RAPPORT NR. 17-10 | Lovise Kvalsund Otterlei og Bjørn Tore Nystrand

EVALUERING AV MARIN STUDENT-BOOTCAMP

Basert på en undersøkelse blant tidligere deltagere

MØREFORSKING

TITTEL	Evaluering av marin student-bootcamp
FORFATTERE	Lovise Kvalsund Otterlei og Bjørn Tore Nystrand
PROSJEKTLEIER	Lovise Kvalsund Otterlei
RAPPORT NR.	17-10
SIDER	39
PROSJEKTNUMMER	54912
PROSJEKTTITTEL	Evaluering av marin student-bootcamp
OPPDRAGSGIVER	Sett Sjøbein, Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfond
ANSVARLEG UTGIVER	Møreforsking Ålesund AS
ISSN	0804-5380
DISTRIBUSJON	Åpen
NØKKELORD	Marin student-bootcamp, rekruttering, sjømatnæring, studenter

SAMMENDRAG

Marin student-bootcamp er et rekrutteringstiltak og en metode for å spre kunnskap om og skape interesse for sjømatnæringen gjennom tverrfaglig problemløsning og tett kontakt mellom studenter og marint næringsliv.

I denne rapporten presenteres resultatene fra en spørreundersøkelse blant tidligere deltagere på marin student-bootcamp. Det er gjennomført fem bootcamper i tidsrommet 2014 – 2016, med totalt 88 deltagere. Undersøkelsen ble sendt ut til alle disse, hvorav 61 % svarte.

Resultatene viser at deltagerne gjennomgående ser erfaringene fra bootcampen som svært positive og nyttige både faglig og i rekrutteringsøyemed. Majoriteten mener at de gjennom deltagelse har fått økt kunnskap om og interesse for sjømatnæringen, både på generell basis og som potensiell arbeidsplass. Flere har også konkret tatt i bruk erfaringer fra bootcampen,i form av kontakt med nettverk, videreføring av arbeid eller brukt sjømatnæringen som case i oppgaver og lignende. Noen har også jobbet, kortere eller lengre perioder, i næringen. Flere har flyttet i forbindelse med dette, og i tillegg uttrykker godt over halvparten av deltagerne vilje til å flytte for å få ønsket jobb i næringen. Resultatene gir dessuten et bilde av at deltagerne deler opplevelsene fra bootcampen og anbefaler andre å delta, og slik sett er gode ambassadører for både tiltaket og sjømatnæringen. I forhold til forbedringspotensial blir behovet for større oppfølging i etterkant, gjennom nettverk og formidling av jobber, løftet frem som viktig for å sikre videre tilknytning til næringen.

© FORFATTER/MØREFORSKING ÅLESUND
Forskriftene i åndsverkloven gjelder for materialet i denne publikasjonen. Materialet er publisert for at du skal kunne lese det på skjermen eller framstille eksemplarer til privat bruk. Uten spesiell avtale med forfatter/Møreforsking Ålesund er all annen eksemplarfremstilling og tilgjengeliggjøring bare tillatt så langt det har hjemmel i lov eller avtale med Kopinor, interesseorgan for rettshavere til åndsverk.

FORORD

I denne rapporten presenteres resultatene fra prosjektet «Evaluering av marin student-bootcamp», som er gjennomført i mai 2017 av Møreforsking Ålesund AS på oppdrag fra Sett Sjøbein.

Oppdraget har gått ut på å undersøke hvilke erfaringer deltagerne har tatt med seg fra marin student-bootcamp og i hvilken grad deltagelse har påvirket deres interesse for å jobbe i sjømatnæringen. Rammene for prosjektet har vært å gjennomføre en elektronisk spørreundersøkelse blant tidligere deltagere og presentere resultatene i en rapport. Analyser og drøfting av resultatene i en faglig kontekst har ikke vært en del av oppdraget.

Daglig leder i Sett Sjøbein, Janita Arhaug, har vært kontaktperson. Vi takker for godt og konstruktivt samarbeid!
En stor takk går også til alle tidligere deltagere som har svart på undersøkelsen.

Ålesund, 26.05.2017

Lovise Kvalsund Otterlei

INNHOLD

Forord 4
Innhold 6
Figurliste 7
Tabelliste 9
1. Innledning 10
Bakgrunn 10
Om marin student-bootcamp 10
Opplegg for gjennomføring av undersøkelsen 10
2. Om respondentene 12
Fordeling av respondenter etter bootcamp 12
Kjønn 14
Bosted 15
Utdanningsnivå og studieretning 16
3. Opplevelse av å delta på marin student-bootcamp 17
Totalopplevelse av marin student-bootcamp 17
Tilfredshet med ulike deler av bootcampen 18
4. Sjømatfokus og bruk av erfaringer i etterkant av bootcampen 19
Kunnskapsspredning 19
Sjømatfokus i videre arbeid 21
Nettverk 23
Jobb i sjømatnæringen 25
5. Effekter ved deltagelse 27
Kunnskapsnivå 27
Interesse for sjømatnæringen 29
Interesse for jobbmuligheter i sjømatnæringen 31
Mobilitet 34
6. Generelle holdninger relatert til sjømatnæringen 36
Assosiasjoner til sjømatnæringen 36
7. Oppsummering 39

FIGURLISTE

Figur 1. Deltagere som har svart etter hvilken bootcamp de deltok på. N=54. 12
Figur 2. Sammenligning av svarprosent etter bootcamp. N=7, 10, 15, 10, 12 og 54. 13
Figur 3. Deltagere som har svart etter kjønn. N=54. 14
Figur 4. Deltagere som har svart etter bostedsfylke. N=52. 15
Figur 5. Deltagere som har svart etter utdanningsnivå. N=54. 16
Figur 6. Deltagere etter hvor fornøyde de totalt sett var med marin student-bootcamp. N=54. . 17
Figur 7. Vurdering av tilfredshet med ulike deler av marin student-bootcamp, oppgitt i gjennomsnitt. Svaralternativene var: 1=Ikke i det hele tatt, 2=I liten grad, 3=I noen grad, 4=I stor grad og 5=I veldig stor grad. N=54. 18
Figur 8. Deltagere etter om og med hvem de delte opplevelsene fra bootcampen med etter at de kom hjem. (Mulig å krysse av for flere alternativer.) N=54. 19
Figur 9. Deltagere etter om de har anbefalt andre studenter å delta på marin student-bootcamp. N=54. 20
Figur 10. Deltagere etter om de har brukt sjømatnæringen som case i oppgaver o.l. i etterkant av deltagelse. N=53. 21
Figur 11. Deltagere etter om de har jobbet videre med forretningsidéen utviklet under bootcampen eller ikke. N=54. 22
Figur 12. Deltagere etter om de har hatt kontakt med miljøene/bedriftene de møtte gjennom bootcampen i etterkant. N=54. 23
Figur 13. Deltagere etter om de har opprettholdt kontakt med andre bootcampdeltagere. N=54.24
Figur 14. Deltagere etter om, og eventuelt hvilken stillingstype, de har jobbet i sjømatnæringen. Det er mulig å krysse av for flere alternativer. N=54. 25
Figur 15. Deltagere etter om de har flyttet for å jobbe i sjømatnæringen. N=26. 26
Figur 16. Deltagere etter vurdering av eget kunnskapsnivå i forkant av deltagelse. N=54. 27
Figur 17. Deltagere etter vurdering av om marin student-bootcamp har økt egen kunnskap om sjømatnæringen. N=54. 28
Figur 18. Deltagere etter vurdering av egen interesse for sjømatnæringen i forkant av deltagelse. N=54. 29
Figur 19. Deltagere etter vurdering av om bootcampen har gjort dem mer interessert i det som skjer i sjømatnæringen. N=54. 30
Figur 20. Deltagere etter generell interesse for jobbmuligheter i sjømatnæringen. N=52. 31
Figur 21. Deltagere etter vurdering av om deltagelse på marin student-bootcamp har økt deres motivasjon for å jobbe i sjømatnæringen. N=54. 32
Figur 22. Deltagernes vurdering av hvor interessant de finner jobb i ulike deler av sjømatnæringen, oppgitt i gjennomsnitt. Svaralternativene er: 1=Ikke interessant, 2=Litt interessant, 3=Temmelig interessant, 4=Interessant og 5=Veldig interessant. N=50. 33
Figur 23. Deltagere etter villighet for å flytte for å få ønsket jobb i sjømatnæringen. N=52. 34
Figur 24. Deltagere etter vurdering av om marin student-bootcamp har gjort dem mer bevisst jobbmuligheter i nye deler av landet. N=54. 35
Figur 25. Deltagernes vurdering av i hvor stor grad assosierer gitte påstander om sjømatnæringen. Svaralternativene er: 1=Ikke i det hele tatt, 2=I liten grad, 3=I noen grad, 4=I stor grad, 5=I veldig stor grad. N=54. 36

Figur 26. Deltagernes vurdering av i hvor stor grad de assosierer gitte fagområder med sjømatnæringen, oppgitt i gjennomsnitt. Svaralternativene er 1=Ikke i det hele tatt, 2=I liten grad, 3=I noen grad, 4=I stor grad, 5=I veldig stor grad. N=54. 37
Figur 27. Deltagere etter om de vil anbefale andre å ta en marin utdanning eller jobbe i sjømatnæringen. N=54. 38

TABELLISTE

Tabell 1. Sammenligning av antall respondenter og deltagere i utvalget, samt svarprosent, etter bootcamp. 13
Tabell 2. Sammenligning av respondenter og utvalg etter kjønn. 14
Tabell 3. Respondenter etter bostedsfylke og utvalget etter studiefylke. N=52 og 88. 15
Tabell 4. Deltagere som har svart etter studieretning. 16
Tabell 5. Studieretning og utdanningsnivå for deltagere som har brukt sjømatnæringen som case i oppgaver o.l. 21
Tabell 6. Antall deltagere som har jobbet videre med forretningsideen de utviklet under bootcampen, etter studieretning og utdanningsnivå. 22
Tabell 7. Deltagere som har hatt kontakt med miljøene/bedriftene de møtte gjennom bootcampen, etter studieretning og utdanningsnivå. 23
Tabell 8. Deltagere etter hvilke former for jobb de har hatt i sjømatnæringen etter at de deltok på bootcampen. N=26. 25
Tabell 9. Deltagere som har jobbet i sjømatnæringen i etterkant av bootcampen fordelt etter nåværende bostedsfylke. 26

1. INNLEDNING

BAKGRUNN

Sett Sjøbein ønsker å vite mer om effektene av marin student-bootcamp, med særlig fokus på hvordan deltagelse har påvirket studentenes yrkesorientering og generelle interesse for sjømatnæringen. Møreforsking Ålesund (MFÅ) fikk i oppdrag å gjennomføre en elektronisk spørreundersøkelse blant tidligere deltagere og resultatene er presentert i denne rapporten.

OM MARIN STUDENT-BOOTCAMP

Marin student-bootcamp er et rekrutteringstiltak og en metode for å bringe studenter og næringsliv tettere sammen. Målsetningen er å skape økt interesse for sjømatnæringen og særlig rekruttere studenter som i utgangspunktet ikke har tilknytning til næringen.

Metoden, som er utviklet på Færøyene, ble første gang utprøvd i Norge i 2014 og det har i perioden 2014-2016 vært gjennomført fem bootcamper i ulike deler av landet[1]. Sett Sjøbein har siden 2015 vært ansvarlig for å organisere bootcampene, på oppdrag fra Nærings- og fiskeridepartementet.

Studenter fra alle studieretninger på høyskoler og universiteter i Norge, i sluttfasen av en bachelor – eller mastergrad, kan søke om å delta. Det er ikke et krav å kunne noe om hav eller fisk i forkant, og det er en målsetning at gruppen skal være sammensatt av deltagere med ulik fagbakgrunn og kjennskap til sjømatnæringen. Alle skal imidlertid være motiverte for å lære mer om sjømatnæringen og anvende egen kompetanse opp mot problemstillinger næringen står overfor. Opptak til å delta er basert på søknad.

Konseptet går ut på at deltagerne møtes i den byen eller regionen, der bootcampen skal arranges. De får ingen informasjon om program og tema i forkant, men faste innslag består av: bedriftsbesøk – og presentasjoner, opplæring i problemløsning og utvikling av forretningskonsept, presentasjon av en problemstilling, tverrfaglig gruppearbeid, mentorveiledning, presentasjon av forretningside for en jury og presentasjon av vinnerkonseptet i forbindelse med et arrangement i sjømatnæringen.

OPPLEGG FOR GJENNOMFØRING AV UNDERSØKELSEN

Oppdragsgiver har vært ansvarlig for å definere hvilke tema og hovedspørsmål undersøkelsen skal ta for seg. MFÅ har deretter utviklet og tilpasset et spørsmålssett i samråd med oppdragsgiver, og videre stått for gjennomføring av undersøkelsen.

Den elektroniske spørreundersøkelsen ble sendt ut til alle tidligere deltagere, totalt 88 stykk, i mai 2017 og ble avsluttet med en svarprosent på 61 %. Invitasjon til å delta ble sendt ut per epost, basert på kontaktlister levert av Sett Sjøbein. En utfordring var at noen av studentene som stod oppført med høyskole-/universitetsadresse trolig er ferdig å studere og adressene er derfor deaktivert. Deltagere på bootcampene i 2015 og 2016 har egne grupper på Facebook, der Sett Sjøbein har informert om undersøkelsen i forkant av utsending og oppfordret til å sende oppdatert kontaktinformasjon for dem det er aktuelt. Deltagerne fra bootcampen i 2014 har imidlertid ikke en

[1] Tid og sted for bootcampene: 2014 -Trondheim og Sjømatdagene på Hell, Våren 2015 - Lofoten/Bodø og Sjømat Norges Årskonferanse, Høsten 2015 - Bergen og Seafood Innovation Clusters Bærekraftskonferanse, Høsten 2015 - Trondheim og Landsmøtet til Norges Fiskarlag og Høsten 2016 - Troms og Torskefiskkonferansen arrangert av Norges Sjømatråd m.fl.

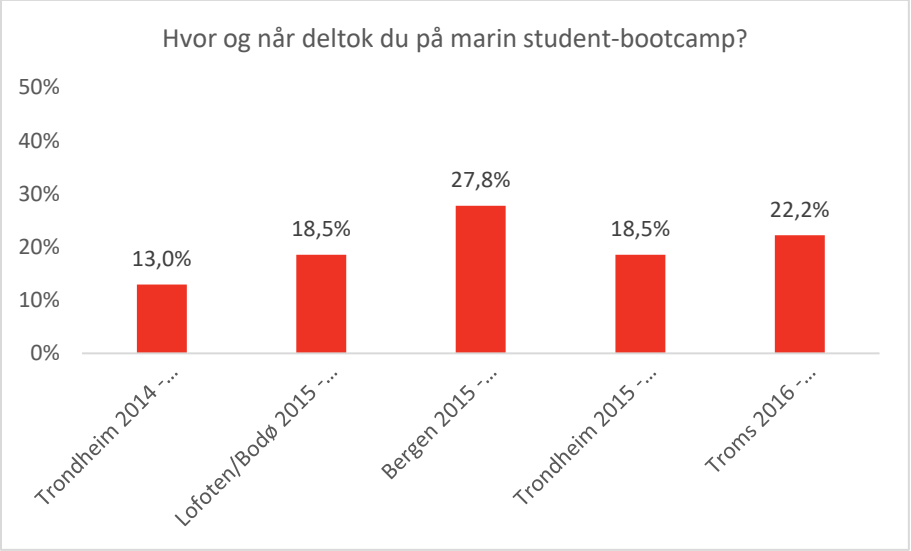
slik gruppe og har ikke mottatt denne oppfordringen. Andelen ugyldige epostadresser er derfor potensielt høyere blant disse. På de to første bootcampene deltok noen utenlandske studenter, og språk kan ha gjort det utfordrende for disse å svare.

Resultatene fra undersøkelsen er hovedsakelig presentert i form av tabeller og figurer med noe forklarende tekst, og rapporten er delt inn i følgende deler: i) Om deltagerne, ii) Opplevelse av å delta på marin student-bootcamp, iii) Bruk av erfaringer i etterkant av bootcampen, iv) Opplevde effekter ved deltagelse, v) Generelle holdninger relatert til sjømatnæringen og vi) Oppsummering.

2. OM DELTAGERNE I UNDERSØKELSEN

Utvalget for undersøkelsen inkluderte som nevnt 88 tidligere deltagere, fra bootcamper arrangert i perioden 2014 – 2016, hvorav 54 har svart på denne undersøkelsen (61 %). I denne delen av rapporten gis en oversikt over fordeling av deltagere som har svart, også omtalt som respondenter, etter hvilken bootcamp de deltok på, i tillegg til kjønn, bosted, utdanningsnivå og studieretning.

FORDELING AV DELTAGERE SOM HAR SVART ETTER BOOTCAMP



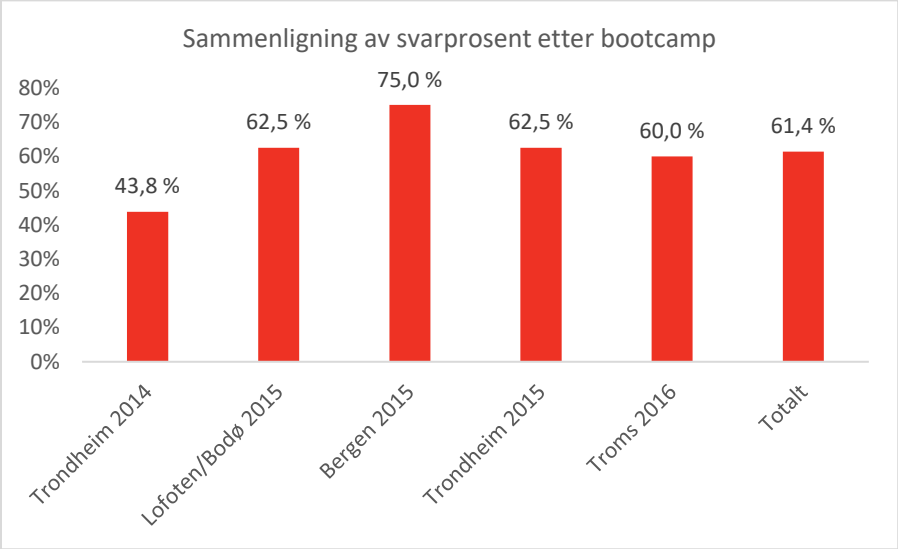
Figur 1. Deltagere som har svart etter hvilken bootcamp de deltok på. N=54.

Fordelingen av respondenter er relativt lik mellom bootcampene, med unntak av en noe lavere andel for den første bootcampen som ble arrangert og en noe høyere andel for bootcampen som ble arrangert i Bergen i 2015 (Figur 1).

Ettersom totalt antall deltagere varierte (fra 16 til 20) mellom bootcampene er det interessant å sammenligne antall respondenter med totalt antall deltagere (utvalget), og samtidig sammenligne svarprosent, per bootcamp (Tabell 1 og Figur 2).

Tabell 1. Sammenligning av antall respondenter og deltagere i utvalget, samt svarprosent, etter bootcamp.

Bootcamp	Respond-enter	Utvalget	Differanse i prosent	Svarprosent per bootcamp
Trondheim 2014	7	16	56,2	43,8
Lofoten/Bodø 2015	10	16	37,5	62,5
Bergen 2015	15	20	25,0	75,0
Trondheim 2015	10	16	37,5	62,5
Troms 2016	12	20	40,0	60,0
Totalt:	**54**	**88**	**38,6**	**61,4**

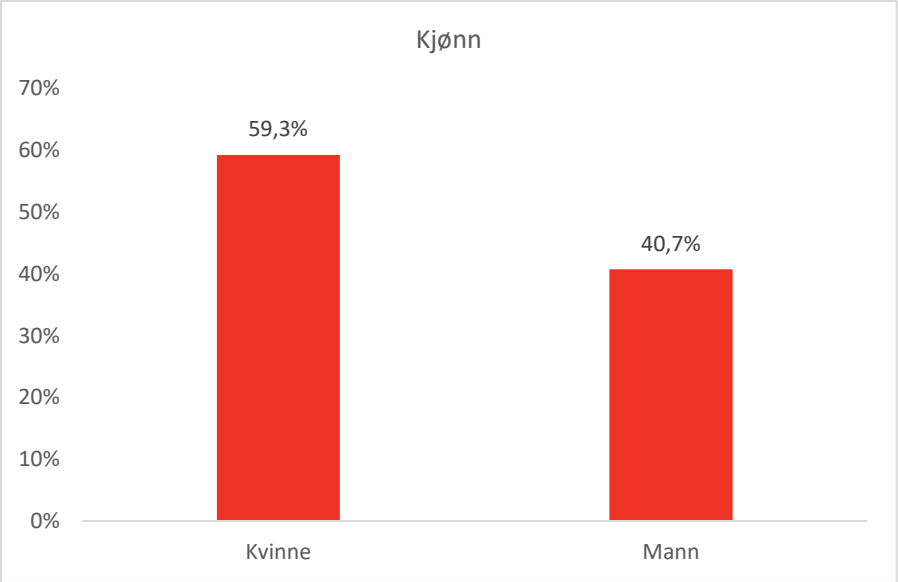


Figur 2. Sammenligning av svarprosent etter bootcamp. N=7, 10, 15, 10, 12 og 54.

Svarprosenten varierer mellom 43,8 % og 75,0 % for de ulike bootcampene. At svarprosenten er noe lavere for den første bootcampen kan som nevnt ha med utdatert kontaktinformasjon og mangel på informasjon om undersøkelsen. Det kan også henge sammen med at det er relativt lenge siden de deltok, og erfaringene er ikke like friskt i minne. Fordelingen av deltagere som har svart vurderes likevel som god og representativ.

KJØNN

Fordeling av deltagere som har svart etter kjønn er vist i figuren under.



Figur 3. Deltagere som har svart etter kjønn. N=54.

Fordelingen viser at det er 18,6 % flere kvinner enn menn blant deltagerne som har svart.

Det er imidlertid interessant å se dette i sammenheng med fordelingen av kjønn i utvalget. Dette er vist i Tabell 2.

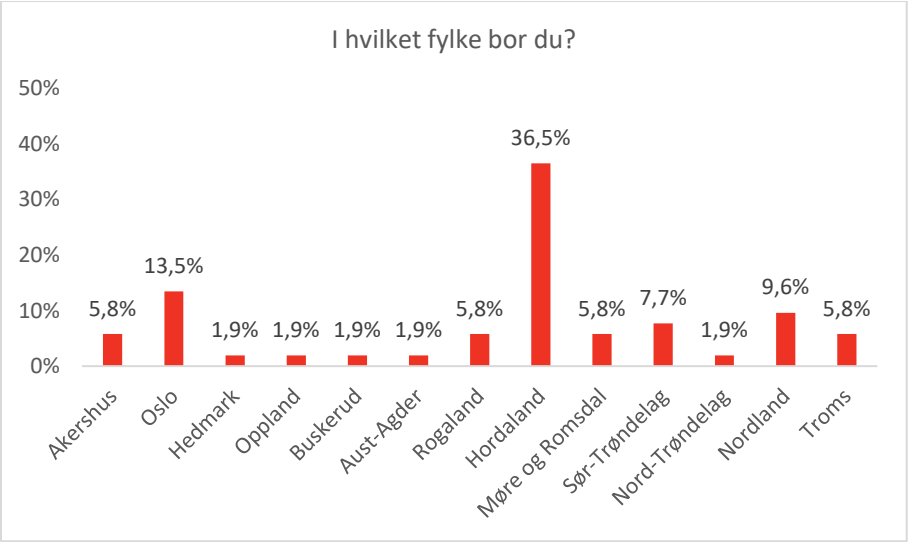
Tabell 2. Sammenligning av respondenter og utvalg etter kjønn.

Kjønn	Respondenter	Utvalg	Differanse
Kvinne	59,3 %	53,4 %	5,9 %
Mann	40,7 %	46,6 %	5,9 %
Antall deltagere:	**54**	**88**	

Sammenligningen viser at kvinner er overrepresentert, med 5,9%, blant respondentene. Dette vurderes som ikke betydelig.

BOSTED

For å få en oversikt over geografisk spredning blant deltagerne er de spurt om bostedsfylke. Respondentenes svar er vist i Figur 4.



Figur 4. Deltagere som har svart etter bostedsfylke. N=52.

To av respondentene svarte ikke på spørsmål om bosted. Én oppga å bo i utlandet i kommentarfeltet, og i og med dette ikke var et svaralternativ er det grunn til å tro at dette også gjelder den andre som ikke har svart.

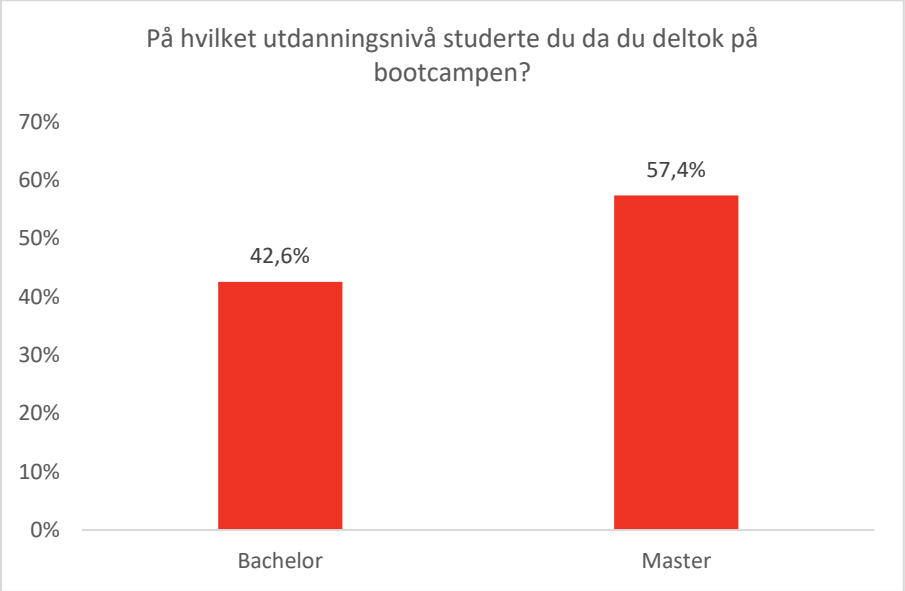
Datamaterialet gir ikke grunnlag for å si noe om hvor representativt dette er, men i tabellen under er respondentenes bostedsfylke satt sammen med fordeling av utvalg etter studiefylke.

Tabell 3. Respondenter etter bostedsfylke og utvalget etter studiefylke. N=52 og 88.

Fylke	Respondentene etter bostedsfylke	Utvalget etter studiefylke
Akershus	5,8 %	5,7 %
Oslo	13,5 %	10,2 %
Telemark	0,0 %	1,1 &
Hedmark	1,9 %	1,1 %
Oppland	1,9 %	0,0 &
Buskerud/Vestfold	1,9 %	2,3 %
Aust-Agder	1,9 %	1,1 %
Rogaland	5,8 %	2,3 %
Hordaland	36,5 %	34,1 %
Møre og Romsdal	5,8 %	5,7 %
Sør-Trøndelag	7,7 %	17,0 %
Nord-Trøndelag	1,9 %	0,0 %
Nordland	9,6 %	9,1 %
Troms	5,8 %	10,2 %
Antall deltagere	52	88

UTDANNINGSNIVÅ OG STUDIERETNING

Deltagerne ble også bedt om å oppgi hvilke utdanningsnivå de hadde da de deltok på bootcampen, samt hvilken studieretning de tilhørte. Resultatet er presentert i Figur 5.



Figur 5. Deltagere som har svart etter utdanningsnivå. N=54.

Under gis en oversikt over hvordan deltagerne som har svart fordeler seg etter studieretninger.

Tabell 4. Deltagere som har svart etter studieretning.

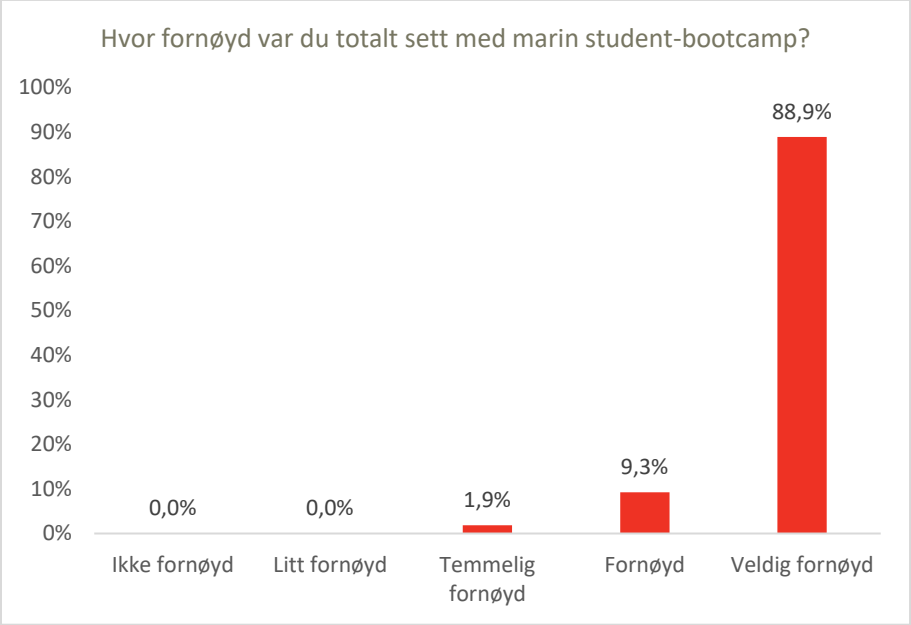
Studieretning	Prosent
Teknologiske fag/Ingeniør	18,5%
Naturvitenskapelige fag	13,0%
Økonomiske og administrative fag	35,2%
Samfunnsfag	9,3%
Juridiske fag	3,7%
Marine fag	14,8%
Mediefag eller humanistiske fag	5,6%
N	**54**

Heretter blir deltagere som har svart/respondenter omtalt som deltagere [i undersøkelsen].

3. OPPLEVELSE AV Å DELTA PÅ MARIN STUDENT-BOOTCAMP

Det har gått litt tid (0,6 mnd. – 2,5 år) siden bootcampene i undersøkelsen ble arrangert og det kan være utfordrende å huske tilbake, men det er likevel ønskelig å få innblikk i hva deltagerne sitter igjen med. Deltagerne ble først spurt hvor fornøyde de totalt sett var med marin student-bootcamp (Figur 6) før de ble bedt om å rangere hvor fornøyde de var med ulike deler av bootcampen (Figur 7).

TOTALOPPLEVELSE AV MARIN STUDENT-BOOTCAMP



Figur 6. Deltagere etter hvor fornøyde de totalt sett var med marin student-bootcamp. N=54.

Resultatene konstaterer at majoriteten av deltagerne i undersøkelsen var veldig fornøyde med marin student-bootcamp, noen var fornøyde og en liten andel var temmelig fornøyde. Ingen uttrykte å bare være litt fornøyd eller ikke fornøyd.

TILFREDSHET MED ULIKE DELER AV BOOTCAMPEN

Figur 7. Vurdering av tilfredshet med ulike deler av marin student-bootcamp, oppgitt i gjennomsnitt. Svaralternativene var: 1=Ikke i det hele tatt, 2=I liten grad, 3=I noen grad, 4=I stor grad og 5=I veldig stor grad. N=54.

Resultatene viser at deltagerne som har svart i gjennomsnitt likte alle de nevnte aspektene ved bootcampen i stor eller veldig stor grad. Besøk ute i bedriftene, det sosiale og samarbeid med deltagere fra andre studieretninger ble rangert høyest. Bedriftspresentasjoner i «klasserommet» ble rangert lavest.

Undersøkelsen hadde et åpent kommentarfelt og tilbakemeldingene var også der hovedsakelig svært positive. Mange ville understreke at dette hadde vært en svært positiv og viktig opplevelse for dem i studietiden, og skapt interesse for sjømatnæringen. Både det faglige programmet og gjennomføringen ble løftet frem av flere. Én understreket dessuten at den store erfaringsmessige og akademiske bakgrunnen til deltagerne bidro til å skape god dynamikk i både det sosiale og det faglige innholdet. En annen løftet frem bedriftsbesøkene og hvordan de tente en ild i de fleste deltagerne.

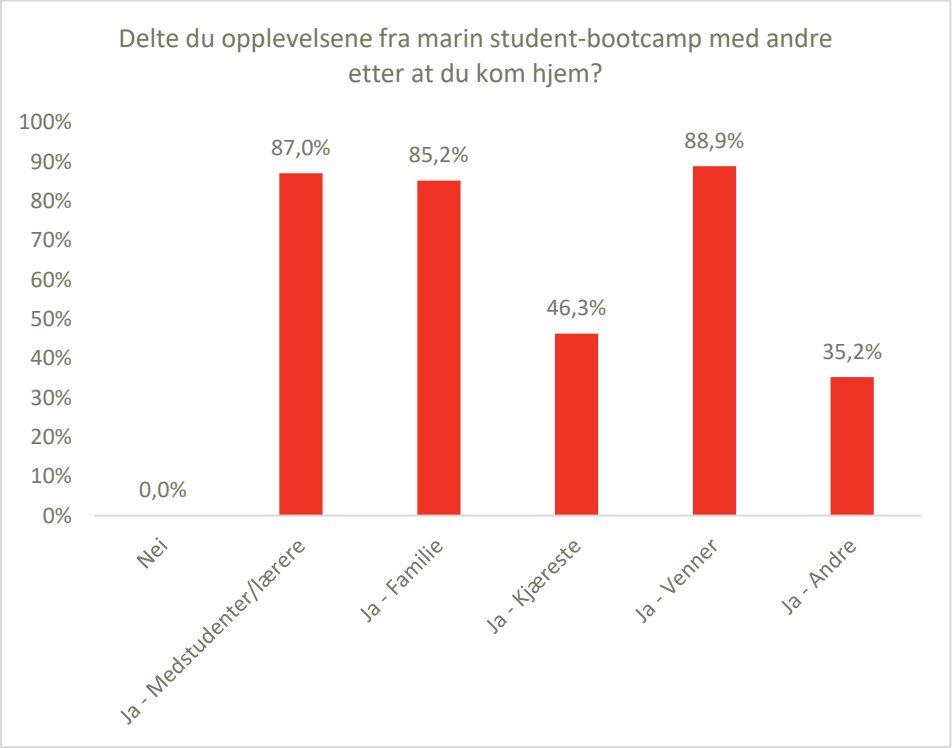
I forhold til forbedringspotensial ble det poengtert at man bør unngå å arrangere bootcampen for tett opptil eksamen. Ellers gikk kommentarene primært på ønske om oppfølging i etterkant. En fagsamling for å opprettholde kompetansen og interessen hos deltagerne var et forslag. Et annet var å opprette et «alumninettverk» hvor stillingsutlysninger og internship utlyses, samtidig som informasjon om relevante arrangementer og lignende formidles. Det ble kommentert at oppfølging i etterkant kan bidra til større tilknytning til sjømatnæringen, og sikre at bootcampen ikke bare blir en «chartertur med fisk i fokus».

4. SJØMATFOKUS OG BRUK AV ERFARINGER I ETTERKANT AV BOOTCAMPEN

For å finne ut mer om i hvilken grad og eventuelt hvordan de tidligere deltagerne har brukt erfaringene fra bootcampen og sjømatnæringen videre, er det stilt spørsmål relatert til i) kunnskapsspredning, ii) sjømatfokus i videre arbeid, iii) nettverk og iv) jobb i sjømatnæringen.

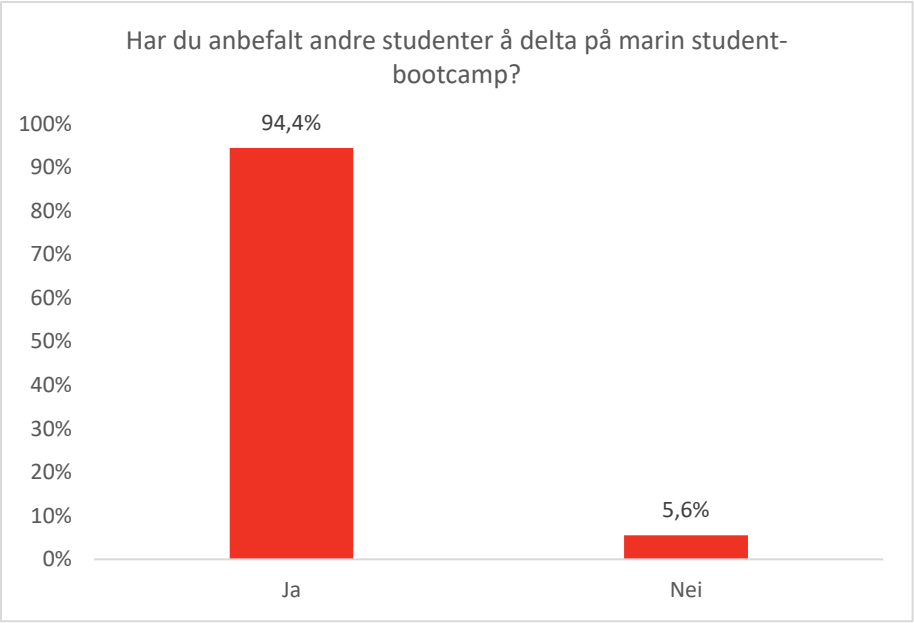
KUNNSKAPSSPREDNING

For å få innblikk i hvorvidt deltagerne har delt erfaringene med de rundt seg og anbefalt andre studenter om å delta på marin student-bootcamp er de spurt om dette (Figur 8 og Figur 9).



Figur 8. Deltagere etter om og med hvem de delte opplevelsene fra bootcampen med etter at de kom hjem. (Mulig å krysse av for flere alternativer.) N=54.

Alle deltagerne i undersøkelsen svarer at de har delt opplevelsene fra marin student-bootcamp med noen etter at de kom hjem. Venner og medstudenter oppgis av flest, i tillegg til familie.

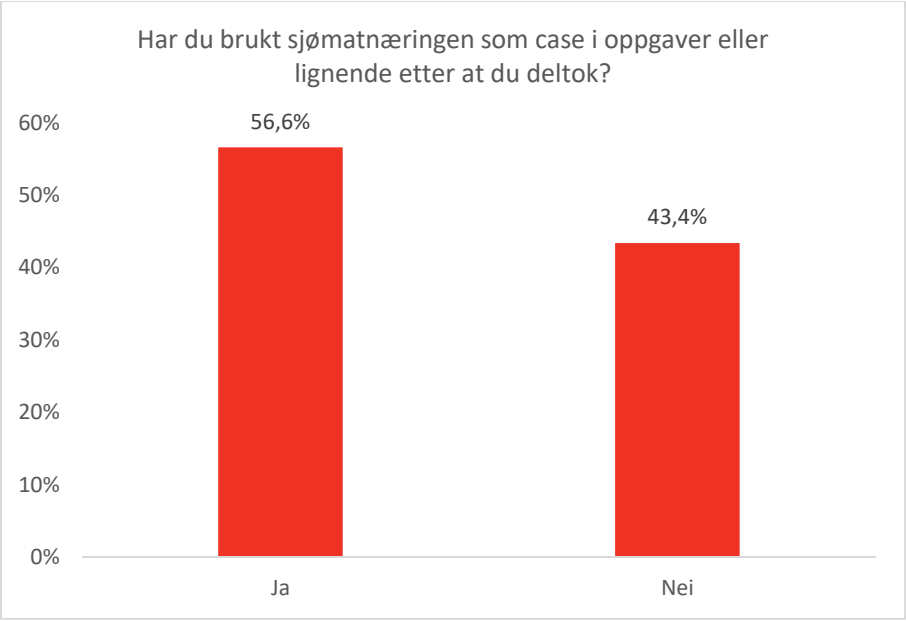


Figur 9. Deltagere etter om de har anbefalt andre studenter å delta på marin student-bootcamp. N=54.

Majoriteten av deltagerne i undersøkelsen svarer også at de har anbefalt andre studenter å delta på marin student-bootcamp. Kun 5,6 % av respondentene svarer at de ikke har anbefalt andre å delta. Det er verdt å poengtere at spørsmålsformuleringen går på om de allerede har anbefalt andre å delta, og ikke på om de har vilje til å gjøre det.

SJØMATFOKUS I VIDERE ARBEID

For å få innblikk i om deltagerne har tatt fokuset på sjømatnæringen videre i etterkant av bootcampen, er de spurt om de har brukt næringen som case i oppgaver eller lignende.



Figur 10. Deltagere etter om de har brukt sjømatnæringen som case i oppgaver o.l. i etterkant av deltagelse. N=53.

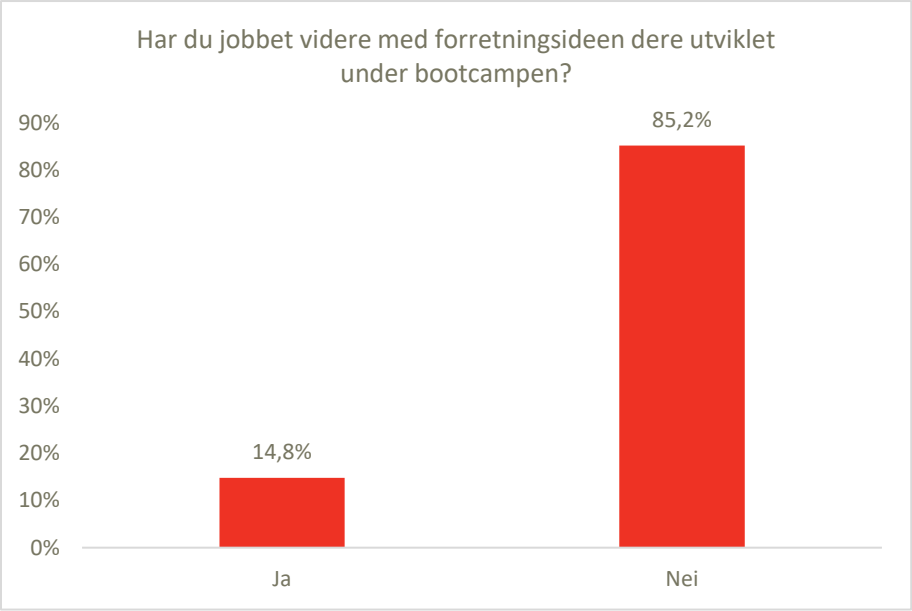
Over halvparten (56,6 %) av deltagerne i undersøkelsen oppgir at de har brukt sjømatnæringen som case i oppgaver og lignende. Det er interessant å undersøke om det er noen trend i forhold til hvilke utdanningsnivå og studieretninger disse tilhører, og vi har sett nærmere på dette i tabellen under.

Tabell 5. Studieretning og utdanningsnivå for deltagere som har brukt sjømatnæringen som case i oppgaver o.l.

Studieretning	Bachelor	Master	Totalt
Marine fag	4	1	5
Mediefag eller humanistiske fag	1		1
Naturvitenskaplige fag	4	1	5
Samfunnsfag		4	4
Teknologiske fag/ingeniør	2	5	7
Økonomiske og administrative fag	5	3	8
Antall deltagere:	**16**	**14**	**30**
I %:	**29,6 %**	**25,9 %**	**55,6 %**

Resultatene viser at det er relativt stor spredning i forhold til studieretning blant deltagere som har valgt å bruke sjømatnæringen som case i oppgaver eller lignende i etterkant av bootcampen. Dette kan være en konkret indikasjon på at deltagelse har bidratt til å fremme fokus på sjømatnæringen i andre studieretninger enn de rent marine fagene. Det er ikke undersøkt hvilke typer oppgaver det er snakk om, men i og med studentene primært var i avslutningsfasen av en bachelor- eller masterutdanning er det grunn til å tro at det er snakk om oppgaver av en viss størrelse – og med en viss spesialisering.

Deltagerne jobbet med å utvikle en forretningsidé under bootcampen. Det er interessant å vite om deltagerne har jobbet videre med denne. Resultatene er vist under.



Figur 11. Deltagere etter om de har jobbet videre med forretningsidéen utviklet under bootcampen eller ikke. N=54.

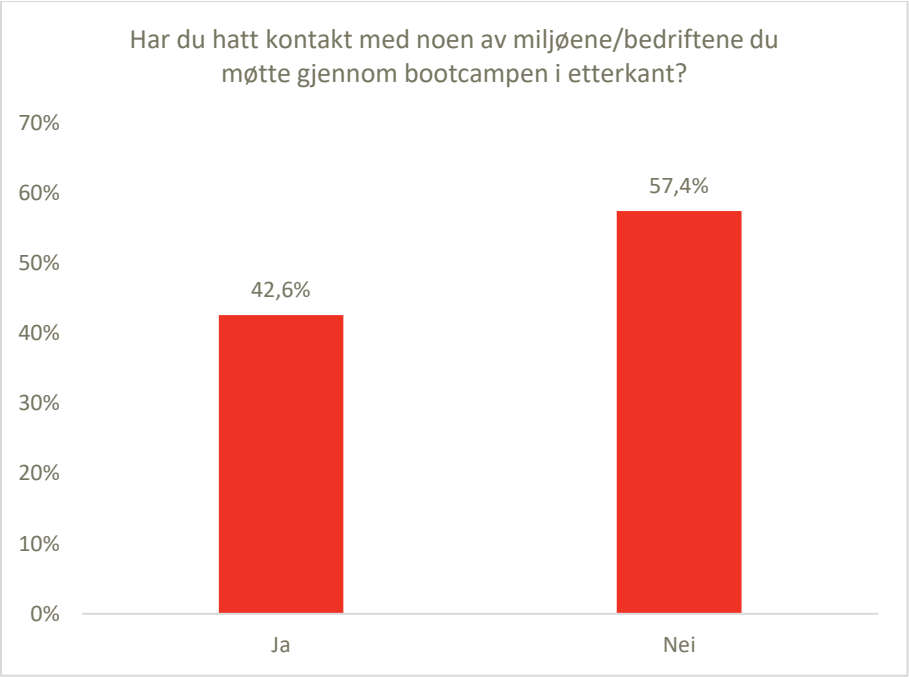
Et mindretall av deltagerne (14,8 %) oppgir å ha jobbet videre med forretningsideen de utviklet under bootcampen. Tabellen under viser hvilke studieretninger og utdanningsnivå disse tilhører.

Tabell 6. Antall deltagere som har jobbet videre med forretningsideen de utviklet under bootcampen, etter studieretning og utdanningsnivå.

Studieretning	Bachelor	Master	Totalt
Juridiske fag	1		1
Mediefag eller humanistiske fag		1	1
Naturvitenskaplige fag	1		1
Samfunnsfag		1	1
Teknologiske fag/ingeniør	1	1	2
Økonomiske og administrative fag	1	1	2
Antall deltagere:	**4**	**4**	**8**
I %:	**7,4 %**	**7,4 %**	**14,8 %**

NETTVERK

En av målsetningene med marin student-bootcamp var å bygge nettverk, både mellom studenter og næring og på tvers av fag. Resultatene på spørsmål relatert til dette er vist under.

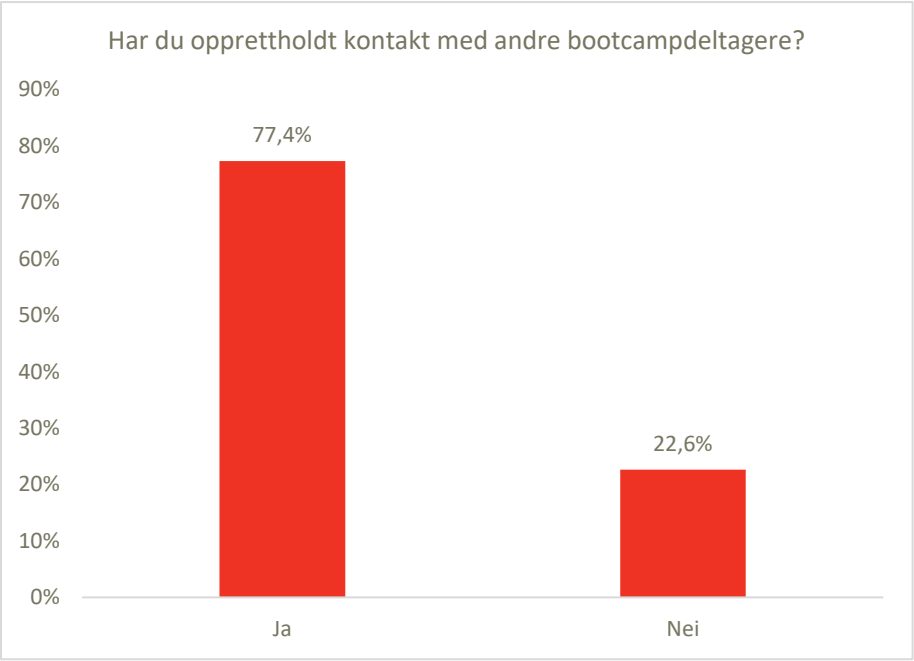


Figur 12. Deltagere etter om de har hatt kontakt med miljøene/bedriftene de møtte gjennom bootcampen i etterkant. N=54.

Nærmere halvparten av deltagerne oppgir å ha hatt kontakt med miljøene, det vil si klynger, organisasjoner og bedrifter, de møtte gjennom bootcampen også i etterkant. Under er det gitt en oversikt over hvilke studieretninger og utdanningsnivå disse deltagerne tilhørte.

Tabell 7. Deltagere som har hatt kontakt med miljøene/bedriftene de møtte gjennom bootcampen, etter studieretning og utdanningsnivå.

Studieretning	Bachelor	Master	Totalt
Marine fag	2	1	3
Mediefag eller humanistiske fag	1		1
Naturvitenskaplige fag	2		2
Samfunnsfag		3	3
Teknologiske fag/ingeniør	1	3	4
Økonomiske og administrative fag	3	7	10
Antall deltagere:	**9**	**14**	**23**
I %:	**16,7 %**	**25,9 %**	**42,6 %**

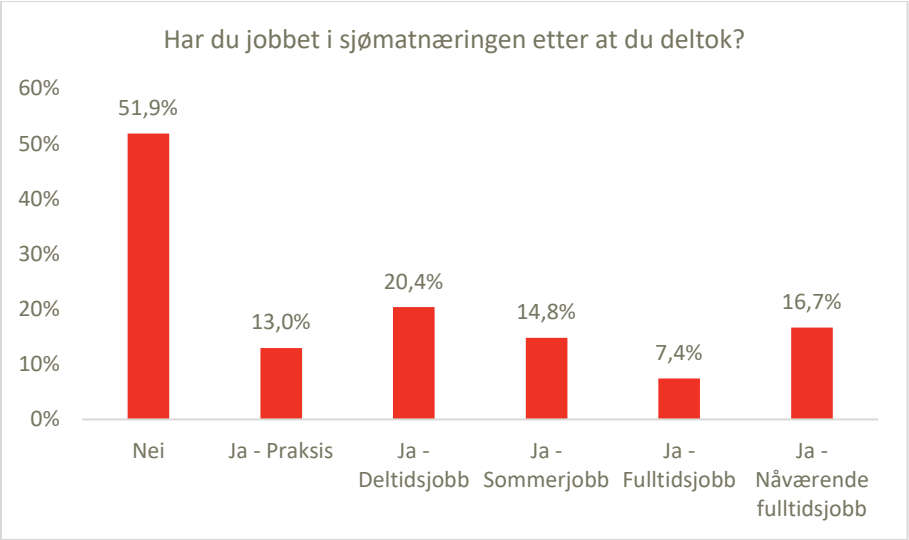


Figur 13. Deltagere etter om de har opprettholdt kontakt med andre bootcampdeltagere. N=54.

Nærmere 8 av 10 deltagere i undersøkelsen oppgir å ha opprettholdt kontakt med andre deltagere i etterkant av bootcampen.

JOBB I SJØMATNÆRINGEN

Fordeling av svar på spørsmål relatert til om deltagerne har jobbet i sjømatnæringen i etterkant og eventuelt flyttet i forbindelse med dette er vist i figurene under.

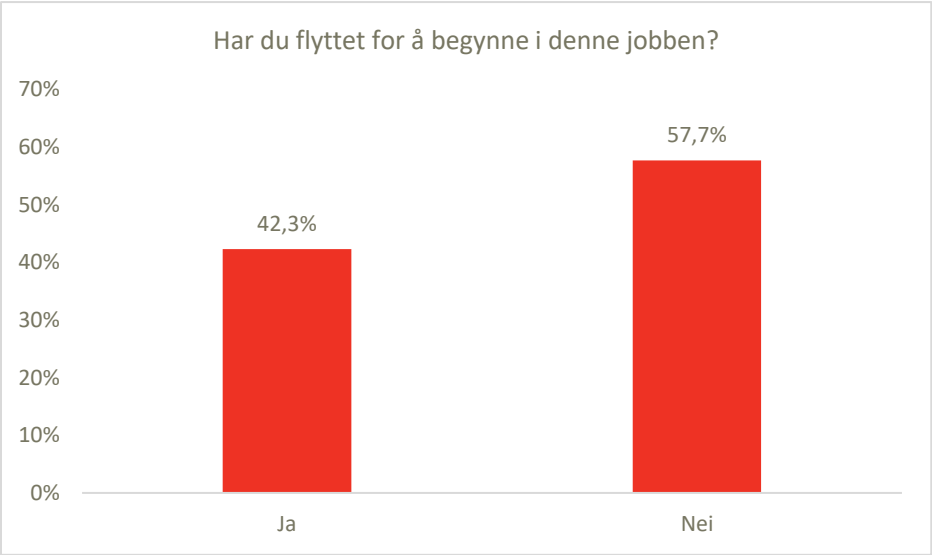


Figur 14. Deltagere etter om, og eventuelt hvilken stillingstype, de har jobbet i sjømatnæringen. Det er mulig å krysse av for flere alternativer. N=54.

I tabellen under er fordeling av deltagere som har hatt ulike typer jobb i sjømatnæringen fordelt etter studieretning. En og samme deltager kan ha hatt ulike typer jobber, men det var til sammen 26 av 54 studenter eller 48,1 % av deltagerne som krysset av for å ha hatt en eller flere former for jobb i sjømatnæringen etter at de deltok.

Tabell 8. Deltagere etter hvilke former for jobb de har hatt i sjømatnæringen etter at de deltok på bootcampen. N=26.

Studieretning	Praksis	Deltidsjobb	Sommerjobb	Fulltidsjobb	Nåværende fulltidsjobb
Marine fag	3	3	3	1	3
Mediefag eller humanistiske fag		1			
Naturvitenskaplige fag	1	1	1		2
Samfunnsfag		1	1	1	
Teknologiske fag/ingeniør	2	3	3	2	1
Økonomiske og administrative fag	1	2			3
Antall deltagere:	7	11	8	4	9
I %:	13,0 %	20,4 %	14,8 %	7,4 %	16,7 %



Figur 15. Deltagere etter om de har flyttet for å jobbe i sjømatnæringen. N=26.

Resultatene viser også at av de 26 som har jobbet i sjømatnæringen i etterkant av bootcampen, oppgir 42,3 % at de har flyttet for å begynne i denne jobben.

Det er vanskelig å gå nærmere inn i dette i materialet her, men i tabellen under er det gitt en oversikt over nåværende bostedsfylke for de som har flyttet.

Tabell 9. Deltagere som har jobbet i sjømatnæringen i etterkant av bootcampen fordelt etter nåværende bostedsfylke.

Bostedsfylke	Totalt
Hordaland	4
Nordland	4
Nord-Trøndelag	1
Troms	1
Annet (utlandet)	1
Antall deltagere:	**11**

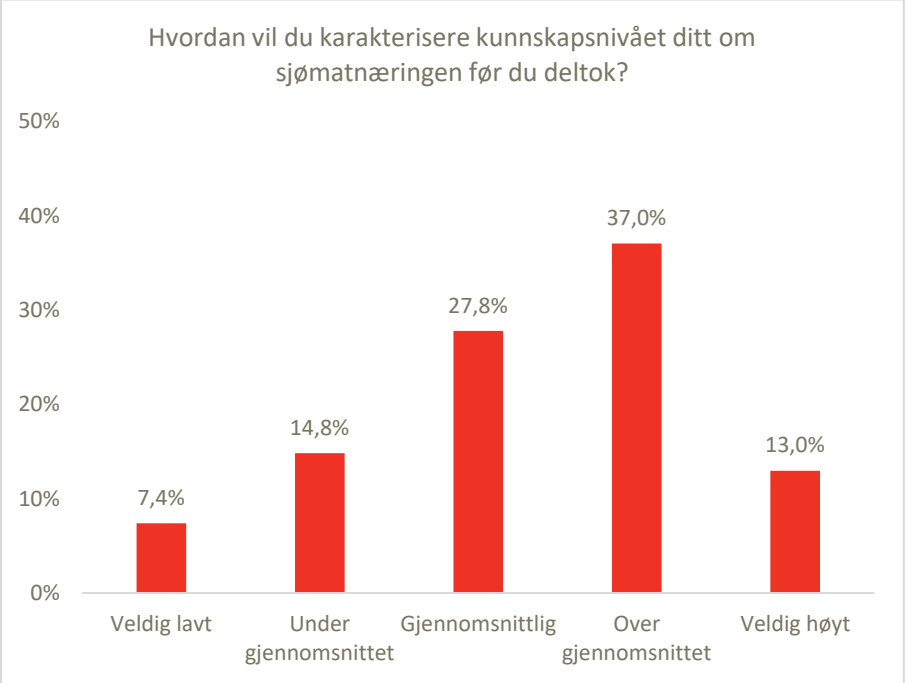
Det er for øvrig sett nærmere på mobilitet, og derunder deltagernes generelle vilje og motivasjon for å flytte for å få jobb, i neste kapittel.

5. EFFEKTER VED DELTAGELSE

For å kunne si noe om opplevde effekter ved deltagelse på marin student-bootcamp er deltagerne i undersøkelsen bedt om å vurdere i hvilken grad de er enige i ulike påstander om bootcampen. Noen av påstandene er dessuten sett opp mot deltagernes vurderinger av egen kunnskap og interesse i forkant av bootcampen. I denne delen er resultater relatert til i) kunnskapsnivå, ii) interesse for sjømatnæringen, iii) interesse for jobbmuligheter i sjømatnæringen og iv) uttrykk for geografisk mobilitet presentert.

KUNNSKAPSNIVÅ

Først er deltagernes tilbakeblikk og vurdering av eget kunnskapsnivå i forkant av bootcampen presentert.



Figur 16. Deltagere etter vurdering av eget kunnskapsnivå i forkant av deltagelse. N=54.

Resultatene understreker at deltagerne hadde varierende grad av kunnskap om sjømatnæringen før de deltok.

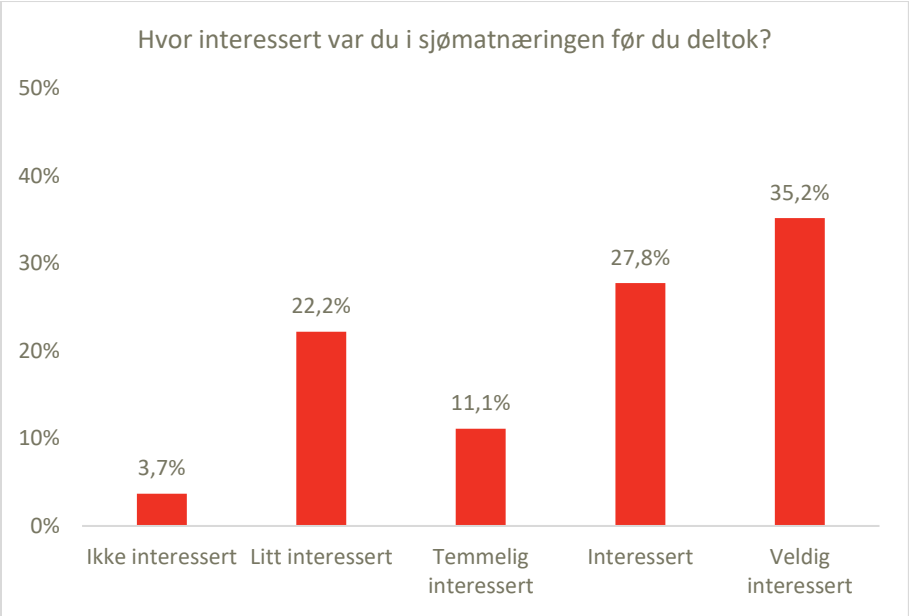
Videre er deltagerne spurt om å vurdere i hvilken grad de er enig i påstanden om at deltagelse på marin student-bootcamp har økt deres kunnskap om sjømatnæringen. Resultatene er presentert i figuren under.

Figur 17. Deltagere etter vurdering av om marin student-bootcamp har økt egen kunnskap om sjømatnæringen. N=54.

Majoriteten av deltagerne i undersøkelsen oppgir å være helt enig eller enig i påstanden om at deltagelse har økt kunnskapsnivået deres om sjømatnæringen. En liten andel, 1,9 %, var verken enig eller uenig. Ingen var uenig eller helt uenig i påstanden.

INTERESSE FOR SJØMATNÆRINGEN

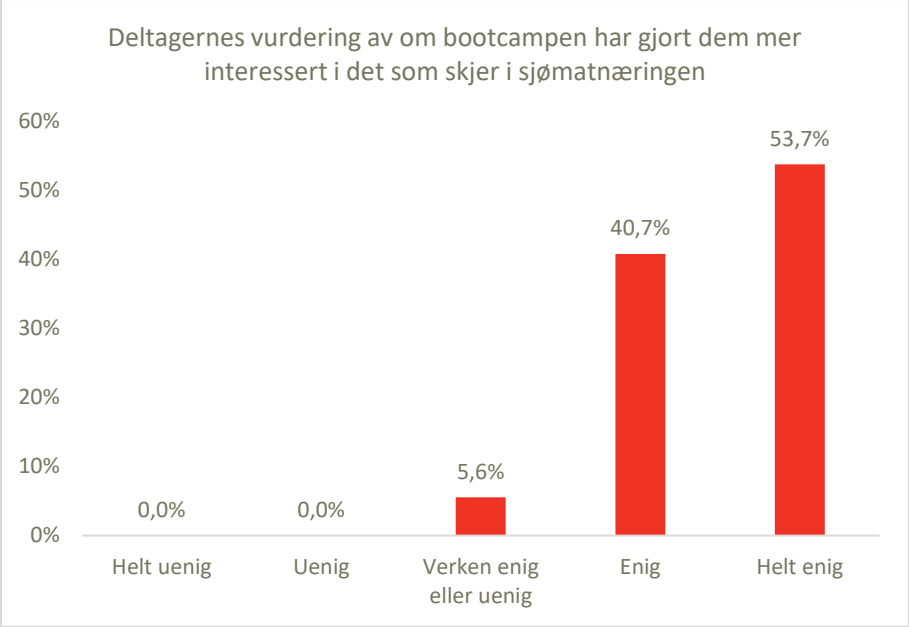
Deltagerne er også bedt om å gjøre en vurdering av hvor stor interesse de hadde for sjømatnæringen i forkant av marin student-bootcamp.



Figur 18. Deltagere etter vurdering av egen interesse for sjømatnæringen i forkant av deltagelse. N=54.

Resultatene viser at det var varierende interesse blant deltagerne i forkant. Godt over halvparten var veldig interessert eller interessert, mens resterende var mindre (fra temmelig til litt) interessert. En liten andel oppgir å ikke være interessert. Med tanke på at ønske om å lære mer om sjømatnæringen var et krav for å melde seg på, vil vi anta at interessen økte i det de vurderte å melde seg på.

Deltagerne ble så bedt om å gjøre en vurdering av om bootcampen har gjort dem mer interessert i det som skjer i sjømatnæringen.

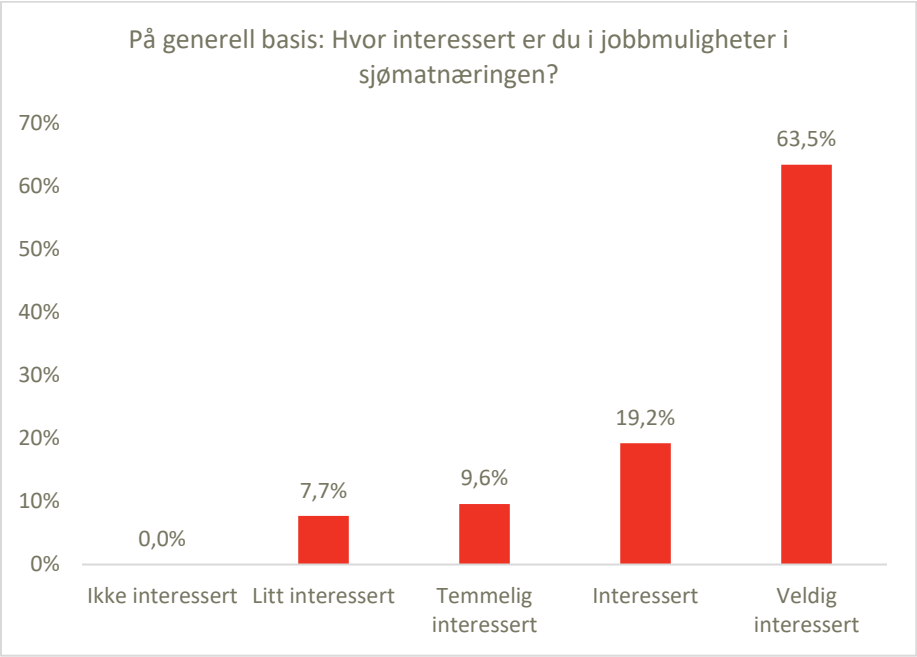


Figur 19. Deltagere etter vurdering av om bootcampen har gjort dem mer interessert i det som skjer i sjømatnæringen. N=54.

Majoriteten av deltagerne (94,4 %) i undersøkelsen er helt enig eller enig i denne påstanden, mens 5,6 % verken er enig eller uenig. Ingen er uenig eller helt uenig.

INTERESSE FOR JOBBMULIGHETER I SJØMATNÆRINGEN

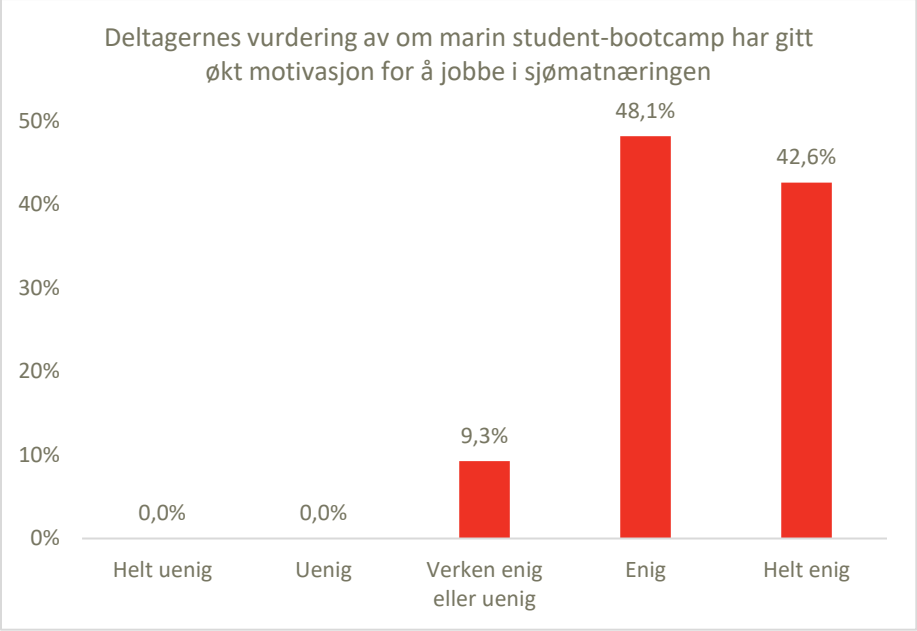
Deltagerne ble spurt hvor interesserte de på generell basis er i jobbmuligheter i sjømatnæringen. Merk at dette spørsmålet er deres interesse per i dag, og ikke en vurdering av interesse i forkant av deltagelse.



Figur 20. Deltagere etter generell interesse for jobbmuligheter i sjømatnæringen. N=52.

Majoriteten av deltagerne i undersøkelsen er veldig interessert (63,5 %) eller interessert (19,2 %) i jobbmuligheter i næringen, mens resterende er temmelig (9,6 %) eller litt interessert (7,7 %). Ingen oppgir å være ikke interessert i jobbmuligheter i sjømatnæringen.

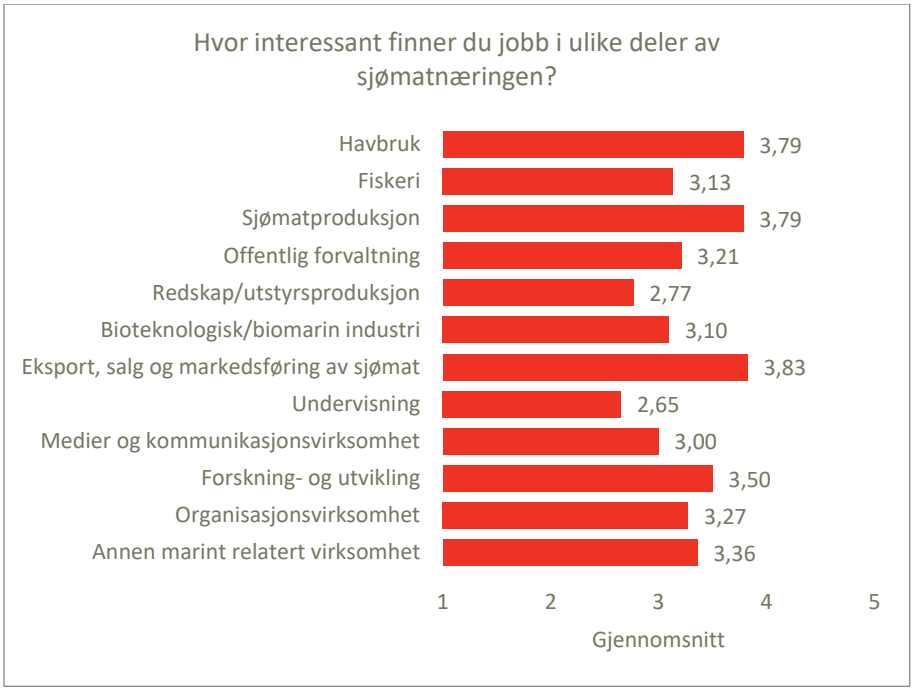
Deltagerne ble videre spurt om å vurdere i hvilken grad de er enig i at deltagelse har gitt økt motivasjon for å jobbe i sjømatnæringen.



Figur 21. Deltagere etter vurdering av om deltagelse på marin student-bootcamp har økt deres motivasjon for å jobbe i sjømatnæringen. N=54.

Majoriteten av deltagerne (90,7 %) i undersøkelsen er enig eller helt enig i denne påstanden, mens 9,3 % er verken enig eller uenig. Ingen er uenig eller helt uenig i at deltagelse har gitt økt motivasjon for å jobbe i sjømatnæringen.

For å få et innblikk i hvor interessant deltagerne finner jobb i de ulike delene av sjømatnæringen, er de bedt om å vurdere interesse for ulike sektorer.

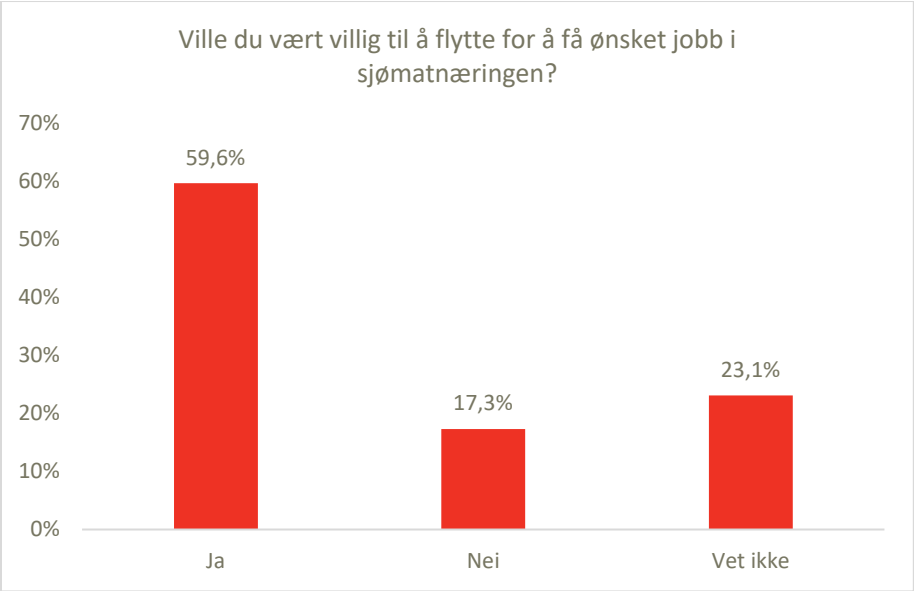


Figur 22. Deltagernes vurdering av hvor interessant de finner jobb i ulike deler av sjømatnæringen, oppgitt i gjennomsnitt. Svaralternativene er: 1=Ikke interessant, 2=Litt interessant, 3=Temmelig interessant, 4=Interessant og 5=Veldig interessant. N=50.

I resultatene rangeres jobb innen eksport, salg og markedsføring, havbruk og sjømatproduksjon noe høyere enn de andre sektorene. Det er ikke prioritert å presentere fordeling av svar etter sektor her, så disse resultatene gir kun et bilde av gjennomsnittlig interesse blant deltagerne.

MOBILITET

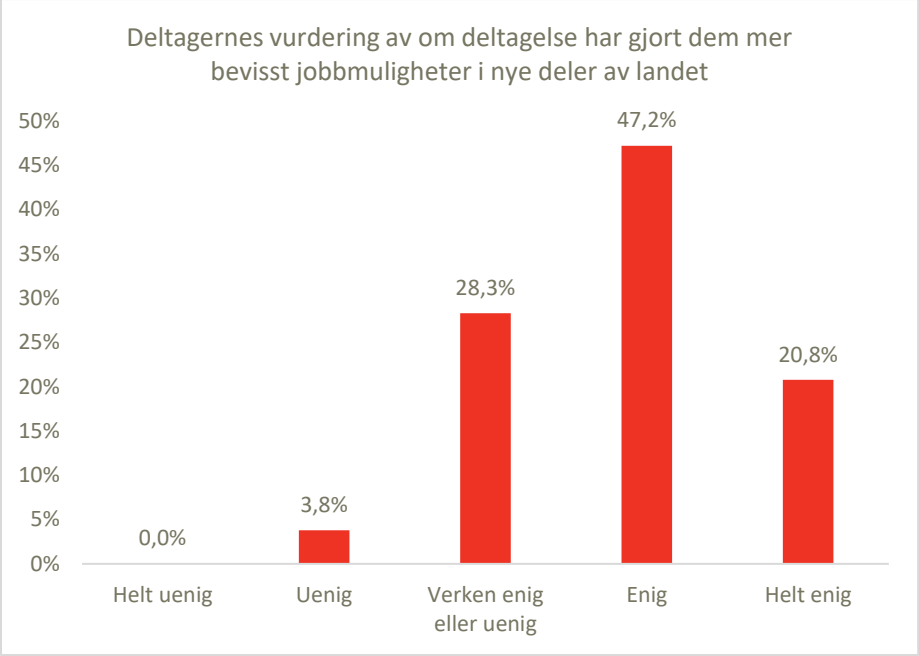
For å få et bilde av om deltagerne gir inntrykk av å ha geografisk mobilitet, blir de spurt om villighet til å flytte for å få ønsket jobb



Figur 23. Deltagere etter villighet for å flytte for å få ønsket jobb i sjømatnæringen. N=52.

Godt over halvparten (59,6 %) ga uttrykk for å være villige til å flytte på seg for å få ønsket jobb i sjømatnæringen. 23,1 % visste ikke, mens 17,3 % ikke var villig til å flytte.

På bakgrunn av at bootcampene inkluderte bedriftsbesøk i ulike regioner og distrikter av landet, ble deltagerne også spurt om dette har gjort dem mer bevisst jobbmuligheter i nye deler av landet.



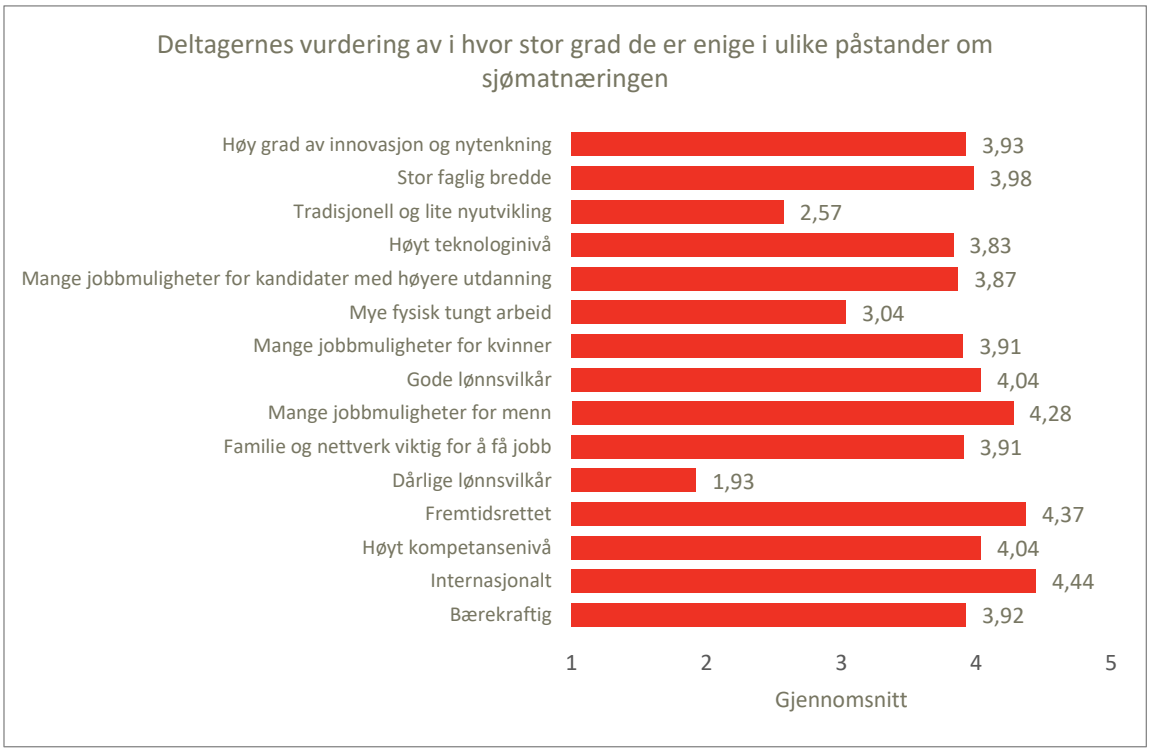
Figur 24. Deltagere etter vurdering av om marin student-bootcamp har gjort dem mer bevisst jobbmuligheter i nye deler av landet. N=54.

70 % av deltagerne i undersøkelsen er enig eller helt enig i at bootcampen har gjort dem mer bevisst jobbmuligheter i nye deler av landet. 23, 8 % er verken enig eller uenig, mens 3,8 % er uenig i denne påstanden. Ingen er helt uenig.

6. GENERELLE HOLDNINGER RELATERT TIL SJØMATNÆRINGEN

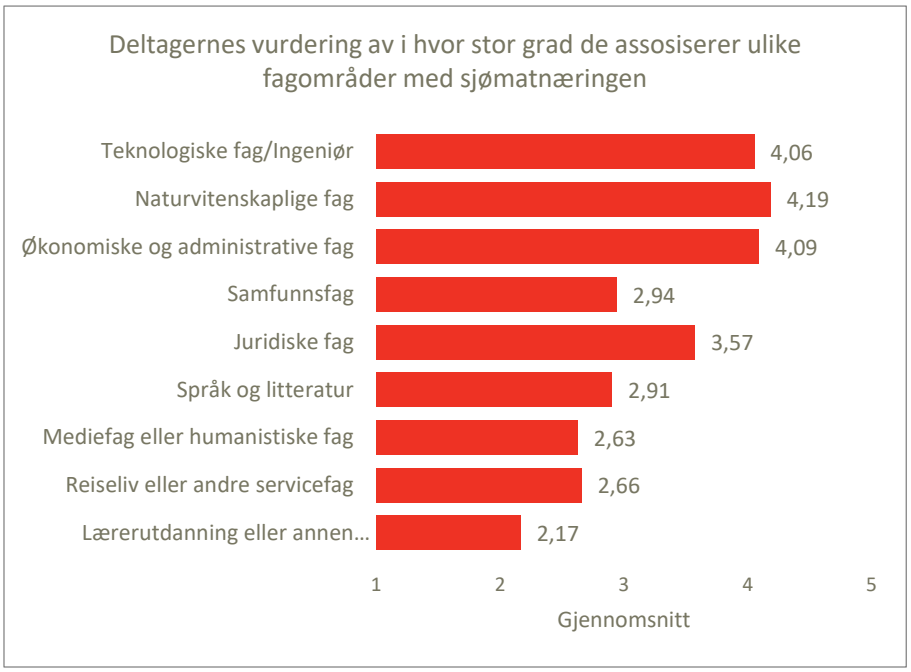
Det er ikke tilgjengelig data om hvilke holdninger deltagerne hadde til sjømatnæringen i forkant av marin student-bootcamp, men det er likevel interessant å få en vurdering av hvordan de oppfatter næringen per i dag. Avslutningsvis er det derfor gitt en oversikt over i hvilken grad deltagerne assosierer ulike i) påstander og ii) fagområder opp mot sjømatnæringen, samt holdning til å iii) anbefale andre om å ta en marin utdanning eller jobbe i sjømatnæringen.

ASSOSIASJONER TIL SJØMATNÆRINGEN



Figur 25. Deltagernes vurdering av i hvor stor grad assosierer gitte påstander om sjømatnæringen. Svaralternativene er: 1=Ikke i det hele tatt, 2=I liten grad, 3=I noen grad, 4=I stor grad, 5=I veldig stor grad. N=54.

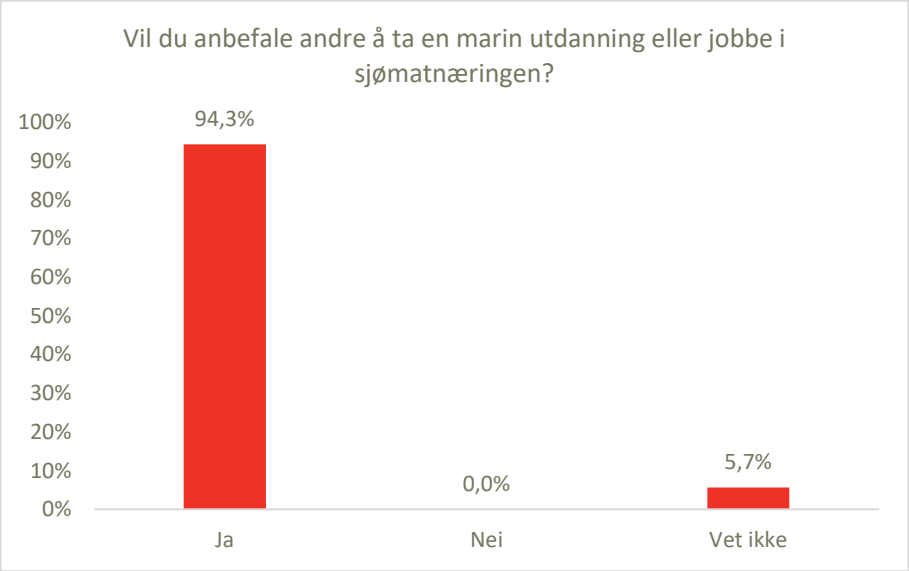
Resultatene indikerer at deltagerne i undersøkelsen i stor grad er enige i at næringen er internasjonal og fremtidsrettet. Det er i stor grad enighet om at det er mange jobbmuligheter for både kvinner og menn i næringen, men mulighetene for menn anses likevel som noe større. Assosiasjoner til gode lønnsvilkår og høyt kompetansenivå forbindes i stor grad til sjømatnæringen. Påstander om at næringen har dårlige lønnsvilkår, er tradisjonell med lite nyutvikling og med mye fysisk arbeid er deltagerne imidlertid bare i noen eller liten grad enig i.



Figur 26. Deltagernes vurdering av i hvor stor grad de assosierer gitte fagområder med sjømatnæringen, oppgitt i gjennomsnitt. Svaralternativene er 1=Ikke i det hele tatt, 2=I liten grad, 3=I noen grad, 4=I stor grad, 5=I veldig stor grad. N=54.

Når det gjelder fagområder ser man, basert på gjennomsnittlige verdier, at naturvitenskaplige fag i størst grad assosieres til sjømatnæringen, etterfulgt av økonomiske og administrative fag og teknologiske/ingeniørfag.

Avslutningsvis ble deltagerne spurt om de vil anbefale andre å ta marin utdanning eller jobbe i sjømatnæringen.



Figur 27. Deltagere etter om de vil anbefale andre å ta en marin utdanning eller jobbe i sjømatnæringen. N=54.

Majoriteten av deltagerne i undersøkelsen svarte ja på dette spørsmålet, mens 5,7 % svarte at de ikke vet. Ingen svarte nei til at de vil anbefale andre å ta en marin utdanning eller jobbe i sjømatnæringen.

7. OPPSUMMERING

Majoriteten (88,9 %) av deltagerne i undersøkelsen var totalt sett veldig fornøyde med marin student-bootcamp. Resterende var fornøyde (9,3 %) eller temmelig fornøyde (1,9 %). Deltagerne var i gjennomsnitt i stor – veldig stor grad fornøyde med de ulike delene av bootcampen, men bedriftsbesøkene og samarbeidet med deltagere fra andre studieretninger rangeres høyest. Med tanke på forbedringspotensial kommenterer flere at de hadde ønsket seg oppfølging i etterkant for å sikre videre tilknytning til næringen. Fagsamlinger, alumnitreff og en kanal for formidling av jobber og annen relevant informasjon foreslås som mulige tiltak. Det ble også poengtert at man bør unngå å legge bootcampene for tett opp til eksamen.

Gjennom undersøkelsen gir de tidligere deltagerne inntrykk av å være gode kunnskapsspredere med tanke på å dele opplevelsene fra bootcampen med andre, særlig venner, medstudenter og lærere, samt gjennom å oppfordre andre studenter om å delta.

Når det gjelder konkret bruk av erfaringene fra bootcampen oppgir over halvparten (56,6 %) av deltagerne at de har brukt sjømatnæringen som case i oppgaver og lignende. Det er stor spredning og ingen tydelig trend i forhold til hvilke studieretninger og utdanningsnivå disse tilhører. Dette kan være en konkret indikator på at deltagelse har gitt økt fokus på sjømatnæringen også i andre studieretninger enn de rent marine.

14,8 % av deltagerne i undersøkelsen har dessuten jobbet videre med forretningsidéen de utviklet under bootcampen. Nærmere halvparten av deltagerne (42,6 %) oppgir å ha hatt kontakt med sjømatmiljøene og bedriftene de møtte også i etterkant av deltagelse, og en stor andel (77,4 %) har opprettholdt kontakt med de andre bootcampdeltagerne.

48,1 % av deltagerne har jobbet, kortere eller lengre perioder, i sjømatnæringen i etterkant, og ni deltagere oppgir at de har nåværende fulltidsjobb i næringen. Enkelte har kommentert at deltagelse på marin student-bootcamp i stor grad har vært medvirkende til at de har fått jobb i næringen.

Når det gjelder andre effekter av bootcampen, er deltagerne i undersøkelsen gjennomsnitt enig – helt enig i at deltagelse har gitt økt kunnskap om sjømatnæringen, økt interesse for det som skjer i sjømatnæringen og økt motivasjon for å jobbe i sjømatnæringen. De er også enige i, men i noe mindre grad, at deltagelse har gjort det enklere å få oversikt over relevante yrkesmuligheter i sjømatnæringen, gjort dem mer bevisst jobbmuligheter i nye deler av landet og til en viss grad også gitt økt villighet for å flytte for å få ønsket jobb.

MØREFORSKING AS
Postboks 5075
6021 Ålesund
TEL +47 70 11 16 00
www.moreforsk.no
NO 991 436 502