



## BACHELOROPPGAVE:

REGIONAL REKRUTTERING – TILTAK FOR SAMARBEID OG  
NETTVERKSBYGGING MELLOM DET REGIONALE NÆRINGSLIVET  
OG HØGSKOLEN I GJØVIK

### FORFATTERE:

MARI LISE STENVIK KVISTAD

INGA KROKEN

KRISTINE NYMO

HØGSKOLEN I GJØVIK, IMT, MEDIEMANAGEMENT  
VÅRSEMESTERET 2014

Dato: 19.05.2014

## Sammendrag

<b>Tittel</b>	Regional rekruttering – tiltak for samarbeid og nettverksbygging mellom det regionale næringslivet og Høgskolen i Gjøvik
<b>Dato</b>	19.05.2014
<b>Forfattere</b>	Mari Lise Stenvik Kvistad, Inga Kroken og Kristine Nymo
<b>Veileder</b>	Høgskolelektor Terje Stafseth, Høgskolen i Gjøvik
<b>Oppdragsgiver</b>	Gjøvikregionen Næringsråd
<b>Kontaktperson</b>	Gunn Mari Rusten
<b>Nøkkelord</b>	Regional rekruttering, tiltaksplan, Gjøvikregionen næringsråd, nettverk, rekruttering, triple helix
<b>Antall sider</b>	116 + 84
<b>Antall vedlegg</b>	15
<b>Tilgjengelighet</b>	Åpen
<b>Sammendrag</b>	Det er en stadig økning i studentantallet ved Høgskolen i Gjøvik. Til tross for dette er det en veldig liten andel av disse som begynner å jobbe i Gjøvikregionen etter endt studieløp. Gjennom undersøkelser blant både studenter på Høgskolen i Gjøvik og bedrifter i regionen, i tillegg til teoretiske undersøkelser, har denne oppgaven handlet om å lage tiltak som skal være med å bedre den regionale rekrutteringen av arbeidskraft fra Høgskolen i Gjøvik. Tiltakene skal inngå i en større regional rekrutteringsplan som Gjøvikregionen næringsråd arbeider med.

## Summary

<b>Title</b>	Regional recruitment – efforts to increase cooperation and networking between the regional industry and Gjøvik University College
<b>Date</b>	19.05.2014
<b>Authors</b>	Mari Lise Stenvik Kvistad, Inga Kroken og Kristine Nymo
<b>Supervisor</b>	Assistant Professor Terje Stafseng, Gjøvik University College
<b>Employer</b>	Gjøvikregionen Næringsråd
<b>Contact</b>	Gunn Mari Rusten
<b>Keywords</b>	Regional recruitment, strategic planning, Gjøvikregionen næringsråd, networking, recruitment, triple helix
<b>Number of pages</b>	116 + 84
<b>Number of attachments</b>	15
<b>Availability</b>	Open
<b>Abstract</b>	<p>Gjøvik University College is experiencing a rise in the number of students who choose Gjøvik as their preferred place to get their education. At the same time there are a limited number of students who continues their stay in the Gjøvik region after graduation. By conducting surveys among the students at GUC and local enterprises, in addition to theoretical research, this report is designed to help the recruitment of manpower in the region from GUC. These measures will be a part of a greater regional recruitment plan, which Gjøvikregionen Næringsråd is working on.</p>


## Forord


Denne rapporten er skrevet av tre studenter ved Høgskolen i Gjøvik, som våren 2014 avslutter sin bachelorgrad i mediemanagement. Problemstillingen er utarbeidet i samarbeid med oppdragsgiver Gjøvikregionen Næringsråd, med Gunn Mari Rusten som kontaktperson. Oppgavens resultat er i form av forslag til tiltak, og vi håper dette vil ha en nytteverdi for næringsrådet. Arbeidet med denne oppgaven har vært både utfordrende, spennende, og ikke minst lærerikt. Flere personer har vært svært behjelpelige i prosessen, takk til alle!

- Terje Stafseng – veileder ved Høgskolen i Gjøvik
- Gunn Mari Rusten – kontaktperson for Gjøvikregionen Næringsråd
- Ann Helen Skaanes Johansen – korrekturleser
- Medstudenter ved Høgskolen i Gjøvik som deltok på spørreundersøkelsen
- Representanter ved EVRY, SINTEF Raufoss Manufacturing, Scootr og Raufoss Innovation and Science Centre som stilte opp til intervju

19.05.2014, Høgskolen i Gjøvik

  
Mari Lise Stenvik Kvistad

  
Inga Kroken

  
Kristine Nymo

## Innhold

Innledning .....	10
1.1 Oppdragsgiver .....	10
1.2 Problemstilling .....	11
1.3 Bakgrunn for prosjektet .....	12
1.4 Rammer og avgrensninger .....	13
1.5 Målgruppe .....	14
1.6 Oppgavens mål .....	14
1.6.1 Effektmål .....	14
1.6.2 Resultatmål .....	14
1.6.3 Læringsmål .....	15
1.7 Eget ståsted .....	15
Metode .....	17
2.1 Intensivt og ekstensivt forskningsdesign .....	17
2.2 Kvantitativ metode .....	17
2.2.1 Spørreundersøkelse som metode .....	18
2.2.2 Prekodet spørreskjema .....	18
2.2.3 Utforming av spørsmål .....	19
2.2.4 Pretest .....	19
2.2.5 Risiko/fallgruver .....	19
2.2.6 Analyse .....	20
2.2.6.1 Univariat analyse .....	20
2.2.6.2 Bivariat analyse .....	21
2.2.6.3 Multivariat analyse .....	21
2.2.6.4 Tolkning av resultatene .....	21
2.3 Kvalitativ metode .....	22
2.3.1 Tematisering .....	22
2.3.2 Planlegging .....	23
2.3.3 Intervju .....	23
2.3.4 Transkribering .....	23
2.3.5 Analyse .....	24
2.3.6 Verifisering .....	26
2.3.7 Rapportering .....	27
2.4 Litteraturstudier .....	27
2.5 Komparativ studie .....	27
Teori .....	29
3.1 Regional utvikling .....	29
3.1.1 Regional utvikling og utdanning .....	30
3.2 Triple Helix .....	31
3.2.1 Triple helix og innovasjon .....	32
3.2.2 Triple Helix og regional utvikling .....	33
3.3 Nettverk .....	34
3.3.1 Hvorfor nettverk? .....	34
3.3.2 Partielle nettverk .....	35
3.3.3 Strukturelle hull .....	35

3.4 Rekruttering .....	36
3.4.1 Rekruttering og nettverk.....	36
3.5 Kultur og kulturendringer .....	37
3.5.1 Kulturutvikling og endringer .....	38
3.6 Strategisk planlegging .....	39
3.7 Tiltaksplan .....	40
3.7.1 Tiltaksskjema.....	41
Gjennomføring.....	44
4.1 Kvantitativ metode .....	44
4.1.1 Utforming av undersøkelsen.....	44
4.1.2 Pretest.....	44
4.1.3 Risiko/fallgruver .....	45
4.1.4 Gjennomføring.....	45
4.1.5 Analyse.....	45
4.2 Kvalitativ metode .....	46
4.2.1 Tematisering .....	47
4.2.2 Planlegging.....	47
4.2.3 Intervju.....	47
4.2.4 Transkribering .....	48
4.2.5 Analyse.....	48
4.2.6 Verifisering.....	49
4.2.7 Rapportering .....	50
4.3 Skriveprosessen .....	50
4.3.1 Litteraturinnhenting.....	50
4.3.2 Korrekturlesing .....	50
4.3.3 Utforming av tiltak.....	50
Analyse.....	52
5.1 Spørreundersøkelse .....	52
5.1.1 Univariat analyse.....	53
5.1.2 Bivariat analyse .....	58
5.1.4 Multivariat analyse .....	67
5.1.3 Slutninger og tolkninger.....	70
5.2 Intervju.....	74
5.2.1. Helhetsinntrykk og sammenfatning av meningsinnhold.....	75
5.2.2. Koder, kategorier og begreper.....	75
5.2.3. Kondensering .....	75
5.2.4 Sammenfatning - Analyse og rapportering .....	77
5.2.4.1 Kommunikasjon .....	77
5.2.4.2 Regional utvikling.....	78
5.2.4.3 Kultur .....	79
5.2.4.4 Ny rekrutteringsbase.....	79
Tiltaksplan.....	83
6.1 Tiltak 1.....	83
6.2 Tiltak 2.....	86
6.3 Tiltak 3.....	90
6.4 Tiltak 4.....	93

Konklusjon .....	96
Evaluering .....	102
8.1 Vurdering av måloppnåelse .....	102
8.1.1 Effektmål .....	102
8.1.2 Resultatmål .....	103
8.2 Avvik fra forprosjektet .....	104
8.2.1 Metode .....	104
8.2.2 Oppdragsgiver .....	104
8.2.3 Milepæler .....	104
8.2.4 Beslutningspunkter .....	105
8.3 Eget arbeid .....	105
8.4 Eget læringsutbytte .....	106
8.5 Hva kunne vært gjort annerledes? .....	107
8.5.1 Kvantitativ metode .....	107
8.5.2 Kvalitativ metode .....	107
8.5.3 Komparativ studie .....	108
8.5.4 Økonomiske rammer og risiko .....	108
8.6 Tidsbruk .....	108
Videre arbeid .....	111
9.1 Alumninettverk .....	111
9.2 Forslag til oppgaver .....	111
Kilder .....	114
Vedlegg nr. 1 .....	118
Vedlegg nr. 2 .....	122
Vedlegg nr. 3 .....	125
Vedlegg nr. 4 .....	131
Vedlegg nr. 5 .....	134
Vedlegg nr. 6 .....	137
Vedlegg nr. 7 .....	145
Vedlegg nr. 8 .....	150
Vedlegg nr. 9 .....	152
Vedlegg nr. 10 .....	153
Vedlegg nr. 11 .....	155
Vedlegg nr. 12 .....	174
Vedlegg nr. 13 .....	194
Vedlegg nr. 14 .....	196
Vedlegg nr. 15 .....	198

## Figuroversikt

Figur 1: Fenomenologisk analyse.....	24
Figur 2: Triple Helix .....	32
Figur 3: Spørsmål 6 .....	53
Figur 4: Spørsmål 7 .....	54
Figur 5: Spørsmål 8 .....	54
Figur 6: Spørsmål 9 .....	55
Figur 7: Spørsmål 10 .....	55
Figur 8: Spørsmål 11 .....	56
Figur 9: Spørsmål 12 .....	57
Figur 10: Spørsmål 13 .....	57
Figur 11: Spørsmål 14 .....	58



# 1 INNLEDNING

## Innledning

I dette kapitlet introduseres bacheloroppgavens oppdragsgiver og målgruppe, i tillegg til problemstilling, mål, rammer og avgrensninger.

### 1.1 Oppdragsgiver

Gjøvikregionen Næringsråd (2014) eies av de fem kommunene som utgjør regionen; Gjøvik, Søndre Land, Nordre Land, Østre Toten og Vestre Toten. Næringsrådet har omtrent 170 medlemmer, og tilbyr bistand for både eksisterende aktører i næringslivet og gründere. Næringsrådets hovedmål er å være et organ som fremmer samarbeid mellom bedrifter i regionen, for å styrke og videreutvikle næringslivet, og løfte den frem som en vekstkraftig region. Deres arbeidsområder er:

- Rådgivning: Gratis rådgivning for både eksisterende, nyetablerte og potensielle bedrifter i regionen.
- Kompetanseheving: Næringsrådet ønsker å videreutvikle næringslivet og arbeidskraft, og jobber blant annet med å styrke bedriftene, samt å påvirke utdanningstilbud.
- Regionbygging og profilering: En av målsettingene er at Gjøvikregionen skal fremstå som en attraktiv region å bo og jobbe i. Dette innebærer å fremme kvaliteter, og gi innbyggerne en stolthetsfølelse over regionen.
- Bedriftsnettverk: Næringsrådet ønsker å knytte bånd mellom bedrifter som har et samarbeidspotensiale.
- Brobygger mellom bedrift og kommune: I enkelte tilfeller blir representanter fra kommunen invitert til å delta på møter om utvikling av næringslivet, samt på bedriftsbesøk. Det er et mål om å gjøre kommunerepresentantene mer bevisst på næringslivet, som videre kan føre til avgjørelser hvor bedrifter blir tatt hensyn til.
- Bedre rammevilkår: Næringsrådet samarbeider med mer sentrale myndigheter, for å blant annet bedre infrastrukturen i regionen. Her inngår støtte til industrien, og andre viktige faktorer som kan avgjøre om personer ønsker å bosette seg i regionen.

Kontaktpersonen i Gjøvikregionen Næringsråd for denne oppgaven har vært Gunn Mari Rusten. Hun jobber som prosjektleder, og er blant annet involvert i prosjektet Studiebyen Gjøvik.

## 1.2 Problemstilling

For 2014 har styringsgruppen i prosjektet Studiebyen Gjøvik (Regionrådet 2014) vedtatt en handlingsplan, hvor det er pekt ut sju tiltaksområder det skal jobbes med. Områdene det satses på er blant annet campusutvikling, studentrekruttering, omdømmebygging, og kobling av studenter og arbeids- og næringsliv. I denne handlingsplanen har gruppen som grunnlag for arbeidet med rapporten valgt å fokusere på punkt 6.2 «Kobling studenter og arbeids- og næringsliv». Med utgangspunkt i dette har følgende problemstilling blitt utarbeidet:

*Hvilke tiltak kan benyttes i en regional rekrutteringsstrategi for å skape tilknytning til Gjøvikregionen, og bygge nettverk mellom næringen og studentene ved avdeling IMT på Høgskolen i Gjøvik?*

For å videre utdype og støtte opp om problemstillingen ble det utformet fem forskningsspørsmål:

1. Hva er studentenes oppfatning av jobbmuligheter i regionen i dag?
2. Hvilke faktorer må ligge til rette for at studentene ønsker å ta jobb regionen etter endt studie?
3. Hvordan er rekrutteringen av studenter fra Høgskolen i Gjøvik til regionen i dag?
4. Hvordan kan næringslivet dra fordel av stadig økt antall studenter ved Høgskolen i Gjøvik?
5. Hvordan kan næringslivet og studenter stå i et faglig bytteforhold til hverandre?

Med regional rekrutteringsstrategi menes det i denne forbindelsen en langsiktig plan som næringsrådet skal jobbe med for tilrettelegge for økt rekruttering av studenter fra Høgskolen i Gjøvik, heretter kalt HiG, til næringslivet i Gjøvikregionen. Formålet med denne oppgaven

er å komme frem til en tiltaksplan som Gjøvikregionen Næringsråd kan bruke i dette arbeidet.

### 1.3 Bakgrunn for prosjektet

I følge tall fra Statistisk Sentralbyrå (2014) har Gjøvik per 01.01.2014 29 668 innbyggere. Byen er regionsenteret for Gjøvikregionen, som i tillegg til Gjøvik består av Østre og Vestre Toten, og Søndre og Nordre Land. Gjøvik kommunes (2013) visjon er at Gjøvik skal være en motor for vekst og utvikling, og ledende innen industri, handel og tjenesteyting i Innlandet. Under utviklingen av Gjøvikregionen, faller også prosjektet om Studiebyen Gjøvik. Kommunen er vertskommune for to utdanningsinstitusjoner; Høgskolen i Gjøvik og Fagskolen Innlandet. For både kommunen og regionen er studentene en viktig ressurs, ikke bare fordi de øker befolkningstallet; studentene er også representanter for kunnskap, og har etter endt utdanning mange år foran seg som yrkesaktive. De siste åtte årene har søkertallene ved HiG økt gradvis hvert år, og antall førstevalgssøkere for 2013 viste en økning på 18,04% sammenlignet med tall fra 2012. I følge Samordna Opptaks (2013) statistikk over hovedopptaket for høyere utdanning ved HiG, fikk 1253 søkere tilbud om studieplass, en økning på 23 stykker.

I rapporten for «Helhetlig studiebyutvikling i Gjøvikregionen» (Regionrådet 2014) anbefales det at et av målene for studiebyprosjektet bør være å få byen og regionen til å se nytten og mulighetene som ligger i at Gjøvik er vertskommune for disse to skolene. Det har blitt identifisert tre faser som er viktige for å utvikle Gjøvik som en studieby:

1. Rekruttere flere og bedre kvalifiserte studenter til skolene.
2. Bidra til å gi studentene følelsen av en god studietid.
3. Jobbe for å få flere av de nyutdannede studentene til å bosette seg og arbeide i Gjøvikregionen.

Nasjonalt organ for kvalitet i utdanningen (2014), NOKUT, er et uavhengig faglig organ som er underlagt Kunnskapsdepartementet. De jobber med å sikre kvaliteten i høgskole- og fagskoleutdanning, blant annet ved å ha tilsyn til kvaliteten ved norske utdanningsinstitusjoner. På NOKUTs jubileumskonferanse (2013) november 2013 var

viktigheten av samarbeidet mellom utdanning og arbeidslivet et av hovedpunktene som ble trukket frem. Direktør i NOKUT, Terje Mørland, understreket at arbeidet med å knytte tettere bånd mellom de høyere utdanningsinstitusjonene, fagskolene og næringslivet er noe som vil fortsette, og som vil få høy prioritet i årene fremover. Kunnskapsminister Torbjørn Røe Isaksen holdt her en tale hvor han uttrykte viktigheten av kompetansenivået studenter sitter igjen med etter endt utdanning (Isaksen 2013). Studenter skal ikke bare være rustet til å passe inn i arbeidslivet slik det er når de ansettes, men de skal også være kompetente til å omstille seg etter hvert som bransjene og samfunnet utvikler seg. I dette ligger det en toveis kommunikasjonsprosess mellom utdanningsinstitusjoner og næringslivet: Førstnevnte må se mer på hva samfunnet trenger, og næringslivet må engasjere seg mer i utdanning og den kompetansen studenter sitter med.

#### 1.4 Rammer og avgrensninger

Det ble tidlig avklart rammer og avgrensninger for arbeidet med denne oppgaven. På grunn av begrensninger i tidsressurser, ble det valgt å avgrense omfanget til å gjelde studenter ved avdeling for informatikk og medieteknologi, heretter kalt IMT, slik det er spesifisert i problemstillingen. Valget av begrensning til IMT ble gjort på bakgrunn av at å ta for seg hele fagspekteret ved HiG, samt relevante bedrifter, krever mer ressurser enn det som har vært tilgjengelig for denne oppgaven. Innenfor IMT er målgruppen ytterligere begrenset til 2.- og 3.-årsstudenter, samt masterstudenter med unntak av internasjonale studenter. Dette valget ble gjort på bakgrunn av at videre planer etter fullført studie kan være en mer nærliggende tanke for disse studentene enn de på sitt første studieår. Denne målgruppen har også et bedre grunnlag for å vurdere faglig samarbeid, fordi de har studert lenge nok til å ha gjort seg opp egne meninger om dette. Begrensningen førte også til en avgrensning av antall aktuelle bedrifter i regionen som kunne intervjues i forbindelse med datainnhenting. Bedriftene som ble intervjuet hadde et kriterium om å være relatert til IMT-studiene ved HiG.

Rammer for tidsfrister og de formelle kravene tilknyttet oppgaven, er fastsatt av HiG. Gruppen har internt valgt å sette opp egne tidsfrister knyttet til de ulike fasene i prosjektet, basert på de overordnede rammene fra HiG.

For utarbeidelse av tiltak, påpekte oppdragsgiver at det var vanskelig å fastsette en kostnadsrammen, fordi de vil variere i omfang og hvem det er som skal finansiere det. 50 000 kr. ble tidlig nevnt som en kostnadsramme per tiltak. Dette er noe som for én bedrift kan være mye, men ved et eventuelt samarbeid mellom flere bedrifter vil det være mer overkommelig. Dette gjelder også ved tiltak hvor det er mulig å søke om sponsede midler (personlig kommunikasjon, 11. april 2014).

## 1.5 Målgruppe

Målgruppen for denne oppgaven er Gjøvikregionen Næringsråd og prosjektgruppen for Studiebyen Gjøvik, som kan benytte tiltaksplanen i utformingen av en regional rekrutteringsstrategi. Oppgaven kan i tillegg være nyttig for næringslivet, HiG, Fagskolen Innlandet og Gjøvik kommune ved at utredningene i oppgaven kan gi nyttige innspill til bedring og videreutvikling av samarbeid.

## 1.6 Oppgavens mål

### 1.6.1 Effektmål

- I løpet av fem år skal tiltaksplanen kunne føre til en økning i antall ferdigutdannede som får jobb i Gjøvikregionen.
- Tiltaksplanen skal kunne ligge som et grunnlag for en regional rekrutteringsstrategi.
- Øke studentenes kjennskap om Gjøvikregionens næringsliv.
- Økt antall samarbeidsprosjekter mellom næringslivet i Gjøvikregionen og HiG.

### 1.6.2 Resultatmål

- Utvikle en tiltaksplan som er reell i henhold til Studiebyens Gjøviks ressurser, og som skal kunne brukes av næringsrådet i utviklingen av en større og omfattende regional rekrutteringsstrategi i Gjøvikregionen.
- Undersøke og dokumentere muligheten for å kunne måle økning i antall studenter som ansettes i Gjøvikregionen etter endt studie.

- Kartlegge interessen for rekrutteringstiltak blant studenter og det regionale næringsliv.

### 1.6.3 Læringsmål

- Planlegge og gjennomføre et prosjekt av større omfang.
- Utforme, bruke og analysere kvantitativ og kvalitativ data ved faglig og akademisk bruk.
- Forstå hvordan pensum fra ulike emner kan kobles sammen og anvendes i en felles oppgave.
- Lære konsekvensen av egne valg av metodikk og fremgangsmåte.
- Gjøre oppgaven vår relevant for Gjøvikregionen, og kunne utforme en oppgave med en praktisk rettet løsning som kan bli satt ut i live.
- Lære å begrense oss innenfor et stort og komplekst fagområde.

### 1.7 Eget ståsted

Gruppens medlemmer er studenter ved mediemanagement ved HiG. I løpet av tre år har medlemmene bygd opp kompetanse innen blant annet markedsføring, ledelse, økonomi, grunnleggende mediefag, strategi og organisasjonspsykologi. Dette er emner som har blitt tatt med videre inn i arbeidet med denne bacheloroppgaven. Det har vært fokus på å knytte analyser, koblinger og løsninger opp mot faglitteratur. Dette for å sikre at holdninger som medlemmene har ikke skulle påvirke resultatet.

# 2 METODE



## Metode

I følge Ottar Hellevik (2002, s. 12) er metode en måte å løse problemer og søke seg frem til ny kunnskap på. Alle måter for å gjøre dette på, anses som en metode. Dette kapitlet omhandler begrunnelse av metodevalg og hvordan dette benyttes i arbeidet med rapporten.

### 2.1 Intensivt og ekstensivt forskningsdesign

Valget mellom intensivt og ekstensivt forskningsdesign er avgjørende for hva slags metoder som skal benyttes ved behandling av datainnhenting. Når datainnhenting baseres på en større gruppe av respondenter, så benyttes det et ekstensivt design. Ved å gå i dybden og grundigere undersøke et fåtall respondenter innenfor et avgrenset tema så er dette et intensivt design (Busch 2013, s. 52).

Avgjørelsen for valg av forskningsdesign avhenger av hvor kompleks problemstillingen er. Denne oppgavens problemstilling er å anse som kompleks med mange bestanddeler, som fører til at det er hensiktsmessig med et intensivt forskningsdesign. Grunnen til at man velger intensivt design når problemstillingen er komplisert, er at det ikke er enkelt å se for seg et mulig svar på et tidlig tidspunkt. For å svare på en omfattende problemstilling, må man samle inn grundigere data fra en liten populasjon. For å hjelpe med å besvare den komplekse problemstillingen til denne rapporten, ble det utarbeidet forskningsspørsmål som er mer konkretisert. Dette resulterer i at problemstillingen ved hjelp av forskningsspørsmålene kan i tillegg besvares via et ekstensivt forskningsdesign, hvor det samles data fra mange kilder. Dette legger til grunn for at både intensivt og ekstensivt forskningsdesign benyttes i rapporten.

### 2.2 Kvantitativ metode

I denne rapporten har kartlegging av studenters oppfatninger og opplevelser stått i fokus, med utgangspunkt i problemstillingen og forskningsspørsmålene. Studentene ved HiG utgjør en stor respondentgruppe, og av den grunn har det blitt benyttet en kvantitativ tilnærming med et ekstensivt design for å hente inn informasjon fra denne gruppen.

### 2.2.1 Spørreundersøkelse som metode

Fordelen med å benytte seg av en kvantitativ metodetilnærming er at man kan gjennomføre spørreundersøkelser hvor resultatene kan presenteres i målbare enheter for å uttale seg om resultater (Dalland 2012, s. 112). Dette er en god metode for å samle informasjon fra en større populasjon, der standardiserte spørsmål gjør det enkelt å samle resultatene i generaliserte svar (Johannessen et al. 2011, s. 277).

### 2.2.2 Prekodet spørreskjema

Spørreundersøkelsen baseres på et prekodet spørreskjema med enkle spørsmål og svaralternativer som respondenten skal krysse av på. I formuleringen av spørsmålene brukes blant annet litteratur av Philip Kotler. I «Markedsføringsledelse» (2005, s. 109) listes det opp ulike typer spørsmål, både åpne og lukkede. For å få målbar data som kan omsettes til mengdeenhet, velges det å i hovedsak benytte vurderingsskalering og en variant av kjøpsintensjonsskalering. Vurderingsskaleringen gir ifølge Kotler respondenten muligheten til å påstå hvor viktig en faktor er for vedkommende, med en skalering fra dårlig til veldig bra. I denne konteksten brukes vurderingsskaleringen for å vurdere i hvilken grad ulike faktorer er viktige for respondenten. Skaleringen har derfor ulike betegnelser, som fra meget godt til dårlig, samt veldig stor grad til liten grad/ingenting. Det benyttes også en variant av Kotlers kjøpsintensjonsskalering, som beskriver sannsynligheten for et kjøp. I denne konteksten er skaleringen ment for å måle sannsynligheten for å søke fast jobb i Gjøvikregionen etter endt studie, med en skalering fra veldig stor sannsynlighet til ikke sannsynlig.

I denne oppgaven velges det å gjennomføre en elektronisk spørreundersøkelse, da det nøytraliserer usikkerhetsfaktoren med at respondentenes svar kan påvirkes om de utsettes for en unormal sosial situasjon. Når undersøkelsen er elektronisk, har respondenten også mulighet til å svare når de selv føler de har mulighet, og svarene vil som følge av dette bli mer naturlige (Hellevik 2002, s. 361).

For å forankre studentenes tilbakemeldinger til problemstillingen og forskningsspørsmålene, baseres spørreundersøkelsen på empiriske spørsmål. Empiri trekkes inn her, da

undersøkelsen er ment for å kartlegge respondentenes erfaringer og meninger (Dalland 2012, s. 115). Empiri baserer seg på virkeligheten, som skal ta utgangspunkt i menneskers erfaringer. Spørsmål av denne typen vil derfor la respondenten svare ut fra sin egen virkelighetsoppfatning.

### 2.2.3 Utforming av spørsmål

Selve spørreundersøkelsen formuleres med utgangspunkt i både problemstillingen og forskningsspørsmålene. Med dette utgangspunktet styrker dette begrunnelsen for at spørsmålene følger kravene som er avgjørende for at de gir riktig og god data (Dalland 2011, s. 120). Disse kravene dreier seg om at data som samles inn må være relevant for problemstillingen, samt at dataene må samles inn på en pålitelig måte. Variablene i undersøkelsen vil være en blanding av variabler på nominal- og ordinalnivå (Halvorsen 2012, s.178). Variablene på nominalnivå er spørsmål hvor svaret utelukker andre svar, slik som kjønn og alder. Ordinalnivå er hvor svaralternativene er satt opp i en bestemt rangorden. En slik rangering benyttes fordi spørreundersøkelsen skal kartlegge holdninger og meninger.

### 2.2.4 Pretest

Ved å gjennomføre pretest av en undersøkelse før den ferdigstilles og sendes ut til respondentene, kan det være mulig å utelukke feil og omformulere spørsmål som kan fremstå som tvetydige. Dette kan gjøres ved å diskutere spørsmål og emner med andre personer, eller samle en liten gruppe mennesker som ligger nært målgruppen for undersøkelsen – og få de til å gjennomføre undersøkelsen og gi eventuelle kommentarer (Johannessen et al. 2011, s. 292).

### 2.2.5 Risiko/fallgruver

En vanlig fallgrube knyttet til spørreundersøkelser, er at det innlemmes flere spørsmål i undersøkelsen enn det det er behov for når man ønsker å få svar på en problemstilling (Halvorsen 2012, s. 144). En annen fallgrube kan være at svaralternativene ikke passer respondentens svar, og at respondenten føler seg «tvunget» til å måtte velge ett av alternativene likevel. For å unngå dette ble det mulig for respondenten å svare «vet ikke»

eller «annet». Halvorsen har i «Å forske på samfunnet: En innføring i samfunnsvitenskapelig metode» (2012, s. 145) trukket frem flere punkter det er viktig å ta hensyn til når man formulerer spørsmålene, blant disse er:

- Ikke stille to spørsmål i ett.
- Ikke stille ledende spørsmål.
- Være observant på rekkefølgen av spørsmålene. Ønsker man å ha flere spørsmål, kan dette fort oppfattes som «kjedelig» for respondenten. Rekkefølgen bør derfor være logisk, og ikke virke forvirrende, samt at man også her bør tenke over hvor i undersøkelsen de sensitive spørsmålene plasseres.
- Man bør forsøke å knytte spørsmålene opp mot erfaringer eller situasjoner respondenten har vært i. I denne oppgaven brukes det erfaringer med næringslivet i Gjøvikregionen.
- Man bør også tenke på hvordan undersøkelsen utformes, slik at den blir enkel å besvare, og ikke tar for lang tid.

## 2.2.6 Analyse

Etter gjennomført spørreundersøkelse, foretas det en analyse av informasjonen som hentes inn. Siktemålet med analysen er å finne sammenhenger og mulige forklaringer på de forholdene som kommer frem av datainnhenting. En viktig del av drøftingen av datainnhenting er å gjøre denne jobben grundig, og tilrettelegge for en systematisk og kritisk refleksjon før det trekkes konklusjoner (Dalland 2012, s. 143). Dataene struktureres med utgangspunkt i tabellene til Ottar Hellevik i «Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap» (2002), hvor disse er tilpasset rapportens bruk.

### 2.2.6.1 Univariat analyse

Første delen av analysen tar for seg en enkel telling av resultatene. Dette kalles univariat analyse, og viser kun en frekvensfordeling av hvor mange ganger et svaralternativ forekommer innen et gitt spørsmål (Halvorsen 2012, s. 181). Frekvensfordelingene vises i tillegg til den fysiske tellingen frem grafisk, og er en metode for å gjøre det enklere for leseren å observere hovedtrekkene (Hellevik 2002, s. 215).

### **2.2.6.2 Bivariat analyse**

Andre delen av analyseprosessen omfatter å søke etter sammenhenger mellom variabler for å finne mulige tendenser mellom to valgte enheter i undersøkelsen, også kalt for en bivariat analyse (Hellevik 2002, s. 210). Ut fra denne analysen kommer man frem til den bivarierte frekvensen, som er selve tallet på hvor mange forekomster av den ønskede sammenhengen som finnes. De variablene som legges til grunn for sammenhengsundersøkelsen kalles for de betingede fordelingene, da frekvensen på en variabel avhenger av verdien på den første. Ved store betingede forskjeller og likheter kan det trekkes statistiske sammenhenger som legger grunnlag for videre analyse og tiltaksarbeid (Hellevik 2002, s. 212).

### **2.2.6.3 Multivariat analyse**

Til slutt foretas det en slutningsstatistikk, eller en multivariat analyse, som ser på sammenhengen mellom svarene til respondentene for å søke etter årsaksrelasjoner og trekke konklusjoner som ikke direkte kommer til uttrykk i undersøkelsen. Dette gjøres ved å se hvordan samspillet mellom tre eller flere variabler er i praksis (Hellevik 2002, s. 212). Målet med denne formen for analyse er å kunne påvise årsakssammenhenger (Halvorsen 2012, s. 198). For å kunne peke på årsaker må det i en slik analyse ses på flere forhold enn de som kommer til uttrykk i spørreundersøkelsen. Her vil det være viktig å samtidig se på hvordan den gitte variabelen kanskje påvirkes av den andre variabelen enn omvendt. En annen sammenheng mellom variabler kan være at to eller flere ikke påvirkes av hverandre, men av en tredje. Begrunnelse av årsaker kan også forankres mot teori for å styrke validiteten på de slutninger som gjøres.

### **2.2.6.4 Tolkning av resultatene**

Ved analysering og tolkning av datamateriale er det viktig å være bevisst på graden av tolkningsmangfold. I tolkningsprosessen er kritisk sans og kreativitet viktige egenskaper for å motarbeide at det trekkes lettvinne slutninger ved at første sammenfall er den riktige tolkningen av fenomenet (Hellevik 2002, s. 346). Det er avgjørende å være bevisst på at de tendensene som kommer frem fra en slik datainnhenting kan ha flere ulike forklaringer. Hvordan datamateriale tolkes og ses på har først og fremst grunnlag i hvordan det innsamles, analyseres og fremstilles (Hellevik 2002, s. 355). Videre vil oppsettet av analyse

og hvilke variabler som er valgt ut som indikatorer for et gitt spørsmål har mye å si for den endelige tolkningen. På grunn av dette vil det alltid foreligge en form for usikkerhet til de forklaringene som velges. For å kvalitetssikre den endelige forklaringen, er det avgjørende at det jobbes med å bygge tiltro rundt denne ved å blant annet knytte den opp mot teori og empirisk forskning.

## 2.3 Kvalitativ metode

For å få mer grundige tilbakemeldinger fra næringslivet fokuseres det på intervjuer av noen få utvalgte bedrifter. Av den grunn er den kvalitative tilnærmingen mest relevant (Dalland 2012, s. 113). Her er målet å kartlegge meninger og opplevelser som ikke kan festes i tall og graderinger, slik som ved bruk av en spørreundersøkelse (Dalland 2012, s. 112). Det legges til grunn for et intensivt forskningsdesign på grunn av problemstillingens og forskningsspørsmålenes kompleksitet (Busch 2013, s. 52). Dette gir en grundigere og mer dyptgående datainnhenting ved å fokusere på et fåtall respondenter. En slik datainnhenting fører til at det kan hentes ut mer komplekse sammenhenger som vil være nyttig for løsningen av problemstillingen (Busch 2013, s. 53).

Som rammeverk for intervjuprosessen har Kvale og Brinkmann sin modell i «Det kvalitative forskningsintervju» (2009, s. 118) blitt benyttet. Modellen viser sju ulike stadier, og kan beskrives som en lineær utvikling; fra formulering av formålet med undersøkelsen til rapportering av intervjuet. Dette bidrar til å sørge for at intervjuets opprinnelige mening bevares gjennom hele prosessen. Rammeverket består av følgende sju trinn: Tematisering, planlegging, intervju, transkribering, analysering, verifisering, og rapportering.

### 2.3.1 Tematisering

Til å begynne med må hensikten med undersøkelsen klargjøres, man må ha kunnskap om emnet, samt at grunnleggende spørsmål som hvem, hva og hvor må utformes. Dette må gjøres før man kan velge metode for analyse.

### 2.3.2 Planlegging

Under planlegging av prosessen, fra utforming av spørsmål, til bruk av metode, til selve intervjuarbeidet, må det tas hensyn til samtlige trinn i modellen. Det er viktig å vite hvilken informasjon det er man søker og hvilke etiske grenser som finnes.

Ved bruk av intervju som metode, skal man i tillegg utarbeide en intervjuguide (Dalen 2011, s. 26). Dette går ut på at man med utgangspunkt i den satte problemstillingen for forskningen utformer spesifikke temaer som følges opp med tilhørende spørsmål. Ved å gjøre dette sørger man for at intervjuene som gjennomføres er i tråd med målet for oppgaven, i tillegg til at det skapes legitimitet rundt intervjuene.

Informasjonen som kan hentes ut av et intervju er selve datamaterialet for forskningen, og derfor er det viktig med en god intervjuguide for å kvalitetssikre arbeidet. Omfanget av en intervjuguide baserer seg på hva slags type intervju det er som skal gjennomføres (Dalen 2011, s. 27). I denne oppgaven blir det brukt semistrukturerte intervjuer, hvor temaet er bestemt på forhånd av intervjuet for å styre utviklingen av samtalen. En slik intervjuform setter krav til en detaljert intervjuguide for å sørge for at kvaliteten og meningen med intervjuet opprettholdes. Intervjuguiden for denne oppgaven utformes etter traktprinsippet. Dette går ut på at spørsmålsstillingen starter bredt, og spisser seg mer inn etter hvert i intervjuprosessen. På denne måten sikres det en mer naturlig utvikling av samtalen.

### 2.3.3 Intervju

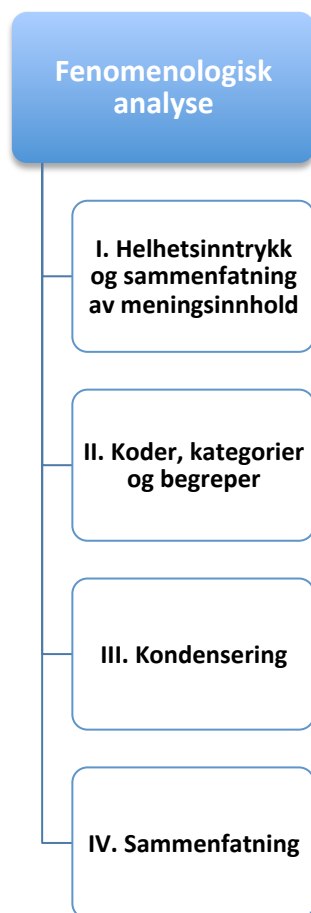
På bakgrunn av utformet intervjuguide, gjennomføres intervjuene. Her er det viktig å ta hensyn til det man ønsker å oppnå med undersøkelsen, samt de relasjonene man har til intervjuobjektene.

### 2.3.4 Transkribering

Transkribering innebærer å klargjøre intervjuet for analysering, og gjøres i form av å transkribere fra opptak til skriftlig referat. Målet med dette er å gjøre om alt intervjumaterialet til verktøy som kan benyttes for å arbeide med fortolkningen av meningene ved det som kommer frem i intervjuene (Brinkmann & Kvale 2009, s. 200).

### 2.3.5 Analyse

I analyseprosessen av intervjuene brukes det en fenomenologisk analyse, hvor det fokuseres på meningsinnhold og tolkning av det respondentene sier. Målet er å vurdere og undersøke slik at det skapes forståelse på et dypere nivå (Johannessen et al. 2011, s. 195). Den fenomenologiske analysen består av fire hovedsteg:



Figur 1: Fenomenologisk analyse

#### **I. Helhetsinntrykk og sammenfatning av meningsinnhold**

Det første steget handler om å bli kjent med dataene som er hentet inn og skape et helhetsinntrykk. Det fokuseres på viktige temaer og organiseringsmetoder som bevarer essensen i informasjonen. Utsagnene som anses som viktigst basert på et valgt rammeverk sammenfattes til et mer oversiktlig og ryddig oppsett. Hva slags data som velges til sammenfatningen vil i stor grad legge grunnlaget for den videre tolkningen og analyseringen (Johannessen et al. 2011, s. 196).



## **II. Koder, kategorier og begreper**

Det andre steget er å kode den informasjonen som foreligger etter sammenfatningen og transkriberingen. Dette dreier seg om å hente frem de meningsbærende elementene som er å finne i datamaterialet (Johannessen et al. 2011, s. 196). Dette går i praksis ut på å gjennomgå transkriberingen av materialet, og hente ut de kommentarene og setningene som blir ansett som viktige og avgjørende. Kodingen kan føre til temaer og/eller nøkkelbegreper som vil legge mye av grunnlaget for den grundigere analysen. Det er viktig å passe på at kodingen ikke stykker opp tekst og henter meninger ut av kontekst, slik at dette fremstilles feil i henhold til hva respondenten egentlig mente (Johannessen et al. 2011, s. 197).

## **III. Kondensering**

Her legges den tidligere kodingen til grunn ved at de mest meningsbærende ordene og utsagnene trekkes frem. Resultatet av dette er at de kodede setningene konsentreres og man får et redusert materiale som kan baseres på kodeord. Kondenseringen legger grunnlag for en videre sammenfatning av det som har kommet frem i intervjuene.

## **IV. Sammenfatning**

I følge Johannessen, Christoffersen og Tufte (2011, s. 200) består analysearbeid av å: «Identifisere mønster, sammenhenger og prosesser som kan fortsettes og beskrives på et høyere abstraksjonsnivå.» I denne prosessen kobles mønstrene og oppdagelsene fra undersøkelsene med relevante teorier som er med på å beskrive og underbygge det som har kommet frem og de forholdene som er kartlagt. Her går det fra en ren strukturering og kategorisering av dataene, til fortolkninger av en mer kritisk grad (Brinkmann & Kvale 2009, s. 213). På grunn av at det benyttes andre studier og teorier for å bygge opp under analyseringen, skapes det en bekreftbarhet og understreking av objektivitet i henhold til den tolkningen som er gjort (Johannessen et al. 2011, s. 249). Dette er særs viktig for å understreke at resultatene baserer seg på forskning og ikke på oppfatningen til de som har tolket.

I denne delen av fortolkningsprosessen er det viktig å passe på at det ikke gjøres et partisk subjektivt arbeid, som handler om at det kun letes etter data som støtter meningene til den

som tolker, mens alt annet blir oversett, selv om det kan være av betydning. Det innebærer at datamaterialet blir sett på fra flere sider slik at ulike oppfatninger og tolkninger blir gjort, før det blir gjort et forsøk på å sette dette sammen til et mer absolutt svar. I denne rapporten velges det å benytte analyse som bricolage (Brinkmann & Kvale 2009, s. 239). Dette går ut på at det i tolkningen blir benyttet ulike former for verktøy som er tilgjengelig, og at det ved selve tolkningsprosessen er muligheter for fri bruk av analytiske teknikker og begreper som egner seg til datamaterialet.

Oppsummert handler analyseringen om å hente ut koder fra den opprinnelige konteksten, og benytte disse for å utarbeide ny kunnskap om et tema eller en hendelse basert på forskning (Johannessen et al. 2011, s. 247). Målet er ikke bare å kartlegge hva bedriftene mener om det valgte temaet og spørsmålene fra intervjuguiden, men også å finne løsninger som kan bedre regional rekruttering fra avdeling IMT ved HiG.

Etter analysen settes alt materiale sammen og utledes slik at det danner nye begreper og beskrivelser (Johannessen et al. 2011, s. 198). Målet vil være at den endelige sammenfattelsen skal være lik det inntrykket som de opprinnelige dataene ga. Om det er ulikheter kan det blant annet tyde på feil valg av kodeord. Mønstrene som har kommet frem under analysen skal ses i sammenheng med forskning som allerede finnes i tillegg til teorier for å bygge opp under det og finne eventuelle løsninger.

### **2.3.6 Verifisering**

Ved avslutning av datainnhenting og påbegynnelse av analyse, bør dataenes reliabilitet og validitet kontrolleres. Dette dreier seg om å luke ut feildata som kan gi store utslag eller feil på det man ønsker å undersøke. Med reliabilitet menes her påliteligheten av målingene som er gjennomført. For at data skal kunne brukes til tiltenkt formål, er det viktig at reliabiliteten er på et tilfredsstillende nivå (Halvorsen 2012, s. 68). Validitet refererer til dataenes relevans for problemstillingen, altså om den gir svar på det man ønsker å undersøke (Hellevik 2002, s. 183). I dette tilfellet er det snakk om målevaliditet, som beskriver hvor godt indikatorene måler det de skal (Halvorsen 2012, s. 67).

### **2.3.7 Rapportering**

All data og informasjon sammenfattes til et lesbart produkt, som overholder vitenskapelige kriterier. Dette innebærer blant annet korrekt kildehenvisning, språk og struktur.

### **2.4 Litteraturstudier**

For å ha faglig grunnlag for konklusjoner og resultater som kommer frem i rapporten, er det avgjørende med litteraturstudie som metode. Ved å fokusere på å benytte pensum og deretter bygge videre på annen litteratur sikres det en faglig tilnærming med en fordypning for å sørge for forankring til fagområdet. Litteratur her vil være bøker, trykte og elektroniske artikler og forskning (Dalland 2012, s. 139).

### **2.5 Komparativ studie**

I komparative studier ses det på likheter og ulikheter mellom ulike fenomener (Halvorsen 2012, s. 106). Halvorsen påpeker at spesifikke komparative studier er sammenligning av undersøkelser og studier mellom ulike land. I denne oppgaven benyttes komparative studier ved å sammenligne undersøkelser gjort av Vebjørn T. Haugerud for Næringsforeningen i Trondheim (2006) og Porsgrunn kommune (2012) for å utforme de kvalitative og kvantitative undersøkelsene.

# 3 TEORI

## Teori

Teorikapitlet tar for seg litteratur som ble gjennomgått for å skape en bakgrunn og en forankring for de resultater og tolkninger som ble gjort i rapporten. Teoridelen knytter sammen regional utvikling, triple helix, innovasjon og nettverksbygging.

### 3.1 Regional utvikling

For å kunne formulere tiltak rettet mot regional rekruttering, har det i rapporten vært hensiktsmessig å se på regional utvikling, og hvordan utdanningsinstitusjoner påvirker dette.

Norge er i stor grad preget av desentralisering, og i dag finnes det utdanningsinstitusjoner i samtlige fylker, noe som har vært med på å sørge for et spredt bosetningsmønster. I Norges offentlige utredninger, nr. 3, om ny struktur i høyere utdanning formidlet av Kunnskapsdepartementet (2008) vises det til at regjeringen har fokusert på å tilrettelegge for at samtlige fylker i landet har tilbud om høyere utdanning, og at næringslivet skal ha tilgang på velutdannede fagfolk. Den regionale tilgangen på utdanningstilbud er på et tilfredsstillende nivå, samt at flere av utdanningstilbudene i de ulike regionene er forholdsvis like. Likevel har det blitt vist til at det er store forskjeller i utdanningsnivået. I Norges offentlige utredninger nr. 3, om kompetansearbeidsplasser som en drivkraft for vekst i hele landet av Kommunal- og regionaldepartementet (2011) vises det til at den laveste andelen av høyt utdannende i landet, på rundt 20%, finnes i fylkene Hedmark og Oppland. Forskjellene mellom fylkene forklares med utgangspunkt i studentenes valg av studiested; flere og flere blir fristet til å fullføre høyere utdanning i de største byene i landet. Dette medfører at enkelte regioner vil få lavere studentmasse, og at få blir igjen i regionen etter endt studie.

Flytting trekkes også frem i NOU 2011: 3; det er unge mennesker som driver flyttestrømmene fra mindre sentrale strøk, til de mer sentrale. Rapporten viser også at det er personer med høy utdanning som står for den største andelen av utflytting fra de mindre til de mer sentrale regionene. Det er ulike motiver for valg av bo- og arbeidssted, og ofte er dette nært knyttet til ulike livssituasjoner. Dette kan knyttes opp mot studenter da statistikker over flytting viser til at aldersgruppen 20-29 år er de som er mest mobile. Den

største motivasjonen rundt dette baserer seg på utdanning og første arbeidsplass. Tendensen til at unge mennesker som ønsker å ta høyere utdanning, flytter til de mer sentrale områdene, er ganske klar. I disse områdene er det større arbeidsmuligheter både under og etter studietiden, noe som fører til at unge folk i mindre grad flytter tilbake.

I Norges offentlige utredninger nr. 3, om kompetansearbeidsplasser som en drivkraft for vekst i hele landet av Kommunal- og regionaldepartementet (2011), vises det til at de som tar høyere utdanning ofte er mer villige til å flytte på grunn av tilbud om fast jobb. Dette er noe som blant annet medfører at det er en viss tilflytningsgrad til mindre steder, men at det er flere utflyttere fra disse områdene. En utfordring som det pekes på i utredningen, er det å skape bo- og arbeidsforhold som gjør det attraktivt å etablere seg i den aktuelle regionen, og som øker muligheten for at tilflytningsstatistikken over tid skal øke.

### 3.1.1 Regional utvikling og utdanning

I NOU 2008: 3 pekes det særlig på åtte ulike effekter høyere utdanningsinstitusjoner har for regionen der de er lokalisert:

1. Etterspørselseffekt: Så fremt at det er statlig eide institusjoner, vil regionen få inntekter. Ved eventuelle utbygginger eller vareforsyninger, vil det lokale næringslivet i noen grad levere – noe som igjen skaper inntekt og sysselsetting. Videre styrkes disse ringvirkningene av at studenter i regionen støtter næringslivet via kjøp av for eksempel klær og forbruksmaterialer.
2. Tilbudseffekt: Utdanningsinstitusjonens studietilbud kan bidra til at flere i regionen velger å ta høyere utdanning, samt at den regionale kompetanseutviklingen kan sørge for at flere velger å bosette seg i regionen etter fullført studieløp.
3. Magneteffekt: Utdanningsinstitusjonene kan bidra til å få fagfolk til regionen, blant annet ved at virksomheter velger å etablere/øke aktiviteten i området med tanke på rekrutteringsmuligheter.
4. Knoppskytingseffekt: Utdanningsinstitusjonene kan bidra til at nye bedrifter etableres, enten ved at ansatte fra skolene eller nyutdannede gjør det, eller at ideer som har blitt utviklet gis videre til andre.

5. Nettverkseffekt: Institusjonene fungerer som plattformer for både sosiale og faglige nettverk; mennesker møtes og knytter bånd som kan vare resten av livet, i tillegg til at regionen blir en del av et kunnskapsmiljø.
6. Kulturell miljøeffekt: Studenter og ansatte påvirker nærmiljøet, i form av endret tjenestetilbud, uteliv og aktivitetstilbud.
7. Politisk artikulasjonseffekt: Institusjonene kaster i stor grad lys på de regionene de er lokalisert i, og kan dermed påvirke prosjekter som angår næringslivet eller den regionale identiteten.
8. Imageeffekt: At en regionen er vert for høyere utdanningsinstitusjoner kan bidra til å løfte regionen som en del av et kompetansesamfunn.

Selv om disse eksemplene på effekter viser at det kan være lønnsomt for en region å være vert for utdanningsinstitusjoner – vil det likevel ikke være en garanti for at regionen utvikler seg i en positiv retning. Dette begrunnes med at ringvirkningene som følger av å ha et universitet eller en høgskole i regionen vil variere. Både med tanke på blant annet størrelse og antall studenter, hvilke tilbud som finnes, kompetanse og rykte. I tillegg spiller faktorer ved regionen inn, slik som regionens størrelse, hvor sentral beliggenheten er, og hvordan nærings- og arbeidslivet er.

### 3.2 Triple Helix

I dokumentet «Helhetlig studiebyutvikling i Gjøvik» (Regionrådet 2014) har næringsrådet formulert et formål som omfavner triple helix, som er at utdanningsinstitusjoner, kommunen, regionen og næringslivet skal samarbeide om utvikling av byen. Temaet er trukket inn i rapporten for å ta formålet videre, og utarbeide tiltak som omfavner dette.

Triple helix stammer i følge seniorforsker Morten Stene (2009) opprinnelig fra biologi, og er et begrep som i senere tid har blitt hentet inn i teorien om innovasjon-, nærings- og kompetanseutvikling, hvor det brukes som en modell for samhandling mellom ulike aktører. Aktørene som normalt inkluderes i en slik samhandling er utdannings- og forskningsinstitusjoner, næringsliv, og offentlige myndigheter. Triple helix skapes når aktørene går inn i et gjensidig forhold med hverandre, med hensikt om å forbedre

hverandres ytelse (Etzkowitz 2008, s. 8). I denne rapporten opereres det med følgende aktører: Høgskolen i Gjøvik, næringslivet og Næringsrådet/Gjøvik kommune.



Figur 2: Triple Helix

### 3.2.1 Triple helix og innovasjon

Innovasjon er en kollektiv prosess, der flere mennesker med ulike kunnskaper samles for å skape endring (Aasen & Amundsen 2011, s. 39). Her er det viktig å påpeke at en person ikke kan prestere dette alene. Denne nye ideen kan kun være en innovasjon når den tas i bruk, eller kommersialiseres. Blir ikke denne ideen tatt i bruk, vil det kun være en oppfinnelse.

Triple Helix beskriver en form for innovasjon, og kan hjelpe samtlige involverte parter i modellen med å stille samfunnsaktuelle spørsmål, som (Etzkowitz 2008):

- Hvordan forbedrer man utdanningsinstitusjonens rolle i regional økonomi og sosial utvikling?
- Hvordan kan offentlige myndigheter oppfordre statsborgere til å aktivt promotere innovasjon, og omvendt?
- Hvordan kan bedrifter samarbeide med hverandre, utdanningsinstitusjoner og staten for å bli mer innovative?

I Norges offentlige utredninger, nr. 3, om ny struktur i høyere utdanning ytret av Kunnskapsdepartementet (2008), vises det til at det i dag legges stor vekt på dette trekantsamarbeidet for å fremme kunnskapsutvikling og innovasjon. Dette har ført til en betydelig ekspansjon av forskning- og utdanningsinstitusjonenes samfunnsoppdrag. I



utredningen vises det til Universitets- og høyskoleloven §1-3e (2005), som pålegger institusjonene å bidra til innovasjon og verdiskapning, samt å styrke samarbeidet med både lokalt og regionalt næringsliv. Som vist i punkt 3.1.1 har høyere utdanningsinstitusjoner enkelte effekter for regionen. Her trekkes blant annet knoppskytingseffekten frem, hvor institusjonene kan fremme innovasjon i form av nyetableringer, samt nettverkseffekter: Utdanningsinstitusjonene kan bidra til at regionen blir en del av et kunnskapsmiljø ved å oppfordre til innovasjon.

### 3.2.2 Triple Helix og regional utvikling

I innledningsfasen vil forskning- og kunnskapsbasert utvikling typisk oppstå ved forsknings- og utdanningsinstitusjoner, som samarbeider med enten næringsliv eller myndigheter rundt et bestemt fokusområde eller tema (Etzkowitz 2008, s. 75). Når dette fokuset avtar, tas det opp nye fokusområder som sikrer et bredere fundament for regional utvikling. Et av kriteriene for at en region skal være kunnskapsbasert, er evnen til å gå fra et teknologisk tankesett til et annet uten å ha et betydelig oppholdsrom. Noe som vil si at regionen kontinuerlig jobber med utviklingsarbeid.

I praksis ser man at dette er et arbeid som det aktivt settes fokus på i Gjøvikregionen og nærliggende områder. I oktober 2013 tildelte Kommunal- og regionaldepartementet HiG, Høgskolen i Lillehammer og Høgskolen i Hedmark senteret for kommunal innovasjon. Målet med et slikt senter er å bidra til økt innovasjon og utvikling i kommunene, og være et knutepunkt som skal skape drivkraft og ønske om innovativt arbeid i regionen. I artikkelen skriver Lillemoen (2013a) at i tillegg til tildelingen av dette senteret, har HiG og Høgskolen i Lillehammer mottatt 1,5 millioner fra regjeringen som skal gå til opprettelsen og driften av et innovasjonsstudie. Dette tilrettelegger for samfunnsaktuelle studier som også kommer til god nytte for regionen. Man ser blant annet dette ved at det kan gjøres koblinger mellom næringslivet og studenter for å jobbe med innovative prosjekter og løsninger, som både er en viktig erfaring for studentene og viktig utviklingsarbeid for næringen. Arbeid som allerede er etablert innen dette området er Idélab 24 (2013b). Det er en intensiv konkurranse hvor studenter arbeider med samfunnsaktuelle temaer, og får veiledning samt oppgaven evaluert av representanter fra næringslivet i regionen.

### 3.3 Nettverk

De nettverkene som dannes mellom aktører som befinner seg i et triple helix- forhold, er gjerne knyttet sammen i et partielt nettverk. Et slikt nettverk baserer seg på at de tilhørende aktørene er knyttet sammen på grunnlag av gitte aktiviteter, kunnskaper eller interesser (Bø & Schiefloe 2007, s. 47). Her samarbeider aktørene kun innenfor bestemte temaer og aktivitetsområder. I denne rapporten er det koblingen mellom høyere utdanning og regionsutvikling som er tilfellet.

#### 3.3.1 Hvorfor nettverk?

Aktører som opptrer i et nettverk vil over tid skape relasjoner til hverandre. Dette baserer seg på at aktørene utvikler forventninger knyttet til hverandres ytelse, oppførsel og prestasjoner (Bø & Schiefloe 2007, s. 49). Slike relasjoner bygges helst på gjentatte transaksjoner og på at alle parter forventer like mye av hverandre, slik at man opplever et likevektsforhold. De forventninger aktørene har til hverandre er avgjørende for om disse velger å inngå et varig nettverksforhold. Her er bytteteorien nærliggende, da denne forteller at så fremt at kostnadene ved å inngå og opprettholde en relasjon ikke går over kostanden for nytten dette generer så bør relasjonen vedlikeholdes (Bø & Schiefloe 2007, s. 79). Ved å forholde seg til denne teorien, er aktører i stand til å gjøre begrunnede valg for etablering av sitt nettverk.

Dagens samfunn er i stadig endring, og dette legger ekstra press på bedrifter for å holde seg oppdatert og tilpasset de forutsetningene som er gitt. Å kunne jobbe og fungere i slike hurtig skiftende omgivelser er den mest brukte strategien for nettverksorganisering (Jacobsen & Thorsvik 2009, s. 206). En slik organisering legger til rette for stadig bytte av informasjon som gjør at de tilhørende aktørene har hurtig tilgang på informasjon som er relevant for deres drift og som det kan være nødvendig at de justerer seg etter. Det er stadig økt fokus på dannelsen av nettverk, noe som har sitt utspring i forandringene som organisasjonsutvikling har opplevd de siste årene. Dagens bedrifter er preget av en høy kunnskapsintensivitet, hurtig faglig utvikling og økt behov for samhandling på tvers av både fag og funksjoner (Bø & Schiefloe 2007, s. 221). For at en bedrift skal være i stand til å leve

opp til disse kravene, er de avhengig av å kunne vise fleksibilitet og evnen til å samhandle med andre.

### 3.3.2 Partielle nettverk

Å være en del av et partielt nettverk kan tilføre aktørene flere fordeler, blant annet politisk mobilisering, makt og innflytelse, beslutninger, kommunikasjon, læring, idéspredning og erfaringsutveksling (Bø & Schiefloe 2007, s. 48). Det er et strategisk godt valg å bli en del av et partielt nettverk, og det åpner mange flere dører enn om aktøren skulle operert alene. Dette ser man blant annet på samarbeidet mellom HiG og regionale aktører ved arbeidet med Idélab 24. Studentene får prøve seg på samfunnsaktuelle og viktige oppgaver som blir reelt vurdert for sin nytteverdi og gjennomføringsgrad. På denne måten får studentene en nyttig erfaring, samtidig som at de får muligheten til å etablere relasjoner med representanter fra næringen. Næringen på sin side har en gylden mulighet til å observere studenter som potensielt kan bli arbeidstakere for dem senere.

### 3.3.3 Strukturelle hull

Om nettverksstrukturer betraktes fra et helhetlig perspektiv, vil de fremstå som ulike klynger av aktører hvor noen av disse er koblet sammen med broer, mens andre står for seg selv uten noen tilkoblinger og forhold til andre aktører (Bø & Schiefloe 2007, s. 190). De rommene som eksisterer mellom aktører uten koblinger er strukturelle hull, og disse hullene kan representere muligheter for en ny relasjon for verdiskapning.

Ved å observere slike hull kan en aktør strategisk planlegge forhold som vil gi den en potensiell økonomisk og forretningsmessig vinning (Bø & Schiefloe 2007, s. 191). Derfor er noe av det viktigste med slike hull at de tilrettelegger for muligheten for entreprenørskap og innovasjon. Dette omhandler å se muligheter i tomrommet mellom noe som allerede eksisterer, og å gripe de sjanser som dette tilbyr. Når aktører har blitt en del av et omfattende nettverk som følge av fylling av strukturelle hull, gjør dette det mulig å jobbe videre med innovasjon og utvikling i og med at man da har en relasjon med ulike miljøer som bidrar med ulike syn på samme tema. En aktør kan sette seg selv i en mellomposisjon, som vil si at den drar fordel av koblingen med ulike nettverksklynger for å få gjennomført

nyskapende og innovative ideer som alle vil ha nytte av, men som de ikke kan få gjennomført på egen hånd. Det er slik en triple helix-modell fungerer i praksis: Aktører trekkes sammen med en felles idé og visjon om aktiviteter de ønsker å få realisert, men som trenger mer gjennomslagskraft ved å styrkes via et nettverk.

### 3.4 Rekruttering

Oppgavens problemstilling omhandler regional rekrutteringsstrategi. Det er derfor hensiktsmessig å se på teori om rekruttering og hvordan denne prosessen foregår.

For bedrifter blir det stadig viktigere å trekke til seg de «gode hodene», og i «Hvordan organisasjoner fungerer» av Jacobsen og Thorsvik (2009, s. 219) vises det til at kampen om arbeidskraft i stor grad handler om hvor attraktiv bedriften fremstår. Det vil si at bedrifter må gjøre en innsats for å lage en merkevare ut av navnet sitt. Jo mer ressurser som brukes på markedsføring, desto mer vil det gjenspeiles i søkerantallet. Videre har det gjennom undersøkelser blitt kartlagt faktorer som er viktige for unge mennesker som søker jobb, fire av disse er arbeidsinnhold, arbeidsmiljø, utviklingsmuligheter og lønn.

#### 3.4.1 Rekruttering og nettverk

Aktiv bruk av nettverk er en viktig kilde til ulike kanaler for rekruttering (Bø & Schiefloe 2007, s. 165). Dagens samfunn er preget av mange inntrykk og aktører og det kan være vanskelig å skape en oversikt over alle de muligheter som finnes. Ved å benytte seg av nettverk kan arbeidstakere få oversikt over de jobbene som finnes og hva som kreves til disse. For arbeidsgivere er nettverk en kilde til å søke etter kompetent arbeidskraft, og en gylden mulighet til å starte jungeltelegrafene om stillinger de ønsker å fylle. I praksis vil dette si at studenter på HiG får kjennskap til de bedriftene som finnes i regionen, og får en oversikt over muligheter for et senere arbeidsforhold. Bedriftene i regionen har på sin side tilgang på kompetent arbeidskraft, som har de evnene de søker etter.

I følge Bø og Schiefloe (2007, s. 165) har det blitt bekreftet via undersøkelser i norske bedrifter at omtrent 40% av nyansatte rekrutteres via bedriftens egne nettverk. 15% av de resterende ansettes ved at de tar direkte kontakt med bedriften. Videre hevdes det at

majoriteten av alle rekrutteringer skjer via uformelle kanaler. Formelle utlysninger har ikke en like stor grad av rekrutteringer, og brukes hovedsakelig i sammenheng med ansettelsesprosesser i offentlig forvaltning og i jobbsammenheng som krever høyere utdanning. Nettverk er hyppig brukte og viktige rekrutteringskanaler av flere grunner, og den aller viktigste forklarer Bø og Schiefloe som å være at dagens arbeidsmarked er utfordrende og vanskelig å få oversikt over. Nettverkene gjør det derfor mulig for arbeidstakere å få informasjon om aktuelle jobber, hvilke kompetansekrav det er knyttet til de, og hva de innebærer. For arbeidsgivere er det også fordeler knyttet til denne formen for nettverk; det er en billig form for utlysning, og ved enkelte tilfeller kan man «slippe» å gå igjennom en stor bunke søknader.

### 3.5 Kultur og kulturendringer

Rekruttering i bedrifter er gjerne tett knyttet til den rådende organisasjonskulturen, og for å eventuelt rekruttere fra nye baser kan det kreves en endring av kulturen. Derfor ses det på teori om dette emnet for å bevisstgjøre de omveltninger enkelte tiltak kan føre til for noen bedrifter.

I boken «Organisasjonskultur» (2011, s. 23) definerer Henning Bang at: «Organisasjonskultur er de sett av felles verdier, normer og virkelighetsoppfatninger som utvikler seg i en organisasjon når medlemmene samhandler med hverandre og omgivelsene.» Verdier i denne definisjonen representerer de elementer i en bedrift som blir ansett som vesentlige og viktige. Normene sier noe om hvordan det forventes at medlemmer oppfører seg, mens virkelighetsoppfatningene forteller om hvordan verden skal anses. Det denne definisjonen videre også forteller er at kultur er noe som oppstår ved interaksjon mellom flere mennesker, og at det er bortimot umulig at kultur ikke utvikler seg når en gruppe med mennesker samhandler over tid. Å studere kulturen er selve nøkkelen for å kunne skape en forståelse for menneskers oppførsel.

Organisasjonskultur er delt opp i kulturinnhold og kulturuttrykk (Bang 2011, s. 45). Innholdet er de verdiene og oppfattelsene som hvert medlem av kulturen har, og som kan være vanskelig å identifisere eller konkretisere. Kulturuttrykk er synlige artefakter, og andre

manifestasjoner av kulturen i bedriften. Et praktisk eksempel på dette kan være hvordan rekrutteringsprosessene i en bedrift er. Hvordan denne jobben gjøres, hvilke kilder bedriften henvender seg til, og hva slags type mennesker som får jobb er et kraftig kulturuttrykk. Dette er selve kulturen i praksis, og har stor innvirkning på innholdet. Om en bedrift i hovedsak baserer sin rekruttering ut fra samme base med mennesker er det fordi at kulturen i bedriften har medført at medlemmene har fått en virkelighetsoppfatning om at det er denne basen som gir de beste ansatte (Bang 2011, s. 52).

### 3.5.1 Kulturutvikling og endringer

Endring i organisasjoner, både store og små, skjer kontinuerlig innenfor alle bransjer (Jacobsen 2012, s. 22). Samfunnet gjennomgår hyppige endringer som fører til stadig nye rammevilkår og utgangspunkt for bedriftene, som i mange tilfeller krever at de må kunne forholde seg til gode og strukturerte endringer skal de være i stand til å overleve på sikt. Skal en endring være mulig å gjennomføre, må det først og fremst finnes nok stabilitet i en organisasjon til at det er mulig å måle en gitt faktor på to ulike tidspunkter for å se om det har forekommet en endring. En endring anses ikke som gjennomført før den har ført til en ny stabil tilstand for bedriften (Jacobsen 2012, s. 25).

En organisasjon består av mange ulike former for elementer som i større eller mindre grad henger sammen og påvirker hverandre. En endring i et element vil derfor kunne få større ringvirkninger og følger enn endringer av samme omfang i et annet element (Jacobsen 2012, s. 75). Samlet utgjør alle elementene i en organisasjon en organisatorisk arketype, som er dette settet av verdier og antakelser som kommer til uttrykk og som utgjør hvordan organisasjonen fungerer (Jacobsen 2012, s. 76). En vellykket endring vil skape kjedereaksjoner i alle disse elementene og være med å skape en ny organisatorisk arketype. Her er endring av kultur mer relevant, og dette er en form for endring som krever at organisasjonsmedlemmene gjennomgår en læringsprosess for å selv oppleve at en ny måte er bedre enn den gamle (Jacobsen 2012, s. 84). Jo mer personene må gå bort fra en eksisterende oppfatning til fordel for en annen, jo mer radikal anses endringen å være.

### 3.6 Strategisk planlegging

Oppgaven skal resultere i tiltak for regional rekruttering, og det er derfor relevant å inkludere teori om strategisk planlegging.

Finn Mikaelsen har i «Målstyring og strategisk planlegging: En veiledning for offentlig sektor» (1997, s. 39) tatt for seg en generell planleggingsmodell for offentlig virksomhet. Denne oppgaven tar ikke for seg bare én virksomhet, men innbefatter utvikling av tiltak for bedrifter/organisasjoner i både privat og offentlig sektor. Strukturen i Mikaelsens plan viser seks forskjellige faser, hvor de fire første beskrives som en planleggingssyklus, mens de to siste inngår i en ny syklus hvor de fire første fasene går igjennom på nytt (1997, s. 41). De seks hovedfasene er:

**Fase 1. Kartlegging og analyse:** I denne fasen legges grunnlaget for resten av planleggingssyklusen, hvor man går til verks og skaffer oversikt over virksomheten. Dette innebærer å se på hva som produseres av produkter og tjenester, hvilke ressurser som brukes, og hvem brukerne av tjenestene eller produktene er. Deretter analyseres interne og eksterne forhold.

**Fase 2. Målstruktur:** Mikaelsen definerer målstruktur som den samlingen av mål som virksomheten innretter sine aktiviteter etter. Dette inkluderer virksomhetens idé, overordnede mål, hovedmål og resultatmål.

**Fase 3. Virkemidler:** Videre beskriver Mikaelsen virkemidler som faktorer som skal hjelpe virksomheten med å oppnå de resultatene som beskrives i fase 2. Denne strukturen skal være en veileder for hvordan virksomheten skal takle utfordringene og endringsbehovene som kan forekomme, for å nå målene. Disse virkemidlene er delt opp i tre underkategorier: Strategier, strategiske tiltak og aktiviteter. Det er denne fasen denne rapporten dreier seg om, da spesielt strategiske tiltak. Dette utdypes mer i punkt 3.7.

**Fase 4. Budsjett og ressursfordeling:** Virksomhetens budsjetter påvirkes av de andre fasene, som for eksempel valg av satsningsområder eller innføring av strategiske tiltak.

**Fase 5. Resultatmåling og oppfølgingssystem:** For at det skal være mulig for virksomheten å foreta målinger av resultater, og følge opp aktiviteter både underveis og etterpå, må det utarbeides et system for dette i forkant.

**Fase 6. Rullering av planen:** Avhengig av hvilke marked virksomheten er en del av, vil det i ulik grad oppstå endringer i omgivelsene. Ved å gjøre en rullering av planen med jevne mellomrom, som for eksempel hvert år, vil virksomheten kunne tilpasse seg endringene.

### 3.7 Tiltaksplan

Siden målet med oppgaven er å utforme en tiltaksplan er det fokusert på teori om dette for å sikre at det skal være realistisk for næringsrådet å gjennomføre forslagene. Mikaelen (1997, s. 87) har definert et strategisk tiltak, heretter kalt tiltak, som «en konkret beskrivelse av hvilke delaktiviteter som må settes i gang for å gjennomføre en strategi.» Dette vil da si at flere tiltak kan utgjøre én strategi. I motsetning til en strategi, har et tiltak avgrensninger med tanke på omfang og tidsbruk. Tiltaket må være konkretisert i den grad at ansvaret for gjennomføring kan delegeres til andre, uten at det går utover kvaliteten og resultatet.

For en virksomhet er strategier det som skal sikre at den svarer på utfordringer internt og eksternt, og at den når sine mål (Mikalsen 1997, s. 76). Dette er faktorer som angår en hel virksomhet eller flere avdelinger. Mikaelen beskriver videre at når man beveger seg ned på virksomhetsområdenivå, byttes betegnelsen strategi ut med tiltak og arbeidsmål. Dette er fordi at tiltakene ikke har like stort omfang som strategier, men er på den andre siden mer detaljorientert. Videre vil dette si at tiltak er å anse som praktiske virkemidler for å kunne oppnå de målene hvert virksomhetsområde har fastsatt.

Når strategifasen er over, er det mange som avslutter den strategiske planleggingsprosessen. Dette er et valg som ikke nødvendigvis får noen negative konsekvenser så lenge strategifasen blir oppfulgt av en annen fase. På den andre siden, så kan det fort skje at det blir tatt for gitt at strategiene følges opp av andre personer, eller at videre nedbryting av strategier til tiltak blir overlatt til personer som ikke har like mye kjennskap til strategiene som andre. Dette kan medføre at strategiene ikke følges opp, og at



arbeidet stopper (Mikalsen 1997, s. 86). For å unngå akkurat dette, følges strategifasen opp av en tiltaksfase, hvor strategiene konkretiseres. Dette gjøres for at det skal være forståelig hva som menes med strategiene, og for at de som har utarbeidet dem skal ha muligheten til å videreføre eller delegere ansvaret.

### 3.7.1 Tiltaksskjema

For hvert tiltak som utvikles kan det være hensiktsmessig å utarbeide og fylle ut et tiltaksskjema. Mikalsen (1997, s. 87) hevder at bruk av tiltaksskjema har vist seg å øke sannsynligheten for at tiltaket gjennomføres. Dette er fordi at i tilfeller hvor ansvaret for gjennomføringen delegeres til andre, så vil skjemaet hjelpe med å forstå hva som ligger i tiltaket, og hva som kreves for å gjennomføre.

Ved utarbeidelse av tiltakene, har gruppen valgt å ta utgangspunkt i Mikalsens eksempel på tiltaksskjema (1997, s. 88). Enkelte punkter i skjemaet er endret, slik at det er best mulig tilpasset denne rapporten. Skjemaet består av følgende punkter:

- **Ansvarlig:** Hvem som har ansvaret for at tiltaket blir gjennomført. Dette kan for eksempel være én eller flere personer, en avdeling eller en prosjektgruppe.
- **Navn på tiltak:** Utfyllende tekst for tiltaket.
- **Tiltaksbeskrivelse:** Beskrivelsen skal inneholde all nødvendig informasjon som muliggjør realisering av tiltaket. Dette punktet tar for seg hvordan tiltaket vil gjennomføres, hva som ligger til grunn for å sette i gang og hvem det er som ønsker et slikt tiltak gjennomført. Deretter forklares ønsket og forventet resultat, og hvordan resultatet kan påvirke situasjoner og målgruppe. I enkelte tilfeller vil det være naturlig å dele tiltak opp i flere faser, og det bør derfor beskrives. Fasene kan deles opp slik at de er tilknyttet for eksempel en milepæl som avslutning for hver fase.
- **Gjennomføring:** Avhengig av hvem som er ansvarlig for gjennomføringen, kan arbeidet med tiltaket fort bli nedprioritert til fordel for fast jobb. Av den grunn kan man ved å sette opp en oversiktlig tidsplan for tiltaket sørge for at det jobbes kontinuerlig med gjennomføringen og opp i mot tidsfrister. Før man setter i gang med gjennomføringen av tiltaket, er det en vesentlig fordel å ha en oversikt over

hvilke ressurser man har til rådighet, samt hvilken kostnadsramme man har å forholde seg til.

- Resultatindikator: Tiltaksbeskrivelsen inkluderer forklaring av hvilke resultater man ønsker å oppnå. For å måle resultatene, brukes resultatindikatorer. Det er data som blir samlet inn gjennom for eksempel kvalitative og kvantitative undersøkelser, som forteller om hvorvidt resultatene man ønsket å oppnå, ble vellykket.

# 4 GJENNOMFØRING

## Gjennomføring

Dette kapitlet forteller om selve gjennomføringen av datainnhenting og utarbeidelsen av tiltak. Siktemålet er å gi et innblikk i arbeidsprosessen, hvordan metode og teori er benyttet i praksis og hvordan rapportens resultat er utarbeidet.

### 4.1 Kvantitativ metode

Kvantitativ metode omhandler innhenting av data fra en større mengde respondenter. Dette kan i følge Knut Halvorsen (2012, s. 131) være i form av spørreundersøkelser. Ottar Hellevik (2002, s. 13) beskriver at fremgangsmåten i en kvantitativ metode er å planmessig samle inn datamateriale fra en definert type respondenter. Datamaterialet formidles i tall, før de analyseres for å kunne påpeke mønster og årsaker.

#### 4.1.1 Utforming av undersøkelsen

Spørsmålene til spørreundersøkelsen ble utformet med utgangspunkt i Kotlers ulike typer av spørsmål, der det i hovedsak ble brukt vurderingsskalering og en form for kjøpsintensjonsskalering, se vedlegg 15. Deretter ble det formulert enkle spørsmål, med faste svaralternativer og muligheten til å svare «annet» eller «vet ikke» der respondenten ikke følte at noen av svaralternativene passet vedkommendes meninger eller holdninger. For å kvalitetssikre spørsmålene, ble de diskutert med veileder.

#### 4.1.2 Pretest

Før spørreundersøkelsen ble gjennomført, ble det utført en pretest. Pretest-gruppen besto av fem andre- og tredjeårsstudenter fra avdeling for teknologi, økonomi og ledelse, heretter kalt TØL. På denne måten ville ikke deler av målgruppen allerede ha gjennomført undersøkelsen. Tilbakemeldingene fra pretesten ble benyttet for en videre utforming og tilpasning av undersøkelsen, for å sikre at den ble så forståelig og enkel som mulig. På denne måten ble risikoen for at respondentene ikke forsto spørsmålet minimert. I all hovedsak så var de fleste tilbakemeldingene av grammatisk karakter.

### 4.1.3 Risiko/fallgruver

Den største fallgruven knyttet til spørreundersøkelsen var lav deltakelse, altså at gruppen ikke skulle klare å få et representativt utvalg til å avgi svar. Et representativt utvalg vil her si at de resultatene utvalget har gitt er det samme svaret som ville blitt angitt dersom hele populasjonen, her HiG, hadde blitt spurt (Halvorsen 2012, s. 155). På grunn av mangel på informasjon om det totale antallet studenter i hver klasse, ble det vanskelig å vite nøyaktig hvor mange respondenter det var behov for fra hver klasse for å sikre representativitet. Gruppen var i kontakt med administrasjonen ved HiG for å få lister med klassestørrelser, men det viste seg senere at disse tallene ikke stemte i alle tilfeller. Av den grunn ble det valgt å sende purremail til de enkeltklassene som hadde lavest svarprosent, i et forsøk på å få en jevn fordeling av respondenter fra hver klasse.

### 4.1.4 Gjennomføring

Spørreundersøkelsen ble utformet i Google Form, og sendt ut med link i e-post til alle studenter på IMT. I tillegg ble gruppens nettverk utnyttet ved at linken til spørreundersøkelsen ble publisert i Facebook-grupper til de relevante klassene. For å sikre et mest mulig representativt utvalg fra de forskjellige klassene, ble kassetillitsvalgte kontaktet på e-post med spørsmål om de kunne oppfordre klassene til å gjennomføre undersøkelsen. I forprosjektet, se vedlegg 11, ble det avgjort at respondentene skulle personlig oppsøkes og besvare undersøkelsen på papir. På grunn av omfanget og vanskeligheten med å oppsøke målgruppen for undersøkelsen, ble det valgt å gjennomføre undersøkelsen elektronisk. Grunnen til at dette ble oppfattet som problematisk, var at IMT-studentene var fordelt på to campusområder og sjeldent var å få tak i på ett og samme tidspunkt.

### 4.1.5 Analyse

I første omgang ble det foretatt en grunnleggende form for analysering, som ble gjennomført ved ren telling av registrerte svar. Dette for å få en tallmessig beskrivelse av problemstillingen (Halvorsen 2012, s. 176). Den prosentvise fordelingen av svar ble avrundet til å ikke inneholde desimaltall for at avlesingen skulle være enklere (Hellevik 2002, s. 217). Prosenttallene ble regnet ut fra antallet respondenter for hvert svaralternativ i henhold til

det totale antallet angitte svar. Dette er en del av den univariate analysen (Hellevik 2002, s. 181). For spørsmålene har det i rapporten blitt lagt ved en grafisk fremstilling av resultatet. Dette for å enklere skape et tydelig bilde av fordelingen og mønstrene i de avgitte svarene (Hellevik 2002, s. 215). På grunn av feilkilden i programmet er disse utarbeidet manuelt. For å unngå risikoen med feiltolkning av diagrammene, føres også tallverdiene for spørsmålene opp konsekvent. En slik fremstilling er likevel svært forenklet, og sier derfor lite dybdemessig.

I arbeidet med den bivariate analysen ble svarene fra to og to spørsmål sammenlignet. Hvilke spørsmål som ble satt opp mot hverandre ble valgt ut fra hvilke svar som var mest relevante i forhold til besvarelsen av problemstillingen og forskningsspørsmålene. For å holde orden på denne tellingen og sammenligningen av svar, ble dette satt inn i egne tabeller. Dette gjorde det mulig å begynne å se sammenhenger og mulige årsaker.

Videre ble tre spørsmål satt opp mot hverandre i den multivariate analysen, for å søke etter årsaker som ikke direkte kunne leses ut fra den rene tellingen fra den univariate analysen (Halvorsen 2012, s. 198). Slik som ved den bivariate analysen ble spørsmålene som ble sammenlignet valgt ut fra hva forskningsspørsmålene søker etter å besvare. En kategorisering og gjennomgang av studentenes egne tilbakemeldinger på hva de mener bedriftene i regionen burde gjøre for å bli mer attraktive, var en viktig bestanddel å ta med videre i arbeidet med tiltaksplanen. Etter de ulike analysestegene ble det gjennomført en helhetlig tolkning.

## 4.2 Kvalitativ metode

Informasjonsinnhenting i kvalitativ metode er mindre planmessig enn kvantitativ metode, og det forekommer sjeldent noen fastsatte regler for hva som er beste fremgangsmåte. Tolkninger underbygges av egne kvalifikasjoner for å tolke sammenhenger og inntrykk (Hellevik 2002, s. 13). For å kartlegge bedriftenes oppfatninger, ble det i kvalitativ metode gjennomført intervju av fire utvalgte bedrifter. Som beskrevet i punkt 2.3, struktureres kvalitativ metode etter en sjutrinnsmodell:

### 4.2.1 Tematisering

Tema for rapporten ble bestemt ut i fra problemstillingen. De begrensningene som ble satt for løsning av problemstillingen, avgjorde også hvilke bedrifter som skulle kontaktes for gjennomføring av kvalitativ metode.

### 4.2.2 Planlegging

For å kvalitetssikre utførelsen av intervjuet ble det i forkant av datainnhenting utformet en intervjuguide som definerte rammene, utledet spørsmålene og fungerte som et hjelpemiddel. Ved bruk av dette ble det sikret at spørsmålene dekket rapportens problemstilling, i tillegg til at alle respondenter fikk samme grunnlag for sine uttalelser. Dette skapte et nødvendig rammeverk for å sørge for at intervjuene var forankret til rapporten og at de kunne generere konklusjoner som ville være nyttige for tiltaksplanen. En grundigere gjennomgang av bakgrunnen for intervjuguiden, samt spørsmålene, ligger i vedlegg 8.

En del av fokuset på utformingen av spørsmålene var å ha åpne spørsmål som i størst mulig grad omhandlet et gitt tema, hvor det kun var noen få styrende spørsmål. Faglig er dette et fokusert intervju, hvor spørsmålene ikke er helt entydige med har klart fokus opp mot det valgte temaet (Dalland 2012, s. 159)

### 4.2.3 Intervju

Gruppen fikk en liste med medlemsbedrifter av oppdragsgiver, og valgte ti aktuelle IMT-relaterte bedrifter fra disse. Samtlige ble tilsendt en mail, hvorav to bedrifter ga positivt svar. Etter å ikke ha mottatt flere tilbakemeldinger etter en runde med purring, valgte gruppen å søke opp og kontakte aktuelle bedrifter som ikke var oppført på næringsrådets liste, og endte opp med totalt fire intervju. Valg av intervjuobjekter ble gjort ut i fra at det skulle være en spredning av fagområder på de ulike bedriftene, slik at informasjonen som ble hentet herfra var representativ for alle studieretningene innen IMT.

Bedriftene som ble intervjuet, samt intervjuobjekt var:

- SINTEF Raufoss Manufacturing ved Emma Østerbø

- SINTEF Raufoss Manufacturing (2014b) er en bedrift med 60 ansatte, som er lokalisert i Raufoss Industripark. Deres virkeområde er innen material- og produksjonsteknologi, og de har spesialisert seg innen blant annet prototyper, produksjonsteknologi, testing og verifikasjon. De tilbyr også prosjektlederkompetanse.
- EVERY Gjøvik ved Sven Erik Espeland
  - EVERY (2014) er et av Nordens største IT-selskaper, med over 10 000 ansatte. De har lokalisert seg på over 50 ulike steder, blant annet på Gjøvik. De tilbyr tjenester som konsulent- og infrastrukturtenester og forretningsløsninger.
- Scootr ved Christer Futsæther
  - Scootr (2014) er en nylig fusjonering av tidligere Tag Studio og Sandbeck. De er et kommunikasjonsbyrå med 25 ansatte. I følge Tag Studios egne nettsider (2014) har de flere store kunder, deriblant Gjøvikregionen Næringsråd, Byen vår Gjøvik og CC Gjøvik.
- Raufoss Innovation and Science Centre (RISC) ved Ådne Mitdlin
  - RISC (2014a) har kontorlokaler både ved Raufoss og Mustad Industripark. Det er en bedrift som fremmer innovasjon og nyskapning, ved å tilby veiledning, kontorlokaler og økonomisk støtte til gründervirksomhet og nyetableringer. De fokuserer ikke på rekruttere ansatte, men legger til rette for at folk kan etablere sine egne arbeidsplasser.

Intervjuene ble gjort hos de ulike bedriftene, slik at det ble enklere for de å takke ja til et intervju. Gjennomføringen av intervjuene foregikk ved at gruppen reiste til intervjuobjektens lokaler, henholdsvis på Gjøvik og Raufoss.

#### 4.2.4 Transkribering

Transkribering innebar å spille av intervjuene, og ta direkte avskrift. Se vedlegg 1 – 4.

#### 4.2.5 Analyse

I analyseringen av intervjuene ble det benyttet en prosess bestående av fire steg som komprimerte datamaterialet for å kunne hente ut det meningsbærende og interessante for



tolkningen til dette prosjektet. En grundigere gjennomgang av resultater, samt de fire analysetrinnene finnes under punkt 5.2

I den endelige analysen ble dette strukturert etter forskningsspørsmålene til rapporten, slik at det ble fokusert på tolkning som var i henhold til disse.

Ved denne sammenfatningen og analyseringen ble kodeordene som kom frem ved kondenseringen brukt som utgangspunkt. Disse ble satt opp mot ulike relevant teori og resultater fra den foreliggende spørreundersøkelsen. Ved å benytte ulike perspektiver og fremgangsmåter ble det søkt etter årsaker og sammenfall mellom det datamaterialet som her var hentet inn ved hjelp av en bricolage analyse. Det er her prøvd å sammenfatte de ulike meningene som har kommet frem av intervjuene for å kunne konsentrere analysen ved koblingen opp mot teori.

#### 4.2.6 Verifisering

Den ene formen for verifisering som ble benyttet, var bruken av intervjuguide. Dette ble gjort for å sikre at samtlige intervju hadde samme utgangspunkt, og at svarene kunne sammenlignes i analysen. Ved å utforme og aktivt benytte intervjuguiden på alle de gjennomførte intervjuene, ble det sikret et mer pålitelig resultat. Benyttelse av de samme spørsmålene på alle respondentene førte til at alle var sikret det samme grunnlaget for å avgi svar, samtidig som det sikret at den informasjonen som kom var i tråd med oppgavens hensikt (Johannessen et al. 2011, s. 244). Informantene ble i utgangspunktet stilt de samme spørsmålene, som deretter ble fulgt opp med eventuelle oppfølgingsspørsmål.

Pålitelighet av data fra intervjuene ble sikret ved at alle intervjuer ble tatt opp ved hjelp av opptaksfunksjon på mobiltelefon (Dalland 2012, s. 120). På denne måten ble risikoen for feil i noteringen eller mangler redusert. For å dobbelsikre informasjonen som kom frem under intervjuene, ble også alle intervju transkribert og sendt til godkjenning hos intervjuobjektene.

#### **4.2.7 Rapportering**

Dataene ble tolket og sortert under egne, satte kategoriseringer. Denne prosessen ble gjort parallelt med analyseringen, hvor data ble koblet opp mot teori og deretter sammenfattet som et delkapittel i rapporten.

### **4.3 Skriveprosessen**

Skriveprosessen i forhold til rapporten ble gjort kontinuerlig mens gruppen gjorde undersøkelser og fant relevant kildestoff.

#### **4.3.1 Litteraturreinhenting**

Gruppen brukte mye tid på søking etter relevant litteratur, hvor det først og fremst ble tatt utgangspunkt i egen pensumlitteratur for videre søking ut fra dette.

For sikre kvaliteten og tilhørigheten til den valgte litteraturen, har dette vært et kontinuerlig arbeide hvor kildene er hentet inn underveis som det er blitt jobbet med rapporten (Dalland 2012, s. 139). Ved kilder der gruppen har vært i tvil om troverdighet og legitimitet har veileder bistått med hjelp og godkjenning.

#### **4.3.2 Korrekturlesing**

For kvalitetssikring av innhold og språk, ble rapporten sendt til ekstern korrekturlesing. I tillegg ble det levert utkast av rapporten til veileder, for å sikre det faglige innholdet.

#### **4.3.3 Utforming av tiltak**

Ved utformingen av tiltakene ble det tatt utgangspunkt i Mikaelsens (1997, s. 88) eksempel på tiltaksskjema, som ble tilpasset oppgavens behov. Selve tiltakene var et resultat av felles diskusjoner, og kommentarer som kom frem ved spørreundersøkelsen og intervjuene. For å sikre kvaliteten og bredden av tiltakene ble disse sett i henhold til oppgavens forskningsspørsmål for å se om disse ble dekket. I tillegg ble tiltakene diskutert med oppdragsgiver.

# 5 ANALYSE

## Analyse

Dette kapitlet fremstiller analyseringen av datamaterialet som ble hentet inn ved bruk av kvantitativ og kvalitativ metode. Her ses det først på de store linjene, før det oppsummeres i årsakssammenhenger og kobling opp mot teori. Det har vært mye fokus på en grundig analyse, da resultatene fra datainnhenting er selve grunnlaget for besvarelsen av problemstillingen.

### 5.1 Spørreundersøkelse

Undersøkelsen ga 141 respondenter totalt. Denne oppsummeringen viser nominale verdier på spørsmål 1, 2, 4 og 5. Spørsmål 3 ble her utelukket fordi dataene i ettertid viste seg å ikke ha noen relevans.

Antall menn: 87

Antall kvinner: 54

Aldersspenn: 21 – 43

Alle respondenter kategorisert etter studieprogram:

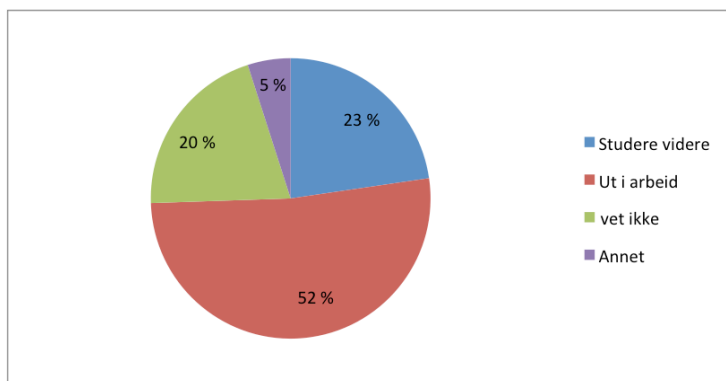
Studie	Antall respondenter	Prosent
Mediemanagement/medieledelse	17	12 %
Mediedesign	18	13 %
Medieproduksjon	18	13 %
Drift av nettverk og datasystemer	21	15 %
Dataingeniør	10	7 %
Webutvikling	9	6 %
Spillprogrammering	7	5 %
Informasjonssikkerhet	15	11 %
Programvareutvikling	4	3 %
Master i interaksjonsdesign	10	7 %
Master i Applied Computer Science	4	3 %
Master i informasjonssikkerhet	8	6 %

### 5.1.1 Univariat analyse

I den univariate analysen er det gjort en ren frekvenstilling av spørsmålene fra spørreundersøkelsen. Spørsmålene er satt i kronologisk rekkefølge og data er fremstilt via grafiske figurer, som viser prosentvis fordeling for å enklere framstille fordelingen.

#### Spørsmål 6. Hvilke planer har du etter nåværende studie?

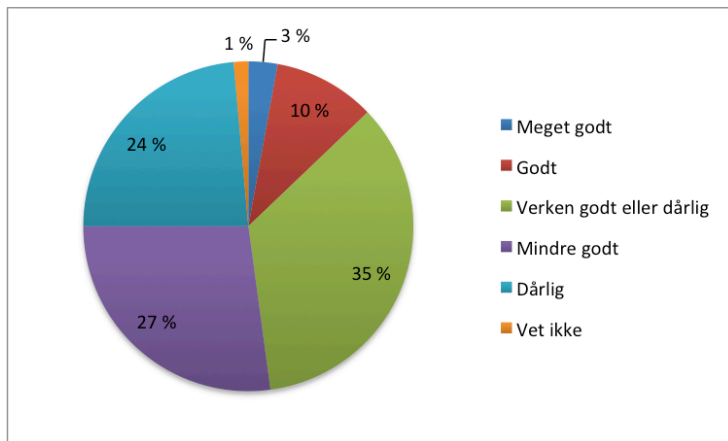
Fremstillingen viser at over halvparten av respondentene planlegger å gå ut i arbeid etter endt studieløp. Av de som ønsker å studere videre og de som enda ikke vet hva de ønsker å gjøre, fordeler svarene seg jevnt.



Figur 3: Spørsmål 6

#### Spørsmål 7. Hvor godt kjenner du til dine arbeidsmuligheter innen ditt fagområde i Gjøvikregionen?

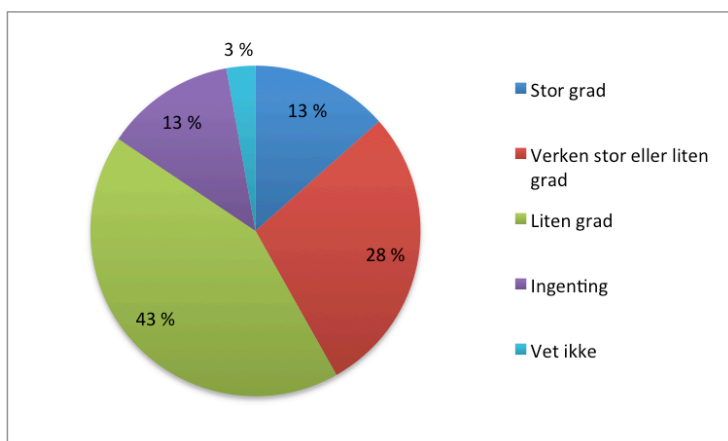
Majoriteten av respondentene svarer at de «verken godt eller dårlig» kjenner til sine arbeidsmuligheter i Gjøvikregionen. Videre viser fordelingen at de fleste har avgitt et negativt svar.



Figur 4: Spørsmål 7

**Spørsmål 8. I hvor stor grad har HiG tilrettelagt for å knytte kontakt med bedrifter i Gjøvikregionen underveis i studiene, for eksempel via studentoppgaver, bedriftsbesøk og bedriftsforedrag?**

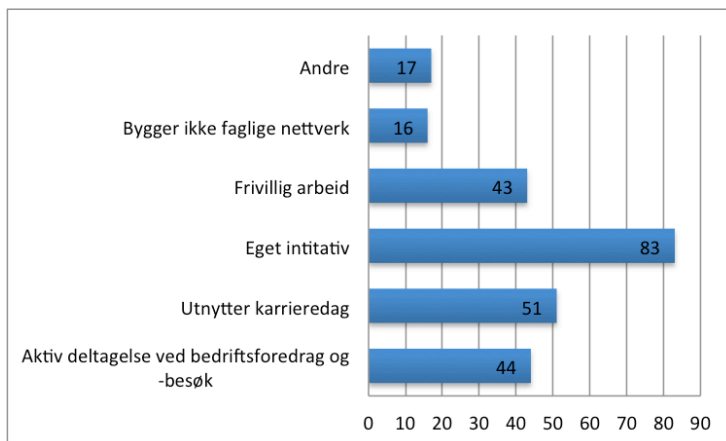
De største tyngdepunktene på fordelingen er «verken stor eller liten grad» og «liten grad». Flest respondenter svarer at de i «liten grad» mener at HiG legger til rette for å knytte kontakt med næringslivet i regionen.



Figur 5: Spørsmål 8

### Spørsmål 9. Hvordan bygger du faglige nettverk generelt?

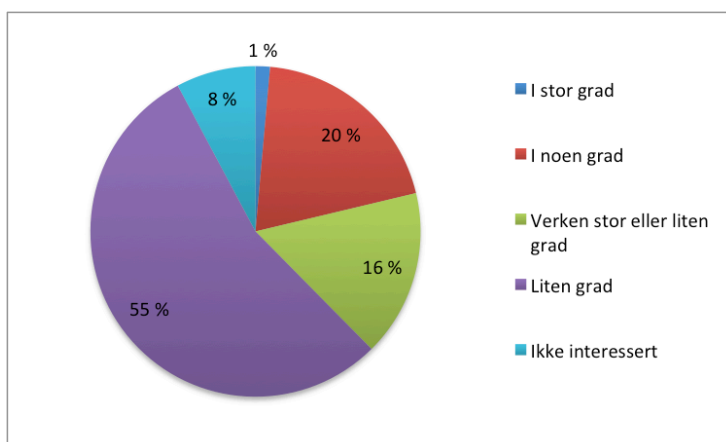
På dette spørsmålet var det mulig å angi flere svar, og av den grunn er frekvensen større enn på de foregående spørsmålene. Brorparten av respondentene sier de bygger faglige nettverk ved å selv ta initiativ og ved å utnytte karrieredagene.



Figur 6: Spørsmål 9

### Spørsmål 10. I hvor stor grad bygger du bevisst faglige nettverk med bedrifter i Gjøvikregionen?

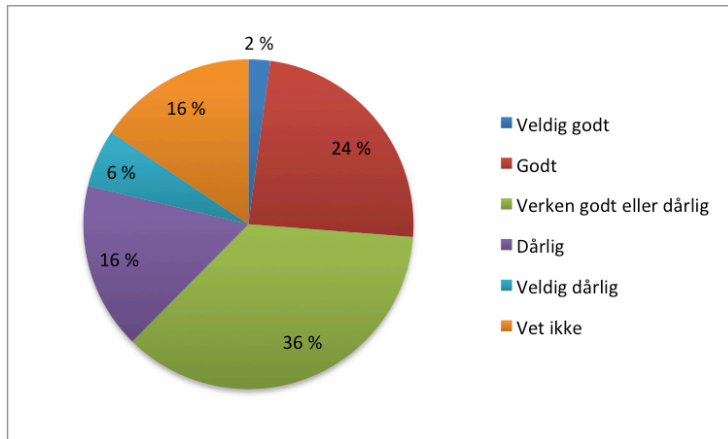
Av de som bevisst ønsker å bygge nettverk i Gjøvikregionen, svarte over halvparten at de i «liten grad» gjør dette. Kun 1% avgir at de «i stor grad» er bevisst på faglig nettverksbygging, og det er ellers jevnt mellom de som svarer «i noen grad» og «verken stor eller liten grad».



Figur 7: Spørsmål 10

**Spørsmål 11. Hvordan oppfatter du det faglige samarbeidet mellom høghskolen og bedrifter i Gjøvikregionen?**

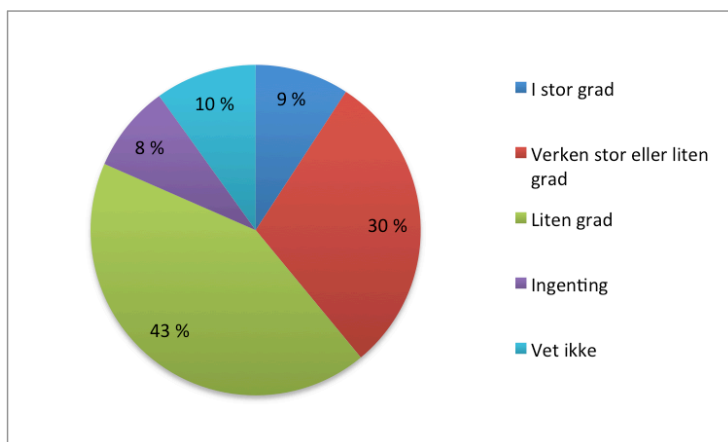
Flest respondenter ligger på denne fordelingen midt på treet, med «verken godt eller dårlig». Verdt å merke seg er at det er flere som mener det faglige samarbeidet er «godt» enn de som mener det er «dårlig». I tillegg viser fordelingen at det er 16% av respondentene som svarer «vet ikke».



Figur 8: Spørsmål 11

**Spørsmål 12. I hvor stor grad føler du at bedrifter i Gjøvikregionen er oppsøkende mot studentene?**

Nesten halvparten av respondentene mener at bedrifter i regionen i «liten grad» er oppsøkende mot studentene ved HiG, samt at 30% svarer «verken stor eller liten grad».

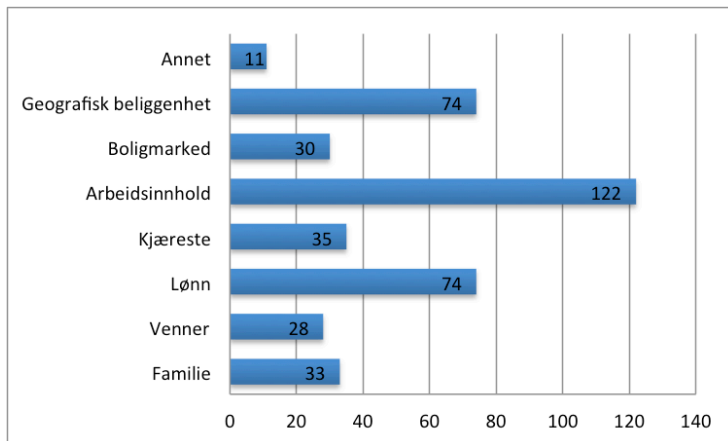




Figur 9: Spørsmål 12

**Spørsmål 13. Hva er de tre viktigste faktorene når du skal velge fast jobb etter studiene?**

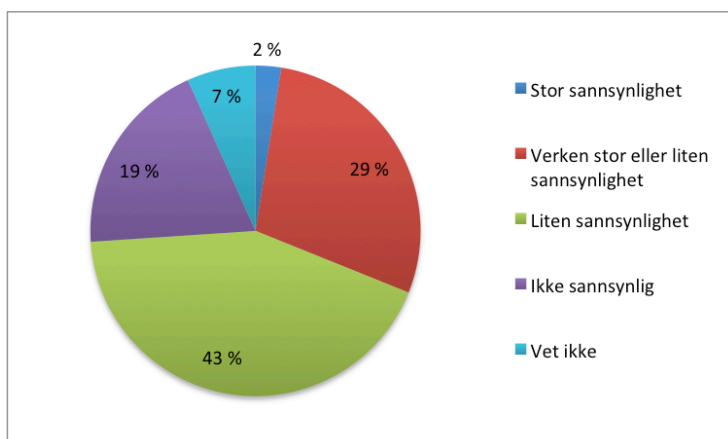
På dette spørsmålet var det mulig å avgi flere svar. De tre faktorene som stikker seg mest ut, er arbeidsinnhold, geografisk beliggenhet og lønn.



Figur 10: Spørsmål 13

**Spørsmål 14. Hvor stor sannsynlighet er det for at du vil søke deg fast jobb i Gjøvikregionen etter endte studier?**

Fordelingen viser at majoriteten av respondentene sier det er «liten sannsynlighet» for at de søker seg jobb i regionen etter endt studieløp. Ser man denne svarprosenten sammen med de som har svart «ikke sannsynlig», viser det at over halvparten ikke ønsker å søke fast jobb i regionen. Kun 2% av respondentene svarer «stor sannsynlighet».



Figur 11: Spørsmål 14

**Spørsmål 15. Hva synes du bedrifter i Gjøvikregionen bør gjøre for å bli mer attraktive for studenter?**

Dette var formulert som et åpent, valgfritt spørsmål. Svarene kan ikke kategoriseres på samme måte som de foregående spørsmålene, men er lagt med i vedlegg 7. Svarene fra undersøkelsen er kategorisert etter hvilke temaer som gjentar seg mest. Disse er synlighet, rekrutteringsarbeid, økt samarbeid med HiG, skape relevante arbeidsplasser og annet. Flest svar er under kategorien synlighet, hvor studentene etterlyser mer aktivitet blant bedriftene i regionen. Dette for å øke kjennskap og skape faglige nettverk.

### 5.1.2 Bivariat analyse

I den bivariante analysen settes to spørsmål opp mot hverandre for å lete etter årsakssammenhenger. Hva slags spørsmål som velges å se i forhold til hverandre er valgt ut fra hva det søkes etter i rapportens forskningsspørsmål.

**Spørsmål 6. «Hvilke planer har du etter nåværende studie?» satt opp i mot spørsmål 14 «Hvor stor sannsynlighet er det for at du vil søke deg fast jobb i Gjøvikregionen etter endte studier?»**

Disse to spørsmålene er satt opp mot hverandre for å undersøke hvor mange av de som planlegger å gå ut i arbeid, anser det som sannsynlig å søke fast jobb i Gjøvikregionen. Det som fremkommer av denne fordelingen er at blant de studentene som skal gå ut i arbeid etter fullførte studier, så svarer hovedandelen av respondentene at det er «liten sannsynlighet» for at de søker fast jobb i Gjøvikregionen. Fordelingen viser også at de som har svart at de skal studere videre og de som ikke vet, mener at sannsynligheten er liten for fast jobb i regionen.

Spørsmål 6	Spørsmål 14	Sum
Studere videre	Stor sannsynlighet	3
	Verken eller	7
	Liten sannsynlighet	12
	Ikke sannsynlig	9

	Vet ikke	1
Ut i arbeid	Stor sannsynlighet	6
	Verken eller	14
	Liten sannsynlighet	26
	Ikke sannsynlig	18
	Vet ikke	9
Vet ikke	Stor sannsynlighet	1
	Verken eller	4
	Liten sannsynlighet	12
	Ikke sannsynlig	6
	Vet ikke	6
Annet	Stor sannsynlighet	0
	Verken eller	5
	Liten sannsynlighet	0
	Ikke sannsynlig	1
	Vet ikke	1

**Spørsmål 7. «Hvor godt kjenner du til dine arbeidsmuligheter innen ditt fagområde i Gjøvikregionen?» satt opp i mot spørsmål 12. «I hvor stor grad føler du at bedrifter i Gjøvikregionen er oppsøkende mot studentene?»**

Spørsmålene som her er satt opp i forhold til hverandre baserer seg på forskningsspørsmål 1, som omhandler studentenes oppfatning av sine jobbmuligheter i regionen. Formålet er å se om de som kjenner godt til sine arbeidsmuligheter, også opplever næringslivet i regionen som oppsøkende. Resultatet kan være med på å vise om det er bedriftenes aktivitetsnivå som avgjør studentenes kjennskap til arbeidsmuligheter.

Fordelingen viser en sammenheng mellom at de som har god kjennskap til sine arbeidsmuligheter, også synes at næringslivet er oppsøkende. De som svarte «mindre godt» og «dårlig» angående kjennskap til sine arbeidsmuligheter, synes at næringslivet i «liten grad» er oppsøkende. For å kunne søke etter om det noen likheter mellom de som har god kjennskap og de som har dårlig kjennskap, blir dette sett i henhold til studietilhørighet under den multivariate analysen som kommer senere i kapitlet.

Spørsmål 7	Spørsmål 12	Sum
Meget godt	Stor grad	2
	Verken stor eller liten grad	1

	Liten grad	1
	Ingenting	0
	Vet ikke	0
Godt	Stor grad	5
	Verken stor eller liten grad	5
	Liten grad	4
	Ingenting	0
	Vet ikke	0
Verken eller	Stor grad	5
	Verken stor eller liten grad	19
	Liten grad	22
	Ingenting	2
	Vet ikke	1
Mindre godt	Stor grad	1
	Verken stor eller liten grad	11
	Liten grad	18
	Ingenting	2
	Vet ikke	6
Dårlig	Stor grad	0
	Verken stor eller liten grad	6
	Liten grad	15
	Ingenting	7
	Vet ikke	5
Vet ikke	Stor grad	0
	Verken stor eller liten grad	0
	Liten grad	0
	Ingenting	1
	Vet ikke	1

**Spørsmål 8. «I hvor stor grad har HiG tilrettelagt for å knytte kontakt med bedrifter i Gjøvikregionen underveis i studiene, for eksempel via studentoppgaver, bedriftsbesøk og bedriftsforedrag?» satt opp i mot spørsmål 11. « Hvordan oppfatter du det faglige samarbeidet mellom høghskolen og bedrifter i Gjøvikregionen?»**

Valget av spørsmålene her er basert på forskningsspørsmål 5, som fokuserer på hvordan næringsliv og studenter kan ha et bytteforhold. Intensjonen med sammenligningen er å se om studenter opplever at HiG legger til rette for å knytte kontakt med regionalt næringsliv, og om det har sammenfall med inntrykk av faglig samarbeid mellom HiG og bedrifter.

De fleste mener at det er en «liten grad» av tilretteleggelse fra HiG, og innenfor denne kategorien svarer flest at det faglige samarbeidet er «verken godt eller dårlig» og «dårlig». De som svarer «stor grad» og «verken stor eller liten grad» om hvordan tilretteleggelsen fra HiG er, mener hovedsakelig at det faglige samarbeidet er «godt». Resten av respondentene har ellers en tendens til å svare at de synes det faglige samarbeidet er «verken godt eller dårlig» eller «godt». Mellom disse spørsmålene er det et tydelig sammenfall, med at de som mener at HiG legger til rette for bedriftskontakt også opplever at det eksterne faglige samarbeidet er bra. For de som svarer at HiG ikke tilrettelegger bra nok, er det motsatt.

Spørsmål 8	Spørsmål 11	Sum
Stor grad	Veldig godt	3
	Godt	12
	Verken godt eller dårlig	3
	Dårlig	1
	Veldig dårlig	0
	Vet ikke	0
Verken stor eller liten grad	Veldig godt	0
	Godt	13
	Verken godt eller dårlig	19
	Dårlig	3
	Veldig dårlig	0
	Vet ikke	5
Liten grad	Veldig godt	0
	Godt	7
	Verken godt eller dårlig	23
	Dårlig	16
	Veldig dårlig	4
	Vet ikke	10
Ingenting	Veldig godt	0
	Godt	1
	Verken godt eller dårlig	6
	Dårlig	3
	Veldig dårlig	4
	Vet ikke	4
Vet ikke	Veldig godt	0
	Godt	1
	Verken godt eller dårlig	0
	Dårlig	0
	Veldig dårlig	0
	Vet ikke	3

**Spørsmål 10. «I hvor stor grad bygger du bevisst faglige nettverk med bedrifter i Gjøvikregionen?» satt opp i mot spørsmål 9. «Hvordan bygger du faglige nettverk generelt?»**

Spørsmålene her er valgt ut fra forskningsspørsmål 2, som ser på faktorene som er avgjørende for valg av arbeid. Dette ved å ta utgangspunkt i sannsynlighet for å bygge nettverk i regionen i tillegg til hvordan studentene faktisk bygger nettverk. På denne måten kan det gis en pekepinn på hva bedriftene bør vurdere og fokusere på for å tilrettelegge for økt nettverksbygging med studentene.

Flest svar er avgitt ved at det i «liten grad» er interesse for å bygge faglig nettverk i regionen. Innenfor her mener de fleste at de baserer seg på eget initiativ når de skal bygge nettverk generelt. Man ser også at blant de som mener at de i «liten grad» er interessert i faglige nettverk i regionen, så er det flere av disse som generelt ikke er interessert i faglige nettverk enn de andre respondentene. Dette kan for eksempel bety at de som ikke har noen interesse for faglige nettverk i regionen ikke nødvendigvis svarer dette på grunn av forhold som er knyttet til regionen, men at nettverksbygging generelt ikke er viktig for disse.

Spørsmål 10	Spørsmål 9	Sum
Stor grad	Aktiv på bedriftsforedrag og -besøk	1
	Karrieredager	1
	Eget initiativ	1
	Frivillig arbeid	1
	Bygger ikke faglige nettverk	0
	Andre	0
I noen grad	Aktiv på bedriftsforedrag og -besøk	11
	Karrieredager	15
	Eget initiativ	14
	Frivillig arbeid	4
	Bygger ikke faglige nettverk	0
	Andre	3
Verken eller	Aktiv på bedriftsforedrag og -besøk	8
	Karrieredager	5

	Eget initiativ	12
	Frivillig arbeid	13
	Bygger ikke faglige nettverk	1
	Andre	3
Liten grad	Aktiv på bedriftsforedrag og -besøk	22
	Karrieredager	25
	Eget initiativ	45
	Frivillig arbeid	19
	Bygger ikke faglige nettverk	13
	Andre	9
Ikke interessert	Aktiv på bedriftsforedrag og -besøk	2
	Karrieredager	2
	Eget initiativ	6
	Frivillig arbeid	5
	Bygger ikke faglige nettverk	2
	Andre	3

**Spørsmål 14. «Hvor stor sannsynlighet er det for at du vil søke deg fast jobb i Gjøvikregionen etter endte studier?» satt opp i mot spørsmål 15. «Hva synes du bedrifter i Gjøvikregionen bør gjøre for å bli mer attraktive for studenter?»**

I denne analysen er det sett på sannsynligheten for at studentene ønsker å bli igjen i regionen opp mot hva studentene selv mener at bedriftene må gjøre for å bli mer attraktive. Med dette menes det å finne faktorer som bedriftene kan fokusere på for å bli mer attraktive, og om disse faktorene er forskjellig ut i fra sannsynligheten for å bo i regionen. Sistnevnte er hentet fra kategoriseringene som er gjort av dette spørsmålet, se vedlegg 7. Det var her frivillig for studentene å svare, derfor er det noe variasjon i antall avgitte svar.

Det som kommer tydeligst frem her er at av de som mener at det er «liten» eller «ingen sannsynlighet» for å begynne å arbeid i regionen, så mener de fleste at det er synlighet som er viktigst for å skape attraktivitet rundt bedriftene. Uansett hvilken sannsynlighetsgrad som besvares for å søke fast jobb i regionen, er det synlighet som er den faktoren som trekkes frem. Ut i fra dette kan det ikke pekes på noe tydelig sammenfall mellom sannsynlighet for å søke fast jobb og faktorer for attraktivitet.

Spørsmål 14	Spørsmål 15	Sum
Stor sannsynlighet	Synlighet	1
	Rekrutteringsarbeid	2
	Økt samarbeid med HiG	0
	Skape relevante arbeidsplasser	0
	Annet	0
Verken stor eller liten sannsynlighet	Synlighet	7
	Rekrutteringsarbeid	0
	Økt samarbeid med HiG	6
	Skape relevante arbeidsplasser	0
	Annet	1
Liten sannsynlighet	Synlighet	13
	Rekrutteringsarbeid	0
	Økt samarbeid med HiG	6
	Skape relevante arbeidsplasser	2
	Annet	1
Ikke sannsynlig	Synlighet	8
	Rekrutteringsarbeid	2
	Økt samarbeid med HiG	4
	Skape relevante arbeidsplasser	1
	Annet	1
Vet ikke	Synlighet	4
	Rekrutteringsarbeid	1
	Økt samarbeid med HiG	0
	Skape relevante arbeidsplasser	0
	Annet	0

**Spørsmål 14. «Hvor stor sannsynlighet er det for at du vil søke deg fast jobb i Gjøvikregionen etter endte studier?» satt opp i mot spørsmål 13. «Hva er de tre viktigste faktorene når du skal velge fast jobb etter studiene?»**

Spørsmålene som sammenlignes her er basert på forskningsspørsmål 2, som ser på hvilke faktorer som er avgjørende for valg av arbeid. Derfor er disse faktorene her sett i sammenheng med hvor sannsynlig det er for at studentene ønsker å arbeide i regionen. Målet er å se på om det er sammenfall mellom sannsynligheten for å søke fast jobb i regionen, og viktige faktorer ved valg av jobb. Resultatet kan videre gi svar på om det er områder bedrifter kan forbedre for å bli mer attraktive for IMT-studentene.



I alle kategorier får «arbeidsinnhold», «geografisk beliggenhet» og «lønn» hovedandelen av responsen. Utenom dette er det i alle kategorier en relativt jevn spredning på de resterende faktorene. Det er vanskelig å peke ut noen klare trender for de ulike kategoriene, og det kan derfor tyde på at det er lav sammenheng mellom sannsynligheten for å arbeide i regionen og faktorer for valg av jobb som det er valgt å trekke fram i denne oppgaven.

<b>Spørsmål 14</b>	<b>Spørsmål 13</b>	<b>Sum</b>
Stor sannsynlighet	Familie	5
	Venner	3
	Lønn	5
	Kjæreste	3
	Arbeidsinnhold	10
	Boligmarked	0
	Geografisk beliggenhet	6
	Annet	1
Verken stor eller liten sannsynlighet	Familie	6
	Venner	6
	Lønn	14
	Kjæreste	3
	Arbeidsinnhold	22
	Boligmarked	8
	Geografisk beliggenhet	14
	Annet	2
Liten sannsynlighet	Familie	8
	Venner	12
	Lønn	26
	Kjæreste	16
	Arbeidsinnhold	49
	Boligmarked	9
	Geografisk beliggenhet	27
	Annet	3
Ikke sannsynlig	Familie	11
	Venner	6
	Lønn	18
	Kjæreste	10
	Arbeidsinnhold	29
	Boligmarked	5
	Geografisk beliggenhet	19
	Annet	3
Vet ikke	Familie	2

Venner	2
Lønn	9
Kjæreste	2
Arbeidsinnhold	12
Boligmarked	7
Geografisk beliggenhet	7
Annet	1

**Spørsmål 7. «Hvor godt kjenner du til dine arbeidsmuligheter innen ditt fagområde i Gjøvikregionen?» satt opp i mot studietilhørighet.**

Valg av spørsmålene til denne tabellen er basert på forskningsspørsmål 1 som omhandler studentenes kjennskap til jobbmulighetene i regionen. Med dette ønskes det å se på studentenes kjennskap til arbeidsmuligheter opp i mot studentenes studietilhørighet, for å se om det er noe sammenfall.

Blant de som mener at de har «godt» og «meget godt» kjennskap til sine jobbmuligheter, så tilhører alle disse, med unntak av én respondent, til IT-studier. For de studentene som mener at de har «mindre godt» til «dårlig» kjennskap av sine arbeidsmuligheter, er det generelt en jevn spredning på IT-studiene, mens det er stor andel respondenter fra de ulike mediefagene. Dette kan tyde på at studentenes kjennskap til sine arbeidsmuligheter i regionen i stor grad avhenger av hva slags studie de tilhører.

Spørsmål 7	Studietilhørighet	Sum
Meget godt	Dataingeniør	1
	Informasjonssikkerhet	1
	Drift av nettverk og datasystemer	1
Godt	Informasjonssikkerhet	1
	Drift av nettverk og datasystemer	6
	Programvareutvikling	1
	Master informasjonssikkerhet	1
	Dataingeniør	2
	Medieproduksjon	1
Verken godt eller dårlig	Informasjonssikkerhet	5
	Programvareutvikling	2
	Mediedesign	6
	Master informasjonssikkerhet	1

	Medieproduksjon	4
	Master Interaksjonsdesign	2
	Drift av nettverk og datasystemer	7
	Medieledelse	8
	Spillprogrammering	3
	Webutvikling	6
	Dataingeniør	1
	Master Applied computer science	1
Mindre godt	Dataingeniør	4
	Informasjonssikkerhet	3
	Master informasjonssikkerhet	2
	Medieledelse	8
	Master Interaksjonsdesign	5
	Drift av nettverk og datasystemer	2
	Mediedesign	4
	Programvareutvikling	1
	Master Applied computer science	3
	Spillprogrammering	2
	Webutvikling	2
	Medieproduksjon	2
Dårlig	Informasjonssikkerhet	4
	Master informasjonssikkerhet	1
	Master Interaksjonsdesign	3
	Drift av nettverk og datasystemer	3
	Medieproduksjon	11
	Mediedesign	8
	Spillprogrammering	2
	Dataingeniør	1
	Medieledelse	1
Vet ikke	Informasjonssikkerhet	1
	Dataingeniør	1

#### 5.1.4 Multivariat analyse

I den multivariate analysen er to spørsmål sett i forhold til et tredje for å søke etter årsakssammenhenger. I denne delen av analysen har samtlige svaralternativer blitt inkludert, for å få et mer helhetlig bilde av spredningen av respondentenes tilhørighet.

**Spørsmål 7. «Hvor godt kjenner du til dine arbeidsmuligheter innen ditt fagområde i Gjøvikregionen?» satt opp i mot spørsmål 12. «I hvor stor grad føler du at bedrifter i Gjøvikregionen er oppsøkende mot studentene?» og studietilhørighet.**

I denne tabellen er kjennskap til arbeidsmuligheter og graden av oppsøkende næringsliv sett i sammenheng med hverandre. Dette er spørsmål som også er sett på hver for seg i den bivariate analysen. Sammen er disse med på å svare på forskningsspørsmål 1. Formålet med denne analysen er å se om studietilhørigheten har en sammenheng med hvor godt studentene kjenner til sine arbeidsmuligheter, og om bedriftene i regionen oppfattes som oppsøkende mot studentene. Ved å sette alle disse tre i samme tabell så ser man at det er studietilhørigheten som er avgjørende for disse forholdene. Som ved den bivariate analysen, ser man at det er IT-studiene som kommer best ut, mens mediefagene har en jevn spredning på den negative siden av skalaen.

<b>Spørsmål 7</b>	<b>Spørsmål 12</b>	<b>Studietilhørighet</b>	<b>Sum</b>
Meget godt	Stor grad	Dataingeniør	1
		Drift	1
	Verken eller	Informasjonssikkerhet	1
	Liten grad	Master informasjonssikkerhet	1
Godt	Stor grad	Drift av nettverk og datasystemer	5
		Verken eller	Informasjonssikkerhet
		Dataingeniør	2
		Medieproduksjon	1
		Drift av nettverk og datasystemer	1
	Liten grad	Programvareutvikling	1
		Master informasjonssikkerhet	1
		Drift av nettverk og datasystemer	1
	Verken eller	Stor grad	Informasjonssikkerhet
Master Applied computer science			1
Drift av nettverk og datasystemer			1
Verken eller		Informasjonssikkerhet	3
		Programvareutvikling	1
		Master interaksjonsdesign	1

		Drift av nettverk og datasystemer	3
		Medieproduksjon	3
		Medieledelse	2
		Webutvikling	4
		Spillprogrammering	2
	Liten grad	Drift av nettverk og datasystemer	3
		Mediedesign	5
		Master informasjonssikkerhet	2
		Medieledelse	5
		Spillprogrammering	1
		Webutvikling	3
		Master interaksjonsdesign	1
		Dataingeniør	1
		Programvareutvikling	1
	Ingenting	Medieproduksjon	1
		Medieledelse	1
	Vet ikke	Mediedesign	1
Mindre godt	Stor grad	Informasjonssikkerhet	1
	Verken eller	Informasjonssikkerhet	1
		Master informasjonssikkerhet	1
		Medieledelse	1
		Programvareutvikling	1
		Mediedesign	1
		Webutvikling	1
		Dataingeniør	3
		Master Applied computer science	1
		Spillprogrammering	1
	Liten grad	Dataingeniør	1
		Medieledelse	5
		Master interaksjonsdesign	3
		Informasjonssikkerhet	1
		Spillprogrammering	1
		Master Applied computer science	2
		Mediedesign	1
		Medieproduksjon	2
		Webutvikling	1
		Drift av nettverk og datasystemer	1
	Ingenting	Medieledelse	2

	Vet ikke	Drift av nettverk og datasystemer	1	
		Mediedesign	2	
		Master interaksjonsdesign	2	
		Master informasjonssikkerhet	1	
Dårlig	Verken eller	Master interaksjonsdesign	1	
		Medieproduksjon	2	
		Mediedesign		
	Liten grad	Informasjonssikkerhet	3	
		Master interaksjonsdesign	2	
		Medieproduksjon	6	
		Drift av nettverk og datasystemer	1	
		Mediedesign	4	
	Ingenting	Informasjonssikkerhet	1	
		Master informasjonssikkerhet	2	
		Medieproduksjon	2	
		Spillprogrammering	2	
	Vet ikke	Drift av nettverk og datasystemer		2
			Medieproduksjon	1
Mediedesign			1	
Dataingeniør			1	
Vet ikke	Ingenting	Informasjonssikkerhet	1	
	Vet ikke	Dataingeniør	1	

Det ble utformet flere multivariate analyser, men i ettertid ble det valgt å plukke ut kun én av disse, på grunn av at den bivariate analysen kartla forholdene på en tilfredsstillende måte. Antallet respondenter for spørreundersøkelsen var såpass lavt, at frekvensfordelingen i den multivariate analysen ville blitt så liten at det ikke ville vært mulig å hente ut god data. Hovedfokuset i analysen av spørreundersøkelsen ligger av den grunn på de bivariate analysene.

### 5.1.3 Slutninger og tolkninger

For å oppsummere og trekke slutninger fra analysen av spørreundersøkelsen er det valgt å strukturere dette etter forskningsspørsmålene. På denne måten beholdes rapportens

sammenheng, i tillegg til at informasjonen som hentes ut fra spørreundersøkelsen er i henhold til oppgavens overordnede mening og formål.

### **1. Hva er studentenes oppfatning av jobbmuligheter i regionen i dag?**

I spørreundersøkelsen har det vært en stor spredning blant studentene om hvorvidt de kjenner til de jobbmulighetene regionen byr på. Blant annet ser man på svarene fra den multivariate analysen, at det er en grad av studieavhengighet som er avgjørende for denne kjennskapen. Først og fremst mener hovedtyngden av studentene her at de verken har liten eller stor kjennskap til sine arbeidsmuligheter. Av den lille andelen som mener at de har god kjennskap til arbeidsmulighetene sine, er det med unntak av én mediestudent, kun studenter fra IT-studier. I det mer negative sjiktet finner man også en del IT-studenter, men den tydelige hovedtyngden her ligger hos studentene fra de forskjellige mediestudiene. Dette viser blant annet at de oppfatningene studentene har av arbeidsmulighetene i regionen gjerne er avgjørende av deres studietilhørighet. Dette kan være en blanding av forelesere, bransjestørrelsen i regionen og hvor oppsøkende og aktive studentene selv er.

Resultatet av analysen av spørsmål 7 satt opp mot spørsmål 12 i den bivariate analysen, viser at de som har god kjennskap til sine arbeidsmuligheter også mener at bedriftene i Gjøvikregionen er oppsøkende. På den andre siden av skalaen, vises det at de med dårlig kjennskap til sine arbeidsmuligheter i liten grad opplever at næringslivet er oppsøkende. En overordnet konklusjon er at kjennskapen studentene har til sine arbeidsmuligheter i regionen er under middels, og at variasjonene er preget av studietilhørighet. Igjen ser man at det er få studenter som vurderer å bli igjen i regionen for å arbeide, noe som kan være en følge av at kjennskapen til arbeidsmulighetene er lav.

### **2. Hvilke faktorer må ligge til rette for at studentene ønsker å ta jobb regionen etter endt studie?**

For dette forskningsspørsmålet er det svarene fra spørsmål 13 i undersøkelsen som er mest nærliggende, da det ble spurt om faktorer som var avgjørende for valg av jobb. Det er her ingen studier som peker seg ut mer enn andre. De tre faktorene som har fått flest stemmer

er arbeidsinnhold, lønn og geografisk beliggenhet. De to første faktorene samsvarer med det som kommer frem i punkt 3.4, hvor Jacobsen og Thorsvik har kartlagt særlig fire faktorer som er avgjørende for unge mennesker som søker jobb.

I den bivariate analysen som omhandler dette spørsmålet er faktorene som er avgjørende for valg av fast jobb sett i sammenheng med sannsynligheten for at studentene ønsker å søke jobb i regionen. Her viser svarandelen først og fremst at arbeidsinnhold er den viktigste faktoren for valg av arbeidsplass. Ut over det har de som har angitt at det er liten eller ingen sannsynlighet for at de blir igjen i regionen, i tillegg til arbeidsinnhold, svart at geografisk beliggenhet og lønn er viktige faktorer.

Slutningen som kan trekkes her er at det er spesielt tre faktorer som er avgjørende ved valg av jobb. Dette er en indikator på hvilke områder som kan satses på for å friste flere til ta jobb i regionen, og potensielt overbevise de som har lav interesse for å begynne å jobbe i regionen om at arbeidet her er bra. Dette ser man også ved studentenes svar på spørsmål 15, om hvordan bedriftene kan bli mer attraktive; mange etterlyser flere samarbeidsoppgaver mellom bedrifter og HiG for å skape mer kjennskap til bedriftene og deres virkeområde. I tillegg bes det om flere rekrutteringstiltak ut mot studentene, og opprettelse av arbeidsplasser som faktisk passer til de utdanningene som er på HiG. I og med at det er en såpass stor andel som sier at geografisk beliggenhet er en avgjørende faktor, vil regional utvikling være et viktig område å fokusere på.

### **3. Hvordan er rekrutteringen av studenter fra HiG til regionen i dag?**

Dette er et forskningsspørsmål det ikke er mulig å gi et klart svar på kun med utgangspunkt i spørreundersøkelsen. Likevel er det mulig å få en antydning på hvordan situasjonen er i dag. For å kunne svare fullstendig på dette forskningsspørsmålet, må hver enkelt bedrift i regionen kontaktes.

Ved å se på spørsmål 14 i spørreundersøkelsen er det kartlagt hvor sannsynlig det er at studentene søker arbeid i regionen når studiene er fullført. De aller fleste har svart at det er liten og ingen sannsynlighet for at de blir igjen i regionen, mens kun et fåtall mener helt sikkert at de vil bli. Dette sier ikke noe helt konkret om rekrutteringen som foregår i



regionen fra HiG, men gir en slags pekepinn på hvordan terskelen og stemningen blant studentene rundt dette emnet er. Svarene kan tyde på at interessen for å søke fast jobb i regionen er lav, og at det er potensielt liten andel av rekruttering fra HiG slik som situasjonen er i dag.

#### **4. Hvordan kan næringslivet dra fordel av stadig økt antall studenter ved Høgskolen i Gjøvik?**

Det ble ikke stilt et direkte spørsmål i undersøkelsen angående hva studentene mener de kan tilføre næringslivet. Likevel kan dette forskningsspørsmålet vinkles opp mot de effektene som er nevnt under punkt 3.1.1, om regional utvikling og utdanning. Med utgangspunkt i NOU 2008:3 har det blitt trukket frem ulike effekter utdanningsinstitusjoner kan ha for regionen de er lokalisert i. Disse nevnte effektene baserer seg på at aktørene samarbeider og støtter opp om hverandres aktiviteter, noe man også ser på besvarelser fra spørsmål 15 i undersøkelsen, se vedlegg 7. Her kommer det frem at studentene ønsker at næringslivet gir de mulighet til å gjennomføre studentoppgaver, ha praksis, samt å åpne opp for å få sommerjobb. Dette viser at noen av fordelene med et økt antall studenter er at bedriftene kan øke sin aktivitet og handlingskraft samt handlingsrom, fordi de har større tilgang på potensiell arbeidskraft. Dette kan føre til et positivt bytteforhold, og at de tidligere nevnte effektene kan realiseres.

#### **5. Hvordan kan næringslivet og studenter stå i et faglig bytteforhold til hverandre?**

Som forklart under forskningsspørsmål 4, vil et faglig bytteforhold mellom studenter og næringsliv utvikles gjennom å legge opp til arbeid med felles prosjekter, praksisplasser og å gi innspill til oppgaver. Under spørsmål 15 i spørreundersøkelsen, kom det frem at enkelte studenter ønsket å få innsikt i hvordan arbeidslivet fungerer, og å lære gjennom praksis. Studentene kan ved dette tilegne seg nyttig og relevant arbeidserfaring, som er forankret i reelle situasjoner. Bedriftene knytter på denne måten relasjoner til studentene, noe som kan være med på å øke studentenes kjennskap til det regionale næringslivet.

Den endelige oppsummeringen av spørreundersøkelsen viser at det er lav interesse blant studentene til å begynne å arbeide fast i regionen etter at de er ferdige med sine studier på HiG. Det er en stor spredning i hvor godt studentene kjenner til de arbeidsmulighetene de

har, og oppfattelsen av samarbeidet som skolen har med nærliggende bedrifter viser en sterk tilknytning til studietilhørigheten til studentene. Det kan tyde på at det er lavere terskel blant IT-studentene for å bli igjen i regionen for å arbeide, fordi det er disse studentene som best kjenner til sine muligheter og som oppfatter et fungerende samarbeid mellom skolen og bedriftene. Årsakene til akkurat dette er ikke målt på noen måte i undersøkelsen, så det er ikke mulig å trekke en konkret grunn til dette. På den andre siden av skalaen er det i stor grad mediefagene som utmerker seg. Her er kjennskap til arbeidsmuligheter lav, og de oppfatter faglig samarbeid på tvers av aktører som generelt dårlig.

Tilbakemeldingene fra spørsmål 15 i spørreundersøkelsen er kategorisert i fem hovedkategorier, se vedlegg 7. Her ser man at de kommentarene som forekommer hyppigst omhandler bedriftenes synlighet. Studentene etterspør mer informasjon om bedriftene og at de er aktive og synlige ut mot studentene, selv om de ikke nødvendigvis ønsker å ansette på det eksakte tidspunktet. Det kan derfor tolkes slik at studentenes lave kjennskap til sin arbeidsmuligheter har utspring i at de ikke kjenner til de bedriftene som faktisk holder til i regionen, på grunn av manglende synlighet. Av den grunn er det mange som etterspør arenaer hvor studentene og bedriftene kan møtes, bli kjent og jobbe sammen.

## 5.2 Intervju

Formålet med analysen av intervjuene som ble gjennomført i sammenheng med denne rapporten var for å hjelpe med å besvare oppgavens problemstilling og forskningsspørsmål med synspunkt fra bedriftene i regionen. Fokuset vil være på dagens rekruttering, og hvordan denne kan endres og/eller forbedres fremover. Ved hjelp av analysen søkes det etter sammenhenger mellom bedrifter for å finne elementer som kan benyttes i tiltaksplanen, for å på denne måten ha tiltak som tar utgangspunkt i reelle situasjoner og bedrifter. Arbeidet med analyseringen av intervjuene følger en firepunktliste for strukturering og arbeid, se punkt 2.3.5.

### 5.2.1. Helhetsinntrykk og sammenfatning av meningsinnhold

Bedriftenes svar ble kategorisert etter de ulike spørsmålene fra intervjuguiden. På denne måten ble det laget et oppsett som gjorde det enkelt å sammenligne svar på tvers av bedrifter. Dette står i vedlegg 6. Fokuset har vært å hente ut essensen av hvordan bedriftenes nåsituasjon, holdning og fremtidige planer innenfor det gitte området er. På grunn av at intervjuobjektene representerer svært ulike typer bedrifter, så varierer derfor svarene veldig mye.

### 5.2.2. Koder, kategorier og begreper

Her ble det sett videre på de setningene som ble hentet ut fra transkriberingen av intervjuene. De ulike spørsmålene ble ikke her benyttet som bakgrunnen for kategoriseringen, i stedet var det de ulike bedriftenes meninger som stod i fokus. De mest meningsbærende, viktige og relevante uttalelsene ble hentet ut og sortert under hver bedrift, se vedlegg 5. Det ble hentet ut direkte sitater fra intervjuene, for å sikre at meningsinnholdet ble bevart. Hva slags sitater som ble valgt ut her ble sett i forhold til hva oppgaven søker å besvare, og utvelgelsen var et resultat av en felles diskusjon for å sikre flertall og enighet innad i gruppen.

### 5.2.3. Kondensering

I kondenseringen ble det sett videre på kodingen fra forrige punkt. Her ble setningene konsentrert ned til kodeord som er selve essensen av det som kommer frem fra intervjuene. Også her er kodeordene sortert tilhørende hver bedrift. Nedenfor er kondenseringen ført opp, med forklaringer for å vise hva som er ment med kodeordene. Dette er gjort for å sikre at meningsinnholdet ble videre bevart.

#### SINTEF

Kodeord	Forklaring/bakgrunn
Usikkerhet	Manglende kompetanse om studieinnhold, dårlig beskrivende navn.
Forvirring	Sammenfall med forrige kodeord.
Synlighet	Lite samarbeid mellom skolen og bedriften som studentene faktisk ser, administrativt nivå.

Gammeldags	Ikke flink nok til å omstille seg nye tider (med tanke på arbeidsgivers marked, lav terskel på nettløsninger, ingen HR-avdeling).
Kapasitetsmangel	Ikke nok mennesker til å fokusere arbeidsområder utenom sine nåværende primæraktiviteter (LEAN).
Trygghet	Ansetter personer som er lik seg selv og forholder sin søkebase til dette.
Lav attraktivitet	Tror det kan bedres av mer synlighet.
Avvik	Manglende sammenfall mellom behovet i næringen og innholdet i studiene på HiG.
Nettverk	Har stor betydning for planlegging av bedriftsbesøk og annen kontakt mellom bedriften og studentene.
Markedsføring	Er ikke optimalt, må brukes mer ressurser her på grunn av større rekrutteringsbehov fremover.
Kobling	Bedre samarbeid mellom bedriften og skolen.
Studentkontakt	Hjelper ikke å bare kontakte skolen for å få et fungerende samarbeid.
Lavterskeltilbud	Lav terskel på nettløsninger, opplever seg selv som gammeldags.

## EVRY

Kodeord	Bakgrunn
Nyutdannede	Gir god kost-nytte. Ivrige og lærevillige.
Faglig samarbeid	Bra, men ønsker mer.
Oppsøkende	Får tak i de personene de trenger.
Forenkling	En Bridge-løsning vil spare jobb for alle parter, men det er et kostnadsproblem.
Arbeidstilbud	Ikke trainee- og sommerjobber.
Sikkerhetsklarerin ger	Kan ikke ansette på kortere perspektiv.
Fornøyde	De rekrutterer de som de har behov for uten problemer.

## Scootr

Kodeord	Bakgrunn
Oppsøkende	Studenter som er frempå har mye større sjanse for arbeid etter studiene.
Ansettelse	Trenger mennesker utenom mai, Bridge-løsning er nyttig.
Møteplasser	Ønsker standardiserte møteplasser.
Juniorstillinger	Typ trainee, de tar imot studenter som ønsker å bidra under studietiden.
Systematisering	Ønsker nye metoder for å finne de gode studentene på.

## RISC

Kodeord	Bakgrunn
Aktivitet	Ønsker mer nyetableringer og gründervirksomhet.
Utvikling	Av flere arbeidsplasser. Det er ikke nok i regionen.

Ut fra kodeordene som har kommet frem av kodingen og kondenseringen av de ulike intervjuene, ble noen av disse kategorisert for å søke etter sammenhenger og mønstre. Disse er blitt satt sammen under noen overordnede titler som tas med videre til den siste delen av analysen. De overordnede titlene er valgt ut på bakgrunn av den foretatte kodingen, for å videre forenkle og systematisere den endelige tolkningen. Det har blitt sett etter kodeord som har sammenfall, i tillegg til at det er tatt utgangspunkt i den teorien som er lagt til grunn for denne rapporten. De valgte titlene er fremstilt i en tabell sammen med kodeordene som de tilhører.

<b>Kommunikasjon</b>	Synlighet (SINTEF), markedsføring (SINTEF), systematisering (Scootr), nettverk (SINTEF)
<b>Regional utvikling</b>	Utvikling (RISC), aktivitet (RISC), Lav attraktivitet (SINTEF)
<b>Kultur</b>	Gammeldags (SINTEF), kapasitetsmangel (SINTEF), trygghet (SINTEF)
<b>Ny rekrutteringsbase</b>	Lavterskeltilbud (SINTEF), studentkontakt (SINTEF), møteplasser (Scootr), forenkling (EVRY), oppsøkende (Scootr), ansettelse (Scootr)

### 5.2.4 Sammenfatning - Analyse og rapportering

I tolkningen og sammenfatningen av datamaterialet som kom frem av intervjuene, er det valgt å strukturere etter de overordnede titlene som kondenseringen ble sortert under i forrige steg av analysen.

#### 5.2.4.1 Kommunikasjon

Flere av bedriftene som ble intervjuet påpekte enkelte områder som de opplever som utfordrende. Utfordringer som ble nevnt var blant annet lite synlighet og systematisering, og

mangel på markedsføring og mulighet til å skape nettverk. Disse problemene kan blant annet ha oppstått på grunn av manglende eller lite operativ kommunikasjon, enten internt eller eksternt ut mot HiG og studentene. I intervjuene fremkommer det at flere anser prosessen med å knytte kontakt med studenter via skolen som vanskelig. De ønsker dermed å heller gå direkte til studentene, for eksempel via linjeforeningene. På grunn av at styrene i foreningene skiftes ut årlig, er dette noe som kan være utfordrende. Dette kan også være et problematisk område på grunn av manglende markedsføring ut mot studenter, og at bedriftene dermed ikke er synlige og kjent for studenter. For å løse opp i dette, har det blitt pekt på at det bør utarbeides et system for hvordan kommunikasjonen bør være, slik at det blir optimalt for samtlige involverte parter. Under intervjuene ble det også stilt spørsmål om intervjuobjektens formening om en systematisk plattform lik NTNU Bridge (2013). En slik løsning kan være med på å bedre kommunikasjonen mellom samtlige involverte ledd i triple helix-nettverket samt studenter.

#### **5.2.4.2 Regional utvikling**

Det er ujevnheter i hva slags type bedrifter som har etablert seg i Gjøvikregionen, og i enkelte bedrifter er det svært få arbeidsplasser i forhold til årlig antall nyutdannede fra Høgskolen i Gjøvik. Dette er blant annet svært tydelig i mediebedriftene i regionen; antallet er lavt, og dette påpekes også av SINTEF og Scootr. En mulig årsak til dette manglende sammenfallet er at graden av ringvirkningene som skapes ved å ha en utdanningsinstitusjon i en region bestemmes ut fra faktorer ved selve regionen, som diskutert i punkt 3.1.1. Størrelse, sentralitet og hvordan næringslivet opprinnelig er har mye å si, til tross for de positive virkningene en utdanningsinstitusjon kan ha på en region. Bransjeskjevheten kan bli forsøkt snudd ved å oppfordre til nyetableringer med en gitt størrelse som gjør det mulig å rekruttere fra Høgskolen i Gjøvik, slik som det påpekes av RISC.

Under intervjuene ble det kommentert av Emma Østerbø ved SINTEF Raufoss Manufacturing at det er problematisk at det er lite sammenfall mellom utdanningstilbudene og næringslivets behov, se vedlegg 3. Ut fra dette kan det ses tendenser til et manglende regionalt samarbeid, og hvor triple helix-arbeidet ikke fungerer optimalt. Det bærer preg av at bedriftene og skolen jobber separat uten å inkludere hverandre for å utnytte samarbeidet

mest mulig. Noe som videre fører til de kildene til usikkerhet og utydelighet som også blir trukket frem som noen av utfordringene som eksisterer i dag.

#### **5.2.4.3 Kultur**

En sterk kultur i bedrifter er svært synlig, ved at det er en tendens til stadig rekruttering fra studier bedriftene selv har kunnskap om, at det forventes at studenter selv tar initiativ til å knytte kjennskap, og at det ikke er et mål om å sette av tid til utvikling. Dette kan blant annet ses ved bruken av LEAN; ansatte har kun tid til å fokusere på satte arbeidsoppgaver og tidsfrister, for å oppnå mest mulig effektivitet. Som det ble påpekt i intervjuet med SINTEF kan det oppleves som at bedriften har en noe gammeldags organisasjonskultur. Dette kan være fordi bedriften ikke har et spesielt ungt arbeidsmiljø, noe som igjen medfører at de i noen grad henger etter på både teknologiske og sosiale utviklinger.

Fra intervjuene fremkom det at flere av bedriftene var nært knyttet til rutiner og det å holde fast ved kjente arbeidsmåter. Dette gjelder spesielt SINTEF og EVRY. Det samarbeidet de allerede har med høgskolen og linjeforeningene vedrørende karrieredagen, oppfattet de som velfungerende, og ønsket å fortsette og opprettholde den kontakten. Hvordan en eventuell forbedring og utvikling av samarbeidet kunne forespeilet seg, var ikke noe bedriftene hadde tatt stilling til.

#### **5.2.4.4 Ny rekrutteringsbase**

Det kom fram i intervjuene at det er ønskelig med nye, og alternative møteplasser mellom bedriftene og studentene. Mye av dette kan leses ut fra bedriftenes ønske om mer synlighet og attraktivitet blant studentene. På disse møteplassene bør det være mulighet for studentene og bedriftene til å bli kjent med hverandre, og kunne legge grunnlag for nettverksbygging som kan komme til nytte både ved skoleoppgaver og en eventuell fremtidig rekrutteringsprosess. Behovet for slike møteplasser finner man også igjen i tilbakemeldingene fra studentene angående bedriftenes attraktivitet. Der er det en stor andel respondenter som etterlyser mer synlighet fra bedriftene i regionen, og sier at de vet mer om bedrifter som er utenfor regionen. Utviklingen av slike møteplasser som kan fungere

i praksis vil kreve innovativt arbeid hvor alle de tilhørende aktørene samarbeider for å komme frem til løsninger som gagnar alle, og som vil oppfattes som nyttig.

Slik som ved den tidligere nevnte sterke organisasjonskulturen påpekes det her at en slik løsning er nødt til å være et lavterskeltilbud som er veldig enkelt i bruk for at dette skal kunne realiseres. Blant annet blir det sagt av SINTEF (se vedlegg 3): «Vi er veldig flinke på LEAN her. Det vil si at vi gjør akkurat det vi skal, og har ikke noen tid til overs til å drive med andre oppgaver.» Noe som kan tyde på av viljen til å innføre et nytt system er noe lav. Derfor vil det være avgjørende med et enkelt system som krever lite ressurser og innsats ved bruk. Samtidig er også SINTEF bevisste på at det ikke er tilstrekkelig å kun kontakte skolen, de må også være i dialog med studentene, noe et system som dette eventuelt kunne hjulpet med.

Scootr som baserer en del av sin rekruttering på oppsøking av studenter, anser dette som en god løsning for å enklere skape studentkontakt og kunne observere studenter som potensielt kan bli arbeidstakere. Dette vil også kunne gjøre det enklere for studentene å bli kjent med sine muligheter i regionen, og øker deres mulighet for mer oppsøkende atferd enn tidligere.

Oppsummert så fremkommer det av intervjuanalysen at det er flere utfordringer knyttet til dagens situasjon, og at det er flere potensielle forbedringspunkter. Et sentralt område innen kommunikasjon, er markedsføring. Bedriftene fremstår ikke som synlige nok for studentene, og det pekes på et behov for å systematisere kommunikasjonen. Behovet for systematisering sammenfaller med det som fremkommer om en ny rekrutteringsbase. Både fra kvalitative og kvantitative undersøkelser fremkom det et skille mellom hvordan graden av kommunikasjon fungerer per i dag. Med det menes det et ønske og et behov om etablering av alternative møteplasser, som videre kan skape et rammeverk for kommunikasjon. På den måten kan studenter og næringsliv møtes for å utveksle kunnskap og etablere faglige nettverk. Analysen av intervjuene viser også at det er en viss bransjeskjevheter, og manglende sammenfall mellom antall arbeidsplasser og antallet nyutdannede fra avdeling IMT ved HiG. I punkt 1.3 ble Kunnskapsminister Torbjørn Røe Isaksens tale under NOKUTs jubileumskonferanse i november 2013 trukket frem: Det er



viktig med samarbeid mellom aktørene i næringslivet og ved utdanningsinstitusjonene, og begge parter har et ansvarsforhold. De må kunne identifisere både egne og andres behov for å kunne utvikle og forbedre seg selv, samarbeidspartnerne og regionen. Bedriftene har et ansvar for å bistå til utvikling av regionen, og Isaksen trakk blant annet frem av de må engasjere seg i både utdanning og kompetansen studentene har. Dagens rådende kultur i enkelte bedrifter er så sterk, at det ofte ikke finnes tid nok til å eksponere seg selv overfor studentene. Dette medfører videre at bedriftene ikke utnytter det potensialet som ligger der for å rekruttere nyutdannede fra avdeling IMT ved HiG og utvikling av regionen. HiG er ikke i alle tilfeller førstevalget som rekrutteringsbase, noe som særlig fremkom i intervjuet med SINTEF; de rekrutterer nye ansatte til lederstillinger hovedsakelig fra NTNU.

# 6 TILTAKSPLAN

## Tiltaksplan

I denne rapporten jobbes det ut ifra at punkt 6.2 i handlingsplanen til næringsrådet (2014) er en strategi. Oppgaven har gått ut på å konkretisere denne strategien, og formulere tiltak som skal bli en del av en helhetlig regional rekrutteringsstrategi. Tiltakene er vist frem ved hjelp av et tiltaksskjema.

### 6.1 Tiltak 1

**ANSVARLIG:** Næringsrådet i samarbeid med Gjøvik kommune

**NAVN PÅ TILTAKET:** Utviklingskonferanse

---

#### **TILTAKSBEKRIVELSE:**

Dette skal være en felles konferanse mellom næringsrådet, representanter fra alle medlemsbedrifter og studieprogramansvarlige fra HiG. Intensjonen er at dette skal være et fora hvor alle studieprogramansvarlige får muligheten til å gå gjennom sine studier og informere om hva disse innebærer og hva studentene blir lært opp til. Det skal tilrettelegges for at bedriftene og de studieprogramansvarlige skal skape en dialog angående sammenfallet mellom studiene og bransjen. På denne måten har bedriftene mulighet til å bli kjent med hva studiene på HiG innebærer, i tillegg til at de har muligheten til å komme med innspill vedrørende videre utvikling av studiene i henhold til svingninger i bransjen og det behovet som vil være i næringen i årene fremover. Det anbefales at i tillegg til å ha en felles samling for alle deltagere, så bør det arrangeres parallelle sesjoner hvor bedrifter og studieprogramansvarlige som har sammenfallende interesser innen fagområder samles til en dialog.

#### **Hvordan skal dette gjennomføres?**

Det foreslås at konferansen skal gjennomføres én gang i året, og at datoen skal passe med fristen HiG har for endring av studier, slik at det er nok tid til å komme med eventuelle innspill. Konferansen bør lokaliseres mest mulig sentralt for bedriftene og skolen slik at det ikke oppfattes som mye arbeid å måtte delta på dette.

Før selve konferansen må det gjennomføres grundig markedsføringsarbeid for å spre informasjon om dette og skape forståelse for hvorfor deltagelse er nyttig og viktig. Det bør være et elektronisk påmeldingsskjema hvor deltagerne kan registrere seg, og hvor de blant annet oppgir hvilket fagområde de tilhører. På denne måten blir det enklere å organisere med tanke på behovet for plass.

### **Bakgrunn for tiltaket**

Bakgrunnen for dette tiltaket er de gjennomførte intervjuene med bedrifter i Gjøvikregionen, som blant annet påpeker at det er noe lav kjennskap til hva studentene faktisk lærer på HiG og hvilken kompetanse de har. Resultatet av spørreundersøkelsen som ble gjennomført blant IMT-studentene på HiG viser at det blir etterspurt mer faglig samarbeid mellom skolen og eksterne bedrifter, da det er en del som oppfatter lite tilretteleggelse fra skolens side for å få kontakt med bedrifter i løpet av studietiden.

### **Hva forventer man å oppnå?**

Ved innføring av en slik konferanse forventes det å oppnå et bedre samarbeid mellom partene i et triple helix-nettverk; utdanningsinstitusjonen, kommunen og næringslivet i Gjøvikregionen. Det anbefales at minst én representant fra hver bedrift, minst én representant fra hver kommune i regionen, studieprogramansvarlige, og prodekan eller dekan fra utdanningsinstitusjonen deltar. Dette for å sørge for at samtlige aktører i triple helix-nettverket inkluderes i utviklingsprosessen, og for å samkjøre utviklingen. De første årene er det vanskelig å forutse hvor mange representanter som vil delta på konferansen.

Partene vil ha mulighet til å forstå hverandres situasjon, arbeidsoppgaver og behov. Et vellykket forbedret samarbeid mellom triple helix-partene vil kunne bidra til en økt andel av oppgaver og praksisplasser fra det regionale næringslivet til studentene. For HiG kan denne konferansen gi muligheter til å hente inn forslag til endringer, som medfører at de kan tilby mer samfunnsaktuelle studier. I tillegg vil bedriftene bli bedre kjent med hva de ulike studiene handler om og hvilke prosjekter og temaer som skal belyses i den nærmeste perioden. Dette kan føre til mindre usikkerhet når de skal rekruttere. Studentene vil selv oppleve et mye bedre samarbeid mellom skolen og næringslivet, der de selv får knytte kontakter med bedrifter, som kan eventuelt resultere i praksisplass, sommerjobb eller fast

jobb etter studiene. For Gjøvik kommune kan dette bety at flere velger å bosette seg permanent i regionen som en følge av relevant jobb etter endt studie.

---

**GJENNOMFØRING:**

Nødvendige ressurser:

- Leie av lokale
- Beverting
- Eventuelle møtepapirer
- Markedsføring

Kostnadsramme: På grunn av at størrelse på lokaler og mengde på bevertning og annet, er det vanskelig å sette en helt konkret kostnadsramme. Rammene vil også avhenge av hvilke samarbeidsavtaler næringsrådet har med andre aktører.

Forventet oppstart: Dersom det settes av tid til planlegging og organisering før og i løpet av sommeren 2014, skal det være mulig å arrangere første konferanse høsten 2014.

---

**RESULTATINDIKATORER:**

- Økt antall bedrifter som svarer på invitasjon til innmelding av bacheloroppgaver, samt gir forslag til eksterne studentoppgaver
  - Kan måles ved å sammenligne antall innsendte oppgaver med antallet fra foregående år.
- Økt kjennskap og trygghet til hva studiene ved HiG innebærer, hvilken kompetanse studentene har
  - Intervjue de aktuelle bedriftene på nytt
- Forbedret inntrykk av faglig samarbeid mellom HiG og det regionale næringslivet
  - Gjennomføre ny spørreundersøkelse innen samme målgruppe
- Økt rekruttering fra HiG til det regionale næringslivet
  - Kartlegge dagens rekruttering, samt om det har skjedd en økning på et senere tidspunkt

## 6.2 Tiltak 2

**ANSVARLIG:** Næringsrådet som oppdragsgiver for bachelorgruppe, før driftspersonell tar over.

**NAVN PÅ TILTAKET:** Nettportal

---

### **TILTAKSBEKRIVELSE:**

Det skal utvikles en nettportal hvor samtlige triple helix-aktører kan møtes, knytte relasjoner og legge grunnlaget for samarbeid. Intensjonen er at portalen skal åpne opp for dialog og deling av interesser og kompetanse.

### **Hva forventer man å oppnå?**

Ved aktiv benyttelse av siden vil det kunne bryte ned avstanden mellom studentene og regionen og skape gode forhold og faglige nettverk. Dette kan igjen kan føre til en økt tendens til at studentene ønsker å arbeide i regionen etter studiene. Om det i begynnelsen kun er et fåtall aktører som benytter seg av tilbudet og lykkes med dette, vil dette kunne oppmuntre flere til å bli med.

### **Hvordan skal dette gjennomføres?**

I nettportalen vil det blant annet være informasjon om næringslivet og bransjeutvikling i regionen. Siden vil også være fora for nyheter og hendelser i regionen, og hvor diskusjonsforumer skal åpne for dialog og idéutvikling mellom ulike aktører. På nettsiden skal bedriftene ha mulighet til å utlyse store og små stillinger i tillegg til frittstående prosjekter hvor det er ønskelig med hjelp fra studentene. Det er en funksjon som også kan fungere motsatt vei; at studenter søker etter prosjekter i henhold til skoleoppgaver. I tillegg vil denne siden fungere som et oppslagsverk for linjeforeningene på skolen når de oppsøker bedrifter for bedriftsbesøk, noe som vil kunne antallet besøk fra regionale bedrifter. Bruk av siden vil kreve innlogging, enten ved opprettelse av en egen brukerkonto eller innlogging via Facebook/LinkedIn for å sikre kvaliteten og sikkerheten rundt det som publiseres på portalen.

Det vil kunne ta noe tid før denne siden vil fungere optimalt med tanke på at medlemmer aktivt benytter siden. Derfor vil det være viktig med deling og opplysning om samarbeider og

prosjekter mellom aktører som har vært vellykket, historiefortelling for å få flere til å se fordelene av et slikt tilbud.

### **Bakgrunn for tiltaket**

Fra kvalitative og kvantitative undersøkelser fremkommer det at studentene ønsker å bygge faglige nettverk, hvor de blant annet kan få muligheten til å skaffe praksisplass, sommerjobb, og oppdragsgiver for prosjekt og bacheloroppgave. Hittil har dette vært en vanskelig prosess, i og med at studentene selv må gå aktivt ut når de ønsker å skaffe jobb. Det er ønskelig for bedriftene at de har én enkelt plattform å henvende seg til når de legger ut stillingsannonser rettet mot studenter. Per dags dato finnes det ikke noe lignende for studenter på Gjøvik, og det er derfor vanskelig for de å utlyse en stilling som når hele studentmassen ved HiG.

På bakgrunn av de kommentarene som kom frem av de kvantitative studiene må utviklingen og bruken av dette være så enkelt som mulig for å sikre at tilbudet faktisk blir benyttet slik som intendert. Ved intervjuet av SINTEF kom det frem at en slik løsning bør ha en lav terskel, slik at enkeltpersoner med lite teknologisk innsikt skal også kunne bruke nettportalen.

Et omfattende informasjonsarbeid fra begynnelsen av vil være avgjørende. Oppstarten av tiltaket er tiltenkt å være en bacheloroppgave for studenter ved HiG. Næringsrådet kan sende inn forslag til oppgaven høsten 2014, hvor arbeidet deretter starter opp i januar 2015. Arbeidet for studentene vil da være i form av å utvikling av nettportalen, og gjøre den funksjonell til innlevering av bachelor. Arbeidet med vedlikehold og eventuell videreutvikling av portalen vil deretter kunne overføres til kompetent driftspersonale.

Det anbefales at næringsrådet setter av tid til å kartlegge hvilke funksjoner de ønsker at denne portalen skal ha, og at de benytter seg aktivt av den kompetansen studentene som gjennomfører oppgaven har. For å sikre kontinuerlig oppdatering av nettportalen, foreslås det at det ansettes en ansvarlig person i en 30%-stilling. Dette kan for eksempel være en student. Vedkommende vil da være ansvarlig for publisering av nyhetsartikler og drift av portalen. For å sikre at portalen brukes, er det viktig at samtlige triple helix-parter er aktivt deltakende. Ved research og utarbeidelsen av portalen anbefales det å se på hvilke

funksjoner NTNU Bridge (2013) og Kompetansebyen.no (2014) utarbeidet av Porsgrunn kommune og Høgskolen i Telemark har. Disse nettsidene representerer en lignende nettportal som foreslås i dette tiltaket. Nettsidene har diskusjonsforum, mulighet for å bli medlem og logge seg inn via facebook-konto, stillingsutlysninger av ulik lengde, samt nyhetsoppdateringer. Særlig Kompetansebyen.no kan være nyttig å ta utgangspunkt i med tanke på å få til et lignende samarbeid med kommunen.

---

#### **GJENNOMFØRING:**

Nødvendige ressurser:

- Lønn til deltidsansatt
- Betaling for drift og vedlikehold (Opprettelseskostnad og årlig drift)
- Server
- Domene
- Bachelorgruppe

Kostnadsramme: Prisen på utviklingen av en slik portal er vanskelig å sikkert forutse, både på grunn av manglende kjennskap til dette, men også fordi selve utviklingen blir gjort gratis som følge av en bacheloroppgave. Det vil deretter være løpende årlige utgifter både for lønninger og drift av portalen.

Forventet oppstart: Om næringsrådet sender inn forespørsel om utvikling av portalen som en bacheloroppgave høsten 2014, vil arbeidet med dette starte januar 2015. Med konkrete krav til hva som skal produseres så vil portalen være klar til bruk fra sommeren/høsten 2015.

---

#### **RESULTATINDIKATORER:**

- Økt kjennskap blant studenter om bedrifter i det regionale næringslivet
  - Kan måles ved å gjennomføre spørreundersøkelse blant studentene, med samme spørsmål som tidligere.
- Økning i antall studentoppgaver og bacheloroppgaver med regionale oppdragsgivere



- Måles ved å sende forespørsel til studieprogramansvarlige på slutten av hvert vårsemester, og få oversikt over antall oppgaver. Antallet sammenlignes med tall fra foregående år.

### 6.3 Tiltak 3

**ANSVARLIG:** Linjeforeninger i samarbeid med Næringsrådet og bedrifter

**NAVN PÅ TILTAKET:** Workshops

---

#### **TILTAKSBEKRIVELSE:**

Det foreslås å arrangere workshops hvor representanter fra bedrifter og studenter møtes for å arbeide og løse caser. Dette skal være en møteplass hvor aktørene samles og benytter hverandres kunnskaper og evner til å lære opp hverandre. Blant annet kan dette være at en representant fra en mediebedrift har workshop med opplæring i bruk av et program eller en spesiell funksjon innen en programvare. Hovedmålet er at bedriftene skal stille sin kunnskap til rådighet for å lære og vise studentene oppgaver og egenskaper som de selv benytter i sitt arbeid.

#### **Bakgrunn for tiltaket**

Fra både studenter og bedriftenes side har det blitt ytret ønske om nye og flere møteplasser mellom utdanningsinstitusjon og næringsliv. Dette tiltaket er en videre utarbeidelse av ønsket, hvor bedriftene kan gjøre seg synlige for studentene selv om de ikke har en målsetning om rekruttering på det eksakte tidspunktet.

#### **Hvordan skal dette gjennomføres?**

Næringsrådet og linjeforeningene på høyskolen vil stå for planlegging og gjennomføring, der linjeforeningene i tillegg bistår med informasjon og påmelding ut mot studentene. På denne måten opprettholdes en god dialog og samarbeid slik at studentkontakten opprettholdes fremfor at skolen tar over dette. Det var et gjentakende problem som kom frem i intervjuene, at informasjon rettet mot studentene ofte stoppet opp ved de ansatte og sjeldent kom frem. Derfor vil det være hensiktsmessig at kontakten tas direkte med studentene.

Ved valg av tema til workshops kan dette være en blanding av ønsker fra studentene, i tillegg til hva bedriften selv kan stille til rådighet med og hva som er viktig innen bransjen akkurat da. Næringsrådet vil være bindeleddet ut mot bedriftene, og de vil bistå linjeforeningene i innhenting av eventuelle temaer fra bedriftene. Siktemålet er at workshopene skal

oppfattes som interessante for studentene, samtidig ha grunnlag for at det er noen av bedriftene som kan lære bort akkurat dette. Hver workshopene skal ikke ha lang varighet, men være konkret og strukturert for å motarbeide usikkerhet om innhold og at det ikke oppfattes som for omfattende å delta. Ved konkrete tilbakemeldinger om ønskelige workshops, kan det også vurderes mer omfattende opplegg som går over lengre tid.

Det må legges opp en tidsplan for når det skal være workshops og hvor mange som er praktisk gjennomførbart i løpet av et semester. Her må det også ses på hvilke fagområder workshopene dekker, og hvordan det opprettholdes en bred spredning. Linjeforeningene må samkjøre og avtale seg i mellom om datoer. For dekning av utgifter kan det vurderes en symbolsk sum som deltakeravgift. For å lykkes med dette er det viktig med god informasjon om faglig utbytte og å sørge for at kvaliteten på workshopen lever opp til forventningene.

### **Hva forventer man å oppnå?**

Studentene vil ved gjennomføring av dette tiltaket kunne få økt innsikt i hva de ulike bedriftene tilbyr av produkter og tjenester, samt hvordan arbeidsinnholdet er. En videre virkning av dette kan være at de søker fast jobb i regionen etter endt studieløp. Bedriftene vil samtidig kunne se hvilket kompetansenivå studentene ligger på, i tillegg til at de ut i fra inntrykk kan tilby praksisplass eller jobb.

---

### **GJENNOMFØRING:**

Nødvendige ressurser:

- Møtelokaler
- Kursholder
- Nødvendig utstyr avhenger av hvilken type workshop det er
- Markedsføring

Kostnadsramme: Deler av kostnadene kan dekkes av å ha en symbolsk sum for å delta, samt av det kan søkes om sponsormidler. Dersom næringsrådet har avtaler med bedrifter, er det mulig å skaffe rabattordninger på enkelte ressurser, eller gratis leie av lokaler. I og med at det her ikke er kjent hvilke avtaler som eventuelt eksisterer eller er mulig å opprette, settes det ikke en konkret ramme.

Forventet oppstart: For å ha tid til å bearbeide ideen, få på plass et samarbeid og innhente nødvendige ressurser, foreslås tiltaket iverksatt fra og med høsten 2015.

---

**RESULTATINDIKATORER:**

- Måle om det har blitt økt kjennskap og oppfattelse av regionalt næringsliv
  - Måles via spørreundersøkelser eller via evalueringsskjema av workshop

## 6.4 Tiltak 4

**ANSVARLIG:** Næringsrådet

**NAVN PÅ TILTAKET:** Markedsføring via sosiale medier

---

### **TILTAKSBEKRIVELSE:**

For å være med å øke bedriftenes synlighet og markedsføring baserer dette tiltaket seg på at bedriftene aktivt skal lage seg profiler på og benytte ulike former for sosiale medier. Dette kan være kanaler som LinkedIn, Twitter og Facebook. For at dette skal nå ut til studentene og bli ansett som interessant er det viktig at profilene benyttes og at det er synlig aktivitet her.

### **Bakgrunn for tiltaket**

I spørreundersøkelsen som ble gjennomført var det mange studenter som etterlyste mer synlighet og markedsføring fra bedriftene. Hovedandelen av studentene kjente dårlig til bedriftene i regionen, og ønsket derfor at disse i større grad skulle vise seg for studentene og opplyse om hvem de var og hva de gjorde selv om de ikke nødvendigvis var ute etter å rekruttere akkurat da.

### **Hvordan skal dette gjennomføres?**

Dette tiltaket vil være noe knyttet til tiltak 2, som omhandler utviklingen av en nettportal. Ved bruk av plugins på portalen, så bør det legges opp for at det bedriftene publiserer via sosiale medier, også vil bli lagt ut på portalen. På denne måten blir det sammenfall mellom innholdet på de forskjellige kanalene.

Næringsrådet sender ut informasjon vedrørende bruk av sosiale medier som en effektiv markedsføringsstrategi, og hvor de også foreslår hvilke medier som er mest relevante å fokusere på. Her oppfordres bedriftene til å aktivt begynne å bruke disse mediene for å synliggjøre seg og sitt virke.

### **Hva forventer man å oppnå?**

Når dette fungerer vil det være enklere for studentene å søke opp, følge med på og kontakte nærliggende bedrifter. Dette vil blant annet kunne forenkle prosessen for linjeforeningene

på skolen når de skal planlegge bedrifter å invitere for å holde bedriftsforedrag. Sett fra den andre siden er dette en mulighet for bedriftene til å komme i direkte kontakt med studenter.

---

**GJENNOMFØRING:**

Opprettelsen og bruken av sosiale medier koster i seg selv ikke noe, om man ikke skal bruke midler på annonsering. Dette er en jobb som krever grunnleggende kompetanse innen sosiale medier, og kan gjøres av noen som allerede er ansatt i tillegg til de arbeidsoppgavene de allerede har. Så fremt det er en plan over bruken av mediene og en struktur, så vil ikke dette tiltaket bety noen økt ressursbruk for den enkelte bedrift.

Forventet oppstart: I og med at det ikke kreves noen merkbare ressurser utover grunnleggende kunnskap om sosiale medier, kan tiltaket iverksettes umiddelbart.

---

**RESULTATINDIKATORER:**

- Resultatindikatorerne ved dette tiltaket er at det blir en økning i antallet regionale bedrifter som benytter sosiale medier, og antallet følgere de får.
- Økt kjennskap blant studenter om bedrifter i det regionale næringslivet
  - Kan måles ved å gjennomføre spørreundersøkelse blant studentene, med samme spørsmål som tidligere.

# 7 KONKLUSJON

## Konklusjon

Denne bacheloroppgaven er skrevet med Gjøvikregionen Næringsråd som oppdragsgiver, og omhandler bakgrunnen for og utformingen av tiltak til bruk i en regional rekrutteringsstrategi. Problemstillingen har vært: «Hvilke tiltak kan benyttes i en regional rekrutteringsstrategi for å skape tilknytning til Gjøvikregionen, og bygge nettverk mellom næringen og studentene ved avdeling IMT på Høgskolen i Gjøvik?»

Ved bruk av kvantitativ metode ble det kartlagt hvilke oppfatninger studenter ved avdeling IMT har om det regionale næringslivet. Resultatene fra analysen viser at kjennskap til arbeidsmuligheter avhenger veldig av studentenes studietilhørighet. Best ut kommer studentene innen IT, som har god kjennskap til sine muligheter i regionen. Majoriteten av studentene har en oppfattelse av at næringslivet i liten grad er oppsøkende, hvor resultatet viser en variasjon i studietilhørighet; det er hovedsakelig mediestudentene som dårlig kjenner til sine muligheter, og som mener at relevante bedrifter er alt for lite synlig. Det fremkommer også at det faglige samarbeidet mellom Høgskolen i Gjøvik og næringslivet ikke fremstår som synlig nok for studentene ved IMT, og at særlig skolen ikke tilrettelegger for faglig samarbeid. Den tydeligste observasjonen som har blitt gjort ut fra undersøkelsen, er at det er lav interesse for å søke fast jobb i Gjøvikregionen etter endte studier.

For å få innsikt i hvordan den regionale rekrutteringen fungerer i næringslivet per dags dato, ble det i kvalitativ metode gjennomført intervju med fire bedrifter. Disse bedriftene ble kontaktet på bakgrunn av deres relevans for IMT-studiene. Analysene som ble foretatt av intervjuene ble sammenfattet ved hjelp av kondensering av innholdet. Ut fra dette ble det hentet ut områder hvor bedriftene opplever utfordringer. De ulike bedriftene peker blant annet på at de opplever manglende kommunikasjon både med HiG og studentene, og hvor forsøk på å skape en dialog ofte stopper opp og aldri når ut til studentmassen. Denne problematikken fører blant annet til at triple helix-samarbeidet ikke fungerer optimalt. Få og gjerne små bedrifter gjør at det i dag er et stort sprik mellom antall arbeidsplasser i henhold til antallet ferdigutdannede fra avdeling IMT ved HiG hvert år. Dette er særlig gjeldende innenfor noen fagområder, spesielt mediebransjen. Bedriftene viser også til sterke organisasjonskulturer hvor de er knyttet til rutiner og holder fast på det de er kjent med,



som tydeligst gjenspeiles i deres rekrutteringspolitikk. Det er store variasjoner i hvilken grad det rekrutteres fra HiG, og en del av usikkerheten ved denne rekrutteringsbasen er at det i noen grad oppleves tvil rundt studienes innhold, fordi navnene sier lite om dette. Det er flere av bedriftene som sier at de ønsker en forbedring innen utvikling av samarbeidet mellom skolen og seg selv, men at de ikke klarer å se selv hvordan denne endringen skal være.

For å støtte opp om problemstillingen ble det utformet fem forskjellige forskningsspørsmål, som ble brukt for å videre utforme de kvalitative og kvantitative undersøkelsene, samt for å sammenfatte analysene. I disse undersøkelsene var det fokusert på å besvare forskningsspørsmålene for å gi mer bredde og støtte opp om løsningen av problemstillingen for å kunne utvikle gode tiltak.

1. Hva er studentenes oppfatning av jobbmuligheter i regionen i dag?

Dette forskningsspørsmålet kan besvares med data fra den kvantitative undersøkelsen. Her kom det frem at studentene ved IMT har en middels dårlig kjennskap til de arbeidsmulighetene de har i regionen, og synes at jobbmarkedet verken er stort eller bredt nok. Det fremkommer i analysen at avvikene i svarene kan ha bakgrunn i studentenes studietilhørighet. Hvorav de som studerer ved de ulike IT-studiene i større grad har en bedre oppfattelse av sine jobbmulighetene, fremfor mediestudentene som har en liten grad av god kjennskap og oppfattelse jobbmuligheter.

2. Hvilke faktorer må ligge til rette for at studentene ønsker å ta jobb regionen etter endt studie?

I spørreundersøkelsen ble studentene spurt om å trekke frem de tre viktigste faktorene som gjør seg gjeldende når de skal søke fast jobb. Her var det arbeidsinnhold, lønn og geografisk beliggenhet som fikk høyest svarandel. I tillegg ble det stilt et åpent spørsmål om hva bedriftene i regionen burde gjøre for å bli mer attraktive, der det var tilbakemeldinger som baserte seg på bedriftenes synlighet som pekte seg ut. Innenfor dette etterlyser studentene flere prosjekter på tvers av aktørene innen triple helix for å blant annet legge til rette for at studiene blir mer tilpasset den faktiske bransjen. Om studentene fra IMT skal ønske å begynne å arbeide i regionen etter sine studier, må det først og fremst skapes kontakt

mellom studentene og bedriftene tidlig i studieløpet, i tillegg til at bedriftene må kunne tilby spennende arbeidsplasser med konkurransedyktig lønn.

### 3. Hvordan er rekrutteringen av studenter fra Høgskolen i Gjøvik til regionen i dag?

I den kvalitative undersøkelsen ble det spurt om den rådende rekrutteringspolitikken. Analysen viser en viss forskjell, hvor EVRY og Scootr er svært klar over den kompetansen studentene ved HiG har, og bruker hovedsakelig dette som rekrutteringsbase. Ved SINTEF påpekes det at man gjerne rekrutterer personer som er lik seg selv, noe som har medført at det oftest rekrutteres fra NTNU. RISC på sin side er en bedrift som ikke rekrutterer nye ansatte, men gir gründere et tilbud om starthjelp til en innovativ idé. Ofte er dette snakk om studenter fra IMT, da spesielt fra IT-studiene og spillprogrammering.

I den kvantitative undersøkelsen ble det spurt om hvor sannsynlig studentene mente det var at de ville begynne å arbeide i regionene etter endte studier, og her kom det veldig tydelig frem at det var en lav sannsynlighet for dette. Svarstatistikken sier ikke direkte noe om hvordan rekrutteringen faktisk er, men gir en pekepinn. Om studentene ikke er interesserte i å bli arbeidstakere i regionen, vil det heller ikke være interesse for å bygge faglige nettverk i regionen, og rekrutteringen vil følgelig være lav. Analysen av intervjuene og spørreundersøkelsen gir en antydning om hvordan situasjonen er i dag, men det er ikke mulig å hente ut et klart og entydig svar på dette forskningsspørsmålet. Det anbefales videre å kontakte bedriftene i regionen, og forhøre seg om hvordan de rekrutterer. I tillegg kan det være en viktig faktor å få det eksisterende alumninettverket ved HiG til å fungere mer optimalt.

### 4. Hvordan kan næringslivet dra fordel av stadig økt antall studenter ved Høgskolen i Gjøvik?

Det ble ikke stilt direkte spørsmål i verken de kvalitative eller kvantitative undersøkelsene rundt dette spørsmålet. I spørreundersøkelsen kunne studentene svare på hva de mente bedriftene kunne gjøre for å bli mer attraktive, og der ble det blant annet foreslått samarbeidsprosjekter, sommerjobber, og praksisplasser. I analysen av spørreundersøkelsen ble dette vinklet opp i mot punkt 3.1.1 og hvilke effekter en utdanningsinstitusjon kan ha for en region. De mest relevante punktene som trekkes frem er blant annet en tilbudseffekt

som går ut på at studietilbudene på HiG kan føre til at stadig flere som allerede er etablert i regionen velger å ta høyere utdanning, i tillegg til at de som fullfører potensielt velger å bli boende. Ansatte og studenter ved HiG kan også føre til at det opprettes nye og relevante bedrifter og arbeidsplasser som følge av knoppskytningseffekten. En utdanningsinstitusjon kan også gi en kulturell miljøeffekt, ved at en endret og stadig større etterspørsel endrer de tilbudene som både regionen og bedriftene har. Det fremkommer derfor at den stadige økningen av studenter ved HiG kan ha positive effekter for utviklingen til både næringen og regionen. Bedriftene har god tilgang på ny og aktiv arbeidskraft noe som skaper et potensiale for at det utvikles stadig flere arbeidsplasser .

5. Hvordan kan næringslivet og studenter stå i et faglig bytteforhold til hverandre?

Dette forskningsspørsmålet er i stor grad sammenfallende med forskningsspørsmål 4. Et bytteforhold vil blant annet kunne utvikles gjennom de tidligere nevnte samarbeidsprosjektene, hvor studentene får reell arbeidserfaring under veiledning fra kyndige fagfolk. Samtidig vil bedriftene få innsikt i studentenes kompetanse.

Besvarelsen av forskningsspørsmålene i tillegg til analysene av de kvalitative og de kvantitative dataene er sammen med faglitteratur med på å legge grunnlag for tiltakene, som igjen er svaret på problemstillingen. Hensikten med tiltakene er å finne løsninger til de største problemområdene som ble trukket frem i analysene av kvalitative og kvantitative undersøkelser. Det har gjennom hele arbeidet vært viktig at tiltakene i denne oppgaven er realistiske i forhold til tid og ressurser som næringsrådet råder over. Fokuset på tiltakene har i stor grad vært på manglende synlighet, informasjon og kommunikasjon mellom studenter og næringsliv, i tillegg til et fokus på opprettelsen av alternative møteplasser, hvor målet har vært å øke det faglige samarbeidet. Videre danner dette grunnlaget for utvikling triple helix-samarbeidet. Dette har resultert i fire tiltak:

- Tiltak 1 tar for seg en konferanse mellom bedrifter og studieprogramansvarlige ved IMT på HiG, hvor intensjonen er å øke kunnskap rundt studieinnhold, endringer og behov i bransjen.
- Tiltak 2 foreslår opprettelse av en nettportal, hvor næringslivet, studenter og det offentlige kan møtes, dele nyheter, legge ut ledige jobber og diskutere aktuelle saker.

- Tiltak 3 fokuserer på oppstart av workshops, hvor bedrifter stiller sin kunnskap til disposisjon og avholder kurs for studentene.
- Tiltak 4 omhandler markedsføring blant bedriftene i regionen, og foreslår at de i større grad skal benytte seg av sosiale medier for å nå ut til studentene.

Blir disse tiltakene vurdert og benyttet til sitt formål, vil det kunne være med på å øke den regionale rekrutteringen fra avdeling IMT ved HiG, samt den regionale utviklingen. Dersom disse tiltakene lykkes ved denne ene avdelingen, vil de også kunne overføres til andre avdelinger ved HiG. Tiltakene vil også være med på å sørge for at studenter og næringslivet får økt kjennskap til hverandres virkeområder, noe som videre kan føre til at begge parter opplever en økning av faglig samarbeid.

# 8 EVALUERING

## Evaluering

I dette kapitlet reflekteres det over arbeidet med oppgaven. Måloppnåelsen og gruppens eget læringsutbytte vurderes, samt at det trekkes frem punkter som det i ettertid ses kunne vært gjort annerledes.

### 8.1 Vurdering av måloppnåelse

#### 8.1.1 Effektmål

I forprosjektet formulerte gruppen egne effektmål, som tiltakene er intendert å oppnå.

*«I løpet av 5 år skal tiltaksplanen kunne føre til en økning i antall ferdigutdannede som får jobb i Gjøvikregionen.»*

Dette målet har en allerede angitt tidsbegrensning, og måles ved å se på dagens status og hvordan dette er fem år frem i tid. Tiltakene som er utformet anses å være med og styrke bedriftenes omdømme, og dermed øke studentenes interesse for å arbeide i regionen. Den omdømmebyggingen og utviklingen som tiltakene legger til rette for vil ta noen år å innarbeide ordentlig, derfor vil arbeidet med dette vise fullstendig effekt etter at det har gått noen år.

*«Tiltaksplanen skal kunne ligge som et grunnlag for en regional rekrutteringsstrategi.»*

Tiltakene fra denne oppgaven er utviklet med grunnlag i undersøkelser både blant studenter og regionalt næringsliv, og de er forankret til teori, reelle utfordringer og muligheter. I tillegg er alle tiltakene utviklet i samarbeid med oppdragsgiver for å sikre at tiltakene kan gjennomføres. Denne kvalitetssikringen har sørget for at tiltakene kan benyttes i en større sammenheng, her den regionale rekrutteringsstrategien som næringsrådet videre har intensjoner om å arbeide med.

*«Øke studentenes kjennskap om Gjøvikregionens næringsliv.»*

Ved å utforme tiltak som dreier seg om møteplasser mellom studenter og næringsliv, vil det kunne øke kjennskapen om næringslivet. Dette har blitt utarbeidet i alle tiltakene, der de tar for seg samarbeidsprosjekter, nettportal, workshops og sosiale medier, slik at det blir lettere

å nå studenten direkte. Økt kjennskap kan måles ved å gjennomføre en spørreundersøkelse blant studentene som baserer seg på samme spørsmål som har blitt benyttet i denne gjennomføringen.

*«Økt antall samarbeidsprosjekter mellom næringslivet i Gjøvikregionen og Høgskolen i Gjøvik.»*

Det har i tiltakene blitt fokusert på å skape nye møteplasser mellom bedrifter og HiG for å senke terskelen for å kontakte hverandre. Dette er spesielt dekket med tiltaket som omhandler å arrangere konferanser mellom bedrifter og de studieprogramansvarlige. Ved å skape en møteplass for disse aktørene får de en unik innsikt i hverandres arbeide og fokusområder slik at man kan samarbeide og hjelpe med å utvikle hverandre.

### **8.1.2 Resultatmål**

*«Utvikle en tiltaksplan som er reell i henhold til Studiebyens Gjøviks ressurser, og som skal kunne brukes av næringsrådet i utviklingen av en større og omfattende regional rekrutteringsstrategi i Gjøvikregionen.»*

Dette har vært hovedmålsettingen for oppgaveløsningen. Tiltaksplanen har blitt utarbeidet med utgangspunkt i teori og innhentet data fra kvalitative og kvantitative undersøkelser, og sikrer dermed at planen er forankret i reelle situasjoner. På bakgrunn av tilbakemeldinger på tiltakene fra oppdragsgiver, anses målet som oppnådd.

*«Undersøke og dokumentere muligheten for å kunne måle økning i antall studenter som ansettes i Gjøvikregionen etter endt studie.»*

Dette arbeidet har det blitt sett noe på i denne oppgaven. Ved innhenting av data ble det erfart at det eksisterer et alumninettverk ved HiG, men som ikke fungerer optimalt. Det anses at dersom dette nettverket hadde vært velfungerende, ville det vært mulig å foreta en måling av resultatmålet. På grunn av oppgavens ressursbegrensninger har ikke dette vært gjennomførbart, men under punkt 9.1 anbefales det å jobbe videre med dette.

*«Kartlegge interessen av rekrutteringstiltak blant studenter og det regionale næringsliv.»*

Interessen for rekrutteringstiltak har gjennom kvalitative og kvantitative undersøkelser blitt kartlagt. Det fremkom at synlighet av bedriftene er noe studenter savner, og det ble i

spørreundersøkelsen lagt til rette for at studentene selv kunne foreslå hvordan bedriftene kan fremstå som mer attraktive. I intervjuene kom det frem at bedriftene vet de har et forbedringspotensial vedrørende rekruttering, men at de ikke har klart for seg hvordan en slik løsning skal være. Målet anses derfor som oppnådd, ved at det vises at det er interesse for rekrutteringstiltak.

## **8.2 Avvik fra forprosjektet**

### **8.2.1 Metode**

Det ble opprinnelig planlagt at kvantitative undersøkelser skulle gjennomføres ved å personlig oppsøke studentene ved IMT. Siden det varierer hvor ofte studentene oppholder seg på campus, ble det avgjort at det ville bli enklere å få flere svar hurtig ved elektronisk utsending av spørreundersøkelsen.

I forprosjektet ble det bestemt å gjennomføre intervju med bedriftene per telefon. Intensjonen med å tilby bedriftene å foreta telefonintervju, var for at de enklere skulle takke ja uten å måtte sette av for mye tid. Alle bedriftene inviterte gruppen til sine kontorer for intervjuene, noe gruppemedlemmene anser som en fordel på grunn av at personlig oppmøte kan gi et mer positivt utfall med tanke på dialog og det å få et ansikt å forholde seg til.

### **8.2.2 Oppdragsgiver**

Det ble planlagt at det skulle sendes en kort oppsummering med fremgang til oppdragsgiver annenhver uke. Dette har ikke blitt fulgt, men er blitt tilpasset oppgavens fremgang, gruppen behov og oppdragsgivers ønske. Oppdragsgiver har hatt muligheten til å følge oppgavens status på nettsiden, i tillegg til at de to statusrapportene (se vedlegg 13 og 14) som ble utformet også ble sendt til oppdragsgiver.

### **8.2.3 Milepæler**

Milepælene som fremkom av oppgavens forprosjekt ble integrert i Gantt-skjemaet, avvikene her kan leses av i den reviderte utgaven, se vedlegg 9.



#### 8.2.4 Beslutningspunkter

I følge planen i forprosjektet skulle all skriving være ferdig til oppgaven ble sendt til ekstern korrekturlesing. Da korrekturlesingen ble gjennomført gjenstod det enda noe arbeid på de siste og oppsummerende kapitlene i oppgaven. Disse ble derfor ikke med i den eksterne korrekturlesingen. Dette medførte ikke noen problemer, da de siste kapitlene ble gjennomgått med veileder.

#### 8.3 Eget arbeid

Arbeidet med denne rapporten har for gruppen gått svært bra med tanke på samarbeid og kommunikasjon internt. Samtlige var ved oppstarten av arbeidet bestemt på å jobbe jevnt med oppgaven, noe som også har vært et faktum. Dette har ført til at gruppen har klart å unngå den typiske «skippertaksperioden», og heller brukt innspurten på å bearbeide oppgaven. Gruppen har tatt hensyn til forelesninger, obligatorisk arbeid og eksamener i andre emner, og lagt opp arbeidsøktene etter det. Arbeidsøktene ble avtalt ukentlig, og ført opp i en felles iCal-kalender. Totalt ble det lagt ned omtrent 280 arbeidstimer i fellesskap.

Ingen av gruppemedlemmene har tidligere jobbet med en så omfattende oppgave, og det har derfor vært enkelte utfordringer knyttet til dette. På grunn av oppgavens store omfang, ble det tidlig klart at det måtte settes begrensninger for å opprettholde riktig fokus. Disse begrensningene ble valgt til å legges til målgruppen for de kvalitative og kvantitative undersøkelsene; utelukkende IMT-studenter samt bedrifter relatert til disse studiene. Sammen med disse begrensningene var det også tilknyttet en utfordring med antall respondenter, og det ble brukt mye tid på å samle inn nok svar fra spørreundersøkelsen. En annen utfordring har vært å hente inn litteratur. Ingen av gruppemedlemmene har tidligere jobbet mye med metode, og har av den grunn brukt mye tid på å hente inn litteratur og opparbeide kunnskap om det. Det har også vært fokusert på å hente inn litteratur utover det som har vært tidligere pensum.

Gruppen opplevde å kommunisere godt med veileder, hvor nødvendige spørsmål ble besvart. Antall veiledninger har også vært optimalt, og gruppen ser at det å diskutere innhold med en fjerdeperson har vært svært nyttig. Frem til innlevering av forprosjektet ble

det gjennomført ukentlige veiledninger. Dette var svært nyttig for å kunne utarbeide problemstilling, forskningsspørsmål og en prosjektplan som var gjennomførbar og realistisk. Etter innlevering av forprosjektet, ble veiledninger gjennomført ved behov. På slutten av oppgaveperioden ble deler av oppgaven sendt til veileder i forkant for å kunne diskutere arbeidet og få tilbakemeldinger som gruppen kunne ta med seg i den endelige utformingen.

Samarbeidet med oppdragsgiver har fra starten av vært bra. Fra og med første møte var kontaktperson, Gunn Mari Rusten, svært behjelpelig med å finne dokumentasjon og tips til utforming av problemstillingen. Mesteparten av korrespondansen har foregått over mail, med unntak av møter i kritiske faser av oppgaven som ved utforming av problemstillingen og tiltakene. Dette for å sikre en reell forankring til næringsrådet og at tiltakene er gjennomførbare.

#### 8.4 Eget læringsutbytte

I forprosjektet definerte gruppen egne læringsmål for oppgaven. Forprosjektet ligger som vedlegg 11. Disse målene var knyttet til prosjektstyring, akademisk skriving og oppgavens relevans for oppdragsgiver. Ved en gjennomgang av læringsmålene på slutten av oppgavegjennomføringen, ser gruppen at disse er oppnådd på en tilstrekkelig måte.

Høgskolen i Gjøvik (2013) har i emnebeskrivelsen til bacheloroppgaven definert kunnskaper, ferdigheter og generell kompetanse som alle skal ha tilegnet seg i løpet av arbeidet med oppgaven. Ved å utforme en egen problemstilling, planlegge og gjennomføre analysing og løsning av denne, anser gruppen at målene satt av HiG er tilstrekkelig oppnådd. Egen faglig innsikt er utvidet ved bruk av fagpensum og videre søking ut fra dette. Gruppen har selv definert egen oppgave med tilhørende begrensninger og har gjennomført de planlagte og valgte fremgangsmåtene for å løse dette. Innhentet kunnskap om metodikk har blitt aktivt brukt. Problemstillingen ble besvart med utgangspunkt i systematisk bruk av teori og innsamlet data. Tiltakene som oppgaven har ført til vil, om de blir aktivt tatt i bruk, kunne ha positive effekter på både enkeltmennesker og bedrifter ved at det tilrettelegges for en større grad av tilknytning mellom aktører. Bedriftene får økt kunnskap om studentenes kompetanse, i tillegg til at de får muligheten til å være med å påvirke hvordan studiene er oppbygd og kan få skreddersydd utdanninger så de er mer tilpasset bransjens virkeområde

og behov. På samfunnsnivå så kan tiltakene blant annet føre til økt sysselsetting, bosetting og en sterkere kobling mellom triple helix-partene.

## **8.5 Hva kunne vært gjort annerledes?**

Her belyses det områder ved oppgaven som det i løpet av gjennomføringen og i ettertid kunne vært gjort annerledes.

### **8.5.1 Kvantitativ metode**

På grunn av avgjørelsen om å endre gjennomføringen av spørreundersøkelsen, burde det allerede fra begynnelsen av vært planlagt å sende den ut via e-post til IMT-studentene.

Denne løsningen hadde vært mer realistisk enn at alle studentene skulle oppsøkes personlig på skolen, og ville medført at spørreundersøkelsen hadde vært tilgjengelig for respondentene tidligere.

Før spørreundersøkelsen ble sendt ut, ble ikke svarene fra pretesten slettet fra regnearket. I ettertid ble det klart at det ikke var mulig å slette svar fra skjemaet, noe som medførte ekstraarbeid i form av telling og summering manuelt. Selve undersøkelsen burde derfor vært vurdert å legges inn i et annet program enn Google Forms slik at det hadde vært mulig å slette de ugyldige svarene. Siden det ikke var planlagt fra begynnelsen av oppgaven å gjennomføre undersøkelsen elektronisk, så ble ikke ulike programvarer vurdert på grunn av tidsmangel.

### **8.5.2 Kvalitativ metode**

Bedriftene som ble intervjuet representerte hvert sitt fagområde, noe som følgelig gjorde at svarene de ga hadde en stor spredning. Det burde vært gjennomført flere intervjuer hvor man hadde fått flere representanter fra samme fagområde slik at det hadde vært mulig å trekke mer konkrete og sikre sammenhenger som er bransjeavhengige. Det ble prøvd å komme i kontakt med flere bedrifter for denne oppgaven, men på grunn av lite svar fra bedriftene og dårlig med tid, så ble ikke dette fulgt mer opp etter at fire intervjuer var ordnet. Gruppen kunne ha vært mer aktive med å ringe og purre på bedriftene som ikke svarte.

### 8.5.3 Komparativ studie

Det burde i større grad blitt fokusert mer på komparative studier da det finnes andre studiebyer på størrelse med Gjøvik som har gjort suksess innen lignende områder tidligere. På den måten kunne teori og ideer i større grad basert seg på tidligere erfaringer gjort av andre. Komparative studier ble brukt for å utarbeide kvalitative og kvantitative undersøkelser, men kunne i tillegg blitt trukket mer inn ved utarbeidelsen av tiltak. Dette ble ikke gjort på grunn av oppgavens ressursbegrensninger.

### 8.5.4 Økonomiske rammer og risiko

Tiltakene som er blitt utformet i denne oppgaven er laget med tanke på å være så lite ressurskrevende som mulig, spesielt med tanke på økonomiske og menneskelige ressurser. Det kunne ha vært gjort et mer omfattende arbeid for å undersøke hva kostnadene reelt ville blitt ved disse tiltakene. På denne måten kunne det kartlegges om tiltakene har mer handlingsrom enn slik de fremstår nå, eller om de burde reduseres. Dette følger av at det ikke er gjennomført noen omfattende risikoanalyse av tiltakene. I stedet er tiltakene begrunnet mot teori, den empiriske forskningen som er gjort i oppgaveløsningen og etter samtale med oppdragsgiver. Det hadde derfor vært hensiktsmessig å gjennomføre en risikoanalyse av tiltaksplanen, men det ble ikke gjennomført på grunn av at det krever detaljkunnskap om de ulike triple helix-aktørene. På grunn av oppgavens begrensninger var det ikke mulig å innhente denne typen informasjon.

## 8.6 Tidsbruk

I forprosjektet ble det satt opp et Gantt-skjema over arbeidsoppgavene og fasene i oppgaven for å vise hvordan dette var påtenkt og gjennomføres i praksis.

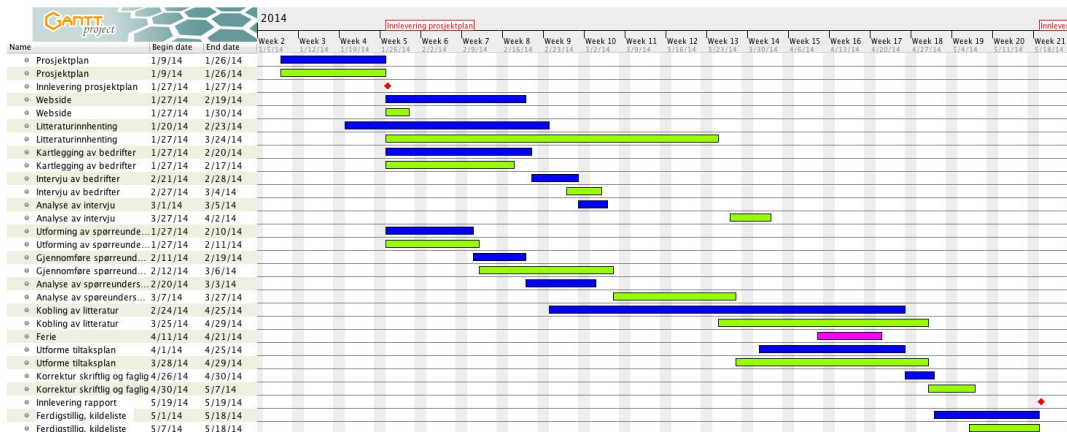
Det som i hovedsak skiller det opprinnelige og det endelige Gantt-skjemaet er at datainnhenting tok lengre tid enn først antatt. Dette fikk ringvirkninger, og førte til en forskyvning av enkelte senere arbeidsoppgaver. Da det første Gantt-skjemaet ble laget var det bevisst lagt inn en buffer i tilfelle noen arbeidsoppgaver tok lengre tid enn først antatt, derfor fikk ikke denne forskyvningen konsekvenser for arbeidet og kvaliteten.

Litteraturinnhenting strakte seg lengre enn først oppsatt, men dette var en endring vi var

klar over da innhenting av ny litteratur bør gjøres fortløpende i skriveprosessen. Utenom denne forskyvningen har Gantt-skjemaet blitt fulgt, og arbeidet ble ferdig i god tid til fristen.

for-etter.  
1/9/14-5/19/14

## Gantt Chart



Page 5

Skjemaet viser opprinnelig og revidert Gantt-skjema, hvor de blå feltene viser opprinnelig tiltenkt tidsbruk, og grønne felt viser den reelle tidsbruken.

# 9 VIDERE ARBEID

## Videre arbeid

Ved gjennomføringen av denne oppgaven har blitt belyst flere områder som det kunne vært hensiktsmessig å se videre på. Begrensingene ved denne oppgaven har gjort at dette ikke har vært mulig å jobbe med i denne omgang.

### 9.1 Alumninettverk

Det burde lages et bedre system eller oversikt over hvor studentene fra HiG begynner å jobbe eller studere videre. I første omgang vil dette gå ut på å få den eksisterende ordningen med LinkedIn-grupper til å fungere. Her ligger mye av ansvaret på de studieprogramansvarlige, ved at de følger opp og informerer studentene om gruppene. Dette krever ikke mye ressurser, utenom noe innsikt i LinkedIn. Fokuset her vil ligge på et omfattende informasjonsarbeid. Dette blir også nevnt under punkt 8.2.2, hvor et av resultatmålene dreier seg om å kartlegge økning i antall studenter som regionalt rekrutteres. For å oppnå dette bør et fungerende alumninettverk være på plass for å enkelt komme i kontakt med tidligere studenter.

### 9.2 Forslag til oppgaver

I tiltak 2 anbefales det at utformingen av nettportalen skal gjennomføres som en bacheloroppgave. Dette bør være et prosjekt innen IT-studiene på grunn av alle funksjonalitetene og sikkerhetsklareringer som bør være på plass, i tillegg til at det er disse studentene som har den mest nærliggende kompetansen for å kunne opprette en nettportal. For næringsrådet kan dette være en ressursbesparende måte å gjennomføre tiltaket på, i tillegg til at de gir studentene ved HiG en mulighet til å eksponere sitt arbeid.

I denne oppgaven ble det valgt å utelukke internasjonale studenter fra målgruppen til kvantitativ metode, på grunn av at tilleggsarbeidet med å oversette tekst ville vært for omfattende, i tillegg til at disse studentene har et helt annet perspektiv på tilhørighet til studiested. Det foreslås derfor å gjennomføre et lignende prosjekt, som tar for seg hvordan man kan rekruttere internasjonale studenter ved Høgskolen i Gjøvik til bedrifter i Gjøvikregionen. Dette vil ha et stort omfang, og foreslås av den grunn som en bacheloroppgave for studenter ved medieledelse og innovasjon.

I forbindelse med denne oppgaven ble det 13. januar 2014 gjennomført et møte med rektor ved HiG, Jørn Wroldsen. Der ble det nevnt at det savnes en systematisering av nettverkssamarbeidene som HiG har. Det anses som hensiktsmessig at dette blir sett videre på, og at det utarbeides et system for dette. Dette vil innebære å lage ulike grader av nettverkstilknytning, og hvordan disse er koblet til skolen og hvordan de jobber sammen. Et system som dette vil være en videreutvikling av det eksisterende triple helix-samarbeidet, og legge grunnlag for at dette utnyttes i større grad. Alle aktører vil kunne trekke fordeler av dette, ved at samarbeidet får mer strukturerte rammer, samt at det vil styrke regional utvikling .



# 10 KILDER

## Kilder

### Personlig kommunikasjon

Rusten, G. M. (gunn@naeringsradet.no). *Statusoppdatering* Mail til Kristine Nymo, 11. april 2014 (kristine.nymo@gmail.com).

### Litteratur

Bang, H. (2011). *Organisasjonskultur*. Oslo, Universitetsforlaget.

Brinkmann, S. & Kvale, S. (2009). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo, Gyldendal akademisk.

Busch, T. (2013). *Akademisk skriving for bachelor- og masterstudenter*. Bergen, Fagbokforlaget.

Bø, I. & Schiefloe, P. M. (2007). *Sosiale landskap og sosial kapital: innføring i nettverkstenkning*. Oslo, Universitetsforlaget.

Dalen, M. (2011). *Intervju som forskningsmetode*. Oslo, Universitetsforlaget.

Dalland, O. (2012). *Metode og oppgaveskriving for studenter*. Oslo, Gyldendal akademisk.

Etzkowitz, H. (2008). *The triple helix: university-industry-government innovation in action*. New York, Routledge.

Halvorsen, K. (2012). *Å forske på samfunnet: en innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo, Cappelen akademisk forlag.

Hellevik, O. (2002). *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*. Oslo, Universitetsforlaget.

Jacobsen, D. I. & Thorsvik, J. (2009). *Hvordan organisasjoner fungerer*, b. 3. Bergen, Fagbokforlaget.

Jacobsen, D. I. (2012). *Organisasjonsendringer og endringsledelse*. Bergen, Fagbokforlaget.

Johannessen, A., Christoffersen, L. & Tufte, P. A. (2011). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*. Oslo, Abstrakt forlag.

Kotler, P., Fredriksen, J. I. & Bielenberg, T.-J. (2005). *Markedsføringsledelse*. Oslo, Gyldendal akademisk.

Kunnskapsdepartementet. (2008). *Ny struktur i høyere utdanning. NOU 2008:3*. Oslo., Statens Forvaltningstjeneste

Mikalsen, F. (1997). *Målstyring og strategisk planlegging: en veiledning for offentlig sektor*. Oslo, Tano Aschehoug.

regionaldepartementet, K.-o. (2011). *Kompetansearbeidsplasser – drivkraft for vekst i hele landet*. NOU 2011:3. Oslo, Statens Forvaltningstjeneste.

Aasen, T. M. B. & Amundsen, O. (2011). *Innovasjon som kollektiv prestasjon*. Oslo, Gyldendal akademisk.

## Internett

Bridge, N. (2013). *NTNU Bridge*. [Online ]. Tilgjengelig fra: <http://www.ntnu.no/bridge/> (lest 12.05.2014).

EVRY. (2014). *EVRY*. [Online]. Tilgjengelig fra: <http://www.evry.no/> (lest 08.05.2014).

Forskning.no. (2009). *Trippel heliks* [Online ]. Tilgjengelig fra: [http://www.forskning.no/blog/morten\\_stene/237762](http://www.forskning.no/blog/morten_stene/237762) (lest 24.03.2014 ).

Gjøvik, H. i. (2013). *Bacheloroppgave IMT*. [Online ]. Tilgjengelig fra: <http://www.hig.no/content/view/full/27949/language/nor-NO> (lest 05.05.2014).

Haugerud, V. T. (2006). *Prosjektrapport «Gode Hoder»*. Tilgjengelig fra: <http://www.trondelagsradet.no/NTFK/TRweb.nsf/TiltakFirst?OpenForm&ID=150232AF2A1E4565C1257269003D74FB> (lest 14.01.2014).

høgskoleloven, U.-o. (2005). *Lov om universiteter og høyskoler*. [Online], Lovdata. Tilgjengelig fra: <http://lovdata.no/dokument/NL/lov/2005-04-01-15?q=lov+om+universitet> (lest 09.04.2014).

Industripark, R. (2014a). *Raufoss Innovation & Science Centre*. [Online]. Tilgjengelig fra: <http://www.raufossindustripark.no/sbedrifter/innovation.html> (lest 08.05.2014).

Industripark, R. (2014b). *SINTEF Raufoss Manufacturing*. [Online]. Tilgjengelig fra: <http://www.raufossindustripark.no/sbedrifter/rtim.html> (lest 08.05.2014).

Isaksen, T. R. (2013). *NOKUTs jubileumskonferanse*. [Online]. Kunnskapsdepartementet: Regjeringen.no. Tilgjengelig fra: [http://www.regjeringen.no/nb/dep/kd/aktuelt/taler\\_artikler/kunnskapsministerens-taler-og-artikler/2013/nokuts-jubileumskonferanse.html?id=745305](http://www.regjeringen.no/nb/dep/kd/aktuelt/taler_artikler/kunnskapsministerens-taler-og-artikler/2013/nokuts-jubileumskonferanse.html?id=745305) (lest 16.03.2014).

kommune, G. (2013). *Om Gjøvik kommune*. [Online]. Tilgjengelig fra: <http://www.gjovik.kommune.no/forside/om-gjovik-kommune> (lest 14.03.2014).

kommune, P. (2012). *Studentmeldinga – studenten i kompetansesamfunnet*. Upublisert manuskript, Porsgrunn kommune

- kommune, P. (2014). *Kompetansebyen.no*. [Online]. Tilgjengelig fra: <http://wpkompetan.server120.wdc.webdeal.no/> (lest 13.05.2014).
- Lillemoen, M. (2013a). *Får ansvar for kommunal innovasjon*. [Online]. Tilgjengelig fra: [http://www.hig.no/nyheter/arkiv/2013/kommunal\\_innovasjon](http://www.hig.no/nyheter/arkiv/2013/kommunal_innovasjon) (lest 23.03.2014).
- Lillemoen, M. (2013b). *Idélab-24 2013 - årets spennende innovasjonskonkurranse ved HiG!* [Online]. Tilgjengelig fra: [http://www.hig.no/innovatoriet/idelab\\_24](http://www.hig.no/innovatoriet/idelab_24) (lest 20.03.2014).
- NOKUT. (2013). *Behov for bedre og tettere samarbeid mellom arbeidsliv og utdanning*. [Online]. Tilgjengelig fra: <http://www.nokut.no/nyheter/nyheter-2013/behov-for-bedre-og-tettere-samarbeid-mellom-arbeidsliv-og-utdanning/-UyrlF615MZL> (lest 16.03.2014).
- NOKUT. (2014). *NOKUTs arbeid med norsk utdanning*. [Online]. Tilgjengelig fra: <http://www.nokut.no/no/Om-NOKUT/Hva-gjor-NOKUT/NOKUTs-arbeid-med-norsk-utdanning/> (lest 16.03.2014).
- Næringsrådet. (2014). *Gjøvikregionens næringsråd*. [Online]. Tilgjengelig fra: [http://www.naeringsradet.no/om\\_naringsradet/](http://www.naeringsradet.no/om_naringsradet/) (lest 24.02.2014).
- Opptak, S. (2013). *So46 – Søkertall pr. lærested*. [Online]. Tilgjengelig fra: [http://www.samordnaopptak.no/tall/2013/hoved/so46/laersted\\_okning](http://www.samordnaopptak.no/tall/2013/hoved/so46/laersted_okning) (lest 11.03.2014).
- Regionrådet. (2014). *Studiebyen Gjøvik*. Tilgjengelig fra: [http://www.regionradet.no/kontakt/regionradet/studiebyen\\_gjovik/](http://www.regionradet.no/kontakt/regionradet/studiebyen_gjovik/) (lest 24.02.2014).
- Scootr. (2014). *Scootr, midlertidige hjemmesider*. [Online]. Tilgjengelig fra: <http://scootr.no/> (lest 08.05.2014).
- Sentralbyrå, S. (2014). *Folkemengden, 1. januar 2014* [Online]. Tilgjengelig fra: <http://www.ssb.no/befolkning/statistikker/folkemengde/aar/2014-02-20?fane=tabell&sort=nummer&tabell=164156> (lest 13.03.2013).
- Studio, T. (2014). *Referanser* [Online]. Tilgjengelig fra: <http://www.tagstudio.no/referanser/> (lest 13.05.2014).

# 11 VEDLEGG

## Vedlegg nr. 1

### TRANSKRIBERING AV INTERVJU MED SVEN ERIK ESPELAND, EVRY GJØVIK

#### **Kan du beskrive deres rekrutteringspolitikk per dags dato?**

Siden EVRY er et stort selskap, med omtrent 10 000 ansatte, så er det noen steder at vi rekrutterer internt og noen steder eksternt. Vi har veldig fokus på intern mobilitet i selskapet; det er ikke alltid vi går ut eksternt hvis vi ser at for eksempel en kontrakt med en kunde er i ferd med å gå ut, så forsøker vi å flytte ressursene enten fysisk i Norge eller legge oppgaver til et annet sted i landet.

Her på Innlandet går vi veldig mye eksternt ut når vi rekrutterer. Det er en policy om at vi hovedsakelig skal ha bachelor eller høyere utdanning, og de siste årene har vi fokusert veldig på nyutdannede. Det er det vi hovedsakelig ønsker å ha inn. Grunnen til dette er at vi ser vi får veldig god kost-nytte i forhold til at nyutdannede er veldig ivrige og at de lærer fort. Studieretningen på Gjøvik er veldig tilpasset til det EVRY jobber med. Vi har også noen spesialstillinger, og da søker vi ut i markedet, for eksempel via rekrutteringsbyrå. Vi har også en policy med at vi har en del innleie fra bemanningsselskaper, og etter en liten stund blir de da ansatt hvis de passer inn på arbeidsplassen. Dette er da mer på fag som kanskje ikke er så mye høgskolerettet, men mer kunde-brukersupport. Vi har veldig fokus på nyutdannede, hovedsakelig fra bachelor og oppover.

#### **Med tanke på høgskolen, hvilke studieretninger er mest interessant for dere?**

Det er to eller tre studieretninger hovedsakelig som er mest interessant for EVRY: Det er dataingeniør, datadrift og systemutvikling. Det er litt forskjeller fra å hente folk i fra bachelor eller ingeniør. Vi ser at ingeniørene kanskje tar ting litt fortere, siden de har mer matte og fysikk. Når jeg intervjuer folk, så prøver jeg å kartlegge veldig greit hvordan det faglige nivået er og hvilket tilegningsnivå de har.

## **Er dere bevisst kompetansen som er tilgjengelig på HiG, og er dere eventuelt bevisste på rekruttering lokalt?**

Tidligere hadde vi veldig fokus på å finne folk som hadde jobbet i næringslivet i en del år. Det er ikke så enkelt å finne i dagens IT-marked, og de ressursene blir fort veldig dyre. Hvert fall her på Innlandet er det slik at de ønsker å flytte opp hit fra Oslo etter å ha jobbet der en del år. De siste 3-4 årene har vi sett at de som gir best kost-nytte, og som blir i selskapet over lengre tid, er de som er nyutdannet. Ofte får vi nyutdannede som kanskje ikke er fra området en gang, men som gjerne bosetter seg her. Vi har et veldig godt samarbeid med Høgskolen i Gjøvik, særlig med et Erik Hjelmås og Frode Haug. Vi fokuserer veldig på Høgskolen i Gjøvik, og vi går ikke til andre høyskoler for å se etter folk å ansette. Ansetter vi nyutdannede – så kommer de fra Høgskolen i Gjøvik, der vet jeg hva jeg får.

Vi bruker også karrieredagene aktivt, hvor vi ber folk som er interessert i å jobbe i EVRY om å skrive seg opp på lister, også snakker vi litt med dem om EVRY. På karrieredagen i år (2014 red.anm.) tror jeg det var omkring 30-40 stykker som skrev seg opp på listene. Deretter prøver jeg å ta en liten siling, og et kort intervju på ca. 15 minutter med hver og en av de som kan være aktuelle. Deretter går vi en vanlig ansettelsesrunde. I fjor ansatte vi tre stykker på denne måten. I år vet jeg ikke helt hvor mange det blir, men vi kommer hvert fall til å intervjuer en del i løpet av mars. Markedet har roet seg litt; før var det slik at mange bedrifter headhuntet allerede i november/desember.

Vi rekrutterer nye hvert år. I fjor ansatte vi åtte stykker på min avdeling, året før var det 12. Jeg regner med at i år så havner vi på mellom åtte og ti personer. De vi ansetter, er stort sett fra området, men også begge deler. De som ikke er her i fra, trives veldig godt på Gjøvik. Det første jeg spør om på intervju er om Gjøvik er en by de vil kunne trives med å bo i over lengre tid. Mange er veldig klare på at de ikke ønsker å flytte til Oslo, og føler vel at Gjøvik er en mer riktig by. Det er jo ganske nærme Oslo, og man slipper det jaget. Selvfølgelig er det noen som ønsker å flytte til større byer, som Stavanger, hvor det er et høyere lønningsnivå. Hvis det er noen som har bodd i Oslo, så er det flere vi henter tilbake etter kanskje 10 år, som begynner å bli lei, og kanskje skal begynne å etablere seg med familie og unger. Da er det veldig mange som ønsker å flytte opp hit.

### **Kommentar på spørreundersøkelsen: Oppfattelse av faglig samarbeid**

Ser man veldig snevert innenfor kun data og drift, kanskje litt på sikkerhet og master, så vil jeg si at det er mellom godt og veldig godt. Vi jobber med høgskolen for å få det til å bli enda bedre, men det er noen økonomiske insentiver som må på plass på begge kanter. Sånn generelt sett var vi på stadiet «verken eller» for kanskje fire år siden, men de siste årene har vi beveget oss opp mot «godt», og begynner kanskje å nærme oss «veldig godt» på sikt. Vi ser at vi har en vinn-vinn-effekt på samarbeidet for begge parter.

### **Kommentar på spørreundersøkelsen: Hvor oppsøkende bedriften er**

Vi prøver å bruke karrieredagen, også har vi vært innom noen forelesninger som vi har holdt på vegne av høgskolen. Vi føler at vi får veldig mye tilbake av karrieredagen, det er veldig bra og profesjonelt, og man får tak i mange av studentene for å få snakket med dem. Før var det mye mer at vi arrangerte bedriftsforedrag på Studenthuset, men det er ikke så mye lenger. Det har blitt mer profesjonalisert, så for oss ligger vi på «verken eller» på dette punktet. Vi bruker karrieredagen, men er ikke inne på så mange andre arenaer etter det.

### **Kommentar på spørreundersøkelsen: Sannsynlighet for å søke jobb i regionen**

Det er ikke så unaturlig at de som kommer fra regionen sier stor grad. Det er en del som kanskje vil ut av Gjøvik, og da viser de kanskje ikke heller interesse for oss. De jeg vanligvis snakker med er de som viser interesse for at de har lyst til å bo i området. Tallene stemmer derfor ganske greit. Jeg tror det er mer jobben man får som avhenger av hvor man bosetter seg. Når jeg snakker med studenter, har de veldig fokus på arbeidsinnhold, og at de får litt utfordrende oppgaver i starten. De snakker kanskje med andre som har gått ut i arbeidslivet året før, og får tilbakemeldinger på hvordan jobben og bedriften er. Tallet for «stor sannsynlighet» burde vel bli høyere etter hvert. Det er ganske mange spennende arbeidsplasser på Innlandet, men de er kanskje litt skjult. Bedriftene bør derfor forsøke å eksponere seg mer opp mot høgskolen.

### **Utvikle en plattform ala NTNU Bridge**

Det er en veldig fornuftig tanke for NTNU og Trondheim, siden det er så stort. Jeg vet ikke hvor mye man ville fått ut av det her på Innlandet. Fagområdet er såpass lite, og det er ikke så mange leverandører som driver med drift her i området. Man vet hvem man skal snakke



med, selv om det er hovedsakelig kun EVRY og en del Oslo-bedrifter som eksponerer seg for studenter på for eksempel karrieredagen. En slik plattform hadde gjort jobben enklere, men vi får jo tak i de studentene vi vil gjennom å bruke de kanalene vi har. Det vi sier til studentene er at de kan legge inn en åpen søknad, fordi den da legges inn i vår database, hvor vi kan søke de opp. Men en plattform hadde også gjort det enklere for studentene, men det koster penger, og noen må forvalte det.

### **Sommerjobb**

Vi har noen sommerjobber i Oslo, Stavanger, Trondheim og de store byene, men ikke her på Innlandet. Grunnen til dette er at vi har en del sikkerhetskrav fra kunder, hvor man må nasjonalt sikkerhetsklareres blant annet, noe som tar 3 måneder. Da er sommeren over. Spesielt drift har også veldig lav bemanning om sommeren, slik at man hovedsakelig bare jobber med kartlegging og holder systemene stabile. Vi har heller ingen traineestillinger her. Man får tak i personene man trenger, og vi ser derfor ikke behovet for å bruke penger på slike stillinger når vi vil at de uansett skal bli værende i bedriften i flere år.

### **Bruke mer ressurser på rekruttering**

Så lenge vi får tak i de riktige ressursene på høgskolen, altså de flinkeste, så er det tilstrekkelig slik det er nå. Er det slik at andre bedrifter begynner å hente de beste, og vi må hente inn de som ligger litt lengre ned på skalaen, så bør vi kanskje gå andre steder. Vi ser at det er kanskje 4 studenter som er veldig flinke, også kommer de andre under. Det er de flinkeste vi vil ha, og det er det vi jobber mot. Vi er veldig harde på det at hvis man ikke har gjort det bra på skolen, og ikke har vist det bra i hovedprosjektet, så får man ikke jobb. Vi går heller eksternt ut i markedet dersom det er tilfellet. Nye ansatte må i løpet av et halvt år til et års tid vise at de kan være på høyde med en annen konsulent.

## Vedlegg nr. 2

### TRANSKRIBERING AV INTERVJU MED CHRISTER FUTSÆTHER, SCOOTR

#### **Kan du beskrive deres rekrutteringspolitikk per dags dato?**

Vi er et kommunikasjonsbyrå, fusjonert til Scootr. De typiske kreatørene i Sandbeck og teknologene i Tag og jobber tett sammen. Vi har tradisjonelt sett rekruttert mye fra Høgskolen i Gjøvik, rett og slett fordi det er mye flinke studenter der, og høgskolen har mange linjer der studenter blir utdannet til det vi ser etter. Da forhører oss rundt om hvem som er flinke og går direkte inn på de studentene vi synes er flinke, og vi har også vært på de visningene som har vært på Strand Hotell. Da har vi sett på de som vi ser på som talenter og ansatt de. Vi har ansatt folk hvert år i ti år nå og skal vel kanskje gjøre det i år også faktisk. Selve prosessen er som beskrevet at vi går direkte på, når vi ikke har funnet de, har vi utlyst stillingen i de sosiale kanalene, og i tillegg gjort det på de tradisjonelle/vanlige kanalene. Det er faktisk ikke så ofte vi gjør det.

#### **Prioriterer dere helst de som er nyutdannede eller mer erfarne?**

Det er litt variabelt det kommer an på behovet vårt, men i det siste har vi ansatt fra høgskolen. Fordi det er mye dyktige folk der som går rett ut og er lønnsomme veldig fort. Mange ser på Scootr som et springbrett til noe større, da i Oslo. Det har vi forståelse for, at de største talentene har ambisjoner om å jobbe for de største byråene. At de jobber her i fem, seks, sju år og deretter søker seg til Oslo, til de som ikke ansetter ferskinger, for å si det sånn.

#### **Hvilke studier er det dere henter inn studenter fra helst da?**

Mediedesign, mediemanagement, medieproduksjon, webutvikling, programutvikling

#### **Kommentar på spørreundersøkelsen: Oppfattelse av faglig samarbeid**

Må se det fra vårt ståsted, det er vel ikke noe som er standardisert. Vi blir ofte spurt om å være med og hjelpe til på høgskolen. Da gjør vi det, fordi vi ønsker å gjøre høgskolen attraktiv for flinke studenter. Det er ikke noe vi gjør i stor grad, og kunne gjerne har gjort dette mer. Vi har leid ut en 20%-stilling til høgskolen i snart to og et halvt år nå, så det er et

faglig samarbeid. Men studentene ser sikkert ikke at dette er en innleid ressurs, bare en foreleser, for å si det sånn.

#### **Kommentar på spørreundersøkelsen: Hvor oppsøkende bedrifter er**

Ja, det er nok mer riktig. Vi oppsøker de vi mener er best, og det er jo ikke flertallet. Derfor oppsøker vi ikke i stor grad. Men det blir helt på slutten at studiet, etter tre år.

#### **Kommentar på spørreundersøkelsen, sannsynligheten for å søke jobb i regionen**

Vi har faktisk en ganske stor spredning, fra utlandet, Trondheim, Hønefoss er for så vidt ganske lokalt. Som er den siste vi ansatte fra høgskolen. Spredningen er for så vidt grei, med hovedvekten fra innlandet.

#### **Kommentar på undersøkelsen, viktige faktorer for valg av jobb:**

Jeg får håpe at det er det viktigste for folk. Det er ofte nettverk som gjør at folk kontakter Scootr. De som ikke kommer herifra må ofte være oppsøkende selv da, og det opplever vi jo. At studenter kommer på døra og ønsker å bidra i studieperioden, og flere av de har endt opp med fast ansettelse etter studietiden. Det er viktig å markedsføre seg selv da. Siden vi holder på med markedsføring i ulike former.

#### **Utvikle en plattform, ala NTNU Bridge**

Det er absolutt interessant, for det er ikke bare i mai vi har behov for folk. Det behovet oppstår når som helst. Da bruker vi å oppsøke skolen og får noen navn, men det er vanskelig å se de faglige kvalifikasjonene og dyktigheten hos studenten. Da hadde en slik plattform der studentene kan vise frem hva de kan, og tidligere oppgaver, ville vært noe som vi kunne vært veldig interessert i. Nå er det kun at studenten selv har sin egen hjemmeside, og jeg tror ikke det finnes noe system på det. Det kan være en veldig fin og enkel på å få næringslivet og studentene til å møte hverandre da.

#### **Utnyttelse av karrieredagen**

Vi benyttet oss av den for første gang i år, og kom i dialog med par-tre stykker som sendte en søknad hit.

### **Sommerjobber?**

Nei, grunnen til det er at vi stenger dørene i juli. Hele Norge stopper nesten opp om sommeren rett og slett.

### **Traineestillinger?**

Du kan for så vidt kalle det det, vi har ofte studenter i juniorstillinger da. Som bidrar i tillegg til studiene.

### **Er dere fornøyd med hvordan dere får rekruttert i dag eller er dette noe dere kunne tenkt dere å brukt mye mer tid og ressurser på?**

I dag er det ikke noe standardisert måte å gjøre det på, ved behov og tilfeldig egentlig. Så hvis det fantes en type nettside der bedrifter kunne lagt ut stillinger og om seg selv, så ville det vært nyttig. De som jobber på høgskolen har ikke lov å anbefale en student direkte, bare hele klasser. Ellers bruker vi linjeforeningen Darling, der vi tar kontakt der. Men det stopper ofte opp der. Så vi kunne tenkt oss en nettside der ting var satt i litt mer system.

### **Noe mer du kunne tenkt deg å dele?**

I og med det er en mediehøgskole, er det ikke nok arbeidsplasser til alle her hvert år. Så det er noe man må ta til etterretning når man ser på statistikken da.

### **Rekruttering generelt i bransjen i området.**

Høgskolen er attraktiv, kjent i bransjen som en veldig god skole. Spesielt når de gikk ifra ingeniørfaget da, som gjorde det veldig teoretisk og lite kreativt. Nå vinkles det mer mot web og kreative fag. Tatt litt lang tid, men blitt mye bedre enn det har vært. Men det går på tilgjengeligheten av kompetanse og gode forelesere. Men har inntrykk av at det skjer ting der oppe som vi synes virker bra.

## Vedlegg nr. 3

### TRANSKRIBERING AV INTERVJU MED EMMA ØSTERBØ, SINTEF RAUFOSS

#### MANUFACTURING

##### **Kan du beskrive deres rekrutteringspolitikk per dags dato?**

Jeg jobber som prosjektleder her på SINTEF, men jobber også mye med et nettverksprosjekt som heter NCE Raufoss. Der er jeg delprosjektleder for delprosjektkompetanse som blant annet ser på hvordan vi skal få rekruttert folk hit til miljøet. Der burde HiG være vår førstelinje hvor vi rekrutterer mange studenter, også får vi heller få tak i andre fra NTNU ved behov. Men sånn har det ikke vært tradisjonelt, men vi har jobbet veldig mye med høgskolen de senere årene for å få skreddersydde utdanninger, og at studentene kan «produseres» i henhold til vårt behov. Det er spesielt TØL – da økonomi og ingeniører – som er vår rekrutteringsbase primært.

Tradisjonelt har bedriftene her vært bortskjemte. For 40-50 år tilbake, valfartet folk hit for å få jobb på en sikker industriarbeidsplass. Det var veldig mange operatørarbeidsplasser i forhold til stillinger med høyere utdanning. Men med den transformasjonen som industrien har vært igjennom, er det veldig få jobber for folk som ikke har utdanning, mens det blir flere kompetansearbeidsplasser, og den typen arbeidskraft er vanskeligere å rekruttere. Det er jo mangel på ingeniører sånn generelt i Norge. Innlandet er ikke den mest attraktive regionen i landet, fordi det finnes så mange jobber langs kysten og så videre. Det har altså snudd til å bli arbeidstakers marked, og det har bedriftene selvfølgelig tatt innover seg. Men systemet er fremdeles litt sånn at man annonserer når man har behov for eksempel en sivilingeniør, gjerne i lokalavis, også tror man at man skal få kompetente og relevante søkere etter den stillingen. Det får man jo, men den personen kommer fra nabobedriften – det blir litt som stolleken. Det er egentlig litt vanskelig å få folk til å flytte hit fordi det er interessante jobber, og det er der vi samarbeider med for eksempel Næringsrådet.

##### **Prioriterer dere helst de som er nyutdannete eller mer erfarne?**

Det er der jeg mener bedriftene er bortskjemte, fordi de vil ha den og den utdanningen med så og så mye arbeidserfaring innenfor det feltet. Men det finnes ingen med den

kravspesifikasjonen som er arbeidsledig. Så da må man «stjele» det fra en annen arbeidsplass, og det krever ganske mye. Det er nok slik at man har en ønskedrøm hver gang man skal rekruttere, men så ender man sannsynligvis opp med noe helt annet. Det er rett og slett ikke realistisk å forvente det.

Jeg er usikker på eksakt hvor mange nyutdannede som hentes fra høgskolen, men det jobber jo mange her i industriparken som har utdanning fra høgskolen og fagskolen. Jeg vil si at topplederne kommer fra NTNU. Det har nok vært litt sånn at sivilingeniører og ingeniører hentes derifra, i og med at det ikke har eksistert mastergrader på HiG så veldig lenge. Derfor har det vært slik at studenter fra Gjøvik har jobbet i drift, mens de som hentes fra andre skoler har jobbet med utvikling og strategisk ledelse. Det jobber mange her som har utdanning fra HiG, men hvis vi spør hvilken som helst bedrift om hvilken kompetanse de aller helst rekrutterer, så er det nok en sivilingeniør fra NTNU som er aller gjevest.

**Er dere bevisst kompetansen som er tilgjengelig på HiG, og er dere eventuelt bevisste på rekruttering lokalt?**

Det er nok en liten usikkerhet, men mye fordi man liker å rekruttere folk som er lik seg selv. Hvis jeg har gått maskiningeniør ved NTNU, så vet jeg hva den utdanningen inneholder, og hva man kan forvente av en som har gått der. Jo flere mellomledere man får som har tatt utdanning på HiG, desto mer kjent vil jo den type utdanning bli. Ved den masteren som er ganske ny – Sustainable Manufacturing – som vi i industrien selv på en måte har bestilt fra høgskolen, så er det ganske usikkert om hva studentene kan etter endt utdanning, hva de lærer der og så videre. Men det er jo en helt ny utdanning, og det er ingen som har fullført den enda. Det er nok en liten usikkerhet om hva for eksempel Teknologidesign og ledelse innebærer, hva faginnholdet er – så for vår del hadde det nok vært bedre om den het maskiningeniør. Det hadde vært enklere for folk å relatere seg til, men det er også et mindre fengende navn for studentene. Navnet på utdanningene sier ikke så fryktelig mye om innholdet lengre.

**Kommentar på spørreundersøkelsen: Oppfattelse av faglig samarbeid**

Vi er egentlig ganske koordinert, og industrien her i regionen er forholdsvis koordinert. Jeg vet ikke hvor synlig det er for studentene at vi er med på å påvirke innholdet i deres

utdanning. Det er mer på administrasjonsnivå på skolen. Sånn generelt er det ingen av bedriftene her som har tid til å markedsføre seg noe spesielt mye på høgskolen. Vi er veldig flinke på Lean her, det vil si at vi gjør akkurat det vi skal og har ingen tid til overs til å drive med andre oppgaver. Det er også et resultat av konkurransen som bedriftene er utsatt for. Man har rett og slett ikke ressurser til å gjøre noe utenom å levere det man skal til kundene til riktig tid. Det ser vi også når skolen etterspør faglig input til utdanninger, eller forespørslers om forelesninger. Det er ytterst få mennesker her i industrien som har tid til det. Det er vi her på SINTEF som gjør det innimellom. Ellers er det veldig lite fra selve industribedriftene. Jeg tror vi er veldig dårlige på å vise frem hva vi har faglig, det kunne vi sikkert gjort mye bedre, uten at jeg helt ser for meg hvordan bedriftene skulle fått det til.

### **Kommentar på spørreundersøkelsen: Hvor oppsøkende bedriften er**

Jeg prøver å fortelle bedriftene her at man må stå i kø utenfor HiG og ansette de flinkeste studentene fra hvert kull før de er ferdige på skolen. De bor jo her allerede, har vært her i 3 - 4 år, og det er kanskje sannsynlig at de kan bli igjen en stund til. Men det har man ikke helt hatt tradisjon for, rett og slett. I løpet av det siste året har vi vært med på karrieredager, og vi har arrangert noen studentkvelder på Studenthuset. Vi har blitt litt bedre, men vi er langt i fra gode nok. Alt henger sammen: Man har egentlig en jobb som skulle vært løst av en som kan det, men så er man litt usikker på hva studentene på høgskolen egentlig kan, også er det kanskje ikke noen stillinger som helt nyutdannede kan gå inn i helt selvstendig. Man skulle kanskje hatt mer systematisk rekruttering, hvor man hvert år tar inn en som har fullført bachelor, også får man videreutviklet vedkommende inn i organisasjonen. Men det har vi ikke kapasitet eller system til akkurat nå.

### **Trainee**

Vi er med i Trainee Innlandet, og det er mange av bedriftene her som akkurat har blitt med der. Så det er på gang. Får vi gode erfaringer med det, så er det mulig at det videreutvikles. Men å sette opp et eget traineeprogram i NCE Raufoss, tror jeg er ganske langt unna. Det er heller sånn at vi lager et opplegg for de traineene som er i noen av våre bedrifter. En helt egen traineeordning er derfor ganske langt unna.

### **Kommentar på spørreundersøkelsen: Faktorer**

Jeg tror at hvis vi hadde greid å synliggjøre innholdet i jobbene som finnes her, så hadde vi vært mye mer attraktive. Man får som regel en mye mer interessant jobb i en litt mindre organisasjon enn de større som kanskje ansetter 10 nye i uken. Der blir man bare en av de nye i gjengen. Her blir det mer du som blir ansatt, utviklet og det er du som får oppgaver som skal løses. På den andre siden har vi ikke det ungdommelige miljøet som man får når man ansetter 10 nyutdannede, hvor man har mange jevnaldrende å henge med. Det har man ikke her, hvor man kommer man inn i en etablert organisasjon, der alle har familie. Arbeidsoppgavene er like interessante her som i olje og gass, eller hvilken som helst annen sektor. Jeg vet ikke om industrien har blitt ansett som en usikker bransje å jobbe i, i og med at det har vært finanskriser og nedbemanninger. Det som ikke kommer fram i media på den tiden, var at det var nesten ingen med høyere utdanning som ble nedbemannet i industrien. Det er ufaglærte som har blitt nedbemannet, som har jobbet med kompetanseutvikling og produksjonsløft av forskjellige slag med sine kompetansemedarbeidere. Det tror jeg kanskje ikke vi har fått helt frem. Industrien er kanskje ansett som å være på veg ned. Det vil bare bli flere og flere kompetansearbeidsplasser.

### **Kommentar på spørreundersøkelsen: Sannsynlighet for å søke jobb i regionen**

Vi ser også at det ofte er tilbakeflyttere som det satses på å ansette. Man velger ikke alltid utdanning med tanke på hva man skal gjøre etterpå, man velger det som høres spennende ut. Det er nok sant at Innlandet ikke er det mest fancy stedet å bo, så hvis man er fra et annet sted og studerer her, så er det stor sannsynlighet for at man flytter tilbake. Det skal sies at det er utrolig dårlig næringsliv innenfor studieretningene media, IT og data her. Det må regionen jobbe med for å få til virksomheter innenfor de fagfeltene. Ingeniørstudentene har for eksempel mye større muligheter enn hva en datautdannet person har. Hvis man får tilbud om en jobb det siste året man studerer, så kan det godt skje at selv om man tenkte å flytte tilbake dit man er i fra, så kan man bli igjen fordi man har fått en spennende jobb. Jeg skjønner at folk primært ønsker å tilbake dit man kommer fra, men jeg tror også at man ville fått andre svar dersom dere hadde spurt andre fagretninger på høgskolen. Det er et stort problem at ikke næringslivet matcher utdanningene. Vi vet jo også det at man trenger en jobb som er spennende og interessant for å bosette seg et sted, og



det viser også undersøkelsen. Hvis ikke næringslivet i regionen greier å synliggjøre seg overfor studentene, så vet de ikke at det er en jobb for dem her, og da flytter man jo.

### **Utvikle en plattform ala NTNU Bridge**

Industrien er litt «sirumpet» på slike løsninger, og det har også noe med at man har dårlig tid til sånt. For eksempel har HR vært en ikke-eksisterende funksjon i industrien tidligere. Jeg tror bedriftene begynner å utvikle sine HR-avdelinger litt mer, og da er det mer relevant. Man må ha noen som driver med rekruttering for at det skal kunne være relevant, men det er noe som kommer etter hvert. En slik type løsning hadde vært glimrende, men jeg er usikker på hvor mange i regionen som ville vært innom en slik side ukentlig. En god idé, men det må være en veldig lav terskel.

### **Karrieredager**

Et kjempebra tiltak, som vi absolutt skal fortsette å delta på. Nå i det siste har vi fått med oss flere medlemsbedrifter. Det er ikke sikkert at vi har noen ledige stillinger der og da, men vi må jo vise oss frem, og bli et kjent navn for studentene.

### **Bedriftsbesøk**

Det går veldig mye på kontakter. Vi har alltid en dag for traineene i Innlandet, og vi skal snart ha de internasjonale masterstudentene på besøk. Det er ikke systematisk organisert. Det er en fagansvarlig for utdanningene som burde ordne det, og det finnes ikke akkurat nå. Det går mye på hvem som kjenner hvem. Har man hatt prosjekter sammen, tar man kanskje kontakt for å høre om studenter kan komme hit på bedriftsbesøk. Det burde absolutt vært satt i system.

### **Bruke mer ressurser på markedsføring og rekruttering**

Jeg tror vi blir nødt til å bruke mer ressurser. Bedriftene kommer til å ha så stort behov for nye ansatte, at de blir nødt til å se på nyutdannede. De må se på andre fagretninger, og ikke bare ansette for eksempel ingeniører, man må se på andre typer utdanninger som har interesse for å jobbe i industrien. Jeg tror man blir nødt til å jobbe mer for å få tak i flinke folk. Det er utrolig mange som ble født rett etter krigen, som går av med pensjon nå eller i løpet av 3 – 8 år. Dette var nesten de første i landet som tok høyere utdanning, og de fikk

enorm status i sin generasjon, og har sittet på veldig mange stoler i samfunnstoppen generelt. Nå blir det generasjonsbytte, som vil gi helt nye muligheter. Det vil komme store forandringer i samfunnet i årene som kommer, og det ser vi også med eldrebølgen som vil kreve nye løsninger i omsorgssektoren, og som kanskje kommer til å koble industrisektoren tettere opp i mot andre sektorer. Vi ser at industrien har drevet for seg selv, og ikke hatt så mye kontakt med andre. Det ser vi for eksempel på Raufossindustrien, som er ganske lukket og i sin egen verden.

### **Ideer til å forbedre rekrutteringen fra høgskolen**

Jeg tror så absolutt på synliggjøring. Generelt trenger vi rollemodeller fra realfagsyrker i hele samfunnet. Vi må synliggjøre hva vi faktisk driver med. Folk vet for eksempel hva leger og frisører gjør, men det er ingen som aner hva en ingeniør gjør. Det er mer et samfunnsproblem enn kun for bedriftene her. Vi må synliggjøre bedriftsnavnet vårt, hva vi driver med, og hva slags kompetanse som trengs her nå og hva som trengs om 10 år.

Jeg tror også vi må snevre inn antall valgmuligheter for ungdom, dessverre. Det er så vanskelig å vite hva man kan bli i enden av en utdanning, så man velger helt ut fra egen interesse, også ender man opp med en utdanning man ikke får relevant jobb innen. Jeg tror dette er noe som kommer til å tvinges frem av samfunnet forøvrig.

Generelt tror jeg at vi må koble næringslivet og utdanningsinstitusjonen tettere sammen, eksakt hvordan dette skal skje er jeg usikker på. De som jobber på høgskolen er ikke så veldig interessert i hva vi driver med, fordi de er jo interessert i hva de driver med. Derfor har vi satset på å ha direkte kontakt med studentene, og markedsføre oss direkte mot dem. Det kan være et tiltak, men jeg vet ikke om det er riktig vei å gå. Jeg tror det rett og slett må jobbes med, og man må se på hva som fungerer og hva som er bra. Men mer kontakt er essensielt, man må være på arenaer der man møtes. Møteplasser kan for eksempel være et fellestiltak, hvor man har en torsdag i måneden hvor bedrifter og studenter møtes. Hvor mye vi enn har LinkedIn-profiler og er på nett, så er det kontakten som helt avgjørende. Jeg tror ikke at det å ha kun karakter A er et veldig utvalgsriteria for folk lenger, det handler mer om personlighet, hva man kan bidra med og hvor mye frampå man er. Det blir litt mer amerikanisert.

## Vedlegg nr. 4

### TRANSKRIBERING AV INTERVJU MED ÅDNE MITDLIN, RAUFOSS INNOVATION AND SCIENCE CENTRE

#### **Kan du beskrive deres rekrutteringspolitikk per dags dato?**

Vi deler litt mellom de som skal starte opp, og de som har startet. Totalt sett ligger vi på mellom 12 og 14 stykker. Mange av de som kommer hit er fra IMT først og fremst. Vi ønsker å få flere fra TØL, men det har vi ikke klart helt enda. Det må vi jobbe litt mer med, gjennom en TTO-løsning – teknologioverføringsløsning. Fra IMT er det ganske mange, særlig fra IT- og spill-løsninger. Når vi ser på andre miljø som ligner på oss, så har vi altså ganske god tilgang på studenter fra HiG, som ønsker å starte opp sine egne bedrifter.

Vi har en litt annen type modell når det kommer til rekruttering. Vi har noen få ansatte, slik som meg, også har vi folk som ønsker å starte opp ting. De ansetter vi ikke, men de får en del hjelp, kontor og alle slike nettverk rundt seg. De får det gratis i starten, også betaling etter hvert. Vårt mål er å skape egne selskaper som skal stå på egne ben etter hvert. Det er rundt 4 stykker som er ansatt hos oss, de fleste av dem sitter på SINTEF Raufoss.

#### **Nyutdannede vs. lengre arbeidserfaring**

Det har ingen betydning for oss egentlig. Det som er viktig for oss er at de har en god idé med et visst innovasjonsnivå, hvor det er en andel av ny teknologi. Vi må også kunne anta at de er kapable til å kunne komme seg dit de skal på et eller annet tidspunkt, med litt hjelp. Det må også være mulig å skaffe penger til ideen. De må også ha noe som er interessant å selge; ikke bare innenfor Gjøvik, men store deler av verden. Det viktigste er egentlig visjonen i seg selv, og at de er kapable til å komme seg dit de skal.

Vi har en nøye plan for hvordan vi hjelper de med å komme seg dit de skal. Vi har noen milepæler, hvor de innen 3 måneder skal ha utført en del oppgaver, og komme seg dit hvor de kan se på finansiering for hvordan de skal komme seg videre. Innenfor en viss periode, avhengig av selve casen, skal de kunne begynne å selge det de lager. Det er litt avhengig av selskapet. Når de har kommet seg ut i salgsprosessen, ønsker vi at de finner seg et annet

sted å være. Dette er primært et sted for oppstartsperioden til 2-3 år, avhengig av hvor avansert casen er, og hvor de er i prosessen. Vi har en fast plan for hva vi hjelper de med, og hva vi ikke hjelper til med. Vi kommer til å gjøre litt endringer på det senere, men det viktigste er at personene har ansvaret for å utvikle sitt selskap og sin eiendom. Vi gjør en del ting for dem, spesielt finansiering og kontaktnettverk.

### **Studenter og innovative prosjekter**

På noen felt er studenter flinke til å starte opp nye ting. Det har litt å gjøre med teknologien, særlig med IT. Der kan man sette seg ned med PC, og etter hvert teste om det fungerer. Vi har to spill selskap, ett IT-administrasjonsselskap, og ett selskap som driver med 3D-løsninger som sitter her nå. De er i startfasen nå, men har potensiale til å bli noe. Vi har også noen koblinger mellom helseteknologi og IT. Hvilke studieretninger de kommer fra, har jeg ikke helt oversikt over. Det er veldig få ideer som kommer opp innen IT og sikkerhet som vi ser potensiale for.

### **Hvor mange som har blitt hjulpet**

Vi startet opp i 2000, og for noen år siden ble det satt opp en liste over dette. Da kom vi frem til 160 stykker som vi har hatt inne i systemene våre. Mange av dem eksisterer ikke i dag, en del er jeg ikke sikker på om man kan kalle en suksess, også er det enkelte som er oppe og går som vanlige bedrifter. Det er noen får som har blitt veldig gode.

Kanskje 10% har blitt en kjempesuksess, og 30-40% som eksisterer i dag, den andre halvparten har kanskje funnet ut at ideen ikke fungerte.

### **Markedsføring**

Vi hadde et lite framsteg på høgskolen, hvor vi hadde én person som satte noen timer en dag i uka der. Det fungerte ikke så veldig godt; det var mest ansatte som var interesserte, og studenter var medium interessert. Vi prøver å holde kontakt med dekan og en del av de ansatte ved IMT og TØL, og prøver å gjøre det samme ved HOS. Vi er også med på Idélab 24, hvor vi ser litt på hva som skjer. Vi er til stede en gang i blant, men har ikke gjort noe veldig store markedsføringsfremstøt. Skulle vi gjort noe annet, måtte vi gjort det på en mer systematisk måte for å få frem de gode ideene.

Det vi ønsker å gjøre på sikt, er å jobbe med TTO. Først og fremst blant de ansatte, men også studenter, for å få et mye tettere og formalisert samarbeid med høgskolen. For at dette skal fungere, må også høgskolen bidra litt. Vi har også vært med på karrieredagene, men ikke i de siste årene. I motsetning til de andre bedriftene, har vi ikke en jobb for studentene. Vi kan tilby dem å hjelpe dem med å komme i gang med selskapet sitt, også er det opp til studenten selv. Det som er positivt med den innovasjonsopplæringen studentene får, er at man er mer aktive i forhold til å kunne starte opp sine egne ting. Neste karrieredag blir vi kanskje med.

### **Utvikle en plattform ala NTNU Bridge**

Vi har hatt flere studenter innom som jobber for oss og andre bedrifter her. Det er mye opp til selskapene selv, at de har en jobb som skal kunne gjøres av studenter som kommer hit. For at en slik plattform skal fungere, må kanskje høgskolen inn for å lage noe som fungerer. Gjennom en del år har vi fått oppfordring om å komme med forslag til studentoppgaver, men vi ser at det mest effektive er at studentene selv tar kontakt og sier at de har en oppgave. Det fungerer best når de selv kommer hit.

### **Kommentar på spørreundersøkelsen: Oppfattelse av faglig samarbeid**

Generelt vil jeg si at samarbeidet er godt.

### **Kommentar på spørreundersøkelsen: Gjeldende faktorer**

Arbeidsinnhold er positivt.

### **Kommentar på spørreundersøkelsen: Sannsynlighet for å søke jobb i regionen**

For at antallet skal øke, bør man få flere arbeidsplasser som er interessante.

### **Utslagsgivende faktorer for at flere skal velge å bli i regionen**

Det er ikke nok arbeidsplasser for folk med høy utdannelse. Da må arbeidsplassene utvikles. Og hvem er det som starter det? Jo, det er kanskje studentene selv. Det må startes ting som det er litt tak i. Jeg ser at det er mange av de som er her nå som kan bli gode, men det tar litt tid. Deretter vil de kunne bli gode arbeidsplasser.

## Vedlegg nr. 5

### KODING AV INTERVJUANALYSE

#### SINTEF

- «Det er nok en liten usikkerhet, men mye fordi man liker å rekruttere folk som er lik seg selv.»
- «Det er nok en liten usikkerhet om hva teknologidesign og ledelse innebærer, hva faginnholdet er. Så for vår del hadde det vært bedre om den hadde hatt maskiningeniør.»
- «Navnet på utdanningene sier ikke så fryktelig mye om innholdet lengre.»
- «Sånn generelt er det ingen av bedriftene her som har tid til å markedsføre seg på høgskolen.»
- «Jeg tror at vi hvis hadde klart å synliggjøre innholdet i jobbene som er her, så hadde vi vært mye mer attraktive.»
- «Det er et stort problem at næringslivet ikke matcher utdanningene.»
- Om Bridge: «Industrien er litt sirumpa på slike løsninger, og det har noe med å gjøre at man har dårlig tid til sånt.»
- Om Bridge: «En god idé, men det må være en veldig lav terskel.»
- Om bedriftsbesøk: «Det går veldig mye på kontakter. Det er ikke systematisk organisert, det er en fagansvarlig for utdanningene som burde ordne dette, og det finnes ikke akkurat nå. Det går veldig mye på hvem som kjenner hvem.»
- Om rekruttering og markedsføring: «Jeg tror vi blir nødt til å bruke mer ressurser. Bedriftene kommer til å ha så stort behov for ansatte at det blir behov å se på nyutdannede.» -
- «Vi må synliggjøre hva vi faktisk driver med. Folk vet for eksempel hva leger og frisører gjør, men det er ingen som aner hva en ingeniør gjør.»
- «Generelt tror jeg at vi må koble næringslivet og utdanningsinstitusjonen tettere sammen. Eksakt hvordan dette skal skje er jeg usikker på.»
- «De som jobber på høgskolene er ikke så veldig interessert i hva vi driver med fordi de er interessert i hva de driver med. Derfor har vi fokusert på å ha direkte kontakt med studentene og markedsfører oss direkte mot dem.»

- «Men mer kontakt er essensielt, man må være på arenaer der man møtes.»

## **EVRY**

- «Det er en policy om at vi hovedsakelig skal ha bachelor eller høyere utdanning, og de siste årene har vi fokusert veldig på nyutdannede. Det er det vi hovedsakelig ønsker å ta inn.»
- «Grunnen til dette er at vi ser at vi får veldig god kost-nytte i forhold til at nyutdannede er veldig ivrige og lærer fort.»
- Om Bridge: «Jeg vet ikke hvor mye man ville fått ut av dette her i Innlandet. Fagområdet er såpass lite og det er ikke så mange leverandører som holder på med drift her i området.»
- Om Bridge: «En slik plattform hadde gjort jobben enklere, men vi får jo tak i de studentene vi vil ved å bruke de kanalene vi har.»
- Om Bridge: «Men plattform hadde også gjort det enklere for studenten. Men det koster penger og noen må forvalte det.»
- «Vi har noen sommerjobber i Oslo, Stavanger og Trondheim, men ikke her på Innlandet.»
- Om sommerjobb: «Grunnen til dette er at i har en del sikkerhetskrav fra kunder, hvor man må ha nasjonal sikkerhetsklarering blant annet, noe som tar tre måneder.»
- «Så lenge vi får tak i de riktige ressursene på høgskolen, altså de flinkeste, er det tilstrekkelig slik det er nå.»

## **Scootr**

- «Det er ofte nettverk som gjør at folk kontakter Scootr.»
- «At studenter kommer på døra og ønsker å bidra i studieperioden, og at flere av disse har endt opp med fast ansettelse etter studietiden.»
- Om Bridge: «Det er absolutt interessant, for det er ikke bare i mai vi har behov for folk.»
- Om trainee: «Vi kan forståvidt kalle det det, for det er ofte studenter i juniorstillinger som bidrar i tillegg til studiene.»

- Om rekruttering: «I dag er det ikke noen standardisert måte å gjøre det på, ved behov og tilfeldig egentlig. Så om det fantes en nettside hvor bedriften kunne lagt ut stillinger og om seg selv så hadde det vært nyttig.»

## **RISC**

- «I motsetning til de andre bedriftene har vi ikke en jobb til studentene, vi kan tilby de og hjelpe de med å komme i gang med selskapet sitt, så er det opp til studentene selv.»
- «Det er ikke nok arbeidsplasser med folk med høy utdannelse, da må arbeidsplassene utvikles.»
- «Det må startes ting som er det er litt tak i.»



## Vedlegg nr. 6

### SAMMENFATNING AV MENINGSINNHOLD FRA INTERVJU

#### BESKRIV DAGENS REKRUTTERINGSPOLITIKK

##### SINTEF

Sintef mener at HiG burde være førstelinjen for hvor de rekrutterer nye ansatte, men i stedet henvender de seg mot sivilingeniørene fra NTNU. Dette gjøres til tross for at Sintef de siste årene har samarbeidet med HiG for å få skreddersydd utdanninger for å tilpasse disse til de behovene som er rundt om i industrien. Selv om Sintef har vært med i denne prosessen oppfatter de ikke å ha tilstrekkelig med kjennskap til hva studiene ved HiG omhandler, og satser derfor ikke på disse studentene. De fleste som jobber på Sintef er sivilingeniører fra NTNU, så ved å fokusere rekrutteringen sin her, så er Sintef tryggere på hva slags mennesker og kompetanse de får inn.

En trend som har gjort seg gjeldende de siste årene er at det i stadig større grad har utviklet seg til å bli arbeidstakers marked. Det oppfattes som vanskelig å få personer til å ønske å flytte til og ta seg arbeid i regionen, da dette ikke er en veldig attraktiv del av landet. Spesielt innenfor virkeområdene til bedrifter som Sintef er det mye relevant arbeid i kystområdene. For å skape et større ønske om bosetning i regionen på grunn av arbeid så må arbeidsmarkedet blir mer attraktivt, noe Sintef blant annet samarbeider med Næringsrådet for å finne løsninger på.

##### EVERY

EVERY er et veldig stort selskap, noe som fører til at rekrutteringen deres både foregår internt og eksternt. På avdelingen på Innlandet som ble kontaktet her, så går de mye eksternt for å rekruttere. Hovedfokuset deres ligger på å hente inn nyutdannede som har en bachelor eller høyere utdanning. De foretrekker nyutdannede da disse generer en bra kost/nytte som følge av at de er veldig ivrige og ønsker å lære mye på kort tid. De synes at studieretningene på HiG er godt tilpasset det arbeidet og de behovene EVERY har.

## **RISC**

Her er det verdt å nevne at RISC driver i liten grad med egen rekruttering. Hovedfokuset deres er å hjelpe gründere og nyetablerte til å skape en velfungerende bedrift som kan skape verdier og inntekter. Derfor vil deres svar her avvike noe fra resten. Rekruttering her blir noe annerledes enn andre bedrifter, for her er fokuset på å hente inn personer som ønsker å starte for seg selv, fremfor å hente inn ansatte til egen bedrift.

Hovedbasen av de som benytter seg av hjelpen til RISC kommer fra IMT ved HiG. De som kontakter RISC for hjelp blir tildelt et eget kontor, og hjelp til å starte opp økonomisk.

Hovedmålsettingen er at de til slutt skal klare å stå på egne ben.

## **SCOOTR**

Scootr har tradisjonelt rekruttert mange av sine ansatte fra HiG, og oppfatter at studentene der er flinke og at studiene er godt relatert til deres arbeide. Selve rekrutteringsprosessen foregår ved direkte oppsøking av studenten. Scootr prøver å observere studentene, blant annet ved å besøke visningen til de som går på mediedesign, på denne måten kan de gjøre seg opp meninger om hvem som kunne passet bra hos dem. Om den direkte oppsøkningen av studenter ikke strekker til blir stillingen publisert i sosiale kanaler i tillegg til at de også benytter seg av rekrutteringsbyråer.

## **NYUTDANNEDE VS. ERFARNE**

### **SINTEF**

Dagens bedrifter blir ansett som å være bortskjemte fordi de vil ha ansatte med en konkret utdanning og x antall års arbeidserfaring innen et gitt felt. Noe som ikke er realistisk å forvente. Toppledelsen på industriområdet er hentet fra NTNU, men de som jobber med selve driften veldig ofte kommer fra HiG og Fagskolen. Om det undersøkes blant alle bedriftene innenfor Raufoss Industripark, så vil nok de fleste svare at de aller helst ønsker å ansette sivilingeniører.

### **EVRY**

EVRY har bevisst et fokus på å rekruttere nyutdannede på grunn av deres lærevilje og det kost/nytte-forholdet dette gir. Ved spesielle stillinger som i større grad baserer seg på mer erfaring enn et studie kan gi, så går det heller ut i markedet og søker etter ansatte.

## **RISC**

Her har ikke status for utdanning eller jobb noe å si. Det som har noen betydning er at de har en idé med et visst nivå av innovasjon og at de har reelle planer om å, med å litt hjelp, kunne komme seg ut på markedet.

## **SCOOTR**

Akkurat dette varierer veldig etter hva slags behov de har for øyeblikket. De siste årene har det vært et økt fokus på å bevisst rekruttere fra HiG, da de har erfart at det kommer dyktige medarbeidere derfra. Mange velger også å bruke Scootr som et springbrett for å etter en tid ta mer omfattende jobber i større byer.

## **KOMPETANSEN PÅ HiG**

### **SINTEF**

Sintef opplever stor usikkerhet knyttet til den kompetansen studentene på HiG besitter. En av årsakene til denne usikkerheten er på grunn av at navnene på utdanningene ikke sier noe om innholdet. De bærer mer preg av å tiltrekke seg flest mulig studenter. De velger heller å baserer seg på personer som er lik seg selv, og da blir hovedfokuset på studenter fra NTNU. I samarbeid med HiG har det blitt opprettet en master som Sintef har fått skreddersydd til seg selv, men de vet likevel ikke hva denne helt innebærer enda, men håper at det blir klarere når de første har fått fullført løpet.

### **EVRY**

Tidligere var det mer fokus på å ansette personer med erfaring, men det visste seg at disse var vanskelige å finne i tillegg til at de krevde mer lønn enn de som er nyutdannede. EVRY opplever å ha et veldig godt samarbeid med høgskolen, så når de rekrutterer så henvender de seg ikke til andre skoler fordi de føler seg trygge på hva de får fra HiG.

### **SCOOTR**

De vet det finnes dyktige folk på HiG.

## **KOMMENTARER TIL SPØRREUNDERSØKELSE: FAGLIG SAMARBEID**

### **SINTEF**

Bedriftene har ikke tid til å markedsføre seg ovenfor studentene, de fokuserer heller på LEAN. Når Raufosssparken mottar forespørsel fra HiG angående faglig input som f.eks. forelesninger, er det Sintef som pleier å ta på seg dette. Sintef tror at de selv og de fleste bedriftene i Raufosssparken er dårlige på å vise frem hva de kan tilby, og at det nok finnes måter å gjøre dette på som de selv ikke er bevisste på i dag.

### **EVRY**

EVRY tror at om undersøkelsen kun blir sett ut fra svarene til de som studerer data og drift, i tillegg til informasjonssikkerhet så vil det nok komme frem her at samarbeidet er mellom godt og veldig godt. Det faglige samarbeidet er noe de er bevisste på og som de arbeider med.

### **RISC**

RISC har en generell oppfattelse av at samarbeidet er godt, til tross for at de har en annen rekrutteringsstrategi.

### **SCOOTR**

Scootr forsøker å hjelpe høgskolen når de får spørsmål, fordi de ønsker å fremstå som attraktive for studentene ved IMT. Dette gjør de blant annet ved å leie ut en 20% undervisningsstilling.

## **KOMMENTARER TIL SPØRREUNDERSØKELSE: OPPSØKENDE BEDRIFTER**

### **SINTEF**

SINTEF har ikke hatt en sterk tradisjon med å plukke opp de beste avgangsstudentene fra attraktive studier ved skolen. Dette er noe bedriftene i Raufoss-miljøet har blitt oppfordret til, men fokuset på LEAN er også her en faktor som hindrer dette. De deltar på den årlige karrieredagen, og har tidligere brukt å arrangere studentkvelder på Studenthuset. Likevel er de klar over at de ikke er gode nok på dette området.

## **EVRY**

I likhet med SINTEF, forsøker EVRY å delta på karrieredagene. De får ofte rekruttert nye studenter under disse arrangementene, og føler selv de får mye ut av det. Tidligere forsøkte de også å arrangere bedriftsforedrag på Studenthuset, men har de senere årene valgt å gå bort fra dette for å fremstå som mer profesjonelle.

## **SCOOTR**

For Scootr fremsto svarprosenten som ganske realistisk; de er en bedrift som selv oppsøker den enkelte studenten de mener er best. I tillegg går ikke Scootr aktivt ut mot studentene før de er i slutfasen av sin utdanning.

## **KOMMENTARER TIL SPØRREUNDERSØKELSE: SANNSYNLIGHET FOR JOBB I REGIONEN**

### **SINTEF**

En av grunnene til av svarene er slik de er, er fordi at innlandet ikke er den mest attraktive plassen å bosette seg. For de som kommer fra helt andre deler av landet er det stor sannsynlighet for at de heller velger å flytte tilbake dit når studiene er over. Dette gjelder også for de fra innlandet som studerer andre steder, for det er gjerne tilbakeflytterne som ansettes på industriområdene. Videre sies det at om næringslivet som er i regionen ikke er i stand til å synliggjøre seg for studentene, så vil ikke studentene vite at det faktisk er jobbmuligheter der for de, og flyttetrenden vil vedvare.

En annen årsak til at resultatene er slik som de er på grunn av at det er store variasjoner i jobbtilbudene for de ulike studieretningene, innen noen bransjer er det nesten ikke noen muligheter for jobb i regionen.

### **EVRY**

EVRY mener at det faktisk finnes mange spennende arbeidsplasser på Innlandet. Problemet er at disse er for godt skjulte, og om flyttetrenden skal snu, så må bedriftene eksponere seg selv mer opp mot HiG. Om jobbene blir synlige så vil flere velge å bli, da det er selve jobben som ofte bestemmer hvor man velger å bosette seg. Mange av de som EVRY er i kontakt med, er gjerne de som viser en interesse til å bo i regionen også etter studiene.

## **RISC**

RISC mener at for å øke antallet studenter som ønsker og som faktisk bosetter seg i regionen for å jobbe, så må det opprettes flere interessante arbeidsplasser. En av måtene dette kan gjøre på er ved at studentene selv skaper disse ved å starte opp for seg selv.

## **KOMMENTARER TIL SPØRREUNDERSØKELSE: FAKTORER FOR Å TA JOBB**

### **SINTEF**

Sintef tror at synliggjøring har mye å si for hvor attraktiv en bedrift fremstår, og at om de i større grad hadde vært i stand til å fremme innholdet i de jobbene de har, så hadde de vært mer populære. For de som søker seg til en mindre bedrift, så vil gjerne denne jobben ha et mer interessant innhold enn om det er en større bedrift, og man er en av flere som ansette samtidig, derfor tror Sintef at arbeidsinnhold gjerne scorer høyt her.

### **SCOOTR**

Scootr håper at det faktisk er arbeidsinnhold som er det viktigste når de skal velge jobb. For deres del opplever de at det mest avgjørende ved søking av jobb er at studentene benytter seg av nettverket sitt.

## **OPPRETTE NOE ALA NTNU BRIDGE I REGIONEN**

### **SINTEF**

Sintef oppfatter industrien å henge etter når det kommer til slike teknologiske nyvinninger, så om dette skal kunne fungere så kreves det en veldig lav terskel for bruken. Ideen oppfattes som god, men det må være et svært enkelt og brukervennlig system for at det faktisk skal bli benyttet aktivt. Et tegn på industrien er noe treig ser man på Human Relations. Dette har ikke vært særlig oppegående innenfor industrien, men begynner å komme seg sånn sakte men sikkert.

### **EVRY**

EVRY er noe usikker på hvor mye de ville kunne få ut av en Bridge-løsning, da fagområdet de jobber innenfor er såpass lite. De som er interessert i å jobbe med dette vet hvem de skal kontakte til tross for at det kun er EVRY og noen få bedrifter fra Oslo som studentene får kjennskap til via karrieredagen. En plattform som Bridge ville kunne gjort jobben til EVRY

enklere, men de opplever at får tak i de studentene de trenger ved at der mulig å legge inn åpne søknader som blir lagret i en database frem til det trengs å rekruttere. Plattformen kunne gjort det mer enklere og oversiktlig å søke fra studentenes side, men utfordringen her blir forvaltning og økonomi. Det er noen som må ta ansvaret.

## **RISC**

RISC mener at for å få en slik plattform til å fungere, så er det HiG som må gå inn for å skape og drive denne. Ved flere anledninger har RISC blitt kontaktet fra HiG for å komme med innspill og forslag til oppgaver, men de synes selv at det er bedre når studentene utformer oppgaver på egenhånd og selv oppsøker RISC.

## **SCOOTR**

Scootr synes at en plattform som dette er interessant, da de ofte søker etter nye ansatte utenom mai-perioden når alle er ferdige på skolen. Dette hadde også gjort det enklere for Scootr å kunne gjøre seg kjent med studentene, hvilket arbeide de har gjort og generelt hva de er gode for. På den måten kan Scootr forenkle prosessen med å finne de studentene som er best egnet for en jobb hos de.

## **ANNET**

### **SINTEF**

Fremover mener Sintef at de bør bruke mer ressurser på rekruttering og markedsføring. Dette vil de blant annet gjøre ved hjelp av en økt synliggjøring, da de tror at det også er viktig for samfunnet med tydelige rollemodeller fra realfagsyrkene. Et annet viktig aspekt ved synliggjøres er å få frem hva arbeidet faktisk er, for det er mange som ikke kan forklare hva en ingeniør faktisk gjør. Det må opprettes bedre og sterkere koblinger mellom næringslivet og utdanningsinstitusjoner, hvor møteplasser kan være et godt tiltak for å til dette. Møteplasser er en viktig del av bygging av nettverk, da den personlige oppsøkningen man gjør selv er mye viktigere enn å være aktiv på fora slik som LinkedIn. Spesielt når samfunnet gjerne i større grad blir preget av en amerikanisering hvor alt handler om personlighet.

## **EVERY**

EVERY er bevisste på at om det en gang fremover hender at andre bedrifter begynner å hente ut de samme studentene som dem selv, så vil de bli nødt til å begynne å henvende seg til andre skoler i tillegg.

## **RISC**

Tidligere så ble det gjennomført et prøveprosjekt hvor en person som var underordnet RISC hadde tilholdssted på HiG for å bedre kontakten og samarbeidet, men dette ga ikke noe særlig med resultater. I tillegg så har RISC vært engasjert i arbeidet med idélab 24.

## **SCOOTR**

Det generelle inntrykket Scootr har er at det skjer veldig mye bra aktivitet på campusområdet. Det er en alt for liten bransje innenfor media i regionen, og slik som det er i dag så er det ikke nok arbeidsplasser til de som blir utdannet innenfor dette fagområdet. Dette er en utfordring som det bør ses mer på.



## Vedlegg nr. 7

### KOMMENTARER FRA STUDENTER

#### SYNLIGHET

- «Vise seg litt mer frem.»
- «De burde være mer oppsøkende, jeg vet ikke om noen bedrifter i Gjøvikregionen som er ute etter å ansette noen fra min studieretning.»
- «Ikke avlyse de få dagene vi har for å knytte bekjentskap, slik som mediedagen.»
- «Reklamere for bedriften og hva den driver med på oppslagstavlene på skolen.»
- «Markedsføre seg mer tydelig mot studenter.»
- «Bedriftsbesøk og komme og fortelle om deres bedrift.»
- «Komme på skolen, fortelle studentene hva de holder på med og gi opplysninger om hvor mange nyutdannede de er villige til å ansette. I tillegg er det noen bedrifter som gir nyutdannede et betalt opplæringsprogram, for å forberede dem på fast jobb i deres bedrift. Det hadde vært nyttig å få mer informasjon om hvilke bedrifter som tilbyr slike muligheter.»
- «Fortelle at de eksisterer.»
- «Bli mer synlige og aktiv (dialog mellom skolen og bedrifter) for å være helt ærlig så kjenner jeg til bare 2 mediebedrifter fra Gjøvikregionen hvis det er flere så har ikke hørt om dem.»
- «Være mer attraktive.»
- «Være mer synlig og samarbeide med studenter på mindre prosjekter.»
- «Være synlig, bruke HiG til oppgaver, rekruttere rett fra HiG, informere om jobbmulighetene i bedriftene i regionen.»
- «Komme med bedriftspresentasjoner.»
- «Finne nye metoder for å få kontakt med de studentene de ikke får kontakt med gjennom de metodene de bruker i dag.»
- «Faktisk komme innom skolen og vise seg fram enda de ikke har behov for nye ansatte der og da.»
- «Kontakte skolen selv, og ikke ha nødvendigheten til å bli kontaktet av organisasjoner som f.eks. Login.»

- «Vise seg frem.»
- «Vise seg mer i henhold til emnene på skolen. Typ vise hvordan det du lærer er i praksis og samarbeide med SPA.»
- «Bedriftene bør bli mer synlige. Problemet er at mange er små og ikke ansetter like ofte som de større bedriftene i Oslo. Frode Haug og Stian Husmoen har allerede gode opplegg med å engasjere lokale bedrifter i sine fag. Kanskje ta en snakk med dem for å vite hva høgskolen kan gjøre for å komme i kontakt med bedriftene.»
- «I det minste ha bedrifts- presentasjoner, til og med et besøk hos de kunne vært kult.»
- «Mer bedriftspresentasjoner.»
- «Stands på HiG med informasjon, invitere til flere bedriftspresentasjoner og gjerne sende ut litt mer info om seg selv i forkant av presentasjonen.»
- «Bedriftene burde bli langt bedre på å markedsføre seg til HiG, vi har hatt noen bedriftspresentasjoner, men kan ikke huske noen fra området. Har faktisk mer inntrykk av bedrifter på Hamar enn på Gjøvik (og har ingen tilknytting til området).»
- «Er fornøyd med bedriftenes initiativ. De kunne kanskje vært her litt oftere, og representert med noen som faktisk jobber i Gjøvikregionen.»
- «Kontakt på alle studielinjer og mer aktiv promotering av praksismuligheter.»
- «Oppsøke studiemiljøet, formidle sin rolle i lokal/ globalsamfunnet.»
- «Synlighet og sommerjobber.»
- «Vær mer synlige. De eneste jeg vet om som er relevante for mitt studie er Telenor og EVRY. Hvis det finnes flere burde de markedsføre seg bedre.»
- «Vise tilbud.»
- «Være mer aktive på skolen, både faglig og gjennom linjeforeningene. Tilby gode sommerjobbmulighet.»
- «Holde foredrag, ha stands, søke om hjelp til småjobber.»

## REKRUTTERING

- «Være relevante for studiene, og ha mulighet for å tilby jobb eller referere oss til andre bedrifter som faktisk tar inn folk.»
- «Prøve å bevisst rekruttere studenter fra hig\ fagskolen, til sommerarbeid\ deltid.»

- «PS! Jeg er fjernstudent, og i fullt arbeid. Generelt mener jeg bedrifter må presentere seg selv for studentene. De bør videre presentere seg målrettet mot de studentgruppene de ønsker å rekruttere fra.»
- «Gi mulighet for sommerjobber, slik at vi kan få erfaring.»
- «Føler de burde kontakte skolen og gi beskjed når det er ledige stillinger, fortelle oss hva de leter etter og fortelle litt om arbeidsdagen deres i ett foredrag el noe.»
- «Ta kontakt med skolen, og ta initiativ til å rekruttere studenter.»
- «Ta initiativ og kontakt i større grad.»

## **SAMARBEID**

- «Åpne for mulighet til å gjøre oppgaver med/hos bedrifter. Eventuelt ha praksis. Også viktig at dette ikke bare er typ videoproduksjon o.l. som får, men også andre studier.»
- «Ta kontakt med skolen, jevn dialog.»
- «Samarbeid mer med HiG, ansett ekstra hjelper ved siden av studiene.»
- «Skolen bør opplyse om konkrete arbeidssteder og oppgaver. Vi har bare fått beskjed om at vi kan drive med alt innen media. Det hjelper oss veldig lite og er mildt sagt skuffa over skolen. Angrer på at jeg søkte her..»
- «Mer aktivitet, og samarbeid. De må være mer synlig. Gi oppgaver for "virkeligheten" så vi studenter kan løse. Utplassering og internship.»
- «Etablere bedre samarbeid med skolen i form av bacheloroppgaver og andre prosjekter, muligens sommerjobbtillbud.»
- «Samarbeide bedre med skolen. Hadde vært kult med mer bedriftsbesøk til forskjellige bedrifter :).»
- «Flere arbeidsoppgaver presentert i samarbeid med HiG, tilrettelagt for forskjellige studier og vise mer interesse (sette stands, brosjyrer, gjesteforelesning), generelt vise at de er interessert i å bruke folk fra høgskolen og dermed hjelpe dem med å skaffe seg erfaring.»
- «Høgskolen bør sørge for bedre og tettere dialog, samt bedre kommunikasjonsflyt mot de kanalene lokalt som når de rette bedriftene, eksempelvis næringsrådet i Gjøvik som har en rekke medlemmer, men som oftest selv må lete rundt på HiG sine

nettsider for å "plutselig oppdage" at noe skjer. Ofte alt for sent til at de kan ta noe initiativ overfor sine medlemmer. Næringsrådet kunne sikkert også tatt i et tak og f.eks. invitert studenter til "mingle-kafe" el.l. på Gjøvik Gård/i Fjellhallen (for å få studentene litt "off campus") der representanter for lokale virksomheter kunne få møte forskjellige studenter og prate litt over en kaffe - både virksomheter og studenter kunne holdt korte presentasjoner/dagsaktuelle faglige innlegg for hverandre...»

- «Høgskolen må bidra til å senke terskelen for at lokale bedrifter skal ha tid og råd til å fokusere på studentene. Det er en hel rekke mellomstore virksomheter som er interessante for mange forskjellige studenter, men de syns ikke når høgskolen arrangerer noe.»
- «Eksistere og bidra til å bygge ut infrastrukturen i regionen, i tillegg være med å tilrettelegge for kompetansen som kommer ut av HiG (Hvis de ønsker å beholde den).»
- «Høgskolen må greie å engasjere mer lokalt. Akkurat nå er det mer regionalt og nasjonalt enn lokalt. Joda, de har nok kanskje en "lokal filial" på Gjøvik eller i nærheten, men det er ikke nødvendigvis der de har stillingene de ønsker studentene til. De er ofte på et hovedkontor noe unna.»
- «Bedriftene bør i større grad gi bedre fordeler til nyutdanna studenter for så friste dem til å bli her. Samt at de burde bli mer synlige og reklamere mer for seg, og forklare folk rundt hva de driver med. Fordelene som er nevnt overfor kunne for eksempel vært:
  - Gi nyutdanna studenter fordeler som bussrabatt eller avtaler med transportmidlene.
  - Tilby dem bensinkort
  - Flere sommerjobber innenfor de selskapene som ønsker å rekruttere nye folk.

Samarbeide tettere med høgskolen slik at det ikke blir for stort skritt for studenter å kontakte bedriftene i nærheten.»

- «Forholdt til medieproduksjon så er det vanskelig siden det er et tøft marked å komme inn på. Så jeg føler heller det er skolen sitt ansvar.»

- «Mer fokus på tidligere studenter ved HiG som har fått seg jobb i de aktuelle bedriftene.»
- «Mer aktivt samarbeid. Flere skoleoppgaver i samarbeid med bedrifter. Bedriftene kan i mye større grad gi betalte oppdrag til studentene.»

### **MANGEL PÅ ARBEIDSPLASSER**

- «I mitt tilfelle er det i stor grad mangel på relevant arbeidsplass som hindrer meg i å bosette meg i Gjøvik permanent.»
- «Eksistere, er veldig få som driver med drift her, å de som gjør det er ikke spesielt aktiv på rekruttering.»
- «Eksistere, er veldig få aktuelle bedrifter for mitt studieprogram på Gjøvik.»

### **ANNET**

- «Jeg tror mye ligger i lokasjon. I tillegg tror jeg ikke det er bare bedriftene som må skape en interesse, men også selve kommunen. Jeg føler allerede at bedriftene gjør en hel del, som å invitere oss på bedriftspresentasjoner der vi får mat og info om bedriften. Det er noe jeg ikke ofte hører har skjedd blant mine venner som studerer på andre høgskoler i Norge. Jeg vet selv at jeg vil tilbake til Trondheim etter endt studie, med mindre jeg får drømmejobben i Oslo.»
- «Slik som ting fungerer rundt her nå, så ser jeg ingen ting å pirke på.»
- «Aner ikke, nisje marked?»

## Vedlegg nr. 8

### INTERVJUGUIDE

#### 1. Informasjon

##### **Bakgrunn og formål med prosjektet**

Dette og tilhørende intervjuet er en del av datainnhenting til en bacheloroppgave ved Høgskolen i Gjøvik, våren 2014. Oppgaven handler om regional rekruttering, med fokus på rekrutteringen fra HiG og til bedrifter i Gjøvikregionen. Formålet med oppgaven er å kartlegge hvordan situasjonen for regional rekruttering er i dag og kunne peke på eventuelle årsaker til hvorfor situasjonen er slik som den er. På bakgrunn av denne kartleggingen er målet med oppgaven å utforme tiltak som skal benyttes i en større, regional rekrutteringsplan. Den eksterne oppdragsgiveren for denne oppgaven er Næringsrådet i Gjøvikregionen, og den regionale rekrutteringsplanen er et av tiltakene for 2014 som næringsrådet har planlagt å gjennomføre. Oppgavens gjennomføring er på grunn av ressursbegrensinger satt til å kun omhandle media- og IT-bedrifter. Ved å gjøre en grundig og generell kartlegging blant disse, er målet å komme frem til løsninger og tiltak som skal kunne benyttes på tvers av ulike fagretninger.

I tillegg til intervjuene gjennomføres det en spørreundersøkelse blant studentene ved avdelingen for informatikk og medieteknikk. Informasjonen som hentes inn fra intervjuene og spørreundersøkelsene vil begge være med å danne et viktig grunnlag for tiltakene som skal utformes. Dette fordi det hentes inn innspill fra både bedriftene og studentene, noe som legger opp til løsninger som skal kunne gagne og friste begge parter.

##### **Datainnsamlingens bruksområde**

Informasjonen fra intervjuene skal brukes som bakgrunnsstoff og grunnlag for de regionale rekrutteringstiltakene som skal utformes. Disse intervjuene vil være et nyttig innspill for å både hente inn erfaringer om systemer som fungerer og ikke fungerer i dag, og hva som kan være praktisk gjennomførbart senere. Derfor vil intervjuene utelukkende bli benyttet som en kilde til begrunnelse, bakgrunnsstoff og for å sørge for en reell forankring til bedriftene.

## **Dokumentasjon og eventuelt opptak**

Med samtykke så vil intervjuene bli tatt opp. På denne måten sikres det at informasjon ikke blir feil oppfattet. Om det ikke blir gitt samtykke til å ta opp intervjuet, vil det bli gjort notater underveis. Etter intervjuet vil det bli sendt en oppsummering på mail til informantene for godkjenning om at respondentene er riktig oppfattet, og at dette kan brukes som kildestoff i oppgaven. Her skal respondentene godkjenne om både eget navn og navn på bedrift kan gjengis i rapporten. Dersom ikke, så vil bedriften kun bli omtalt etter virkeområde, for eksempel «IT-bedrift» eller «mediebedrift».

## **Tidsbruk**

Det er noe vanskelig å beregne hvor lang tid intervjuene nøyaktig vil ta, men det regnes med et tidsrom på cirka 45 min. Samtidig er det åpent for at det kan gå både kortere og lengre tid, alt avhengig av hvor mye respondenterne har å bidra med.

## **2. Spørsmål**

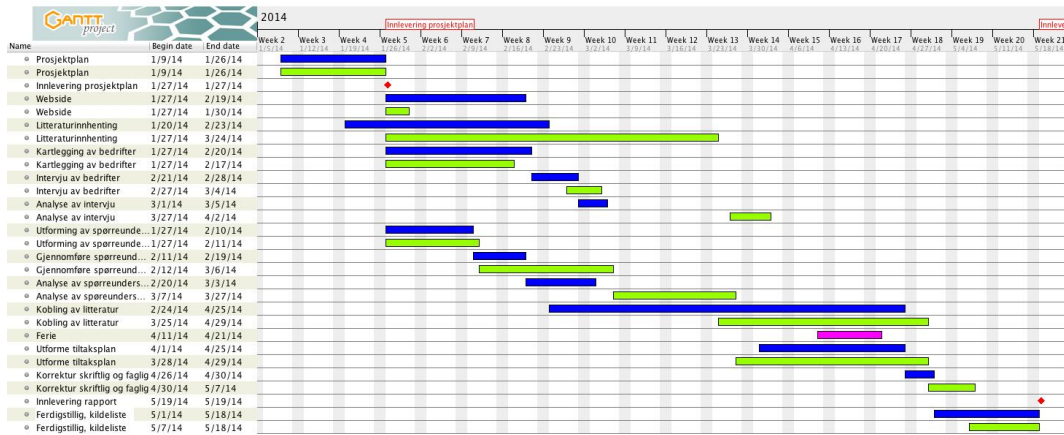
- Kan du beskrive deres rekrutteringspolitikk per dags dato?
- Nyutdannede vs. lengre arbeidserfaring
- Er dere bevisst kompetansen som er tilgjengelig på HiG, og er dere eventuelt bevisste på rekruttering lokalt?
- Legge frem kakediagram av spørsmål 11, 12 og 14, be om kommentarer rundt tallene
- Interesse i å utvikle en plattform, som NTNU Bridge → komme med økonomisk bidrag, dele kunnskap
- Interesse i karrieredagen
- Markedsføring
- Sommerjobb
- Vilje til å bruke ressurser på rekruttering fra HiG

# Vedlegg nr. 9

## OPPRINNELIG OG REVIDERT GANTT-SKJEMA

for-etter.  
1/9/14-5/19/14

### Gantt Chart







HØGSKOLEN I GJØVIK

### PROSJEKTAVTALE

mellom Høgskolen i Gjøvik (HiG) (utdanningsinstitusjon),

Gunn Mari Rusten

(oppdragsgiver), og

Mari Lise Stenvik Kvistad, Kristine Nybo, Inga Krokan

(student(er))

Avtalen angir avtalepartenes plikter vedrørende gjennomføring av prosjektet og rettigheter til anvendelse av de resultater som prosjektet frembringer:

1. Studenten(e) skal gjennomføre prosjektet i perioden fra 25.11.13 til 05.06.14.

Studentene skal i denne perioden følge en oppsatt fremdriftsplan der HiG yter veiledning.

Oppdragsgiver yter avtalt prosjektbistand til fastsatte tider. Oppdragsgiver stiller til rådighet kunnskap og materiale som er nødvendig for å få gjennomført prosjektet. Det forutsettes at de gitte problemstillinger det arbeides med er aktuelle og på et nivå tilpasset studentenes faglige kunnskaper. Oppdragsgiver plikter på forespørsel fra HiG å gi en vurdering av prosjektet vederlagsfritt.

2. Kostnadene ved gjennomføringen av prosjektet dekkes på følgende måte:
- Oppdragsgiver dekker selv gjennomføring av prosjektet når det gjelder f.eks. materiell, telefon/fax, reiser og nødvendig overnatting på steder langt fra HiG. Studentene dekker utgifter for trykking og ferdigstilling av den skriftlige besvarelsen vedrørende prosjektet.
  - Eiendomsretten til eventuell prototyp tilfaller den som har betalt komponenter og materiell mv. som er brukt til prototypen. Dersom det er nødvendig med større og/eller spesielle investeringer for å få gjennomført prosjektet, må det gjøres en egen avtale mellom partene om eventuell kostnadsfordeling og eiendomsrett.
3. HiG står ikke som garantist for at det oppdragsgiver har bestilt fungerer etter hensikten, ei heller at prosjektet blir fullført. Prosjektet må anses som en eksamensrelatert oppgave som blir bedømt av faglærer/veileder og sensor. Likevel er det en forpliktelse for utøverne av prosjektet å fullføre dette til avtalte spesifikasjoner, funksjonsnivå og tider.
4. Den totale besvarelsen med tegninger, modeller og apparatur så vel som programlisting, kildekode, disketter, taper mv. som inngår som del av eller vedlegg til besvarelsen, gis det en kopi av til HiG, som vederlagsfritt kan benyttes til undervisnings- og forskningsformål. Besvarelsen, eller vedlegg til den, må ikke nyttes av HiG til andre formål, og ikke overlates til utenforstående uten etter avtale med de øvrige parter i denne avtalen. Dette gjelder også firmaer hvor ansatte ved HiG og/eller studenter har interesser.

Besvarelser med karakter C eller bedre registreres og plasseres i skolens bibliotek. Det legges også ut en elektronisk prosjektbesvarelse uten vedlegg på bibliotekets del av skolens internett-sider. Dette avhenger av at studentene skriver under på en egen avtale hvor de gir biblioteket tillatelse til at deres hovedprosjekt blir gjort tilgjengelig i papir og netttilgave (jfr. Lov om opphavsrett). Oppdragsgiver og veileder godtar slik

offentliggjøring når de signerer denne prosjektavtalen, og må evt. gi skriftlig melding til studenter og dekan om de i løpet av prosjektet endrer syn på slik offentliggjøring.

5. Besvarelsens spesifikasjoner og resultat kan anvendes i oppdragsgivers egen virksomhet. Gjør studenten(e) i sin besvarelse, eller under arbeidet med den, en patentbar oppfinnelse, gjelder i forholdet mellom oppdragsgiver og student(er) bestemmelsene i Lov om retten til oppfinnelser av 17. april 1970, §§ 4-10.
6. Ut over den offentliggjøring som er nevnt i punkt 4 har studenten(e) ikke rett til å publisere sin besvarelse, det være seg helt eller delvis eller som del i annet arbeide, uten samtykke fra oppdragsgiver. Tilsvarende samtykke må foreligge i forholdet mellom student(er) og faglærer/veileder for det materialet som faglærer/veileder stiller til disposisjon.
7. Studenten(e) leverer oppgavebesvarelsen med vedlegg (pdf) i Fronter. I tillegg leveres et eksemplar til oppdragsgiver.
8. Denne avtalen utferdiges med et eksemplar til hver av partene. På vegne av HiG er det dekan/prodekan som godkjenner avtalen.
9. I det enkelte tilfelle kan det inngås egen avtale mellom oppdragsgiver, student(er) og HiG som nærmere regulerer forhold vedrørende bl.a. eiendomsrett, videre bruk, konfidensialitet, kostnadsdekning og økonomisk utnyttelse av resultatene.  
  
Dersom oppdragsgiver og student(er) ønsker en videre eller ny avtale, skjer dette uten HiG som partner.
10. Når HiG også opptrer som oppdragsgiver trer HiG inn i kontrakten både som utdanningsinstitusjon og som oppdragsgiver.
11. Eventuell uenighet vedrørende forståelse av denne avtale løses ved forhandlinger avtalepartene i mellom. Dersom det ikke oppnås enighet, er partene enige om at tvisten løses av voldgift, etter bestemmelsene i tvistemålsloven av 13.8.1915 nr. 6, kapittel 32.
12. Deltakende personer ved prosjektgjennomføringen:

HiGs veileder (navn): Torge Stølseng

Oppdragsgivers kontaktperson (navn): Euro Mar Røstén

Student(er) (signatur): Mari Kise Stenvik Kvistad dato 14.01-14

Kristine Vymo dato 14.01.14

Inga Kvistad dato 14.01.14

\_\_\_\_\_ dato \_\_\_\_\_

Oppdragsgiver (signatur): Euro Mar Røstén dato 14/1-14

IMT Dekan/prodekan (signatur): \_\_\_\_\_ dato \_\_\_\_\_

Vedlegg nr. 11

PROSJEKTPLAN



**Forprosjektrapport til bacheloroppgave våren 2014**

Inga Kroken, Mari Lise Stenvik Kvistad og Kristine Nymo

Høgskolen i Gjøvik, avdeling for informatikk og medieteknikk, bachelor i  
mediemanagement

## PROSJEKTPLAN – HVA OG HVORDAN

### 1. Mål og rammer

#### Bakgrunn

Som tilflyttende studenter på Gjøvik i snart tre år, har vi merket både positive og negative sider ved byen som bosted og studieby. Med bakgrunn i den kompetansen vi har bygd opp under studiene samt egne interesser, har vi valgt å sikte oss inn på de arbeidsoppgavene som prosjektgruppa for Studiebyen Gjøvik har som siktemål å gjøre.

Vi har på egen hånd tatt kontakt med næringsrådet i Gjøvikregionen, hvor vi med utgangspunkt i deres handlingsplan for 2014 har fått lov til å forme vår egen bacheloroppgave. Vi vil her supplere arbeidet som næringsrådet allerede har gjort eller skal gjøre, ved å skape tilgang til studentenes egne synspunkter. Vi har valgt å fokusere på forholdet mellom bedriftene i Gjøvikregionen og studentene, og se på hvordan man i større grad kan utnytte seg av den kompetansen partene har.

#### Prosjektmål

##### Effektmål

- I løpet av 5 år skal tiltaksplanen kunne føre til en økning i antall ferdigutdannede som får jobb i Gjøvikregionen.
- Tiltaksplanen skal kunne ligge som et grunnlag for en regional rekrutteringsstrategi.
- Øke studentenes kjennskap om Gjøvikregionens næringsliv.
- Økt antall samarbeidsprosjekter mellom næringslivet i Gjøvikregionen og Høgskolen i Gjøvik.

##### Resultatmål

- Utvikle en tiltaksplan som er reell i henhold til Studiebyens Gjøviks ressurser, og som skal kunne brukes av næringsrådet i utviklingen av en større og omfattende regional rekrutteringsstrategi i Gjøvikregionen.
- Undersøke og dokumentere muligheten for å kunne måle økning i antall studenter som ansettes i Gjøvikregionen etter endt studie.

- Kartlegge interessen av rekrutteringstiltak blant studenter og det regionale næringsliv.

### Læringsmål

- Planlegge og gjennomføre et prosjekt av større omfang.
- Utforme, bruke og analysere kvantitativ og kvalitativ data ved faglig og akademisk bruk.
- Forstå hvordan pensum fra de ulike emnene kan kobles sammen og anvendes i en felles oppgave.
- Lære konsekvensen av egne valg av metodikk og fremgangsmåte.
- Gjøre oppgaven vår relevant for Gjøvikregionen, og kunne utforme en oppgave med en praktisk rettet løsning som kan bli satt ut i live.
- Lære å begrense oss innenfor et stort og komplekst fagområde.

### Oppgavebeskrivelse og problemstilling

Høgskolen i Gjøvik, heretter kalt HiG, er en skole under stadig vekst, og har over tid bygget opp et slagkraftig studie- og forskningsmiljø som får oppmerksomhet både nasjonalt og internasjonalt. Gjøvikregionen er en region med sterke tradisjoner for næring og innovasjon. En av de største industriparkene i landet er lokalisert på Raufoss, noe som har ført til at regionen har utviklet seg til å bli et av landets mest vitale industriområder. Dette er noe som gjør Gjøvikregionen til et sted med mange gründere og mye innovasjon (Næringsrådet 2014). Næringen i regionen er samordnet via næringsrådet til Gjøvikregionen. Gjøvikregionens næringsråd består av representanter fra de fem kommunene; Gjøvik, Nordre Land, Søndre Land, Vestre Toten og Østre Toten. Hovedfokuset til næringsrådet er å ta vare på og videreutvikle næringslivet i Gjøvikregionen (kilde - næringsrådets nettside). De jobber for å ivareta og utvikle denne næringen samt sørge for tilflytning og økt kompetanseheving, blant annet ved å se på utdanningen som skjer i regionen.

Næringsrådet har i sin handlingsplan for 2014 strukturert sine forslag til tiltak som kan føre til at Gjøvik blir sett på som en studieby. Vi har tatt utgangspunkt i denne planen, og valgt å fokusere på punkt 1.6 «Kobling studenter og arbeids- og næringsliv». Her har det blitt listet

opp tre forskjellige forslag til tiltak, hvor vi igjen har valgt å snevre oss inn på forslag nr. 2; regional rekrutteringsstrategi. Her inngår det å gjøre næringslivet bevisst på de gode hodene, og å kunne utvikle rekrutteringsstrategier som sikrer at studenter blir igjen i regionen. Dette kan være i form av praksisplasser, sommerjobb, oppdragsgivere til studentoppgaver, samt fast jobb etter endt studietid.

På bakgrunn av dette har vi valgt følgende problemstilling:

*Hvilke tiltak kan benyttes i en regional rekrutteringsstrategi for å skape tilknytning til Gjøvikregionen, og bygge nettverk mellom næringen og studentene ved avdeling IMT på Høgskolen i Gjøvik?*

For å utdype problemstillingen vår ytterligere og understreke hva som vil ligge til grunn for arbeidet med denne, har vi utarbeidet følgende forskningsspørsmål:

1. Hva er studentenes oppfatning av jobbmuligheter i regionen i dag?
2. Hvilke faktorer må ligge til rette for at studentene ønsker å ta jobb regionen etter endt studie?
3. Hvordan er rekrutteringen av studenter fra HiG til regionen i dag?
4. Hvordan kan næringslivet dra fordel av stadig økt antall studenter ved Høgskolen i Gjøvik?
5. Hvordan kan næringslivet og studenter stå i et faglig bytteforhold til hverandre?

Det disse forskningsspørsmålene belyser, er at denne oppgaven må ses fra to sider; både fra skolen og fra næringslivet. Ved å kartlegge hva studentene selv faktisk interesserer seg for, vil det bli enklere for næringen å kunne tilpasse seg for å tiltrekke seg arbeidstakere fra høgskolen. Og ved å kartlegge bedriftenes muligheter og behov kan vi komme frem til reelle løsninger som er gjennomførbare i praksis.

På bakgrunn av at vi regner oss selv som målgruppen for vårt prosjekt, er det viktig at vi er bevisste på hvordan dette kan påvirke egne holdninger til problemstillingen, samt de valgene vi blir nødt til å ta. Vi bør derfor være ydmyk overfor både skole og oppdragsgiver under arbeidet med denne oppgaven, og ikke inkludere egne holdninger og tanker som vi

har lagt oss opp i løpet av de siste årene som studenter ved HiG.

### Rammer og avgrensing

På grunn av oppgavens omfang velger vi å begrense våre undersøkelser og analyser innenfor fagområdene til de som tilbys innen avdelingen for informatikk og medieteknikk (heretter kalt IMT). Dette er fordi at vi ikke har kapasitet til å skulle forholde oss til hele fagspekteret som skolen tilbyr i tillegg til tilhørende næringer. Vi vil derfor i våre spørreundersøkelser rette oss mot studenter på 2. og 3. året, i tillegg til mastergrader av relevans for oppgaven. Denne avgrensningen vil forenkle prosessen med å utelukke bedrifter som ikke er aktuelle for IMT, slik at vi kan gjennomføre planlagte intervjuer. Prosjektet skal resultere i en tiltaksplan som skal være overførbart til andre avdelinger ved HiG.

IMT velges framfor HOS og TØL på grunn av at dette prosjektet er tidsbegrenset. Vi har god kjennskap til avdelingen fra før, og dette kan være til stor hjelp i arbeidsprosessen. Denne kjennskapen kan i tillegg være en kritisk faktor, som medfører at vi må være observante på hvordan dette bekjentskapet kan påvirke oppgaven vår, og at det må fokuseres på nøytralitet i forhold til holdninger og meninger. Denne begrensningen vil også fokusere valget av bedrifter å intervju. Ved å fokusere på en enkelt avdeling, kan vi gjøre et mer grundig arbeid med denne, og komme frem til en tilnærmet universell løsning som med mindre justeringer kan benyttes på tvers av fagområder.

Årsaken til at vi ikke valgte HOS er fordi dette er en avdeling hvor de allerede har en innarbeidet og særegen praksisordning både i og utenfor regionen. Tilnærmingen studentene ved denne avdelingen har er noe annerledes enn ved TØL og IMT. Grunnen til at vi har ikke valgt å fokusere på TØL er hovedsakelig på grunn av prosjektets begrensninger som nevnt i avsnittet ovenfor.

Opp mot næringen ønsker vi å enkelt kartlegge hvordan de legger opp sin rekruttering, og utrede tiltak som skal bli en del av en større regional rekrutteringsstrategi, som næringsrådet har som målsetting å utarbeide. Vi velger å avgrense antall bedrifter vi skal intervjuer til 5 – 10 stykker, avhengig av kvaliteten på samtaler og intervju. Ved å ha dette fokuset vil oppgaven vår i større grad sammenfalle med den hjelpen vi kan få fra

oppdragsgiver.

## 2. Prosjektorganisering

### Ansvarsforhold og roller

#### **Kristine**

Kontaktperson/gruppeleder

Har ansvaret for kontakt med oppdragsgiver og eventuelle andre aktører, samt følge med på at fremdriftsplanen følges.

#### **Inga**

Web- og dokumentansvarlig

Hovedansvaret for å opprette og oppdatere websiden, samt holde orden i dokumentene på Google Drive.

#### **Mari Lise**

Logg-/referat-/kildeansvarlig

Skriver logg for hver arbeidsøkt, tar notater under møter, og har hovedansvaret for å legge kilder inn i EndNote og i sluttrapporten.

### Rutiner og regler i gruppa

1. Alle fører sine kilder kontinuerlig i felles kildedokument i Google Drive. Kildeansvarlig legger de inn i EndNote etter hver endte arbeidsøkt.
2. Ser man at man ikke klarer å fullføre gitte oppgaver til intern deadline, skal det gis beskjed til resten av gruppemedlemmene. Det er lov å spørre om hjelp!
3. Det er en ukentlig rullering på hvem som er ansvarlig for å booke grupperom. Grupperom bookes to uker frem i tid.
4. Alle gruppemedlemmene har ansvar for å komme til avtalt tidspunkt for møter, veiledning og jobbing med oppgave. Ved forsentkomming må et straffegebyr på 3 kr pr. min betales inn til en felleskasse. Hver enkeltes budsjett loggføres.
5. Fokus på godt arbeidsmiljø er viktig. Ved problemer internt/konflikter, tas dette opp med de det angår umiddelbart.
6. Flertallet bestemmer. Ved uenigheter voteres det etter saklig diskusjon, og flertallet



avgjør.

7. Ved sykdom skal de resterende gruppemedlemmene forsøke å ta over oppgaven, med mindre det er mulig å jobbe hjemmefra.
8. Ved eventuelle problemer med oppdragsgiver, skal dette først diskuteres innad i gruppa, før det tas med videre til veileder.
9. Det skal være kontakt minimum annenhver uke med veileder og oppdragsgiver. Det skal sendes notater i forkant av hver veiledningstime for å vise fremgangen siden forrige møte.
10. De dagene gruppemedlemmene har forelesning, skal dette prioriteres i tillegg til tilhørende obligarbeid. Hvilke dager dette gjelder skal planlegges i god tid. Resterende dager er fastsatt til bachelorskriving.
11. Vi skal ha en fremdriftsplan med milepæler. Ved fravik fra planen, skal det settes nye milepæler. Etter hver uke skal fremgangen av arbeidet som er gjort evalueres ut fra fremdriftsplanen.
12. Intern og ekstern sikkerhetskopiering av alle dokumenter skal gjøres i henhold til risikoanalysen og etter «Dokumentasjon» i forprosjektrapporten.
13. Logg skrives etter hvert møte/arbeidsøkt.
14. Kardemommeloven gjelder.
15. Regelbrudd diskuteres innad i gruppen. Ved regelbrudd av en mindre alvorlig karakter betales straffegebyr, gruppen blir enig om hvor mye i henhold til den bestemte satsen. Ved alvorlige og/eller gjentatte regelbrudd blir vedkommende utvist fra gruppen.

## Økonomi

Prosjektet har ingen inntekter, og de utgiftene vi kan forutse nå er for nødvendig utstyr.

Dette kan være perm for oppbevaring, nødvendig litteratur som ikke er tilgjengelig på biblioteket, utskrift og innbinding av sluttrapport, og eventuell transport for å kunne besøke de aktuelle bedriftene i regionen. Utgifter noteres i eget dokument, og fordeles ved semesterets slutt.

## 3. Planlegging, oppfølging og rapportering

### Prosjektfaser

#### Fase 1 - Planlegging og igangsetting

I denne fasen legger vi grunnlaget for hele oppgaveløpet. Dette gjøres ved planlegging og kartlegging av arbeidet som skal gjennomføres, når det skal gjøres og hvordan det skal gjøres. I denne fasen produseres det blant annet et prosjektplan, som skal være vår rettesnor for resten av prosjektperioden og er det vi forholder oss til i henhold til videre fremgang og arbeidsmetoder.

### **Fase 2 - Innhenting av data og relevant stoff**

I denne fasen begynner vi og se på relevant informasjon for videre arbeid med prosjektet. Her skal vi innhente pensum som skal benyttes for å få en faglig relevans, i tillegg til å kartlegge nå-situasjonen til det aktuelle temaet for prosjektet. Her vil også utforming av spørreskjema være viktig, der det kreves at den er så presis som mulig får å kunne samle inn informasjon på en så god og effektiv måte.

### **Fase 3 - Analyse**

I denne fasen avsluttes litteratur- og datainnhenting og vi analyserer resultatene vi har hentet inn. Her vil det være nødvendig å avslutte den innhenting vi skal analysere. Her vil også analysene og konklusjonene måtte knyttes opp mot relevant pensum og annen litteratur for å underbygge og gjøre analysene mer håndfaste og riktige.

### **Fase 4 - Skrive**

I denne fasen skal all skrivning gjøres ferdig. Alle analyser og konklusjoner skal settes sammen og resultatet må lages. Her vil selve tiltaksplanen lages. Dette vil være en fase som vi vil jobbe med kontinuerlig ettersom vi analyserer og henter inn data. Erfaringer og kunnskap vi innhenter vil være potensielt å ha med her. Fasen avsluttes når all skrivning er ferdig.

### **Fase 5 – Ferdigstilling og etterarbeid**

Når rapporten har blitt skrevet ferdig, skal layout og oppsett ferdigstilles før oppgaven sendes til korrekturlesing. Eventuelle feil og mangler vil rettes opp i, og kilder må dobbeltsjekkes. De gjenstående formalitetene rundt oppgaven og fremføring, som publiseringsavtale, invitasjoner og plakat må ordnes. Avslutningsvis må fremføring ordnes, samt at hver og en har individuelt refleksjonsnotat som må leveres. Fasen avsluttes ved fremføring av bacheloroppgaven 03.06 – 05.06.

## Metode

Verktøy vi skal benytte:

- Spørreundersøkelser
- Fokuserte intervjuer i form av telefonintervjuer
- Litteraturstudier
- Komparative studier

### Spørreundersøkelse

Vi skal gjennomføre en spørreundersøkelse blant alle studenter ved IMT på HiG, med unntak av 1. klasse. Dette gjøres for å blant annet kartlegge hva de vet om Gjøvikregionens næringsliv og hvilke faktorer som er avgjørende for at studentene ønsker å opprette arbeidsforhold der. Spørreundersøkelsen vil danne store deler av grunnlaget til prosjektets resultat; tiltaksplanen. Vi vil benytte oss av de komparative studiene som hjelp til utformingen av spørreundersøkelsen.

Vi skal gjennomføre spørreundersøkelsen ved oppsøke studentene direkte ved å for eksempel ha stand. Dette for å sikre bedre forståelse for studentene hva undersøkelsen spør etter og gjøre deltakelse mer personlig, noe som fører til at vi har muligheten til å direkte forklare hva oppgaven går ut på og kunne svare på spørsmål rundt oppgaven.

Vi har valgt å satse på spørreundersøkelser fordi dette gir et solid grunnlag for tiltaksplanen, da det skaper et bilde av dagens situasjon innenfor studentenes ønsker og behov når det gjelder rekruttering. Dette vil være et nyttig perspektiv, fordi det forteller mye om hva bedriftene i regionen bør vektlegge når de søker etter nye ansatte. En slik spørreundersøkelse er direkte koblet opp mot det ene resultatmålet for selve oppgaven, som omhandler kartlegging av interessen av rekrutteringstiltak. (Halvorsen 2012)

### Fokuserte intervjuer i form av telefonintervju

Vi vil gjennomføre telefonintervju med utvalgte bedrifter i regionen. Fokuserte intervjuer gjennomføres ved at vi ikke fullstendig planlegger alle spørsmålene til selve intervjuene, men har et overordnet tema for samtalen (Dalland 2012, s. 159). På denne måten tilpasses samtalen til bedriftens egne opplevelser og praksis, fremfor at vi styrer resultatet ved å ha

ferdige spørsmål. Temaene i samtalen vil velges ut fra målsettingene for selve oppgaven, og fra eventuelle tilbakemeldinger fra studentene ved spørreundersøkelsene.

Hensikten med å gjennomføre telefonintervju er for å gjennomføre en informasjonsinnhenting fra næringslivet. På denne måten får vi et grunnlag fra næringslivet for å kunne utvikle en tiltaksplan som er forankret til dagens reelle situasjon. Dette er direkte knyttet til resultatmålet som omhandler interessen for rekrutteringstiltak.

### **Litteraturstudier**

Hensikten med litteraturstudier er å få en faglig forankring av prosjektet. På denne måten sørger vi for en tilnærming og oppbygning av resultatet vårt, som er knyttet til pensum og annen relevant litteratur. Denne type studier vil også støtte opp om begrepsavklaringer.

### **Komparative studier**

For å kunne utarbeide best mulig spørsmål til spørreundersøkelsen vår og lage en mest mulig reell tiltaksplan, har vi valgt å sammenligne næringsrådets situasjon med lignende prosjekt som har blitt gjennomført i Trondheim og ved NTNU. Disse studiene vil også være nyttig i henhold til å opprette en tiltaksplan som skal kunne fungere som en del av den større regionale rekrutteringsstrategien. Ved å se på hva som har fungert og ikke fungert andre steder, har vi mer grunnlag for å trekke konklusjoner til vår egen tiltaksplan.

### **Liste over aktiviteter**

#### **Fase 1 - Planlegging og igangsetting**

- Lage prosjektplan
  - Kartlegging av metode og info
- Kartlegging av relevant pensum
- Webside-opprettelse
- Levering av prosjektplan
- Skrivning

## **Fase 2 - Innhenting av data**

- Litteraturinnhenting
- Kartlegge potensielle bedrifter å kontakte
- Utforme spørreundersøkelse
  - Kartlegge hvilke klasser vi skal kontakte
- Godkjenning av spørreundersøkelse (går inn i utformingen)
- Gjennomføre spørreundersøkelse
- Innhenting av data
- Intervjuer med representanter fra næringen
- Komparative studier (undersøkelse fra Trondheim)
- Skrivning

## **Fase 3 - Analysering**

- Analysere spørreundersøkelser
- Analysere intervjuer
- Analysere litteratur
- Lage konklusjoner basert på analysene
  - Vinkle opp mot faglig pensum og/eller relevant litteratur
- Komparative studier (undersøkelse fra Trondheim)
- Skrivning

## **Fase 4 - Skrivning**

- Utarbeide tiltaksplan
- Bli ferdig med skrivning

## **Fase 5 - Ferdigstilling og etterarbeid**

- Korrekturlesing
- Rette opp eventuelle feil og mangler
- Sende ut invitasjon til fremføring
- Skrive under publiseringsavtale
- Ferdigstille layout

- Kvalitetssikring av kilder
- Levering av rapport
- Designe og levere plakat
- Fremføring

### Plan for statusmøter

En av reglene i vår gruppe er at vi skal ha kontakt med veileder og oppdragsgiver minst annenhver uke. Statusmøter med veileder foregår på Mustad, og hvilke dager disse møtene skal være på avtales med utgangspunkt i hvilke faser vi befinner oss i. For at disse statusmøtene skal være effektive for både oss og veileder, skal vi alltid sende notater senest dagen før veiledning, for å vise fremgang siden forrige møte.

Oppdragsgiver har ytret ønske om at statusmøter skjer etter hvert som vi har behov for det. Også her vil det være enkelte faser hvor vi ikke vil ha like mye fremgang å vise til, for eksempel i starten hvor det vil være mye litteraturinnhenting og formulering av spørsmål til spørreundersøkelser og intervjuer. Minst annenhver uke sender vi en mail hvor vi kort oppsummerer hvor i prosessen vi er, slik at oppdragsgiver kan følge med oss, og eventuelt komme med innspill. Møter avtaler vi ved behov, og ved eventuelle spørsmål vi trenger svar på, kontakter vi de fortløpende via mail eller telefon.

## 4. Organisering av kvalitetssikring

### Dokumentasjon

Hovedsakelig skriver vi vår oppgave ved hjelp av samhandlingsverktøyet Google Drive. Alt av dokumenter organiseres i mapper, og vi har egen ansvarsperson som systematiserer dette. Kilder føres fortløpende i eget dokument, for å så legge det inn i EndNote. Når det kommer til sikkerhetskopiering, har vi valgt å ha en fast rutine med at samtlige har mappene fra Drive nedlastet på sin maskin, og at man sørger for at disse er oppdatert etter hver arbeidsøkt. I tillegg legges dokumentene på ekstern harddisk minst én gang i uka, og ferdigproduserte dokumenter skrives ut og lagres i perm.

Kvalitetssikring av oppgavens skriftlige og faglige innhold vil være ved hjelp av eksterne korrekturlesere

## Risikoanalyse

Mulig hendelse (Risikotype)	Sannsynlighet	Konsekvens (Alvorlighetsgrad)	Årsak	Tiltak
En eller flere i gruppen klarer ikke å bli ferdig med tildelte oppgaver	Middels/lav	Forsinker planen og arbeidet (Middels)	Uforutsette hendelser, sykdom	Sette realistiske mål, si ifra når arbeidsmengden blir for mye
Arbeidsgiver trekker seg	Lav	Vi har ingen oppgave, og må finne ny oppdragsgiver/skrive bachelor neste år, skrive bachelor uten arbeidsgiver (Stor)	Ulike synspunkter i forhold til prosjektet	Ha god kontakt med oppdragsgiver, inkludere de i diskusjoner, og gi jevnlig oppdatering
Mister sikkerhetskopi	Lav	Mister alt arbeid vi har gjort, og må begynne på nytt (Stor)	For dårlige rutiner, tekniske feil	Sørge for at backup er oppdatert til enhver tid, både internt og eksternt
Omfanget av oppgaven blir for stort	Middels	Rapporten blir ikke fullstendig, kan gå utover resultat og karakter (Stor)	Ikke snevret inn problemstillingen nok, vært urealistiske	Utarbeide en ny og mer realistisk problemstilling/metode, hvor vi ikke tar for oss for mye
Får ikke hentet inn og analysert all planlagt data	Høy	Mangler informasjon til å utarbeide tiltaksplan (Stor)	Ikke satt av nok tid, innhenting tar lengre tid	Utføre undersøkelser i god tid, oppsøke folk personlig,

			enn beregnet	være nøye med utforming av spørsmål, kutte antall målgrupper
--	--	--	--------------	--



## 5. Plan for gjennomføring

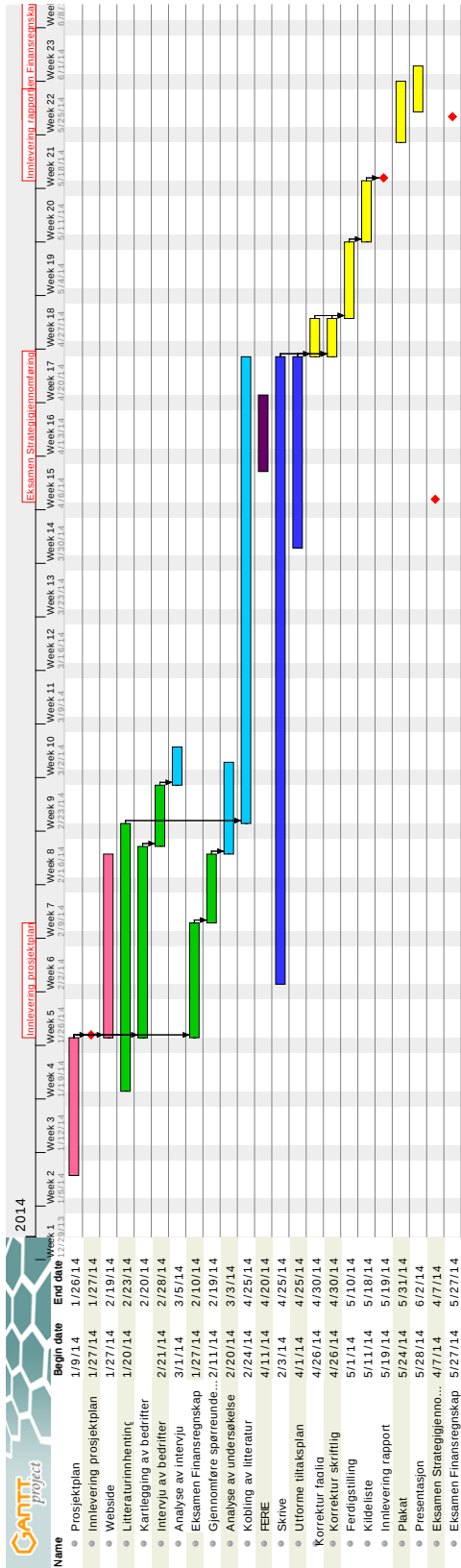
### Gantt og PERT

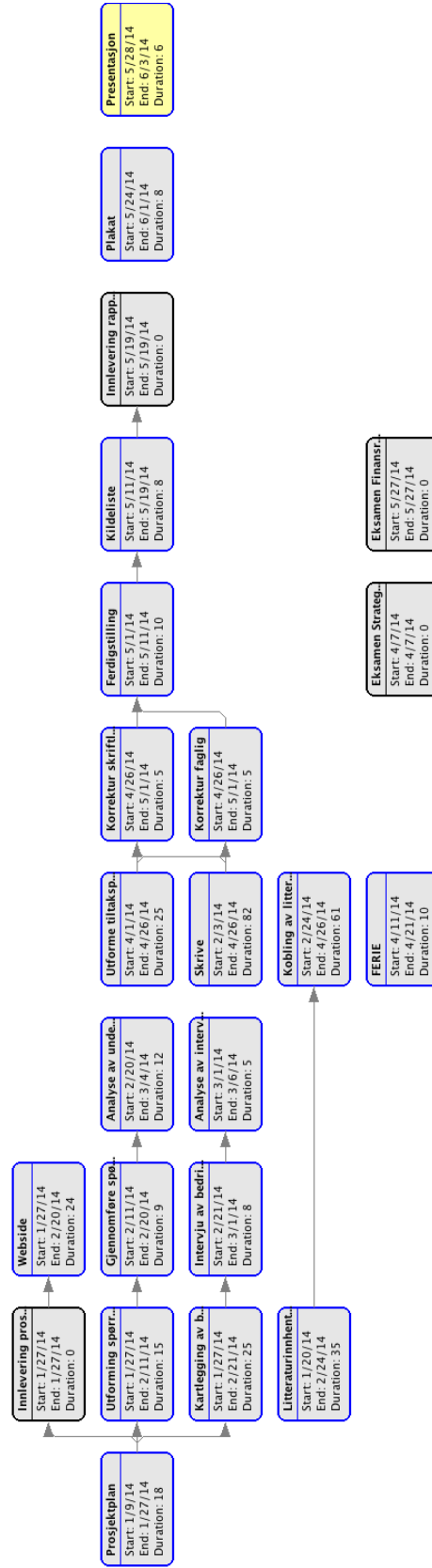
Jan 26, 2014

4

## Bachelor

### Gantt Chart





## Milepæler

Prosjektets milepæler, med avslutningsdato hentet fra Gantt-skjemaet:

- 27.01.14 – Innlevering forprosjekt/kontrakt
- 10.02.14 – Ferdigstilt og godkjent spørreundersøkelse
- 19.02.14 – Gjennomført spørreundersøkelse
- 20.02.14 - Kartlagt og fått kontakt med bedrifter
- 28.02.14 – Ferdigstille webside
- 23.02.14 – Ferdig litteraturinnhenting - går over til kobling av litteratur
- 28.02.14 – Intervjuet bedrifter
- 05.03.14 – Ferdig analyse av intervju
- 03.03.14 – Ferdig analyse av spørreskjema
- 07.04.14 – Eksamen i strategigjennomføring (alle)
- 25.04.14 – Hentet inn og koblet all relevant litteratur
- 25.04.14 – Ferdig tiltaksplan
- 25.04.14 – Ferdigskrevet
- 30.04.14 – Ferdig korrekturlesing (skriftlig)
- 30.04.14 – Ferdig korrekturlesing (faglig)
- 10.05.14 – Ferdigstilling
- 18.05.14 – Ferdig kildeliste
- 19.05.14 – Levering
- 27.05.14 – Eksamen i finansregnskap (Kristine)
- 31.05.14 – Ferdig plakat
- 31.05.14 – Refleksjonsnotat
- 31.05.14 - Levert publiseringsavtale
- 02.06.14 – Ferdigstilt fremføring
- 03-05.06.14 – Fremføring

## Beslutningspunkter

I begynnelsen av prosjektets gjennomføringen er det fire aktiviteter som vil foregå parallelt: Websideutvikling, litteraturinnhenting, kartlegging av bedrifter og utvikling av

spørreundersøkelsen. Websiden utformes tidlig i prosessen, og lages med et enkelt oppsett slik at vi fortløpende gjennom hele prosjektfasen kan oppdatere den.

Litteraturinnhenting vil foregå kontinuerlig, og avhenger ikke av at en annen aktivitet avsluttes først. Spørreundersøkelsen består av fire ledd: Utforming, godkjenning, gjennomføring av analysering, dette er aktiviteter som må skje kronologisk. Noe som også gjelder for arbeidet med bedriftsintervjuene. Først må vi kartlegge og komme i kontakt med bedrifter som ønsker å delta, deretter må vi planlegge intervjuene basert på hva slags bedrifter det gjelder, deretter må intervjuene gjennomføres og til slutt må det hele analyseres.

Etter hvert som vi analyserer, henter inn mer informasjon og ser hva slags litteratur som trengs vil vi fortløpende koble relevant litteratur til de erfaringene og konklusjonene vi trekker. Derfor vil litteraturinnhenting utvikle seg til å i stadig større grad omhandle kobling av litteratur, noe som også vil innebære at vi lenger ut i prosessen henter inn mer relevant litteratur. Fortsatt er dette aktiviteter som foregår uavhengig av avslutningen av andre, de skjer i henhold til behovet.

Underveis i datainnhenting vil vi begynne selve rapportskrivningen. Dette ved at relevant informasjon som vi kartlegger blir systematisert og skrevet ned. Når analyseringen av datainnhenting er fullført og vi kan begynne å se noen trender og løsninger vil utviklingen av selve tiltaksplanen begynne. Denne vil gå parallelt med rapportskrivningen, og de vil være en del av hverandre. Koblingen av litteratur, utformingen av tiltaksplanen og rapportskrivningen avsluttes samtidig, da dette er aktiviteter som er avgjørende helt til siste delen av skrivearbeidet.

Først når rapportskrivningen er ferdig sendes rapporten til faglig og skriftlig korrektur. Mens dette skjer, vil det ikke være noen andre aktiviteter. Når korrekturane er ferdige skal vi ferdigstille rapporten i henhold til tilbakemeldingene fra korrekturane, og andre endringer vi selv har oppdaget underveis. Etter at ferdigstillingen er fullført, gjøres siste finpussen på kildelisten. Deretter er det innlevering, og etter dette begynner vi med utforming av plakat og presentasjon.

## 6. Kildehenvisning

Dalland O. (2012) Intervju. *Metode og oppgaveskriving b.5*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS s. 151 - 183.

Halvorsen, K (2012) Datainnsamling. *Å forske på samfunnet, b.5*. Oslo: Cappelen Damm, s. 144 – 147.

Næringsrådet (2014) *Gjøvikregionens næringsråd* [online]. Gjøvik.

[http://www.naeringsradet.no/om\\_naringsradet/](http://www.naeringsradet.no/om_naringsradet/) (24.02.2014)

## Vedlegg nr. 12

### LOGG

#### 18.11.2013

Idémyldring om aktuell oppgave, det ble bestemt at Kristine skal være kontaktperson mellom gruppen og oppdragsgiver. Begynt på utkast til grupperegler og ansvarsområder.

Antall timer brukt: 1 time.

#### 19.11.2013

Mail til Gjøvikregionen Næringsråd ble skrevet og sendt med spørsmål om de ønsker å være vår oppdragsgiver for bacheloroppgaven.

Antall timer brukt: 1 time.

#### 21.11.2013

Etter å ikke ha mottatt svar på mail, ble næringsrådet ringt. De var positive til å være oppdragsgiver for oss.

#### 06.12.2013

Hadde møte med Gunn Mari Rusten, hvor vi fikk mer informasjon om næringsrådet og Studiebyen Gjøvik. Avtalte at vi skulle få tilsendt et utkast av deres rapport, hvor vi kan hente informasjon fra for å utarbeide en konkret problemstilling.

Antall timer brukt: 1 time

#### 09.01.2014

Hatt veiledning med Terje Stafseng for å få mer informasjon om hvor vi bør starte. Han fikk se på de dokumentene vi har fått fra oppdragsgiver, og pekte oss i riktig retning med tre hovedaktiviteter vi kan begynne med:

1. Samle inn mer informasjon
2. Tenke metodikk, finne litteratur på biblioteket
3. Lage en framdriftsplan, basert på problemstilling og valg av metodikk

I tillegg gjorde vi avtale om videre veiledning; hver torsdag kl. 11.30 frem til forprosjektet er levert. Etter dette skal vi vurdere hvor ofte vi vil ha behov for det.

Etter møtet hadde vi en arbeidsøkt, hvor vi sendte en mail til prorektor for å få mer informasjon om koblingen mellom student og næringsliv via et lovpålagt organ Stafseng så vidt nevnte. Vi har også sett mer på metodikk, reservert grupperom for de to kommende ukene, samt sett på fremdrift.

Antall timer brukt: 2 timer.

### **10.01.2014**

Vi fikk tidligere i uka forespørsel fra oppdragsgiver om å se på SWOT-analysen de har utviklet. Dette har da omhandlet å plukke ut 2-3 punkter som vi anser som viktige, slik at oppdragsgiver ser hvor vi vil med vår oppgave, og kan hjelpe oss med innsnevring av oppgaven. Dette har blitt sendt på mail, hvor vi også har fått arrangert et nytt møte med henne tirsdag 14.01.

Vi har jobbet videre med metodikk, hvor vi på oppfordring fra veileder har skrevet ned alle mulige metoder vi vet om. Ut i fra dette ser vi allerede nå at vi kommer til å benytte oss av metodetriangulering. Arbeidsoppgaver og grupperegler er ferdigstilt. Organiseringen er som følgende:

Kristine: Kontaktperson/gruppeleder

Inga: Web- og dokumentansvarlig

Mari Lise: Logg-/referat-/kildeansvarlig

Antall timer brukt: 2,5 timer.

### **13.01.2014**

Hatt møte med prorektor og rektor, hvor vi har fått mer informasjon om det lovpålagte organet RSA. Dette organet har større omfang enn arbeidsoppgavene til Studiebyen Gjøvik, men er likevel aktuelt å ha i bakhodet i forbindelse med oppgaven. Vi fikk videre tips til vinkling og spissing av oppgaven, og tar med oss all informasjon videre til møte med oppdragsgiver i morgen, 14.01.

Antall timer brukt: 1 time.

### **14.01.2014**

Vi har hatt møte med Gunn Mari, hvor vi har lagt frem noe av informasjonen vi har fått. Vi pekte på et bestemt punkt i handlingsplanen til næringsrådet som vi ønsker å jobbe videre med, og har fått tilsendt mer dokumentasjon på dette. Vi fikk også signert prosjektavtalen. Videre har vi jobbet mer med tankekart/problemstilling, metode og fremdriftsplan. Vi har kommet frem til noen konkrete eksempler på problemstillinger vi tar med oss videre til veiledning 16.01, samt at vi har laget et utkast på fremdriftsplan. I tillegg har vi avtalt hvordan sikkerhetskopiering av oppgaven skal foregå.

Antall timer brukt: 4,5 timer.

### **15.01.2014**

Samtlige gruppe-medlemmer deltok på lynkurs i prosjektstyring for media. I tillegg har vi samlet notater og sendt til veileder for neste møte.

Antall timer brukt: 2 timer.

### **16.01.2014**

Vi har vært på veiledning. På forhånd sendte vi inn et dokument med oppsummering av de punktene veileder anbefalte oss å starte med. Videre fikk vi tips om å bearbeide problemstilling og forskningsspørsmål, samt se mer på hvordan vi ønsker å gjennomføre kvalitative/kvantitative studier. Kristine sender en mail til oppdragsgiver med informasjon om problemstilling og spørsmål, slik at Gunn Mari har mer bakgrunnsinformasjon på hva hun kan hjelpe oss med.

Antall timer brukt: 1 time.

### **21.01.2014**

Har begynt å se på prosjektplanen, og har kommet godt i gang med den. Kristine har sendt mail til oppdragsgiver med forespørsel om hvilke tiltak som har blitt gjennomført i forbindelse med rekruttering, og hvordan de ønsker å gjøre det med oppfølging og møter.

Antall timer brukt: 5.5 timer.



## **22.01.2014**

Mari Lise og Inga begynte med Gantt-skjemaet, som ble fullført etter at Kristine var ferdig i forelesning. I tillegg har vi laget et PERT-skjema for å supplere. Vi har også bestemt oss for å snevre inn hele oppgaven til å ta utgangspunkt i IMT, slik at tiltakene vi vil komme frem til kan være overførbart til andre avdelinger. Hele prosjektplanen har blitt gått igjennom, og Kristine har ansvaret for å sende notater til veileder i løpet av dagen.

Antall timer brukt: 6 timer.

## **23.01.2014**

Vi har hatt veiledning, med en gjennomgang av det vi har skrevet på forprosjektet hittil. Vi mangler en del småting, som vil bli ordnet i morgen. Kristine kommer et par timer senere på grunn av møte, vi har derfor avtalt at Mari Lise og Inga skal begynne med å se på avgrensninger, plan for statusmøter og korrekturlesing.

Antall timer brukt: 2.5 timer.

## **24.01.2014**

Mari Lise og Inga begynte med de oppgavene vi i går avtalte at skulle gjøres. Etter Kristine sitt møte gikk vi igjennom hele forprosjektet, og gjorde det ferdig. Eneste som mangler er å korrekturlese, ferdigstille Gantt og PERT, og ta for oss beslutningspunktene. Dette gjøres søndag 26.01.

Antall timer brukt: 7 timer.

## **26.01.2014**

Vi har gjort det siste på Gantt- og PERT-skjemaene, og skrevet ferdig det som omhandler beslutningspunkter. I tillegg har vi ferdigstilt hele forprosjektet, og levert det inn via Fronter. Innlevering av både forprosjekt og signert prosjektavtale har egentlig blitt forskjøvet til 2. februar, men vi leverer likevel til den opprinnelige datoen, som er 27.01. Kristine sender mail til veileder med spørsmål om vi kan få godkjent forprosjekt til neste veiledningstime. Mari Lise scanner prosjektavtale og leverer den inn på Fronter i morgen.

Antall timer brukt: 3 timer.

## **27.01.2014**

Signert prosjektavtale ble levert.

## **28.01.2014**

Vi har satt opp en mal til disposisjon, og gjort ferdig et førsteutkast til spørreundersøkelsen vi skal legge frem til veileder 30.01. Vi er inne i en fase preget av litteraturinnhenting, og har derfor hentet mer litteratur om kvantitative og kvalitative metoder. I tillegg har vi reservert grupperom.

Kristine har sendt mail til Gunn for å høre om hun kan hjelpe oss med å komme i kontakt med relevante bedrifter. Hun svarte innen kort tid, og hjelper gjerne til med en slik oversikt. Vi har gitt henne frist til torsdag med å ordne denne oversikten, noe hun sa hun skulle få til. På den måten kan vi bruke arbeidsøkten på fredag til å jobbe med dette. I tillegg har vi sendt henne forprosjektrapporten.

Antall timer brukt: 5.5 timer.

## **29.01.2014**

I dag har vi ikke møttes, men har hatt individuelle arbeidsøkter basert på den fordelingen vi gjorde i går. Kristine har gått gjennom en bok om nettverksbygging og skrevet opp de sidene hvor det står info som kan være relevant for oppgaven. Har funnet en del stoff som kan komme til nytte ved begrunnelse av tiltakene vi skal lage, i tillegg til å underbygge og begrunne analysene og konklusjonene som vi kommer frem til av spørreundersøkelsen. Har begynt å gjøre det samme med boken som omhandler intervju, men er ikke kommet gjennom hele boken enda.

Antall timer brukt: 3 timer

## **30.01.2014**

Vi har hatt veiledning, hvor vi fikk godkjent forprosjektet. Neste veiledning er neste torsdag, og da skal vi ha klart et førsteutkast til spørreundersøkelse og intervju. Inga har jobbet med websiden, som vi er enige om å oppdatere én gang i uken. Den vil da bli brukt som metode for kommunikasjon med oppdragsgiver og andre med interesse for vårt prosjekt.

Antall timer brukt: 2 timer.

### 31.01.2014

I dag har vi fortsatt jobbet med litteraturinnhenting, fått strukturert spørreundersøkelsen mer, samt sett på struktur av intervjuguide. I forhold til fremdriftsplanen ligger vi bra an, og møtes neste gang tirsdag 04.02. Kristine hører med Studenttorget om det er mulig å få vite hvor mange studenter det er ved IMT, i tillegg til å fortsette med intervjuguiden og rammene for den. Kristine skal også sende mail til de utvalgte bedriftene vi fikk tips om av oppdragsgiver. Mari Lise ser på innledning til metodekapittel, sjekker Kotler for informasjon om spørsmålsformulering, tar backup av oppgaven og legger kilder inn i EndNote. Inga fortsetter med å se på spørreundersøkelser og hvordan vi bør fortsette prosessen med den. Samtlige må tenke på disposisjon, og eventuelt skrive opp punkter de ønsker å ha med/fjerne fra det nåværende forslaget.

Antall timer brukt: 4 timer.

### 04.02.2014

I dag har vi ferdigstilt og sendt mail til de utvalgte bedriftene vi ønsker å intervju, samt til studieprogramansvarlige ved HiG for å få navn på tidligere studenter som har fått jobb i regionen. Vi har satt en tidsfrist på 1 uke for å få svar, og har allerede begynt å få svar fra enkelte. I tillegg har vi fått konkretisert spørreundersøkelsen, satt opp skjemaet samt testet det på studenter for å se om formulering av spørsmål er tydelig nok. Mari Lise sender notater og utkast av spørreundersøkelse til veileder i løpet av dagen.

Antall timer brukt: 5 timer.

### 06.02.2014

Før veiledning i dag sendte vi spørreundersøkelsen til veileder. Vi har fått gode tilbakemeldinger på den, og retter opp i noen smådetaljer før vi sender den til godkjenning neste uke. Kristine har fått sendt ut mail til samtlige bedrifter, hvorav to allerede har svart og gitt oss konkrete tidspunkt for intervju. Inga og Kristine spør to/tre TØL-studenter om å være behjelpelig med pretesting av spørreundersøkelse. I forhold til fremdriftsplanen ligger vi et

par dager bak skjema, på grunn av at spørreundersøkelsen ikke blir sendt inn til godkjenning før neste tirsdag.

Antall timer brukt: 2 timer.

### **11.02.2014**

Vi har brukt dagen på å gjøre noen endelige småjusteringer på spørreundersøkelsen. Mari Lise har sendt den til veileder, som så sender den videre til godkjenning. Som avtalt sist gang, fikk Kristine og Inga tak i 4 personer for å preteste undersøkelsen. Samtlige har kommet med konkrete forslag til forbedring, som vi har tatt med oss. Kristine har hatt mailkontakt med EVRY, som vi skal intervju 28.02.

Antall timer brukt: 3 timer.

### **12.02.2014**

Mari Lise har vært i kontakt med veileder, og spørreundersøkelsen er nå godkjent.

### **13.02.2014**

Vi har satt i gang med spørreundersøkelsene, og allerede fått godt og vel 60 studenter til å svare. I forprosjektet sa vi at vi ønsket å foreta datainnhenting ved å oppsøke studentene selv, men vi har i tillegg valgt å kombinere det med å sende ut undersøkelsen på nett.

Kristine har avtalt intervju med Scootr, som blir 24.02.

Antall timer brukt: 4 timer.

### **18.02.2014**

Denne uken skal vi i følge fremdriftsplanen bli ferdige med å innhente data via spørreundersøkelser, og har derfor i dag sendt den ut en siste gang via HiG-mailen. Vi har også fått sendt ut purremailer til studieprogramansvarlige og bedrifter i Gjøvikregionen, samt tatt kontakt med Login med spørsmål om deres oppfatning av bedrifter i regionen.

Antall timer brukt: 4 timer.

## **20.02.2014**

Inga er bortreist, og Mari Lise og Kristine har jobbet med intervjuguiden via Skype. Vi har også fått tips om en bedrift på Raufoss som vi kan intervju, og venter på informasjon til kontaktpersonen der. Kristine har sendt mail til en foreleser ved HiG, som vi tror kan ha en god del forslag til tiltaksplan å komme med.

Antall timer brukt: 1.5 timer.

## **21.02.2014**

På veiledning fikk vi diskutert litt rundt svarprosenten på undersøkelsen, og kom frem til at vi skal se på bredden av svarprosenten – og sende ut undersøkelsen én gang til. Vi har avtalt to innleveringer av statusrapporter; henholdsvis 6. mars og 10. april. I tillegg har vi gjort ferdig intervjuguiden; vi har valgt å ikke utforme konkrete spørsmål, men å heller sette opp stikkord til temaer. Guiden er derfor klar til intervju med Scootr på mandag.

Antall timer brukt: 1.5 timer.

## **24.02.2014**

Kristine har vært i kontakt med Scootr og EVRY. Dagens intervju er flyttet til fredag på grunn av at Christer Futsæther befinner seg i Oslo. Intervjuet med EVRY er flyttet til torsdag.

## **25.02.2014**

Kristine kom et par timer senere pga. tannlegebesøk. Mari Lise har begynt med analyse av spørreundersøkelsene. Ellers har Kristine sett litt mer på intervjuguiden, og Inga på andreutkast til forklaring av spørreundersøkelse. Hilde Bakke har gitt oss positivt svar til å hjelpe med å finne navn på tidligere studenter som jobber i regionen. Møte med henne er avtalt til fredag. Mail som ble sendt til Nils Rui og til SINTEF på Raufoss har ikke blitt besvart, og er dermed blitt purret på.

Antall timer brukt: 5 timer.

## 26.02.2014

Kristine har vært i kontakt med Emma Østerbø fra SINTEF på Raufoss for intervju. Hun er bortreist resten av uken, men veldig positiv til å stille opp til intervju. Vi tar videre kontakt med henne neste uke.

## 27.02.2014

Vi har hatt intervju med EVRY. Mari Lise skriver referat, som Kristine tar ansvaret for å sende til Sven Erik Espeland for godkjenning.

Antall timer brukt: 1 time.

## 28.02.2014

I dag har vi først hatt et lite møte med Hilde Bakke, som skal hjelpe oss med å finne tidligere studenter som jobber i regionen. Kristine skal få tilgang til enkelte alumnigrupper på LinkedIn, hvor Hilde godkjenner, og tar ansvar for å fjerne henne når vi har funnet et tilstrekkelig antall personer. Vi har også hatt et intervju med Christer Futsæther på Scootr. Inga skriver referat, som Kristine sender til han for å få godkjenning.

Antall timer brukt: 2 timer.

## 04.03.2014

Referatene fra intervjuene er ferdig, og Kristine har sendt de til godkjenning. Det har også blitt avtalt intervju med Emma Østerbø neste tirsdag, og vi forsøker å avtale intervju med Raufoss Innovation & Science Centre og Ergo Group. RISC svarte i løpet av dagen, og personen som vi har kontakt med der har kontor på Mustad som det er enklere å ha et intervju på. Venter på svar fra han angående hvilken dag som ville passe best for han å gjennomføre intervjuet på. Spørreundersøkelsen stenges fredag denne uken, og vi har derfor sendt ut undersøkelsen en siste gang. Denne gangen har vi sett på hvilke klasser som har lavest svarprosent, og sendt spørreundersøkelsen på mail til de tillitsvalgte i klassene det gjelder. Allerede under dagens arbeidsøkt fikk vi noen flere svar.

Statusrapporten som skal leveres inn torsdag 06.03 er ferdig, og Mari Lise sender den senest i morgen. Kristine blir godkjent i LinkedIn-gruppene i løpet av dagen, og skal begynne å

kartlegge om det er noen tidligere studenter i disse gruppene som det kan være potensielt for oss å kontakte.

Antall timer brukt: 5,5 timer.

### **05.03.2014**

Samtlige gruppemedlemmer har deltatt på lynkurs i rapportskrivning, og statusrapporten er sendt inn til veileder.

Antall timer brukt: 1 time.

### **06.03.2014**

Mari Lise bortreist. Inga og Kristine har vært på veiledning.

Antall timer brukt: 0,5 timer.

### **10.03.2014**

Vi har hatt intervju med Ådne Mitdlin fra Raufoss Innovation and Science Centre. I samme fløy som deres kontorlokaler var det flere ansatte som har vært tidligere studenter ved HiG, som vi fikk tid til å stille noen kjappe spørsmål om hvorfor de har valgt å jobbe i regionen.

Mari Lise skriver referat fra intervjuet.

Kristine har sendt mail til Nammo med en intervjuforespørsel, i tillegg til å purre på Ergo Group som fikk mail forrige uke. Har også prøvd å finne en ny e-postadresse til EG Retail siden kontaktpersonen vi fikk adresse til derfra fra Gunn ikke lengre jobber der. Problemet er at det ikke oppgis noen adresse for Gjøvik-kontoret på nettsiden deres. Så vi skal se på muligheten for å stikke innom kontoret deres og forhøre oss om muligheten for å få et intervju. I tillegg har Kristine også svart på mail fra Erik Hjelmås, en studieprogramansvarlig som har sagt han vil være behjelpelig i arbeidet med å få tak i tidligere studenter, men som ville vite hva vi skulle spørre de om først.

Antall timer brukt: 1,5 time.

### **11.03.2014**

Vi har bestemt oss for en endelig disposisjon, og fått ordnet en oversiktlig mappestruktur for de ulike kapitlene i Drive. Disse kapitlene har vi fordelt, slik at vi har hovedansvaret for tre mapper hver. Det har blitt sendt mail til Gunn med statusrapport og spørsmål om hun har navn og kontaktinfo på noen flere fra EG Retails enn han som hadde sluttet å jobbe der. I tillegg har vi vært på Raufoss Industripark, hvor vi har hatt intervju med Emma Østerbø. Mari Lise skriver referat til torsdag.

Antall timer brukt: 5 timer.

### **12.03.2014**

På grunn av forelesninger og innleveringer i andre fag, har vi valgt å fordele arbeidsoppgaver i dag. Mari Lise har skrevet referat fra intervju med Sintef, og begynt med innledningskapittelet ved å blant annet se på statistikk fra SSB om befolkning og studenter på Gjøvik.

Antall timer brukt: 1,5 time.

### **13.03.2014**

Vi har begynt med analysering av spørreundersøkelsen. På grunn av at studenter som i utgangspunktet ikke er i målgruppen vår likevel har svart – så har vi måttet bruke litt mer tid på dette enn først antatt. Vi har i tillegg sett litt dypere inn i undersøkelse, og begynt med kryssanalysing av de ulike svarene.

Antall timer brukt: 4,5 timer.

### **16.03.2014**

Kristine har gjort ferdig den overflatiske analysen av spørsmål 11 og 12.

Antall timer brukt: 1 time.

Mari Lise har regnet over og satt opp oversikt over fylker og studieretninger. Meningen var egentlig å regne ut prosentvis andel av svar fra hver studieretning, men klasseoversikten vi har fått fra skolen stemmer ikke.

Antall timer brukt: 0,5 time.



### **17.03.2014**

Kristine har sett over spørsmål 14 i undersøkelsen og sett disse svarene opp mot faktorer for valg av jobb.

Antall timer brukt: 0,5 time.

Inga har sett på spørsmål 13, og sett på hvor de som svarer de ulike faktorene kommer fra, hvor gammel de er og hva de studerer. I tillegg begynt på arbeidet med metodekapitlet, funnet relevante bøker, og lest om hvordan disposisjonen til kapitlet skal være.

Antall timer brukt: 5 timer.

### **18.03.2014**

Skriveprosessen er i full gang, og vi har i dag jobbet med ulike ting; Mari Lise har tatt et skippertak med å føre opp kilder og legge de inn i EndNote, samt å jobbe med innledningskapitlet. Kristine har begynt å oppsummere analysen og koble det opp i mot metode, mens Inga har sett videre på teori og metodekapitlet.

Antall timer brukt: 6 timer.

### **19.03.2014**

Mari Lise har sett over teorien som har blitt skrevet, og skrevet notater knyttet til det for å diskutere med resten av gruppen. Har også sett mer på informasjon om oppdragsgiver, samt bakgrunn for prosjektet med tanke på å innlemme informasjon om studiebyprosjektet.

Antall timer brukt: 1,5 time.

### **20.03.2014**

Mari Lise har lest om NOKUT og studiebyprosjektet, og skrevet om dette arbeidet i innledningskapitlet.

Antall timer brukt: 1 time.

### **21.03.2014**

Hatt veiledning, lest, og diskutert litt rundt innhenting av teori.

Antall timer brukt: 2 timer.

### **25.03.2014**

Har sett på metode, hvor store deler av teorien er på plass. Teorikapittelet er påbegynt, og hittil er triple helix og regionsutvikling trukket inn. Dette arbeidet, samt å finne mer litteratur, fortsetter videre utover uka. På torsdag skal vi i fellesskap jobbe med analyse av spørreundersøkelse og intervjuer. Samtlige sjekker pensumbøker for å se etter litteratur som kan knyttes inn i teoridelen.

Antall timer brukt: 6 timer.

### **27.03.2014**

Vi har så og si gjort oss ferdig med analysering av spørreundersøkelsen, både bivariat og univariat. Vi har også besluttet å slå sammen gjennomføring og analyse, samt påbegynt analysen av intervjuene. Inga har begynt arbeidet med å sette data inn i tabeller og figurer.

Antall timer brukt: 5 timer.

### **28.03.2014**

Vi har fortsatt arbeidet med å analysere intervjuene. Det siste av analyseringen vil bli gjort neste uke, når vi får tilgang på pensumbok om intervju fra biblioteket. Nå mangler vi hovedsakelig en teoretisk modell og/eller oppsett som hovedtyngden av analysen kan settes inn i og struktureres etter. I forhold til fremdriftsplanen ligger vi bra an. Det neste steget nå er å begynne med tiltaksplanen.

Antall timer brukt: 5,5 timer.

### **01.04.2014**

Intervjuboka fra biblioteket har blitt hentet, og Inga og Kristine har jobbet med analyse av intervju. Der mangler det fremdeles litt, hovedsakelig å vinkle opp mot teori og metode. Mari Lise har jobbet med teoridelen, med fokus på Triple Helix samt NOU-rapporter.

Mari Lise sender utkast av analyse- og metodekapittel til veileder ila. onsdag 02.04.

Antall timer brukt: 5,5 timer.

## **02.04.2014**

Mari Lise har satt sammen et utkast av metode, analyse intervju og analyse spørreundersøkelse, og sendt til veileder.

Antall timer brukt: 1 time.

## **03.04.2014**

Kristine bortreist, Inga og Mari Lise har vært på veiledning.

Antall timer brukt: 1 time.

## **08.04.2014**

Vi har sett på kommentarene fra veileder, og gått over metodekapittelet, strukturert det, samt omformulert store deler av teksten.

Antall timer brukt: 7 timer.

## **09.04.2014**

Vi har gått over teorikapittelet for å gjøre samme jobben som i går; strukturering og omformulering. I tillegg har vi skrevet statusrapport nr. 2. Mari Lise sender utkast av teori og innledning, samt statusrapport til veileder i løpet av dagen.

Antall timer brukt: 5 timer.

## **10.04.2014**

Samtlige har i dag deltatt på veiledning. Ellers har Mari Lise jobbet med teori og rekruttering, og fortsatt litt med innledning og EndNote. Inga har sett litt på innovasjon, tiltaksplan og strategi, mens Kristine har jobbet videre med gjennomføring, nettverk og analyse i tillegg til å gå gjennom tekster og lagt inn kommentarer der hvor det er potensielle mangler. Inga har sendt mail til Jens Barland for å høre om han har noen tips til teori angående tiltaksplaner.

Antall timer brukt: 6 timer.

## **11.04.2014**

Kristine har sendt mail til Gunn med statusrapport, fortalt litt hvordan det går og spurt om en videre konkretisering av kostnadsrammene for tiltakene. Har også laget et nytt dokument

hvor alt av analyse skal inn, noe er lagt inn, men det er mye rydding og strukturering som må til før dette er ferdig. En av bøkene om analyse måtte leveres inn, men Kristine har kopiert ut de sidene som potensielt er relevante for resten av analysen. Den univariate analysen av spørreundersøkelsen er satt inn i tabeller.

Mari Lise har gjort ferdig det meste av innledningskapitlet, fikset kildene, skrevet om analyseprosessen for intervju, og om pretest. Inga har lest innovasjon.

Antall timer brukt: 4,5 timer.

### **13.04.2014**

Mari Lise har begynt å lese teori for målstyring og strategisk planlegging. Har også funnet teori om tiltak og utforming av tiltaksplan. Skrives inn i teorikapitlet, også diskuterer gruppen anvendelse og plassering av teori etter ferien.

Antall timer brukt: 2 timer.

### **14.04.2014**

Mari Lise har sett videre på strategisk planlegging. Har skrevet i både teori- og resultatkapitlet. Satt det som er mulig å ta med inn i Word, og sjekket antall sider.

Antall timer brukt: 1,5 timer.

Inga har jobbet med innovasjonskapitlet i teoridelen av rapporten. Er så godt som ferdig. De bøkene som har blitt benyttet henviser til andre forfattere, gjør det litt vanskelig med tanke på referanser osv.

I tillegg er det sett på risikovurdering, og skrevet i tiltaksplan-dokumentet om dette.

Antall timer brukt: 2,5 timer

### **15.04.2014**

Kristine har lest gjennom og kommentert på teksten som ligger i tiltaksplan-dokumentet og i teori-dokumentet. Har laget skjemaer for opptelling til den bivariante og den multivariate analysen av spørreundersøkelsen. Hvilke spørsmål som er satt opp mot hverandre er begrunnet med besvarelse av forskningsspørsmål. Tabellene er ikke så pene nå, men

fungerer nok til sitt formål. Har prøvd å strukturere intervjuanalysen, og har begynt på en teorikobling på slutten der.

Antall timer brukt: 3 timer

Inga har lest igjennom det Kristine har gjort, i tillegg til å ha begynt å fylle inn det resterende i gjennomførings-kapitlet. Da spesielt på tidligere studenter. I tillegg har det blitt sett over det som ble kommentert på innovasjonskapitlet og gjort flere endringer der.

Antall timer brukt: 2 timer

### **19.04.2014**

Kristine har sett gjennom kommentarene som Inga har lagt inn, og kommentert noen steder, men er veldig lite. Har jobbet videre med teoretisk og metodisk bakgrunn om intervjuanalyse, det står noe i analysekapitlet og noe i metodekapitlet. Har endelig kommet frem til hva slags analyse som skal benyttes for intervjuene, så nå gjenstår det bare å få det ned på papiret. Blir en blanding av alle slags teorier og slikt som passer inn med det som er sagt, så er bare å benytte alt det vi allerede har skrevet om å bruke det i praksis, på en måte. Har begynt litt med å analysere på bunnen av det nyeste analyseringsdokumentet, tar gjerne i mot innspill. Mari Lise har lest over nesten alt, sånn kjapt. Lagt inn småkommentarer.

Antall timer brukt: 2,5 timer

### **22.04.2014**

Vi har gått igjennom hele rapporten, og sett hva som mangler i hvert kapittel. Deretter har vi brukt dagen på å i fellesskap jobbe oss gjennom ett og ett kapittel, og fylle ut mangler. Foreløpig er innledning, metode og teori ferdigstilt. Gjennomføring er mer eller mindre ferdig, mangler bare noen smådetaljer som vil bli tatt når tiltaksplanen er utarbeidet. Kristine skriver om kulturendring og Mari Lise ordner det som mangler om komparative studier til i morgen.

Antall timer brukt: 6,5 timer.

Mari Lise har skrevet om risiko/fallgruver i forbindelse med kvantitativ metode. Har også skrevet om komparative studier. Har også brukt litt tid på å se på oppsett i Word, samt hvordan man setter inn PDF.

Antall timer brukt: 2 timer.

### **23.04.2014**

Dagen har blitt brukt på å dobbeltsjekke alle resultater på bivariat og multivariat analyse, samt å begynne og trekke slutninger. Resten av analysekapitlet og intervju gjøres ferdig i morgen. Utkast av metode, teori, gjennomføring og analyse er sendt til veileder.

Antall timer brukt: 5 timer.

Kristine har satt opp resultater fra undersøkelsene i tabeller, og Mari Lise har satt disse inn i Word.

Antall timer brukt: 2 timer.

### **24.04.2014**

Samtlige var med på veiledning, hvor vi fikk gode tilbakemeldinger på utkastet som ble levert. Videre har dagen gått med på å jobbe videre med analysekapitlet, hvor analysen av spørreundersøkelsen er nesten helt ferdig.

Mari Lise har jobbet med tiltaksskjema. Har også begynt å sette inn oppgavetekst og vedlegg i Word, samt begynt å sette inn kilder via EndNote. Inga og Kristine har jobbet seg igjennom intervjudelen av analyse. Har gjort opp igjen en del arbeid, samt gjort den enda grundigere, og passet på at det henger godt sammen mellom metode og utførelse. Har også diskutert tiltak, og sendt mail til oppdragsgiver med forespørsel om et møte neste uke.

Antall timer brukt: 11,5 timer.

### **25.04.2014**

I dag ble vi helt ferdig med analysen av intervjuet, og har fått strukturert ferdig dataene i oversiktlige tabeller. Dette er lagt inn i Word. Vi har også jobbet videre med tiltaksskjemaet. Har avtalt møte med oppdragsgiver neste uke, hvor vi skal diskutere tiltakene.

Antall timer brukt: 7,5 timer.

### **28.04.2014**

Dagen har gått med på å fortsette med utforming av tiltaksplan. Kristine har vært i forelesning og på møte, og i mellomtiden har Inga og Mari Lise jobbet med evaluering. Vi har skrevet ut hele oppgaven, og til i morgen skal vi individuelt ha lest igjennom og markert eventuelle feil eller mangler.

Antall timer brukt: 5 timer.

### **29.04.2014**

Vi har hatt møte med oppdragsgiver, hvor vi la frem tiltakene vi har kommet frem til. Disse ble godt mottatt. Avtalte også at vi sender innledning til Gunn i løpet av dagen, slik at hun kvalitetssikrer informasjon om Næringsrådet. Kristine tar ansvaret for det. Vi har også begynt med korrekturlesing av oppgaven i fellesskap. Hittil har vi jobbet oss gjennom innledning og metode. Målet er å få sendt oppgaven til veileder og korrekturleser ila. morgendagen.

Antall timer brukt: 9 timer.

### **30.04.2014**

Kristine har hatt forelesning, Inga og Mari Lise har i mellomtiden gått igjennom gjennomføring. Vi har i fellesskap jobbet oss igjennom hele oppgaven, satt den inn i Word, ordnet kilder, og endelig sendt et grovutkast til korrektur!

Antall timer brukt: 7,5 timer.

### **04.05.2014**

Mari Lise har skrevet om bruken av Kotler i metodekapitlet. Har også lest over utkastet som ble sendt til korrektur, og gjort merknader på ting som må rettes opp i. Enkelte av kildene i referanselista hadde noen småfeil med sidetall, dette er rettet opp i EndNote.

Antall timer brukt: 3 timer.

## **05.05.2014**

Vi har i dag gått igjennom resultatkapitlet og endret litt. Foreløpig har vi fire tiltak, og vurderer om vi skal ha ett til. Har også tatt for oss konklusjon og evaluering. Gunn sendte tilbakemeldinger på innledningskapitlet, som vi tar med oss inn i korrekturlesinga. Vi fikk også tilbake skriftlig korrektur fra ekstern korrekturleser.

Antall timer brukt: 6,5 timer.

## **06.05.2014**

Vi har gjort oss ferdig med det siste av evaluering og videre arbeid, samt flyttet noe tekst inn i metode. Kristine har sett igjennom og kortet ned på vedlegg til analyse og intervjuguide, og Inga har satt opp revidert Gantt-skjema. Mari Lise har lagt inn alt i Word. Har også gjort oss ferdig med forord og sammendrag.

Antall timer brukt: 5 timer.

## **07.05.2014**

I dag har vi hatt veiledning, hvor vi fikk tilbakemeldinger på utkastet som ble sendt forrige uke. Vi har ellers tatt utgangspunkt i korrektur fra oppdragsgiver, ekstern korrekturleser og veileder, og begynt på arbeidet med å gå igjennom oppgaven.

Antall timer brukt: 6,5 timer.

## **08.05.2014**

Vi har fortsatt arbeidet med korrekturlesing.

Antall timer brukt: 7 timer.

## **12.05.2014**

Vi har gjort oss ferdig med første runde med korrekturlesing, og har begynt på runde 2. Mari Lise har ordnet det siste av vedlegg.

Antall timer brukt: 7 timer.



### **13.05.2014**

Vi har gjort oss ferdig med korrekturlesing, og ordnet ting som ble satt opp i en liste i går.

Mari Lise sender utkast av kapittel 5 til 9 til veileder i løpet av dagen. For å være sikker på at vi gjør alt riktig har vi også vært på biblioteket og forhørt oss om hvordan det henvises til sidetall i kildene, samt om formatering av tekst i Word.

Antall timer brukt: 3 timer.

### **14.05.2014**

I dag har vi hatt siste veiledning, og fått tilbakemelding på det som ble sendt inn i går.

Antall timer brukt: 1 time.

### **15.05.2014**

Vi har tatt utgangspunkt i de tilbakemeldingene vi fikk på veiledning i går, og gjort oss ferdige med korrektur. Samtlige kilder har blitt kvalitetssikret. Til i morgen leser samtlige gjennom oppgaven, før den gjøres klar til levering!

Antall timer brukt: 4,5 timer.

### **16.05.2014**

Vi har gått igjennom oppgaven en siste gang, og gjort den klar til innlevering.

Antall timer brukt: 4 timer.

## Vedlegg nr. 13

### STATUSRAPPORT UKE 10

#### **Fremdrift: Datainnhenting og rapportskrivning**

I forhold til fremdriftsplanen så ligger vi ikke der vi skal være med datainnhenting. På grunn av at vi har få lite svar på både spørreundersøkelse og forespørsel om intervju, har vi forskyvet denne fristen til uke 11. I og med at vi under hele prosessen har vært bevisst på å jobbe med teoridelen og rapporten underveis, medfører ikke denne forsinkelsen en alt for stor risiko. Vi har sånn delvis analysert svarene fra spørreundersøkelsen som forarbeid til intervjuguiden, slik at vi har en viss anelse om hva vi skal se etter når undersøkelsene stenges helt.

Vi har per dags dato gjennomført to intervjuer, men ønsker fortsatt å gjøre minst to til. I henhold til tidsplanen skulle vi bli ferdig med dette innen 28. februar, men vi ser nå at vi blir omtrent en og en halv uke forsinket. Vi ser ikke på dette som et spesielt stort problem.

#### **Organisering av arbeidet**

Perioden har som sagt vært preget av datainnhenting, noe som fører til mye venting. Vi har derfor fordelt de arbeidsoppgavene som har vært på hverandre for å få en jevn arbeidsfordeling. Vi har også innført en rulleringsordning på hvem som er ansvarlig for den ukentlige oppdateringen av nettsiden, samt for hvem som booker grupperom til hver arbeidsøkt.

Inga har hatt hovedansvaret for spørreundersøkelsen; dette gjelder utforming, strukturering av svarene som er gitt og føring av oversikt over fordelingen av svar fra de ulike klassene. Kristine har tatt på seg å være bindeleddet mellom bedriften og gruppa, hun har avtalt møter og purret på de som ikke har svart oss. Mari Lise har fortsatt arbeidet med å føre referater og logg etter hvert møte og hver arbeidsøkt, tatt ansvar for kilder og EndNote, i tillegg til at hun og Kristine har hatt hovedansvaret for utformingen av intervjuguiden.

### **Utfordringer og muligheter**

Den største utfordringen hittil har vært å få et representativt utvalg til å besvare undersøkelsen. I forprosjektet grunnla vi for hvorfor vi ønsket å personlig oppsøke studentene for å hente inn data, men vi valgte å hente inn alt via Internett. Vi har brukt eget nettverk, fått enkeltpersoner til å legge ut link i sine respektive klassegrupper, samt sendt ut fellesmail til samtlige IMT-studenter. Som et siste forsøk har vi nå kontaktet tillitsvalgte i de klassene vi ser det kunne vært flere svar. Også det å få tak i bedrifter å intervju har vært utfordrende, de få vi har fått svar fra har vært veldig positive, og de to siste intervjuene er planlagt å skje i uke 11.

Både studenter, intervjuobjekter, samt personer vi har hatt uformelle samtaler med, har pekt på flere faktorer som kan forbedres, og kommet med forslag til nye tiltak. Dette er noe vi kan ta med oss videre når vi skal utforme tiltaksplanen.

### **Gruppas motivasjon**

Til tross for noen rolige uker med mye venting på svar, er motivasjonen fremdeles bra. Med tanke på rapportskrivning, har det vært lite fremdrift i det siste. Vi ser derfor frem mot å kunne starte analyseringsfasen for fullt, og komme skikkelig i gang med teoridelen.

### **Kontakt med veileder**

Hittil i prosessen har vi hatt hyppig kontakt med veileder, noe vi synes er veldig bra. Utover i prosessen vil det kanskje ikke bli ukentlig behov, men vi ønsker å ha det så ofte som mulig. Dette er fordi vi får veldig gode tilbakemeldinger, samt at veileder stiller de riktige spørsmålene som får oss til å tenke oss om en ekstra gang.

## Vedlegg nr. 14

### STATUSRAPPORT UKE 15

#### **Fremdrift: Datainnhenting og rapportskrivning**

Akkurat nå befinner vi oss i overgangen mellom fase 3 og fase 4 – altså i ferd med å avslutte analysering og å kun fokusere på skriving og utarbeiding av tiltaksplan. Vi mangler fremdeles litt strukturering av oppsett, samt litt på analysering av intervju. I følge fremdriftsplanen ligger vi litt etter fastsatt dato for å begynne med tiltaksplanen. For oss har ikke noen dager fra eller til så mye å si på tiden, fordi vi tidlig fokuserte på å begynne med rapporten parallelt med datainnhenting.

Til nå har vi fått tilbakemeldinger fra veileder på metode- og analyseringskapitlene. I løpet av uke 15 går vi igjennom kommentarene, strukturerer/omformulerer og ferdigstiller dette. I uke 15 får vi også tilbakemeldinger på innledning- og teorikapitlene. Dette går igjennom og ferdigstilles i løpet av uke 16/17. Planen er å jobbe med oppgaven i uke 16, selv om det er påskeferie – for å nå målet om å sende den til skriftlig korrekturlesing 30. april.

#### **Organisering av arbeidet**

Under analysering av dataene, ble arbeidet fordelt på gruppe medlemmene både for å sikre nøyaktig telling og gjengivelse av svar, samt for å jobbe effektivt. Arbeidet med rapportskrivningen har blitt fordelt litt etter interesse, samt at gruppen har diskutert og gått igjennom tekst i fellesskap. Utover dette har vi valgt å holde på arbeidsfordelingen som ble fastsatt i forprosjektet.

#### **Utfordringer og muligheter**

De største utfordringene den siste tiden, har vært å finne relevant litteratur, samt at vi har måttet vente på enkelte fagbøker fra biblioteket for å kunne gjennomføre analysering av intervjuene. Ellers ser vi ikke for oss noen større utfordringer i ukene fremover annet enn tidspress. Vi har selv valgt å legge opp til å være tidlig ferdig med arbeidet, men har likevel en tidsbuffer dersom noe uforutsett skal oppstå.

### **Gruppas motivasjon**

Motivasjonen er på et godt nivå, og vi er samtlige innstilt på mye jobbing fremover for å holde oss til interne tidsfrister.

### **Kontakt med veileder**

Den siste tiden har vi hatt færre veiledninger, fordi vi hovedsakelig sitter med skrivearbeid. I ukene frem mot ferdigstilling kommer vi til å sende utkast av arbeidet, for å få tilbakemelding på dette. To kapitler har vi allerede fått tilbakemelding på, og vi ser at vi har stor nytte av dette. Veiledningstimene avtales fra gang til gang, alt etter behov.

## Vedlegg nr. 15

### SPØRREUNDERSØKELSE

#### 1. KJØNN?

- Kvinne
- Mann

#### 2. ALDER?

#### 3. HVILKET FYLKE KOMMER DU FRA?

#### 4. HVILKET STUDIEPROGRAM GÅR DU?

#### 5. HVILKET ÅRSTRINN GÅR DU?

- 2. året bachelor
- 3. året bachelor
- 1. året master
- 2. året master

#### 6. HVILKE PLANER HAR DU ETTER NÅVÆRENDE STUDIE?

- Ut i arbeid
- Studere videre
- Vet ikke
- Andre

#### 7. HVOR GODT KJENNER DU TIL DINE ARBEIDSMULIGHETER INNEN DITT FAGOMRÅDE I GJØVIKREGIONEN?

- Meget godt
- Godt
- Verken godt eller dårlig
- Mindre godt
- Dårlig
- Vet ikke

**8. I HVOR STOR GRAD HAR HIG TILRETTELAGT FOR Å KNYTTE KONTAKT MED BEDRIFTER I GJØVIKREGIONEN UNDERVEIS I STUDIENE, FOR EKSEMPEL VIA STUDENTOPPGAVER, BEDRIFTSBESØK OG BEDRIFTSFOREDRAG?**

- Stor grad
- Verken stor grad eller liten grad
- Liten grad
- Ingenting
- Vet ikke

**9. HVORDAN BYGGER DU FAGLIGE NETTVERK GENERELT?**

- Aktiv deltagelse ved bedriftsforedrag og -besøk
- Utnytter karrieredager
- Eget initiativ
- Frivillig arbeid (Studentforeninger, verv, osv.)
- Bygger ikke faglige nettverk
- Andre

**10. I HVOR STOR GRAD BYGGER DU BEVISST FAGLIGE NETTVERK MED BEDRIFTER I GJØVIKREGIONEN?**

- Stor grad
- I noen grad
- Verken stor grad eller liten grad
- Liten grad
- Ikke interessert i faglige nettverk i Gjøvikregionen

**11. HVORDAN OPPFATTER DU DET FAGLIGE SAMARBEIDET MELLOM HØGSKOLEN OG BEDRIFTER I GJØVIKREGIONEN?**

- Veldig godt
- Godt
- Verken godt eller dårlig
- Dårlig
- Veldig dårlig
- Vet ikke

**12. I HVOR STOR GRAD FØLER DU AT BEDRIFTER I GJØVIKREGIONEN ER OPPSØKENDE MOT STUDENTENE?**

- Stor grad
- Verken stor grad eller liten grad
- Liten grad
- Ingenting
- Vet ikke

**13. HVA ER DE TRE VIKTIGSTE FAKTORENE FOR DEG NÅR DU SKAL VELGE FAST JOBB ETTER STUDIENE?**

- Familie
- Venner
- Lønn
- Kjæreste
- Arbeidsinnhold
- Boligmarked
- Geografisk beliggenhet
- Andre

**14. HVOR STOR SANNSYNLIGHET ER DET FOR AT DU VIL SØKE DEG FAST JOBB I GJØVIKREGIONEN ETTER ENDT STUDIER?**

- Stor sannsynlighet
- Verken stor sannsynlighet eller liten sannsynlighet
- Liten sannsynlighet
- Ikke sannsynlig
- Vet ikke

**15. HVA SYNES DU BEDRIFTER I GJØVIKREGIONEN BØR GJØRE FOR Å BLI MER ATTRAKTIVE FOR STUDENTER?**