikke så ut til å kunne dekke virksomhetens behov noen av årsakene som oppgis.

Datainnsamlingen vår rettet mot tilbydersiden avdekket at tidsdimensjonen er vanskelig for bransjen å forholde seg til. Årsaken er at de teller dette ulikt, og at alle ikke har oversikt over faktisk gjennomføringstid kontra normert gjennomføringstid. Virksomhetene forholder seg i liten grad også til dager som måleenhet. Innholdet i kursene porsjoneres gjerne over tid.

I et dybdeintervju oppga en av tilbyderne at modulene i kursene kan variere fra 10 minutter til flere timer, avhengig av kursets formål. En annen virksomhet indikerte at gjennomføringstid kan ligge på alt fra 40 timer, til 3-400 timer. En tredje leverandør fortalte at de tilbyr «virtuelle skoler», som inneholder 2500 timer med, video, interaktive oppgaver og relevant innhold på engelsk. Andre gjennomfører kurs i bolker på 10-15 minutter, hvor et kurs består av for eksempel 3-4 bolker, avhengig av kompleksitet.

Et gjennomgående tema i intervjuene var at det kan være krevende å tallfeste hvor lenge et kurs varer. Dette henger sammen med at kursene gjerne legger opp til at deltageren skal lære i sitt eget tempo, og gjennomføringstiden varierer derfor gjerne stort. Dessuten er avgrensningen av hva som utgjør et «kurs» også krevende for mange tilbydere. Noen ganger kan en e-læringsmodul være et eget avgrenset kurs, men de inngår ofte i et større opplæringsprogram som også kan inneholde andre læringselementer. Trenden mot såkalt «nanolæring» som omtales nærmere i kap. 5.3, innebærer at deltagerne får opplæringen i små drypp gjennom mikrokurs på noen minutter. Da er det krevende for leverandøren å ta stilling til om det er gjennomføringstiden for hvert av disse mikrokursene som skal telles, eller den samlede gjennomføringstiden. Dessuten er det ikke gitt at tilbyderen i det hele tatt har muligheten til å hente ut informasjon om hvor lenge kursene varer, fordi dette krever at kunden benytter plattformen deres. Leverandørene registrerer heller ikke informasjonen med tanke på at den skal rapporteres til statistikkformål. Hvordan tilbyderne avgrenser og teller kursvarighet er derfor avhengig av hva de skal bruke informasjonen til:

Vi har mulighet til å ta ut tall på kursdeltagere og gjennomføringstid, men dette er en estimert varighet fordi noen tar kurs med start og stopp – gjennomføringstid må derfor tas med en klype salt. [...] Kundene kan produsere kurs selv eller ha fått fra andre kilder og som plattformleverandør kan man telle disse. Summert opp har kunden ca. 60 000 kursgjennomføringer. Men når man for eksempel skal sammenligne med [navn på leverandører], sammenligner man da epler og epler eller epler og pærer?

-Intervju med tilbyder

Vi har et sted mellom 200-300 generiske opplæringsmoduler i portalene beroende på hvordan du teller, og disse benyttes nesten som «Netflix». Ettersom våre kunder kan sette sammen egne program der våre moduler inkluderes er det umulig for oss å si noe antall kurs vi har bidradd til og hvor lange kursene er. Vi sporer ikke bruk av våre moduler i hver enkelt portal.

-E-post fra tilbyder som ga opp i et forsøk på å besvare spørreundersøkelsen

Disse forholdene er viktig å ha klart for seg når vi ser på hvordan leverandørene svarte på spørreundersøkelsen. I neste tabell ser vi hvor mange kurs de leverte i 2018 og hvor lang varighet de korteste og lengste kursene hadde. Det laveste antallet kurs en tilbyder oppga å levere var null og det høyeste var 3000. Leverandøren som svarte «0» tilbyr en opplæringsportal med et innebygd verktøy for å sette sammen et kurs, der man kan laste opp bilder, podcaster, videoer, animasjoner og skrive inn introduksjonstekster og legge til ulike innebygde innholdselementer. Leverandøren med 3000 kurs profilerer

seg som en leverandør av nanolæring, hvilket betyr at de har mange små kurs. Medianen er 20 og gir det beste inntrykket av typisk antall kurs, ettersom gjennomsnittet på 283 påvirkes av noen store verdier. Den tredje kvartilen, altså verdien som utgjør grensen for fordelings øvre fjerdedel, var 100 kurs.

Tallene for kursvarighet viser at de korteste kursene varer i noen minutter og at de lengste kan vare opptil 100 timer. Det typiske kurset varer mellom 1-7 timer dersom man tar utgangspunkt i medianen og mellom 4-15 dersom man ser på gjennomsnittet. Dersom vi kun forholdt oss til kurs av minimum én dags varighet, ville vi gått glipp av vesentlig del av det empiriske landskapet.

Tabell 6: Antall kurs og timeomfang blant tilbyderne i 2018

	Antall kurs	Varighet av minst omfattende kurs (antall timer)	Varighet av mest omfattende kurs (antall timer)
N (besvarelser)	39	40	31
Minimum	0	0	0
Første kvartil	7	0,26	3
Median	20	1	7
Tredje kvartil	100	3	18
Maksimum	3 000	54	100
Gjennomsnitt	283	4	15
Sum	8 787	141	475

Kilde: Oxford Research AS

5.1.2 Antall deltagere på nettbaserte kurs

Når det gjelder kursdeltakelse, er det også slik at tilbyderne gjerne opererer med ulike tallmessige størrelser. På spørsmål i dybdeintervjuene om hvor mange som deltok på kursene deres, trakk en tilbyder frem et prosjekt som fikk 15 000 gjennomspillinger etter bare to dager, en annen virksomhet trakk frem et eksempel på 60 000 kursgjennomføringer på 3000 ansatte i året, en tredje tilbyder sa at kursdeltakelsen kunne ligge på alt fra 50 til 250 000 deltakere og en fjerde leverandør fortalte at kursdeltakelsen på det laveste kan ligge på 5 prosent, til 100 prosent i noen tilfeller.

Eksemplene illustrerer at tilbyderne er opptatt av ulike ting når det gjelder deltagelse:

- Gjennomspillinger – hvor mange ganger de ansatte trener på en gitt kompetanse
- Kursgjennomføringer per ansatte – hvor mye kompetanseheving hver ansatt har fått i løpet av et år
- Oppslutning – hvor stor andel av de ansatte som gjennomførte kurset
- Antall deltagere – hvor mange har påbegynt eller gjennomført kurset

Vi ser også at leverandørene gjerne snakker om deltagelse og gjennomføring som to sider av samme sak, snarere enn å skille mellom hvor mange som har påbegynt kurset og hvor mange som har gjennomført det. Dette kan henge sammen med at mange av kursene er såpass korte at det er mest rimelig å regne noen som en deltager dersom de har fullført kurset eller modulen. Det er derfor viktig å være varsom med hvordan vi tolker og sammenligner besvarelsene fra de ulike tilbyderne.

Neste tabell viser hvordan leverandørene svarte på spørsmål om hvor mange kursdeltagere det var på kursene deres. Første kolonne viser hvor mange deltagere det var på kursene av minst én dags varighet. Som vi ser er den første kvartilen, null. Dette henger sammen med at omtrent én av tre leverandører ikke leverte kurs som varte i én dag eller mer. De 29 tilbyderne som besvarte dette spørsmålet leverte nettbaserte kurs av minst én dags varighet til totalt 48 442 kursdeltagere i 2018. Det kan imidlertid se ut som at ikke alle surveydeltagerne har svart på det vi har spurt om. Tilbyderen som oppgir å ha hatt 20 000 deltagere på kurs av minst én dags varighet svarte nemlig at varigheten av det lengste kurset deres var «0». Dermed kan det virke som at respondenten svarte på hvor mange brukere de har på plattformen sin eller noe lignende. Dessuten har et par av respondentene oppgitt at det har vært én deltager på kurs av minst én dags varighet, som man vanskelig kan tenke seg at er tilfellet – det ville tilsa en lite bærekraftig forretningsmodell.

På spørsmål om hvor mange kursdeltagere det i gjennomsnitt var på de nettbaserte kursene deres ser vi bort fra inklusjonskriteriet om minst én dags varighet. Medianverdien var 53 deltagere og gjennomsnittet nesten 14 000 deltagere, noe som illustrerer at det er stor spredning. Også her kan det virke som at respondenter har tolket spørsmålet forskjellig, ettersom noen har oppgitt «0». Disse kan ha svart på hvor mange kursdeltagere det i gjennomsnitt var på kurs av minst én dags varighet. Det typiske antallet deltagere på et nettbasert kurs kan altså variere fra en håndfull mennesker til flere titalls tusen ifølge leverandørene.

Tabell 7: Antall kursdeltagere på kurs av minst én dags varighet og i snitt på nettbaserte kurs

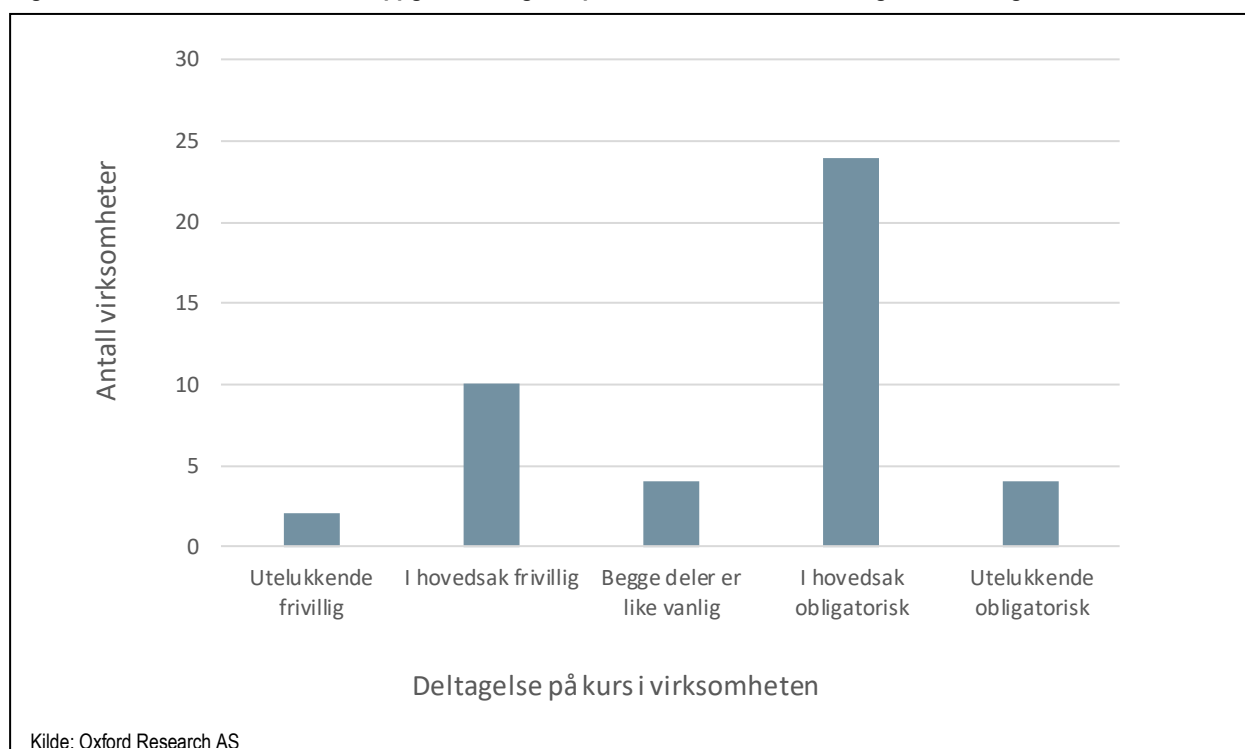
	Antall deltakere på kurs av minst én dags varighet	Antall kursdeltakere i gjennomsnitt på nettbaserte kurs
N (besvarelser)	29	28
Minimum	0	0
Første kvartil	0	15
Median	15	53
Tredje kvartil	750	3 000
Maksimum	20 000	170 000
Gjennomsnitt	1 670	13 974
Sum	48 442	391 266

Kilde: Oxford Research AS

5.1.3 Påmelding og betaling

Neste figur viser at deltagelse på ikke-formelle nettbaserte kurs av minst én dags varighet oftere er obligatorisk for de ansatte enn ikke, men at det også er frivillig i en god del tilfeller. Imidlertid er det kun to av 139 virksomheter som krever deltagelse på kurs som den ansatte må betale selv.

Figur 16: Antall virksomheter som oppgir at deltagelse på nettbaserte kurs er frivillig versus obligatorisk for de ansatte



5.2 Mål med opplæringen

Formålene med den nettbaserte opplæringen varierer fra opplæringsprogram som gjennomføres for å gjøre de ansatte bedre i stand til å gjennomføre arbeidsoppgavene sine til program som i større grad dreier seg om å kunne oppfylle eksterne krav til opplæring og dokumentere dette. I det følgende presenterer vi informantenes syn på hvilke formål opplæringen er ment å fylle.

5.2.1 Heve prestasjoner

Et sentralt formål for mange av arbeidsgiverne som benytter nettbaserte opplæringstilbud er å gjøre de ansatte dyktigere, slik at bedriften øker måloppnåelsen på de områdene den er opptatt av. Dette handler om å utvikle menneskene i sine jobber ved at de lærer seg nye ferdigheter som de får trene på. Målet er at de arbeider på nye og mer hensiktsmessige måter. Den nettbaserte opplæringen kan for eksempel bidra til å utvikle de ansattes dialogevner i møte med kunder, utvikle samarbeidsevner og utvikle de ansattes evner til å løse konkrete problemstillinger. Dette skal bidra både til selskapets utvikling og til utvikling av den ansatte:

Det vi vil jobbe med kundene om er å få brukerne til å trene mer, og gjerne påvirke adferd og få de til å endre måtene å jobbe på og prosessene som ligger til grunn for måtene man jobber på. [...] Vi forsøker å få folk hekta på spill som skal gi dem kunnskapene de skal ha for å gjøre jobben sin best mulig. Dette ligger i bunn når vi jobber sammen med kundene for å trene en organisasjon.

-Intervju med tilbyder

En viktig metode er å benytte KPI-er (Key Performance Indicators) til å gjøre resultatene av kompetansehevingen målbare. Dette dreier seg om å operasjonalisere den ønskede adferden hos de ansatte eller de ønskede resultatene ved hjelp av nøkkeltall som man kan spore endringer i før og etter gjennomføring av opplæringen. For eksempel kan dette være «harde» mål på ytelse for bedriften som salgstall, turnover eller tidsbruk, men det kan også være «myke» indikatorer som hvordan den ansatte henvender seg til potensielle kunder:

En bedrift så at de hang etter i den globale konkurransen. De andre var mer fremoverlente. Dette krevde en kjempestor adferdsendring blant ingeniørene. De skulle gå fra å jobbe med sine ting, til å være mer ute å se etter og sikre nye leads og oppdrag. Her måler vi hvordan de snakker med kunder i telefonen, på møter og konferanser, og ser på hvordan de får til kommunikasjonen som gjør at de kommer videre i relasjonen til å sikre en lead eller kontakt.

-Intervju med tilbyder

Spillplattformen eller læringsplattformen gjør det mulig å lage rapporter på individ- avdelings- og bedriftsnivå som kan være utgangspunkt for en individuell utviklingssamtale eller strategiutvikling på et mer overordnet nivå. Slik brukes opplæringen også til coaching av de ansatte og karriereutvikling.

5.2.2 Ombordprogrammer («Onboarding»)

Nettbasert opplæring kan også brukes for å gi nyansatte den opplæringen de trenger for å komme inn i arbeidsoppgavene de skal utføre. Ved å utvikle et opplegg som alle går igjennom ved ansettelsen, får bedriften muligheten til å sikre større systematikk i hvordan de tar imot nye ansatte. Ideen er at alle skal få den samme, kvalitetssikrede opplæringen og at man dermed sørger for at nye medarbeidere når et høyt kompetansenivå raskest mulig og utvikler en identifikasjon med sin nye arbeidsplass:

I løpet av 40 dager utviklet vi et ombordprogram der målet var at de nyansatte skulle oppleve seg verdsatt fra dag én. Helt fra starten fikk de jobbe med ekte case. Klasseromsundervisning, læring i team, selvstudier, refleksjoner, veiledning og e-læringsmoduler la grunnlaget for rask og effektiv læring. [...] Læringsinnhold ble gjort tilgjengelig via en ombord-portal, og nyansatte, ledere, veiledere og instruktører fikk ukentlig oppdateringer om hvilke læringsaktiviteter som ville komme.

-Prosjektbeskrivelse fra nettsiden til leverandør

5.2.3 Omstilling

Som nevnt tidligere dreier den nettbaserte opplæringen seg i stor grad om å endre de ansattes adferd og tenkemåte, og ordet «adferdsendring» blir hyppig nevnt gjennom intervjuene. En tilbyder er tydelig på at de prøver å tenke helhetlig om virksomheten, og at den største læringen både for dem selv og for mottakerne av opplæringstilbudet er endring i en eller annen retning, og prosessen rundt dette. For å skape engasjement rundt endringsprosessen benytter leverandøren såkalt oppmerksomhetstrening, hvor merkevarebygging rundt selve læringstiltaket står sentralt. En annen tilbyder trekker frem en stor virksomhet som ikke har fått til å skape noe særlig engasjement rundt den nettbaserte opplæringen. Oppmerksomheten rundt kursene er lav, motivasjonen og adaptasjonen er lav og de får ikke til noe konkurranse rundt det. Dette får frem viktigheten av å klare å skape engasjement rundt prosessen, i tråd med god endringsledelse. Tilbyderen forteller videre at de går i dialog med kunden med en gang de påtar seg et prosjekt. Formålet med dette er å utforske kundens læringsmål, både på ansatt- og organisasjonsnivå. Senere i prosessen blir det lagt fram en rapport, som lederen i virksomheten kan gå gjennom sammen med den enkelte ansatte. Slik kan personen veiledes til å bli bedre, i tråd med adferdsendringen.

5.2.4 Sertifisering og etterlevelse

Flere av leverandørene tilbyr kurs som er rettet mot å oppfylle lovpålagte krav eller eksternt definerte bransjestandarder – gjerne omtalt som «compliance». For mange bedrifter eller offentlige virksomheter er det viktig å kunne dokumentere at ansatte har gjennomført opplæring som kvalifiserer dem til å utføre visse arbeidsoppgaver. Dette gjelder særlig med hensyn til å ha alt i orden dersom det skulle komme et tilsynsbesøk. For noen yrkesgrupper er det også påkrevet å gjennomføre en viss mengde kurs i løpet av en nærmere definert tidsperiode. Måling av læringsutbyttet står ikke nødvendigvis alltid så sterkt i fokus, men en tilbyder fremhever at det likevel er viktig å gjøre kurset så interessant at de ansatte faktisk får lyst til å gjennomføre det. Andre tilbydere forteller også at dokumentasjon av kompetanse er en viktig del av prosessen rundt den nettbaserte opplæringen.

5.3 Tilbudenes teknologiske og pedagogiske profil

Det typiske nettbaserte opplæringstilbudet i arbeidslivet ser fortsatt ut til å være lineært og i stor grad bestå av tekst, bilde og eventuelt video, flervalgsoppgaver og varierende grad av interaktivitet. Den grunnleggende logikken i slike kurs er å gjøre klasseromsundervisning digital. Dette omtales gjerne som «e-læring» eller eventuelt «tradisjonell e-læring».

Samtidig har det kommet til noen ledende, nye aktører som beveger seg bort fra denne tankegangen, og omfavner spillteknologi, simulering, og helhetlige portaler med økt funksjonalitet. Disse formene for nettbasert opplæring er mer i tråd med det Laurillard (2002) omtaler som «interaktive opplæringsmedier», kjennetegnet av læringsformidling gjennom elementer som lyd og film. Den spillbaserte opplæringen har derimot også med seg elementer fra de «kommunikative kursene», fordi den muliggjør direkte kommunikasjon med andre. Et eksempel på dette, som en tilbyder selv trekker frem, er at deltagerne umiddelbart får tilbakemelding på hva de foretar seg i et virtuelt miljø som imiterer vanlige utfordringer de kan støte på i arbeidshverdagen. Opplæringen er innrettet for å være mest mulig motiverende for deltagerne, hvor spill-elementer som poengsystemer, tilgang til nye nivåer basert på

progresjon, rollespilldialoger og aktiv problemløsning stimulerer til repetisjoner for å oppnå mestring. Samtidig utnyttes sosiale dynamikker slik at deltagerne konkurrerer om å få best resultater. Dette skal i sin tur stimulere deltakerne til å ville trene mer. En observasjon her er at de spillinspirerte elementene ser ut til å skape høyere grad av engasjement hos kursdeltakerne. I denne sammenheng uttrykker en tilbyder at:

Opplæring og trening av ansatte i bedrifter handler om å stimulere til ønsket adferd. For å kunne påvirke endring i adferd trengs det; kunnskap, motivasjon og trening (det er faktisk alle psykologer enige i). Bruk av spill er effektivt fordi det er aktivt, stimulerer til refleksjon og driver repetisjon.

-Intervju med tilbyder

Her legger en av virksomhetene som driver med spillbasert læring til, at folk ofte blir sittende hjemme å ta kursene flere ganger, fordi de synes det er morsomt. Når det gjelder barrierer for den spillbaserte læringen går dette på folks teknologiske ferdigheter. Ikke alle forstår denne spillbruken like godt. Teknologiplattformen gjør det videre mulig å lage og rapportere på svært mange KPI'er (Key Performance Indicators). Dermed får virksomheten forståelse for kompetansenivå på enheter, avdelinger, og den enkelte ansatte noe som kan brukes aktivt i veiledning og ledelsesprosesser.

En annen trend er verktøy og løsninger der det er mulig for kundene å sette sammen egne opplæringsprogrammer. Tilbyderen leverer da et tekst-, bilde- og videoredigeringsprogram som kan integreres med et LMS eller HR-system. Dette skal gjøre det enklest mulig for virksomheten å lage egne kurs, spre disse og følge opp at de ansatte gjennomfører kurset. Kursene kan gjerne bestå av en blanding av standardmoduler som tilbyderen har laget og innhold som kunden selv produserer. Kunden kan gjerne også revidere generiske opplæringsmoduler for å tilpasse dem til sin virksomhet. Noen aktører tilbyr også skreddersydd innhold på toppen av dette. Fordelen med dette er at virksomheten kan gjøre justeringer og legge til nytt innhold ved behov, uten å måtte leie inn ekstern konsulenthjelp eller kjøpe noe fra en innholdsprodusent. Denne formen for nettbasert opplæring minner om det Laurillard (2002) omtaler som «adaptive opplæringsmedier». Dette er mindre lineære og tidsstyrte kurs, hvor brukeren selv kan prøve seg fram og utforske.

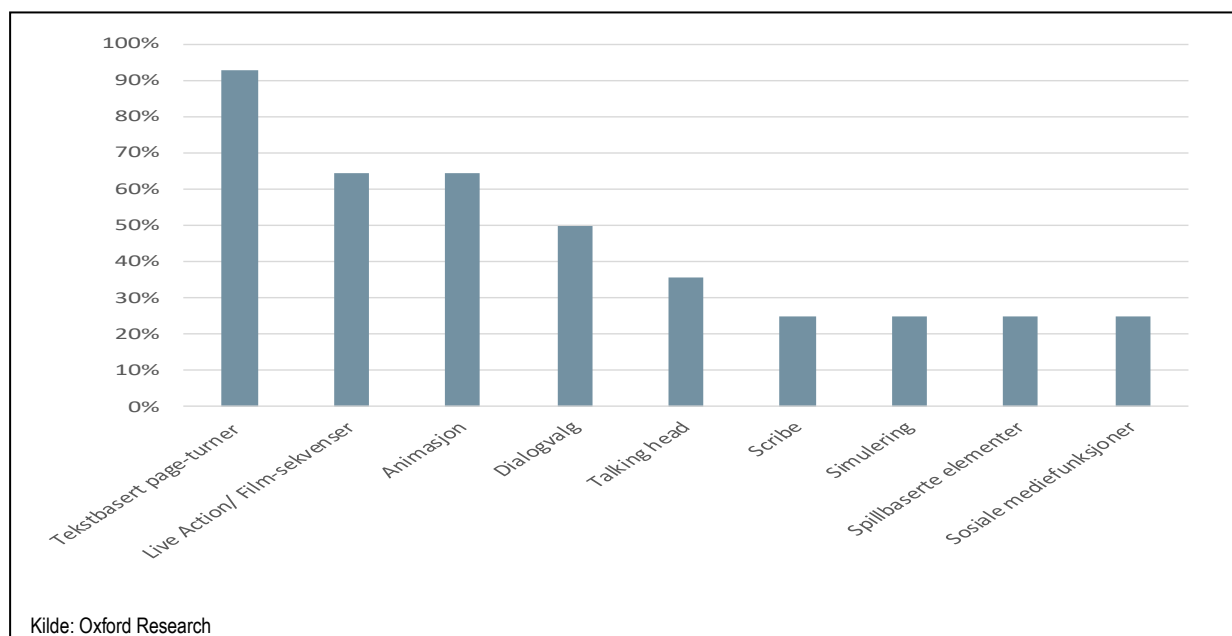
Det er flere teknologiske endringer som muliggjør denne overgangen. For det første har den generelle utviklingen i prosesseringskraft og utbyggingen av bredbånd og mobilnettet gjort det mulig å skape opplæringstilbud som inneholder større datamengder. Animasjoner, filmsekvenser og virtuelle miljøer kan dermed kjøres uten problemer på de fleste digitale plattformer. Utvikling i programvare og brukergrensesnitt som ligger til grunn for nettbaserte løsninger har også gjort det mulig å utnytte mulighetene i digitale plattformer. Følgende eksempler nevnes av aktørene i bransjen:

- Overgangen fra Flash til HTML5 muliggjør sammenkoblinger av flere multimediaelementer enn tidligere
- Den gamle e-læringsstandarden «Scorm» har vært en de facto bransjestandard i ulike versjoner fra 1999 som har tillatt ulike LMS'er og innholdselementer å kommunisere med hverandre. Denne er blitt avløst av en nyere standard «xAPI» som gjør det mulig å hente ut langt flere variabler for bruksstatistikk.

Utviklingen innen sosiale medier har også påvirket måten man organiserer nettbasert opplæring og har gitt opphav til funksjoner for virtuell kommunikasjon og deling av læringsressurser. En annen trend som gjorde seg synlig gjennom intervjuene var bruken av nanolæring. Nanolæring handler kort fortalt om «læring i små porsjoner». Tanken er at ikke kursdeltakeren skal få «overdoser av informasjon», etterfulgt av en bratt glemselskurve, men heller at innholdet porsjoneres ut over tid. Flere av tilbyderne benytter korte kursmoduler på bare noen minutters varighet. Et kurs kan totalt bestå av flere moduler, men hver modul vil bare vare i typisk 3-5 minutter.⁴ Noen av tilbyderne som benytter seg av spillbaserte elementer benytter seg av logikken i nanolæring gjennom å dele inn «spillet» i kortvarige nivåer, hvor du må ha fullført et nivå for å komme videre til den neste.

I neste figur ser vi hvilke pedagogiske og teknologiske metoder leverandørene har svart at de leverer. Som vi ser oppgir over 9 av 10 å kunne levere tekstbaserte page-turnere med interaktive oppgaver. Dette kan betraktes som den arketypiske «tradisjonelle e-læringsmetodikken». Flertallet leverer også filmsekvenser og animasjon. Omkring halvparten bruker dialogvalg som metodikk, der deltageren får muligheten til å gjøre valg i et dialog-tre. Under halvparten tilbyr «Talking head», som er en løsning der man benytter en foredragsholder som står foran en grønn skjerm og forklarer imens ulike elementer kommer til syne. Vedkommende kan enten være hyret inn som en ekspert utenfra eller for eksempel være leder for virksomheten som har bestilt kurset. Det er færre, altså én av fire, som benytter scribe, simulering, spillbaserte elementer og sosiale mediefunksjoner. Førstnevnte er en metode der man filmer en tegneprosess, hvor man gjennom en bevegelig tegneserielignende video forklarer og illustrerer noe på en konsis måte. Simulering, spillbaserte elementer og sosiale mediefunksjoner er beskrevet ovenfor.

Figur 17: Andel av tilbydere som oppgir å levere ulike teknologiske og pedagogiske virkemidler



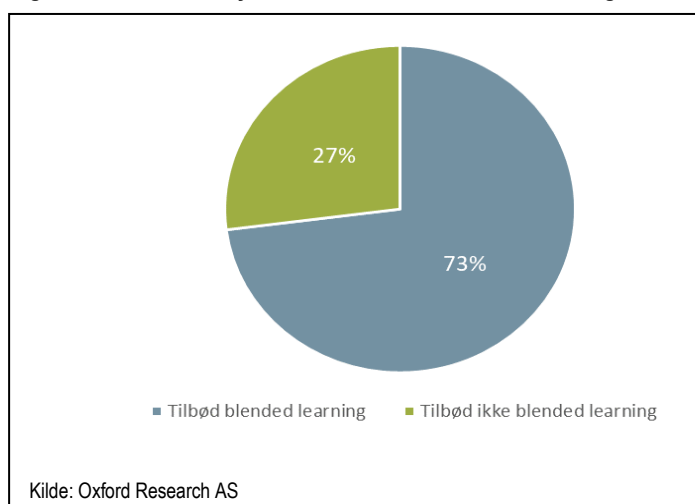
⁴ <https://www.junglemap.com/no/nanolearning>

5.4 Nettkursenes relasjon til annen opplæring

Når det gjelder nettkursenes relasjon til annen opplæring kommer det frem fra en virksomhet at nettkurs bør kombineres med arrangementer (såkalt «blended learning»). Dette fordi man gjennom en slik kombinasjon kan forvente at deltakerne kan mer på forhånd. En annen virksomhet forteller at e-læringen bare er en del av opplæringen. Det fungerer bare som et verktøy, kombinert med annen klasseromsundervisning. At ulike opplæringsformer bør kombineres vektlegges også hos en annen informant, som påpeker at hver læringsform har sine fordeler og ulemper, og at en kombinasjon vil gi det beste resultatet. At e-læringskurs bør kombineres med annen type opplæring påpekes også av Laurillard (2002), som konkluderer med at e-læring ikke fullt og helt kan erstatte den tradisjonelle klasseromsundervisningen, da et viktig kriterium ifølge henne er lærer-elev-dialogen. Av aktører som retter seg mer mot skole- og utdanningssektoren kommer det frem at e-læringsverktøy brukes i kombinasjon med andre tradisjonelle undervisningsverktøy.

Neste figur viser andelen som oppga å ha levert nettbasert opplæring i kombinasjon stedsbasert opplæring (blended learning) i 2018. Som vi ser hadde omtrent tre fjerdedeler av leverandørene slike kombinerte tilbud.

Figur 18: Andel av tilbydere som leverte «blended learning» i 2018



5.5 Læringsutbytte, kompetansebevis og sertifisering

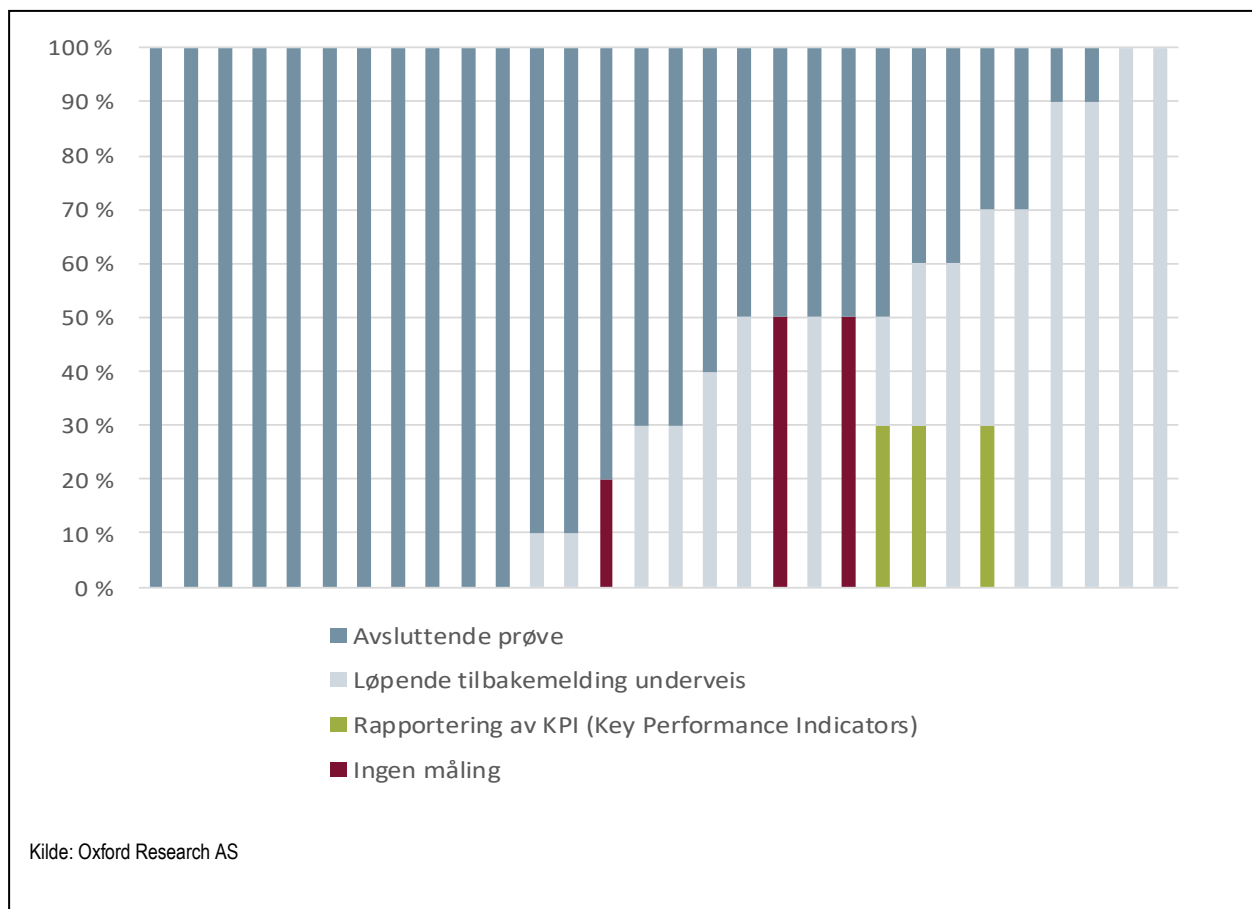
Det er ulike måter å gå fram for å måle læringsutbytte.

Det er skremmende hvor lite våre kunder ønsker evaluering. Kundene burde vært mer interessert i å evaluere. Vi har noen tester som kan teste at og om kunden forstår. Har de forandret adferd – jobber de på nye måter? For [kunde] lagde vi en måling som var veldig lærerik med spørreskjema og intervju. Jeg tror vi kommer til å gjøre det mer og mer, men det er litt nytt for oss.

-Intervju med tilbyder

Neste figur viser hvilken andel av leverandørenes kurs som måler læringsutbytte på ulike måter. Neste figur viser hvilken andel av leverandørenes kurs som måler læringsutbytte på ulike måter. Hver søyle i figuren representerer en tilbyder. Det fremkommer av figuren at tilbyderne i hovedsak benytter avsluttende prøver for å måle læringsutbytte av kursene. Noen benytter også løpende tilbakemeldinger fra kursdeltakerne underveis, i kombinasjon med avsluttende prøver. Et mindretall av leverandørene bruker rapportering av KPI (Key Performance Indicators), eller benytter ikke målinger av de nettbaserte opplæringskursene i det hele tatt.

Figur 19: Metoder for å måle læringsutbytte



Angående dokumentasjon og kompetansebevis er dette for mange av tilbyderne en standard funksjon, som er uproblematisk å tilby. På den annen side er det som regel kunden som utsteder kursbeviset, ikke leverandøren. Det kommer frem fra noen virksomheter at det lages kursbevis og sertifikater til deltakerne, i tillegg til at fremgang, antall godkjente/ikke godkjente kurs og andel gjennomførte kurs blir dokumentert. Flere av virksomhetene har krav som må dokumenteres overfor tilsynsorganer. I disse tilfellene blir det tatt ut statistikk og gjennomført evalueringer av læringsutbyttet. Det er også tilbydere som ikke utarbeider slike kursbevis, men som regel kan mottakeren selv følge med på egne resultater. I noen tilfeller kan mottaker også evaluere kurset, for eksempel gjennom å komme med forslag til forbedringer.

En krysstabellanalyse viser at det er statistisk signifikante forskjeller mellom nyere og eldre leverandører med hensyn til hvordan de måler læringsutbytte, der førstnevnte i større grad gjør dette med løpende tilbakemeldinger underveis. Resultatene er framstilt i neste tabell:

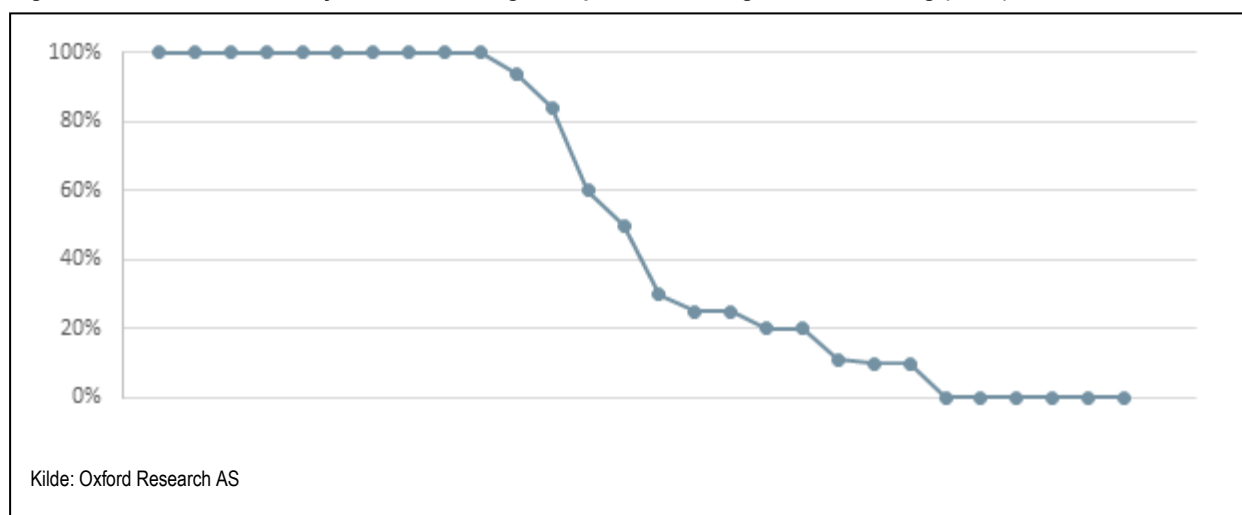
Tabell 8: Forskjell mellom nyere og eldre leverandører med hensyn til måling av læringsutbytte

Krysstabellanalyse		(N=30)	Måling av læringsutbytte		
			Avsluttende	Tilbakemelding	Blandet
Registreringsår i enhetsregistret	2010 eller senere		40,0%	60,0%	-
	Før 2010		82,6%	8,7%	8,7%
	Totalt		75,0%	17,9%	7,1%
Kjikkvadrattest	Verdi		Frihetsgrader	Signifikanstest (2-sidet)	
		7,483		2	0,024**

Det varierer hvor detaljert leverandørene og mottakerne selv overvåker og evaluerer gangen i kursene. Noen har tilgang på detaljert statistikk, som for eksempel kan fortelle hvor lang tid de ulike mottakerne har brukt på et kurs, hvilke kurs de har tatt og hvor aktive de er. En tilbyder påpeker derimot hvor skremmende lite opptatte kundene er av å evaluere læringsutbyttet av kursene. Leverandøren påpeker at muligheten for evaluering er der, men at bruken avhenger av kundens interesse for det. En virksomhet forteller at de nyansatte hos dere blir sertifisert gjennom en eksamen etter 6 uker, men at det ikke er egne sertifiseringer eller kompetansebevis i forbindelse med e-læring. En annen tilbyder forteller at en utfordring med kursene rettet mot høyere utdanning er at mange ikke fullfører. Mange av deltakerne ønsker bare å tilegne seg spesifikke ferdigheter, og tar en del av kurset uten å gjennomføre.

Figur 20 viser andelen av kursene til tilbyderne som ga kompetansebevis og/eller sertifisering. Hvert punkt representerer en tilbyder av nettbasert opplæring.

Figur 20: Andel kursene til tilbydere som i 2018 ga kompetansebevis og/eller sertifisering (N=28)



Som figuren viser, gir tilbyderne av de nettbaserte opplæringskursene kompetansebevis og/eller sertifisering, i enten stor eller liten grad. Ti av tilbyderne benytter kompetansebevis og/eller sertifisering på alle kursene sine. Seks av leverandørene benytter ingen form for kompetansebevis eller sertifisering. De resterende ligger et sted imellom, men de fleste av disse ligger under 30 prosent når det gjelder andel kurs med sertifisering og/eller kompetansebevis for de nettbaserte opplæringskursene.

En krysstabellanalyse framstilt i tabellen nedenfor viser at leverandører som har nettbasert opplæring som sin hovedvirksomhet i mindre grad utsteder kompetansebevis enn aktører som har det som bi-virksomhet. Forskjellen er statistisk signifikant på under 1 prosent-nivået.

Tabell 9: Forskjell mellom spesialiserte og ikke-spesialiserte tilbydere med hensyn til andel kurs med kompetansebevis

Krysstabellanalyse (N=30)		Andel av kurs med kompetansebevis			
		Ingen	Mindretallet	Flertallet	Alle
Nettbasert opplæring som hovedvirksomhet	Nei	26,3%	5,3%	15,8%	52,6%
	Ja	11,1%	77,8%	11,1%	-
	Totalt	21,4%	28,6%	14,3%	35,7%
Kjikkvadrattest	Verdi	Frihetsgrader	Signifikanstest (2-sidet)		
	16,729	3	0,001***		

5.6 Oppsummering

Både omfanget av nettbaserte kurs og størrelsen på disse er preget av stor variasjon. En av faktorene som skaper denne variasjonen er lengden på kursene, som kan ligge på alt fra moduler på noen minutter, til kurs som går over flere dager og uker. Dessuten er avgrensningen av hva som utgjør et «kurs» krevende for mange tilbydere, ettersom begrepet ikke er dekkende for hva de tilbyr. Når det gjelder kursdeltakelse, opererer tilbyderne gjerne med ulike tallmessige størrelser. Det viser seg at over halvparten av de nettbaserte kursene er obligatoriske å delta på. Videre viser våre data at flesteparten av kundene har valgt å benytte seg av helt eller delvis nettbaserte kurs fordi det gir de ansatte høy grad av fleksibilitet med hensyn til tid og sted. Flesteparten av de som benytter nettbaserte opplæringskurs svarte videre at de har benyttet slike kurs i 2018 for å dekke temaene HMS/Etikk og tjenesteutøvelse. Funnene fra spørreundersøkelsen rettet mot kundesiden viser at 80 prosent av virksomhetene tilbød opplæring i form av kurs, seminarer eller andre organiserte læringsprosesser til de ansatte i 2018.

Når det gjelder målene med de nettbaserte opplæringstilbudene dreier dette seg i det store og det hele om å endre adferd, videreutvikle kompetanse og øke ytelse på ansatt- avdelings- eller bedrifts/virksomhetsnivå, ofte i tråd med en strategiendring for hele organisasjonen. I andre tilfeller dreier det seg om oppfylging av lovpålagte eller bransjespesifikke krav (compliance). Tilbyderne leverer i stor grad pakkedøsninger for bedriftens kompetansestrategi, tilpasset deres behov og ønsker. Dette er gjerne en kombinasjon av digitale system for oppfølging av ansattes opplæringsaktiviteter og måling av resultater, i tillegg til spesifikk bistand rundt prosess og rammeverk av nettbaserte kurs. Imidlertid har tilbyderne ulike spesialiseringer. Noen tilbyr «Netflix-lignende» biblioteker som gir anbefalinger basert på bruk, andre leverer verktøy for å lage opplæringsprogrammer, mens enkelte leverer hyllevarekurs som er innrettet mot compliance (for eksempel legemiddelhåndtering i KS-læring og HMS-kurs i

byggebransjen). Noen har også en egen spillmotor for simulering av arbeidsrelaterte utfordringer (serious games). Over 70 prosent av tilbyderne tilbyr «blended learning». Utbredte læringsformer i denne forbindelse er webinarer, klasseromsundervisning og kurs.

Det typiske nettbaserte opplæringstilbudet i arbeidslivet ser fortsatt ut til å være lineært og i stor grad bestå av tekst, bilde og eventuelt video, flervalgsoppgaver og varierende grad av interaktivitet. Samtidig har det kommet til noen ledende, nye aktører som beveger seg bort fra denne tankegangen, og omfavner spillteknologi, simulering, og helhetlige portaler med økt funksjonalitet. En annen trend er verktøy og løsninger der det er mulig for kundene å sette sammen egne opplæringsprogrammer, i tillegg til bruken av nanolæring, som dreier seg om «læring i små porsjoner».

Kompetansebevis og sertifisering er noe som benyttes i varierende grad, og som avhenger av kundens interesse for det. Noen tilbydere lager kursbevis og sertifikater til deltakerne, i tillegg til at fremgang, antall godkjente/ikke godkjente kurs og andel gjennomførte kurs blir dokumentert. Flere av virksomhetene har krav som må dokumenteres overfor tilsynsorganer. I disse tilfellene blir det tatt ut statistikk og gjennomført evalueringer av læringsutbyttet fra kursene. Det er også tilbydere som ikke utarbeider slike kursbevis, men som regel kan mottakeren selv følge med på egne resultater. I noen tilfeller kan mottaker også evaluere kurset.

6. Hovedfunn

Dette kapitlet vil gi et bilde av kartleggingens hovedfunn, og er strukturert etter kartleggingens problemstillinger. Mesteparten av vårt datamateriale favner problemstilling 1 og 2, og for å unngå overlapp har vi valgt å ikke gi problemstilling 5 (*Er det store forskjeller på hvilke tilbud og tilbydere som benyttes i arbeidslivet mellom ulike bransjer/ sektorer/ næringer?*), 7 (*Måler tilbyderne deltakernes utbytte av opplæringstilbudet, i form av avsluttende prøve eller lignende?*), 9 (*Henvender tilbyderne seg til virksomheter og/ eller til enkeltpersoner?*) og 10 (*Er det arbeidsgiver eller -taker som melder på og betaler?*) egne underoverskrifter.

6.1 Hvilke tilbydere av ikke-formell nettopplæring i arbeidslivet finnes?

Det er store variasjoner blant de 83 identifiserte leverandørene av nettbasert opplæring, både i antall ansatte, omsetning, hva slags tilbud de leverer og hvem som er målgruppen. Antall ansatte varierer for eksempel fra et par stykker til 3000. Imidlertid har vi for lite data til å si noe særlig om systematiske forskjeller mellom de store og de små. Markedets samlede størrelse er vanskelig å anslå, men årlig omsetning hos en mediantilbyder lå på 17,9 millioner. Dessuten fant vi en liten, men stabil økning i omsetning over de siste fem årene. Det ser ut til at flestparten av tilbyderne er private aktører, lokalisert i Oslo-området, og at et flertall har nettbasert opplæring som bivirksomhet, i tråd med den utbredte bruken av «blended learning» (over 70 prosent). Dette er i tråd med funnene om at den gjennomsnittlige andelen omsetning fra nettbasert opplæring hos tilbyderne ligger på rundt 40 prosent.

Målgruppen til tilbyderne befinner seg både i offentlig og privat sektor, og alle typer bransjer. Det hender også at en og samme tilbyder leverer opplæringstilbud til begge sektorer og flere typer bransjer. Dette kan sees i sammenheng med at det er vanlig å levere et rammeverk, som leverandøren hjelper kunden å fylle med innhold. Likevel finnes det nisjer i markedet, der noen tilbydere for eksempel fokuserer på store kunder i privat sektor, og der målet er å utvikle langvarige relasjoner med disse. På tross av denne spredningen i tilbydere og tilbud, kan det se ut som at flestparten av tilbudene er rettet mot bedriftsmarkedet, mer spesifikt mot tekniske bransjer, som industri, bygg- og anlegg og transport, og til offentlig administrasjon, helse og undervisning. Det må påpekes her at de tekniske bransjene er underrepresenterte i surveyen, noe som gjør funnet mindre robust.

6.2 Hva leverer tilbyderne av tilbud?

I likhet med tilbyderne av nettbasert opplæring, varierer størrelsen og omfanget på kursene. Våre data viser at kursene kan ta alt fra ti minutter til flere hundre timer å gjennomføre, eller de kan foregå som «virtuelle skoler». Graden av deltakelse og gjennomføring er noe avhengig av motivasjonen bak kurset, for eksempel om det er lovpålagt eller ikke. Deltakelsen avhenger også av de teknologiske og pedagogiske virkemidlene som benyttes. Elementer av spill i opplæringen ser for eksempel ut til å skape større engasjement og oppslutning.

Når det gjelder målene med de nettbaserte opplæringstilbudene dreier dette seg i det store og det hele om å endre adferd, videreutvikle kompetanse og øke ytelse på ansatt- avdelings- eller bedrifts/virksomhetsnivå, ofte i tråd med en strategi- eller verdiendring for hele organisasjonen. I andre tilfeller dreier det seg om oppfylling av lovpålagte eller bransjespesifikke krav (compliance). Tilbyderne leverer

i stor grad pakkeløsninger for bedriftens kompetansestrategi, tilpasset deres behov og ønsker. Dette er gjerne en kombinasjon av digitale system for oppfølging av ansattes opplæringsaktiviteter og måling av resultater, i tillegg til spesifikk bistand rundt prosess og rammeverk av nettbaserte kurs. Imidlertid har tilbyderne ulike spesialiseringer. Noen tilbyr «Netflix-lignende» biblioteker som gir anbefalinger basert på bruk, andre leverer verktøy for å lage opplæringsprogrammer, mens enkelte leverer hyllevarekurs som er innrettet mot compliance. Noen har også en egen spillmotor for simulering av arbeidsrelaterte utfordringer. Over 70 prosent av tilbyderne tilbyr «blended learning», og flere av tilbyderne påpeker viktigheten av å kombinere den nettbaserte opplæringen med andre typer læringsformer. Utbredte læringsformer i denne forbindelse er webinarer, klasseromsundervisning og kurs.

Selv om innholdet i de nettbaserte opplæringstilbudene varierer, ser hovedformålet ut til å være det samme: Å videreutvikle kompetansen hos virksomheten og de ansatte. Det dreier seg om å forme adferd og videreutvikle kompetanse, gjerne i tråd med eventuelle strategiendringer hos virksomheten. Nettbasert opplæring blir også benyttet for å veilede og måle de ansatte, for eksempel gjennom «Key Performance Indicators» (KPI). Når det gjelder de teknologiske og pedagogiske virkemidlene for opplæringen, kan det se ut til at bransjen er inne i en brytningstid fra «e-læring» eller eventuelt «tradisjonell e-læring» til spillteknologi, simulering, og helhetlige portaler med økt funksjonalitet. Flere tilbydere har utviklet «virkelighetsnære» spill og simuleringer. En observasjon i denne forbindelse er at de spillinspirerte elementene ser ut til å skape høyere grad av engasjement hos kursdeltakerne.

En annen trend er verktøy og løsninger der det er mulig for kundene å sette sammen egne opplæringsprogrammer. Tilbyderen leverer da et tekst-, bilde- og videoredigeringsprogram som kan integreres med et LMS- eller HR-system. Dette skal gjøre det enklest mulig for virksomheten å lage egne kurs, spre disse og følge opp at de ansatte gjennomfører kurset. En gjenganger er at tilbyderne av den nettbaserte opplæringen leverer «rammeverket», og at det så er opp til kunden selv eller til såkalte «innholdseksperter» å fylle kursene med relevant innhold.

Tilbydernes bruk av dokumentasjon og kompetansebevis varierer, avhengig av kundens behov. For mange tilbydere er dette en standardfunksjon, som ikke er krevende å tilby. Flere av virksomhetene har krav som må dokumenteres overfor tilsynsorganer. I disse tilfellene blir det tatt ut statistikk og gjennomført evaluering av læringsutbyttet. Bruken avhenger av kundens behov.

6.3 Hva utløser oppstart og utvikling av tilbudene?

Våre data viser at flesteparten av virksomhetene har valgt å benytte seg av helt eller delvis av nettbaserte kurs fordi det gir de ansatte høy grad av fleksibilitet med hensyn til tid og sted og fordi det ble forventet å være mindre ressurskrevende for virksomheten enn tradisjonell undervisning. Det er også forholdsvis vanlig at de skal fungere som introduksjon til nye emner eller dokumentere at man oppfyller lovpålagte krav. Det vanligste er at kunden tar kontakt med tilbyder, men det kan like gjerne være omvendt. Dessuten vil gjerne virksomheter som har utviklet relasjoner med tilbydere henvende seg til denne leverandøren dersom de har behov for bistand og tilbyderen kan gjerne invitere sine tidligere kunder på nettverksmøter for å vise fram hva de er i stand til å levere.

6.4 Erstatte nettbasert opplæring annen type opplæring, eller kommer dette i tillegg?

Det er lite i våre data som tyder på at nettbasert opplæring fullt og helt vil erstatte annen type opplæring. Figur 18 viser at 73 prosent av tilbyderne tilbyr «blended learning», og flertallet av tilbyderne fra undersøkelsen har nettbasert opplæring som bivirksomhet. Gjennom de kvalitative intervjuene poengterer også flere at det er viktig å kombinere nettbasert opplæring med andre læringsformer, slik som webinarer, kurs og tradisjonell klasseromsundervisning.

6.5 Er statlig regelverk viktig for noen typer nettbasert opplæring?

Flere av leverandørene tilbyr kurs som er rettet mot å oppfylle lovpålagte krav eller eksternt definerte bransjestandarder – gjerne omtalt som «compliance». For mange bedrifter eller offentlige virksomheter er det viktig å kunne dokumentere at ansatte har gjennomført opplæring som kvalifiserer dem til å utføre visse arbeidsoppgaver. Eksempler er legemiddelhåndteringskurset i KS-læring eller HMS-kurs innenfor byggebransjen. Dette gjelder særlig med hensyn til å ha alt i orden dersom det skulle komme et tilsynsbesøk. For noen yrkesgrupper er det også påkrevet å gjennomføre en viss mengde kurs i løpet av en nærmere definert tidsperiode. Måling av læringsutbyttet står ikke nødvendigvis alltid så sterkt i fokus, men en tilbyder fremhever at det likevel er viktig å gjøre kurset så interessant at de ansatte faktisk får lyst til å gjennomføre det. Andre tilbydere forteller også at dokumentasjon av kompetanse er en viktig del av prosessen rundt den nettbaserte opplæringen.

6.6 Hvordan når tilbyderne ut til kundene?

Det foregår mye samarbeid og er mange kunderelasjoner blant tilbyderne av nettbasert opplæring. Det meste av salget foregår «business to business» (B2B), fremfor til enkeltpersoner. Kundene i offentlig sektor kommer med mer spesialiserte anbud, mens kundene i privat sektor ofte legger frem egne konsepter, ideer og ønsker til tilbyderne. Bruken av nettverk og kontakter er mer utbredt blant de private virksomhetene. Når det gjelder å nå de aktuelle målgruppene fremkommer det av dataene at utadrettet salgsvirksomhet er mest vanlig. Eksempler er seminarer, frokostmøter eller bruk av sosiale medier.

7. Litteratur

Borlaug, S., Børing, P., Olsen, D., Solberg, E., Tøme, C., & Waagane, E. (2015). Kartlegging av etter- og videreutdanningstilbud i Norge. Oslo: NIFU.

Hellevik, Ottar (2015). «Hva betyr respondentbortfallet i intervjuundersøkelser?». *Tidsskrift for Samfunnsforskning*. 56-2: 211-231: https://www.idunn.no/tfs/2015/02/hva_betyr_respondentbortfallet_i_intervjuundersokelser

Håland, Erna (2007). Må ha det, bare må ha det! – Om fenomenet Learning Management System (LMS). *Nordic Journal of Digital Literacy*. 5(24). 4-22. Hentet fra: https://www.idunn.no/dk/2007/01/ma_ha_det_bare_ma_ha_det_-_om_fenomenet_learning_management_system_lms

Industri Energi (2018, 9 25). Industri Energi. Hentet fra LØNNS OG ARBEIDSVILKÅR HOVEDAVTALER 2014-2017: <https://www.industrienergi.no/lonns-og-arbeidsvilkar/hovedavtaler/lonho/>

Junglemap (u.å.) *Om nanolæring*. Hentet fra: <https://www.junglemap.com/no/nanolearning>

Keute, A., & Drahus, K. (2017). Livslang Læring 2008-2017: Resultater Fra Lærevilkårsmonitoren. Oslo-Kongsvinger: SSB.

Kunnskapsdepartementet (2016). Fra utenforskap til ny sjanse – Samordnet innsats for voksnes læring. (Meld. St. 16 - 2016-2016). Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-16-20152016/id2476199/>

Laurillard, Diana (2002). *Rethinking University Teaching: A Conversational Framework for the Effective Use of Learning Technologies*. London: RoutledgeFalmer

Mørch, Anders & Solheim, Ivar (2005). *Integrert e-læring i bedriften: Pedagogikk, teknologi, organisasjon*. Oslo: Unipub forlag.

OECD (2018, 9 25). *Recognition of Non-formal and Informal Learning*. Hentet fra OECD: <http://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/recognitionofnon-formalandinformallearning-home.htm>

Store Norske Leksikon (2014, 29.09). Om nettbasert opplæring. Hentet fra: https://snl.no/nettbasert_oppl%C3%A6ring

8. Vedlegg

8.1 Samlet oversikt over identifiserte tilbydere av ikke-formell nettbasert opplæring

Tabellen nedenfor viser hovedresultatet av kartleggingen, altså de identifiserte tilbyderne av nettbasert opplæring. Vi kan ikke garantere at listen er uttømmende. Imidlertid har vi belegg for å hevde at listen inneholder de mest sentrale leverandørene av ikke-formell nettbasert opplæring. Den er forelagt flere sentrale informanter og er validert gjennom spørreundersøkelsene. Dessuten har vi systematisk gått gjennom hjemmesidene til leverandørene og undersøkt hvordan de beskriver virksomheten sin og gjennomført en ringerunde til leverandører som ikke besvarte spørreundersøkelsen.

Regnskapstall er hentet fra vår regnskaps- og foretaksinformasjonstjeneste ORIS. Kolonnen lengst til høyre, «Hovedvirksomhet», viser om tilbyderen har svart at minst halvparten omsetningen deres stammer fra nettbasert opplæring i spørreundersøkelsen rettet mot tilbydersiden. Vi har også benyttet oss av informasjon fra dybdeintervjuene og hjemmesider for å avgjøre dette i enkelte tilfeller.

Leverandør	Organisasjonsnummer	Omsetning 2017 i 1000 NOK	Antall ansatte i 2017	Verdiskaping i 2017 i 1000 NOK	Hovedvirksomhet
1. AOF Norge	971526912	103 894	142	6 387	Nei
2. Apropos-Internett AS	976692772	11 338	11	96	Ja
3. Arbeidsmiljøseneteret	971033584	24 282	8	700	Uvisst
4. Attensi AS	994202367	35 971	63	6 838	Ja
5. Bedre Beslutninger	914139228	1 652	4	528	Ja
6. Bokstaven K AS	987655208	16 601	10	2 693	Nei*
7. Bouvet Norge AS (Bouvet ASA)	996756246	1 440 942	1 269	147 267	Nei
8. Brannteknikk Gren-	984879873	4 694	5	355	Uvisst
9. CBA Academy AS	912584755	67	0	-183	Nei
10. Cleaning.no	995834537	ikke oppgitt	ikke	ikke oppgitt	Uvisst
11. Commaxx AS	964030634	235 281	14	-1 016	Nei
12. Crayon AS	991124810	1 480 131	213	84 681	Uvisst
13. Dangerous Goods	913231813	16 376	5	1 817	Nei
14. Datakortet AS	977309883	1 157	1	-68	Uvisst
15. Datapower	976785665	7 094	9	334	Uvisst
16. Didac AS	982456479	12 824	10	464	Ja

Kartlegging av ikke-formell nettbasert opplæring i arbeidslivet

17. Difi, Direktoratet for Forvaltning og IKT	991825827	0	331	0	Nei
18. Din brannvernleder	920287743	ikke oppgitt	1	ikke oppgitt	Ja
19. Dossier Solutions	981594118	32 863	29	3 840	Uvisst
20. EF Education First	919782463	21 121	84	493	Nei
21. eFaktor AS	991939490	11 270	5	2 161	Ja
22. Epix 3D Graphics	976868005	ikke oppgitt	0	ikke oppgitt	Nei
23. Esmiley	916205147	2 083	3	-1 037	Uvisst
24. EVRY kurs og sertifisering	933012867	7 363 952	3 070	39 201	Nei
25. Fagakademiet	977381347	22 518	23	-4 890	Uvisst
26. Fagbokforlaget	964234973	518 327	210	28 316	Nei
27. Folkeuniversitetet	971436891	5 367	25	-1 936	Nei
28. Gillen AS	889396032	3 999	2	-502	Uvisst
29. Glasspaper AS	999582249	94 259	0	4 659	Nei
30. Gyldendal Akade-	946163899	686 685	361	88 700	Nei
31. HMS-eksperten	999332234	58	1	-1 143	Nei
32. HMS Norge	983549330	2 844	4	43	Nei
33. HMS:Agenda	991952179	ikke oppgitt	ikke	ikke oppgitt	Nei
34. HMSdirekte	994624687	722	0	-277	Uvisst
35. Holte Academy	916658281	17 955	10	1 036	Nei
36. Hyper (HYPER INTERAKTIV AS)	982219469	78 623	55	3 170	Nei
37. Høyskolen Kristia-	954831604	505 805	1 079	11 718	Uvisst
38. Infotjenester AS	937475918	233 341	146	35 524	Uvisst
39. Instant Norge AS	981408438	46 716	16	4 735	Uvisst
40. Junglemap AS	984590423	27 817	14	8 059	Ja
41. K2 Kompetanse	920616372	0	10	0	Nei
42. Kiwa Teknologisk Insitutt	942340680	171 332	116	-274	Uvisst
43. KnowledgeGroup	979956258	12 906	15	12 706	Nei
44. Kompetansebyggeren Vestfold	994309153	0	125	0	Ja
45. Kompetansesenter og bedriftshjelp	919197587	516 247	4	18 081	Uvisst
46. KS Læring	971032146	912 459	273	-5 781	Nei
47. Lumesse Learn	881922142	48 934	-	1 774	Uvisst
48. MediaFarm AS	976964403	11 346	13	-888	Ja
49. Medlearn AS	990481652	ikke oppgitt	14	ikke oppgitt	Uvisst
50. Mintra Trainingpor-	943098557	99 941	81	21 063	Ja
51. Motimate AS	917385947	351	5	-3 361	Ja

Kartlegging av ikke-formell nettbasert opplæring i arbeidslivet

52. Munio AS	966441828	9 258	8	435	Nei
53. Norsk Helseinfor-	976516397	29 422	28	13 397	Uvisst
54. Norsk Interaktiv	987903023	8 134	6	1 026	Ja
55. Norsk Rørsenter	951425281	8 578	10	2 225	Nei
56. NTI AS	964437130	146 814	53	5 556	Nei
57. OilComp AS	984058330	18 828	6	3 789	Nei
58. Omega Holtan AS	937416407	30 671	27	3 428	Nei
59. Positive spiraler AS	999544223	3 334	1	78	Nei
60. Regnskap Norge	985196087	98 935	36	-2 601	Nei
61. Scandinavian Tech- nology Institute (Euro Business School)	976094786	50 575	43	-16 404	Nei
62. Seagull AS	991407340	115 319	ikke	63 848	Ja
63. ShowMe	817198732	241	1	-19	Uvisst
64. Skattebetalerfore- ningen	874467502	22 023	14	-358	Nei
65. Stamina	884039312	516 247	583	18 081	Nei
66. Standard.no (Stand- ard Online AS)	983615031	133 236	24	6 327	Uvisst
67. Sticos	934228391	157 995	110	31 302	Nei
68. Stiftelsen Miljøfy-	986327401	24 841	24	1 257	Uvisst
69. Storyboard AS	987825669	13 636	9	1 207	Ja
70. Styre og Ledelse AS	977384192	1 522	2	49	Nei
71. Styreskolen	920900216	ikke oppgitt	0	ikke oppgitt	Nei
72. Tekniske Forening- ers Servicekontor (Qua- lity Norway)	979913273	34 738	10	1 083	Uvisst
73. TicTacInteractive	-	ikke oppgitt	ikke	ikke oppgitt	Uvisst
74. Trainor AS	919143649	8 308	7	-339	Ja
75. Transform AS	885286542	16 841	8	1 823	Ja
76. Trygg Kurs AS	987735155	14 035	5	339	Nei
77. TS Group	988251399	193 221	186	10 869	Nei
78. Utdannet.no	999033237	0	ikke	0	Ja
79. Veritech AS	963552831	2 677	3	275	Nei
80. Vestteknikk AS	987541849	45 387	27	1 512	Nei
81. Visma Software AS	933646920	890 639	195	186 657	Nei
82. Xtramile	912608662	2 642	3	389	Ja
83. Zelo AS (Zoaring)	919670800	35	1	39	Uvisst

Kilde: Oxford Research AS – ORIS (vår regnskaps- og foretaksinformasjonstjeneste)

* Bokstaven K AS samarbeider med Transform AS (og Skuterud Kløvstad AS) i Task Alliance

8.2 Spørreskjema til kundesiden

Velkommen!

Takk for at du deltar i denne spørreundersøkelsen. Undersøkelsen gjennomføres på oppdrag fra Kompetanse Norge av Oxford Research AS.

Det vil ta mellom 5-10 minutter å svare på alle spørsmålene.

Ved å klikke på «neste», samtykker du til at vi kan bruke svarene dine i anonymisert form i sluttrappen.

Vi kommer nå til å stille deg noen spørsmål knyttet til opplæring i din virksomhet.

Tilbød din virksomhet opplæring i form av kurs, seminarer eller andre organiserte læringsprosesser til de ansatte i 2018?

- (1) Ja
- (2) Nei

Kan du oppgi hvor mange kurs eller lignende din virksomhet gjennomførte til sammen for de ansatte i 2018?

Vennligst oppgi et anslag i form av et tall (ikke et intervall).

Var noen av disse kursene (helt eller delvis) nettbaserte?*

*Dette kan for eksempel være ulike former for e-læringskurs, webinarer, én til én veiledning over videokonferanse o.l. Opplæringen kan foregå med alt fra aktiv simuleringsbasert trening med høy grad av veilederstøtte og samspill med andre, til selvstudium for den ansatte i eget tempo. Den kan også være kombinert med

tradisjonelle undervisningsmetoder (blended learning). Det avgjørende er at en vesentlig del av opplæringen foregår digitalt enten gjennom PC eller mobile enheter.

- (1) Ja
(2) Nei

Hvor mange av disse kursene var helt eller delvis nettbaserte?

*Dette kan for eksempel være ulike former for e-læringskurs, webinarer, én til én veiledning over videokonferanse o.l. Opplæringen kan foregå med alt fra aktiv simuleringsbasert trening med høy grad av veilederstøtte og samspill med andre, til selvstudium for den ansatte i eget tempo. Den kan også være kombinert med tradisjonelle undervisningsmetoder (blended learning). Det avgjørende er at en vesentlig del av opplæringen foregår digitalt enten gjennom PC eller mobile enheter.

Vennligst oppgi et anslag i form av et tall (ikke et intervall).

Har noen av de helt eller delvis nettbaserte kursene vært ikke-formelle, dvs. ga ikke uttelling i det formelle utdanningssystemet?*

*Det formelle utdanningssystemet inkluderer grunnskole, moduler, årskurs, fagbrev eller studiekompetanse på videregående skoles nivå (herunder lærlingepraksis og praksiskandidatkurs), offentlig godkjent fagskoleutdanning, utdanning som gir studiepoeng ved høyskole eller universitet og godkjent videreutdanning som gir spesialisering for profesjoner (f. eks for psykologer).

- (1) Ja
(2) Nei

Hvor mange av de helt eller delvis nettbaserte kursene var ikke-formelle, dvs. ga ikke uttelling i det formelle utdanningssystemet*?

*Det formelle utdanningssystemet inkluderer grunnskole, moduler, årskurs, fagbrev eller studiekompetanse på videregående skoles nivå (herunder lærlingepraksis og praksiskandidatkurs), offentlig godkjent fagskoleutdanning, utdanning som gir studiepoeng ved høyskole eller universitet og godkjent videreutdanning som gir spesialisering for profesjoner (f. eks for psykologer).

Har noen av de helt eller delvis nettbaserte, ikke-formelle kursene blitt utviklet i samarbeid med eksterne leverandører?

- (1) Ja
(2) Nei

Hvor mange av de helt eller delvis nettbaserte, ikke-formelle kursene ble utviklet i samarbeid med eksterne leverandører?

Hadde noen av de helt eller delvis nettbaserte, ikke-formelle kursene et omfang som til sammen tilsvarer omlag én dags varighet?

- (1) Ja
(2) Nei

Hvor mange av de helt eller delvis nettbaserte, ikke-formelle kursene foregikk i et omfang som til sammen tilsvarer omlag én dags varighet?

Vennligst oppgi et anslag i form av et tall (ikke et intervall).

Vennligst ta stilling til ulike begrunnelser for virksomhetens valg om ikke å benytte helt eller delvis nettbaserte kurs. Angi hvilke av forholdene som var avgjørende for din virksomhets beslutning om dette.

Vi har valgt å ikke benytte helt eller delvis nettbaserte kurs fordi...

- (3) ... de ble forventet å gi lavere læringsutbytte enn tradisjonell undervisning
(9) ... tilbudet i markedet var mangelfullt
(10) ... de ikke så ut til å dekke virksomhetens behov

Kartlegging av ikke-formell nettbasert opplæring i arbeidslivet

(11) ... de virket for kostnadskrevende å utvikle

(12) ...Annet _____

De følgende spørsmålene vil dreie seg om helt eller delvis nettbaserte, ikke-formelle kurs av minst én dags varighet.

Omtrent hvor mange kursdeltagere fra virksomheten var det samlet sett på disse kursene (med minst én dags varighet) i 2018?

Vennligst oppgi et anslag i form av et tall (ikke et intervall).

Hvilke tematikker har dere brukt ikke-formelle nettbaserte (med minst én dags varighet) kurs for å dekke i 2018?

(1) Arbeidsspesifikke myke ferdigheter (soft skills)

(2) HMS/Etikk

(4) Ledelsesutvikling/ledertrening

(5) Digital kompetanse

(11) Tekniske ferdigheter

(6) Tjenesteutøvelse

(7) Produktkunnskap

(8) Servicekunnskap

(9) Generell forretningsvirksomhet

(12) Økonomi og regnskap

(10) Annet _____

Vennligst ta stilling til ulike begrunnelser for valg av ikke-formelle nettbaserte kurs (med minst én dag varighet). Angi de tre viktigste forholdene for din virksomhets beslutning om bruk av slike kurs.

Vi har valgt å benytte ikke-formelle nettbaserte kurs fordi de...

(0) ... skulle gi de ansatte høy grad av fleksibilitet med hensyn til tid og sted

Kartlegging av ikke-formell nettbasert opplæring i arbeidslivet

- (1) ... ble forventet å være mindre ressurskrevende for virksomheten enn tradisjonell undervisning
- (2) ... ble forventet å gi høyere læringsutbytte enn tradisjonell undervisning
- (3) ... skulle gi høyere læringsutbytte av tradisjonell undervisning ved å kombinere disse
- (4) ... skulle gjøre det enklere å dokumentere at man oppfyller lovpålagte kompetansekrav
- (5) ... skulle fungere som introduksjon til nye emner eller arbeidsverktøy
- (6) ... skulle gjøre det enklere å holde oversikt over de ansattes opplæringsstatus
- (7) ... skulle understøtte virksomhetens digitaliseringsprosesser
- (8) Annet _____

Krever virksomheten deltakelse på kurs som den ansatte må betale selv?

- (7) Ja
- (1) Nei

Er deltagelse på de ikke-formelle, nettbaserte kursene (med minst én dags varighet) i hovedsak obligatorisk eller frivillig å delta på?

- (3) Utelukkende frivillig
- (2) I hovedsak frivillig
- (4) Begge deler er like vanlig
- (1) I hovedsak obligatorisk
- (5) Utelukkende obligatorisk
- (6) Vet ikke

Vi kommer nå til å stille deg noen spørsmål om din virksomhets bruk av eksterne leverandører, for eksempel e-læringselskaper, IT-selskaper, konsultentselskaper eller andre innholds- eller plattformleverandører.

Benytter virksomheten et LMS (Learning Management System/ Læringsportal)*?

*Et nettbasert system som brukes til å organisere, tilrettelegge og distribuere læringsinnhold og administrere

brukere, eksemplifisert ved itslearning og Fronter innenfor skoleverket.

- (1) Ja, benytter vårt eget system
- (4) Ja, har lisens på ett eller flere system
- (2) Nei
- (3) Vet ikke

Hva heter systemet/systemene dere benytter (LMS)?

Er de eksternt leverte nettbaserte, ikke-formelle kursene i hovedsak skreddersydd/tilpasset virksomhetens behov eller er de i hovedsak innkjøpte standardkurs/hyllevare?

- (2) I hovedsak hyllevare
- (3) Begge deler like vanlig
- (4) I hovedsak skreddersydd
- (6) Vet ikke

Hvem tar vanligvis initiativet når det gjelder anskaffelse av eksterne tjenester til ikke-formelle, nettbaserte kurs?

- (1) Vi kontakter som regel eksterne leverandører
- (3) Begge deler er like vanlig
- (2) Vi kontaktes som regel av eksterne leverandører
- (6) Vet ikke

Har dere en relasjon til én eller flere innholdsleverandører som dere har samarbeidet med over tid?

- (1) Ja, én leverandør

- (4) Ja, flere leverandører
- (2) Nei
- (3) Vet ikke

Har din virksomhet engasjert én eller flere av følgende leverandører i forbindelse med kjøp eller utvikling av ikke-formelle, nettbaserte kurs (innholdsproduksjon)?

- (1) Apropos-Internett AS
- (2) Attensi AS
- (29) AOF Norge
- (34) Bouvet
- (3) CyberBook
- (4) Datakortet AS
- (5) Datapower
- (6) Didac AS
- (7) Difi, Direktoratet for Forvaltning og IKT
- (8) Dossier Solutions
- (9) eFaktor AS
- (10) EF Corporate Language Training
- (33) EVERY kurs og sertifisering
- (35) Glasspaper AS
- (11) Gyldendal Akademisk
- (28) Høyskolen Kristiania Nettstudier
- (38) Infotjenester AS
- (12) Junglemap AS
- (39) KnowledgeGroup
- (13) KS Læring
- (14) Lumesse Learn
- (15) MediaFarm AS
- (16) Mintra Trainingportal
- (41) Motimate
- (17) Munio AS
- (27) NKI Nettstudier
- (36) Norsk Helseinformatikk AS

Kartlegging av ikke-formell nettbasert opplæring i arbeidslivet

- (18) Norsk Interaktiv
- (30) Regnskap Norge
- (19) Scandinavian Technology Institute (Euro Business School)
- (20) Seagull AS
- (31) Skattebetalerforeningen
- (21) Storyboard AS
- (22) Sticos
- (23) TicTacInteractive
- (37) Trainor AS
- (24) Transform
- (40) Utdannet.no
- (32) Visma Software AS
- (25) Xtramile
- (42) Zelo AS
- (26) Andre _____

Vennligst ranger hvilke kriterier som har vært viktigst for virksomhetens valg av leverandør. Flytt på boksene for å rangere.

	1	2	3	4	5	6	7	8
Pris	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>
Kompetanse knyttet audiovisuell produksjon	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>
Kompetanse knyttet til IT/programmering	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>
Pedagogisk kompetanse	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>
Kompetanse innen spesifikk fagdisiplin	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>
Støttefunksjoner og tilgjengelighet	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>
Kompetanse knyttet til manusarbeid	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>

Kartlegging av ikke-formell nettbasert opplæring i arbeidslivet

	1	2	3	4	5	6	7	8
Kompetanse innen interaksjonsdesign	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>

Kan du redegjøre kort for hvordan opplæring av ansatte gjennomføres i din virksomhet?

Hva er din stillingstittel?

Omtrent hvor mange ansatte hadde virksomheten per 31.12.2018?

Vennligst oppgi et anslag i form av et tall (ikke et intervall)

Kan du helt til sist vurdere kort hvilken betydning nettbasert opplæring vil ha for din virksomhet i årene framover?

Takk for at du deltok i undersøkelsen. Trykk på "Avslutt" for å levere besvarelsen.

8.3 Spørreundersøkelse rettet mot tilbydere av nettbasert opplæring

Velkommen!

Takk for at du deltar i denne undersøkelsen om tilbydere av nettbasert opplæring. Undersøkelsen gjennomføres av Oxford Research AS på oppdrag fra Kompetanse Norge.

Det vil ta mellom 5-10 minutter å svare på spørsmålene.

Ved å klikke på «neste», samtykker du til at vi kan bruke svarene dine i anonymisert form.

Vi vil nå stille deg noen spørsmål om virksomheten og nettbasert opplæring*.

*I undersøkelsen forstår vi nettbasert opplæring som ulike former for e-læringskurs, webinarer, én til én veiledning over videokonferanse o.l. Opplæringen kan foregå med alt fra aktiv simuleringsbasert trening med høy grad av veilederstøtte og samspill med andre, til selvstudium for den ansatte i eget tempo. Den kan også være kombinert med tradisjonelle undervisningsmetoder (blended learning). Det avgjørende er at en vesentlig del av opplæringen foregår digitalt enten gjennom PC eller mobile enheter.

Kartlegging av ikke-formell nettbasert opplæring i arbeidslivet

Leverer din virksomhet nettbasert opplæring til arbeidslivet som ikke gir studiepoeng eller annen uttelling i det formelle utdanningssystemet*?

*Herunder gjelder ikke lovpålagte bransjekrav og sertifiseringer.

- (1) Ja
(2) Nei

Hvor stor andel av virksomheten sin totale omsetning i 2018 stammer fra nettbasert opplæring? (Vennligst oppgi et anslag i prosent ved å bevege på glideren)

Har dere i løpet av 2018 levert nettbasert opplæring i kombinasjon med stedsbasert opplæring (blended learning)?

- (1) Ja
(2) Nei

Hva leverer dere av følgende tjenester? (Flere svar mulig)

- (1) Innholdsproduksjon
(2) Sanntidsundervisning
(3) Plattform / digital infrastruktur / LMS
(4) Annet (spesifiser) _____

De følgende spørsmålene omhandler hvilke bransjer dere i 2018 leverte nettbasert opplæring til og hvordan kontakt med kunder oppstår.

Hvordan fordelte kundene som etterspurte nettbasert opplæring seg i 2018 med hensyn til segmenter, målt i omsetning?

(Vennligst oppgi et anslag av total omsetning for hvert segment i prosent)

Bedriftsmarked	_____
Offentlig sektor	_____
Frivillig sektor	_____
Privatpersoner	_____

Hvilke bransjer leverte dere nettbasert opplæring til i 2018?

(Flere svar mulig)

- (1) Jordbruk, skogbruk og fiske
- (2) Bergverksdrift og utvinning
- (3) Industri
- (4) Elektrisitets-, gass-, damp- og varmtvannsforsyning
- (5) Vannforsyning, avløps- og renovasjonsvirksomhet
- (6) Bygge- og anleggsvirksomhet
- (7) Varehandel
- (8) Transport og lagring
- (9) Overnattings- og serveringsvirksomhet
- (10) Informasjon og kommunikasjon
- (11) Finansierings- og forsikringsvirksomhet
- (12) Forretningsmessig tjenesteyting
- (13) Offentlig administrasjon og forsvar, og trygdeordninger underlagt offentlig forvaltning
- (14) Undervisning
- (15) Helse- og sosialtjenester
- (16) Omsetning og drift av fast eiendom
- (17) Faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting
- (18) Kulturell virksomhet, underholdning og fritidsaktiviteter
- (20) Lønnet arbeid i private husholdninger
- (21) Internasjonale organisasjoner og organer
- (22) Annet (Vennligst utdyp) _____

Hvordan fordelte salgsaktiviteten for nettbasert opplæring seg i virksomheten i 2018? (Oppgi et anslag i prosent)

Utadrettet salgsvirksomhet _____

Anbudskonkurranser _____

Kundene oppsøker oss _____

Vi vil nå stille deg noen spørsmål om omfanget og varigheten på den nettbaserte opplæringen dere leverte i 2018.

Hvor mange ulike nettbaserte kurs leverte dere i 2018?

Vennligst oppgi et anslag i form av et tall (ikke et intervall).

Hvor lang varighet hadde det minst omfattende nettbaserte kurset deres i 2018?

Vennligst oppgi svar i antall timer (Det er mulig å bruke desimaltall).

Hvor lang varighet hadde det mest omfattende nettbaserte kurset deres i 2018?

Vennligst oppgi svar i antall timer (Det er mulig å bruke desimaltall).

Kartlegging av ikke-formell nettbasert opplæring i arbeidslivet

Hvor mange av de ulike nettbaserte kursene i 2018 hadde et omfang som tilsvarer én dags varighet eller mer?

Vennligst oppgi et anslag i form av et tall (ikke et intervall).

Hvor mange kursdeltagere var det i 2018 på de nettbaserte kursene med en varighet på en dag eller mer?

Vennligst oppgi et anslag i form av et tall (ikke et intervall).

Hvor mange kursdeltagere var det i 2018 gjennomsnittlig på de nettbaserte kursene deres?

Vennligst oppgi et anslag i form av et tall (ikke et intervall).

De følgende spørsmålene dreier seg om utvikling og tilpasning av den nettbaserte opplæringen

Hva tilbyr dere av følgende teknologiske / pedagogiske virkemidler?

(Flere svar mulig)

- (1) Tekstbasert page-turner med interaktive oppgaver
- (2) Talking head
- (3) Live Action/ Film-sekvenser
- (4) Animasjon
- (5) Scribe
- (6) Simulering
- (7) Spillbaserte elementer
- (8) Dialogvalg
- (9) Sosiale mediefunksjoner
- (10) Annet (vennligst utdyp) _____

Hvor stor andel av den nettbaserte opplæringen i 2018 har i hovedsak vært skreddersydd/tilpasset kundens behov eller i hovedsak innkjøpte standardkurs/hylleware?

(Vennligst angi en fordeling i prosent)

I hovedsak hylleware _____

I hovedsak skreddersydd _____

Hvor hyppig utvikler dere nettbasert læringsmaterieell på ulike måter?

(Angi i prosent)

Vi utvikler læringsmateriellet selv
(in-house) _____

Vi utvikler læringsmateriellet i
samarbeid med andre (bedrifter,
fagpersoner) _____

Vi utvikler læringsmateriellet i dia-
log med kunden _____

Hvilke fagområder leverte dere i 2018 nettbasert opplæring innenfor?

(Flere svar mulig)

- (2) Administrasjon og kontor
- (3) Arbeidstaker- og arbeidsgiverorganisasjoner
- (4) Arkitektur, areal og interiør
- (6) Bank, finans og forsikring
- (7) Bil- og bildelproduksjon
- (8) Bygg og anlegg
- (9) Drift og vedlikeholdstjenester
- (10) Dyr og dyrehelse
- (11) Eiendom
- (12) Elektronikk
- (13) Farmasi og legemiddel
- (14) Fiskeri og oppdrett
- (15) Forlag og trykkeri
- (16) Forskning, utdanning og vitenskap

- (17) Forsvar og militær
- (18) Generiske fagfelt (grunnleggende ferdigheter, personlige ferdigheter)
- (19) Helse og omsorg
- (20) Hotell, restaurant og kantine
- (21) HR, organisasjonsutvikling og rekruttering
- (22) Håndverkstjenester
- (23) Ideelle organisasjoner
- (24) Idrett og trening
- (25) Industri og produksjon
- (1) IT
- (27) Juridiske tjenester
- (28) Kjemisk industri
- (29) Konsulent og rådgivning
- (30) Kraft og energi
- (31) Kultur
- (32) Lager, logistikk og transport
- (33) Luftfart
- (34) Maritim og offshore
- (35) Matvareproduksjon og industri
- (36) Media og markedsføring
- (37) Metaller og mineraler
- (38) Miljøtjenester
- (39) Musikk
- (40) Offentlig administrasjon
- (41) Olje og gass
- (42) Pedagogikk og undervisning
- (43) Politi og sikkerhet
- (44) Primærnæring
- (45) Regnskap, lønn og økonomi
- (46) Reise og turisme
- (47) Renovasjon og renhold
- (48) Salg og kundebehandling
- (49) Shipping
- (50) Tekstil
- (51) Telekommunikasjon

Kartlegging av ikke-formell nettbasert opplæring i arbeidslivet

- (52) Trevareindustri
- (53) Underholdning
- (54) Varehandel
- (55) Velvære
- (56) VVS
- (57) Annet (Vennligst utdyp) _____

De følgende spørsmålene dreier seg om måling av læringsutbytte, dokumentasjon og sertifisering

Hvor stor andel av de nettbaserte kursene måler deltagerens læringsutbytte på følgende måte?

(Oppgi anslag i prosent)

Ved hjelp av avsluttende prøve _____

Ved hjelp av løpende tilbakemelding underveis _____

Ved rapportering av KPI (Key Performance Indicators) ved endt opplæring _____

Hvor stor andel av de nettbaserte kursene i 2018 ga kompetansebevis og/eller sertifisering? (I henhold til bransjestandarder etc.)

(Vennligst oppgi andel kurs i prosent ved å bevege på glideren)

Avslutningsvis stiller vi noen spørsmål knyttet til statlig regelverk.

Hvor mange nettbaserte kurs i 2018 var utformet for å etterleve krav som kunden er lovpålagt?

Kartlegging av ikke-formell nettbasert opplæring i arbeidslivet

Hvordan påvirkes din virksomhet og nettbasert opplæring av statlig regulering og regelverk? (Fritekstsvar)

Takk for at du deltok i undersøkelsen. Trykk på "Avslutt" for å levere besvarelsen.



DANMARK

Oxford Research A/S
 Falkoner Allé 20
 2000 Frederiksberg
 Danmark
 Tel: (+45) 3369 1369
 office@oxfordresearch.dk

NORGE

Oxford Research AS
 Østre Strandgate 1
 4610 Kristiansand
 Norge
 Tel: (+47) 4000 5793
 post@oxford.no

SVERIGE

Oxford Research AB
 Norrlandsgatan 11
 103 93 Stockholm
 Sverige
 Tel: (+46) 08 240 700
 office@oxfordresearch.se

FINLAND

Oxford Research Oy
 Fredrikinkatu 61a
 00100 Helsinki
 Finland
 www.oxfordresearch.fi
 office@oxfordresearch.fi

BRUXELLES

Oxford Research
 C/o ENSR
 5. Rue Archimède
 Box 4, 1000 Brussels
 www.oxfordresearch.eu
 office@oxfordresearch.eu

LATVIJA

Oxford Research SIA
 Vīlandes iela 6-1
 LV-1010, Rīga, Latvija
 Tel.: (+371) 67142503
 http://oxfordresearch.lv
 info@oxfordresearch.lv