



Fremtidens talent

Erfaringer, barrierer og muligheter
i koblingen mot studenter

Bakgrunn

Om Talent Trøndelag

God tilgang på riktig kompetanse er en av næringslivets største utfordringer og for mange bedrifter er det krevende å få tak i den kompetansen de trenger for fremtiden.

I Trøndelag har vi en fantastisk mulighet for å rekruttere ny kunnskap, med universiteter som til enhver tid har godt over 40.000 studenter. Denne rapporten undersøker bedriftenes erfaringer, holdninger og utfordringer med å rekruttere studenter i studietid og til fast jobb etter studiene. Målet er å gi kunnskap og utvikle bedre tiltak for å koble studenter og næringsliv.

Rapporten er utarbeidet av Yobr på oppdrag av Næringsalliansen for Trøndelag og støttet av Trøndelag fylkeskommune som del av prosjektet Talent Trøndelag.

Har du spørsmål til rapporten kan du kontakte oss på jakob@yobr.io.

Bestillere



NÆRINGSALLIANSEN
FOR TRØNDELAG



Trøndelag
fylkeskommune

Om Yobr

Yobr er en oppstartsbedrift med utspring fra NTNU som kobler dyktige studenter og bedrifter. Vi mener studenter er en uutnyttet ressurs som både kan og bør brukes enda mer av næringslivet. Derfor lager vi plattformen som gjør det superenkelt å planlegge og gjennomføre spennende prosjekter løst av topp motiverte studenter.



Hovedfunn

1

83% av de med erfaring har veldig gode erfaringer med bruk av studenter

2

Tidsbruk tilknyttet planlegging og gjennomføring er den største utfordringen bedriftene har

3

Den «nye kunnskapen» til studentene er svært verdifull for bedrifter

4

Kostnadene med å ansette studenter er for de fleste ikke et stort problem

5

Omtrent halvparten av bedriftene har rekruttering som et sentralt mål

6

2/3 bedrifter mener studentene er en viktig arbeidsressurs for å løse oppgaver i deres virksomhet

Anbefalinger



Flere initiativ for studentarbeid

Studentenes **«nye kunnskap»** representerer en svært spennende mulighet for regionens bedrifter, særlig tilknyttet ny teknologi. Selv om mange bedrifter i utgangspunktet er positive sliter de med å komme i gang. Derfor trengs det flere, og ikke minst, mer målrettede initiativ som gjør det enkelt å planlegge og gjennomføre prosjekter med studenter. Her bør sentrale aktører spille en rolle som fasilitator. Dette vil ha stor verdi for den enkelte, samtidig som det styrker koblingen mot regionens studenter og Trøndelags som teknologihovedstad.



Tilgjengeliggjøring av best-practice

Effektiv planlegging og gjennomføring av studentsamarbeid er bedriftenes største utfordring. Eksempelvis kan en database som gir bedriftene tilgang til konkrete, gjennomarbeidede og ikke minst praktisk anvendbare guider og ressurser for å støtte gjennomføringen være av stor verdi. Dette bør utvikles og gjøres enkelt tilgjengelig.



Boligtilbud utenfor campus-lokasjonene

Å ansette studenter i distriktene har flere praktiske utfordringer, inkludert tilstrekkelig tilgang på boliger og sosiale muligheter med andre studenter. Et boligtilbud der studenter har relativ nærhet til de ulike selskapene vil gjøre det lettere å knytte til seg interesserte studenter, utover de som allerede har en familie i regionen.



Veikart for studentsamarbeid

Det finnes mange muligheter for studentsamarbeid med linjeforeninger, universitetene, og andre aktører som tilbyr muligheter for studentsamarbeid, men, det kan være krevende å få oversikt. Vi foreslår en digital oversikt, som viser alle tilgjengelige samarbeidsmuligheter, tidsfrister, kostnader, kontaktinformasjon for beslutningstakere og hva studenter på ulike studier faktisk kan, helst på flere ulike studiesteder.

Metodikk

Hvordan vi har gått frem

Denne rapporten baserer seg i all hovedsak på data fra en omfattende spørreundersøkelse og en rekke dybdeintervju, begge rettet mot trønderske bedriftsledere. Med utgangspunkt i disse er det gjort analyser for å peke på sentrale trender og interessante funn som bedre kan belyse hvilke muligheter og hvilke utfordringer bedrifter opplever i møte med studenter. I rapporten tar vi for oss følgende kapittel:

1. Bedriftenes tidligere erfaring med studenter
2. Barrierer bedriftene opplever i koblingen mot studenter
3. Fordeler og muligheter bedriftene opplever med studentarbeid
4. Bedriftenes fremtidsplaner i videre arbeid mot studenter

Totalt er det et omfattende datagrunnlag. Derfor er det ikke gitt at alle nyanser tilknyttet temaet kommer frem. For å gi leseren innsikt løpende innsikt i hvilke forutsetninger og tall de ser bruker vi hyppig fotnoter som gir utdypende forklaringer. I Yobr har vi over lengre tid jobbet med koblingen mellom studenter og bedrifter, og i enkelte tilfeller reflekterer vi rundt funnene sett i lys av tidligere erfaringer fra andre rapporter, dialoger med bedrifter og gjennomførte studentprosjekt.

Det er gjennom prosjektet holdt en løpende dialog med relevante nøkkelpersoner i Trøndelag fylkeskommune og Næringsalliansen for Trøndelag for innspill til spørsmålstilling og gjennomføring. Vi vil rette en stor takk til alle som har bidratt med god sparring, fylldige svar på undersøkelse og interessante intervju.

Undersøkelse

Mange av funnene som presenteres stammer fra en omfattende undersøkelse sendt ut til trønderske bedriftsledere. Undersøkelsen har kartlagt sentrale spørsmål tilknyttet tidligere erfaringer, barrierer og fordeler bedriftene opplever i sin kobling mot studenter, fordelt på totalt 18 spørsmål. Etter såkalt «vask» av dataene i undersøkelsen der duplikat ble fjernet satt vi igjen med totalt 291 svar som grunnlag.

Undersøkelsen er distribuert per e-post til samtlige medlemsbedrifter i næringsforeningene under Næringsalliansen for Trøndelag rundt årsskifte 2023/2024. Den har vært anonym, men med mulighet for å bli kontaktet i etterkant for deltakelse i dybdeintervjuer.

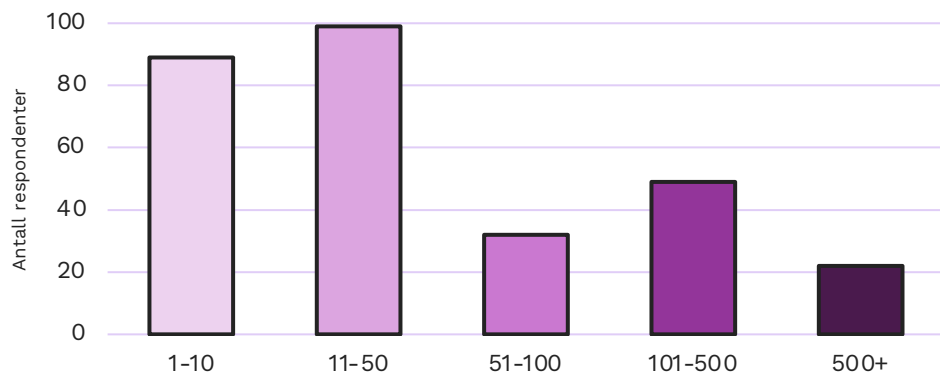
Intervju

Etter spørreundersøkelsen var ferdig gjennomført ble det gjennomført 16 dybdeintervju med utvalgte bedriftsledere i regionen, med mål om å supplere funnene i undersøkelsen, samt grave dypere i enkelte tematikker.

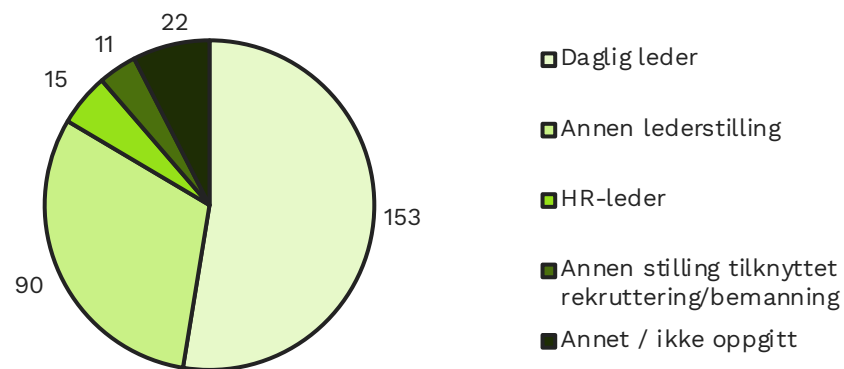
Intervjukandidatene ble valgt ut i dialog med Næringsalliansen for Trøndelag med utgangspunkt i å skaffe en bred representasjon i bedriftsstørrelse, erfaring og geografisk plassering. Intervjuene ble gjennomført over video, med en varighet på mellom 20 og 90 minutter. Samtlige intervju har blitt gjennomført våren 2024, og alle presenterte sitat har blitt godkjent ved sitatsjekk.

Totalt har 291 virksomheter i Trøndelag beskrevet deres erfaringer med studenter

Størrelse på bedrift



Respondentenes roller

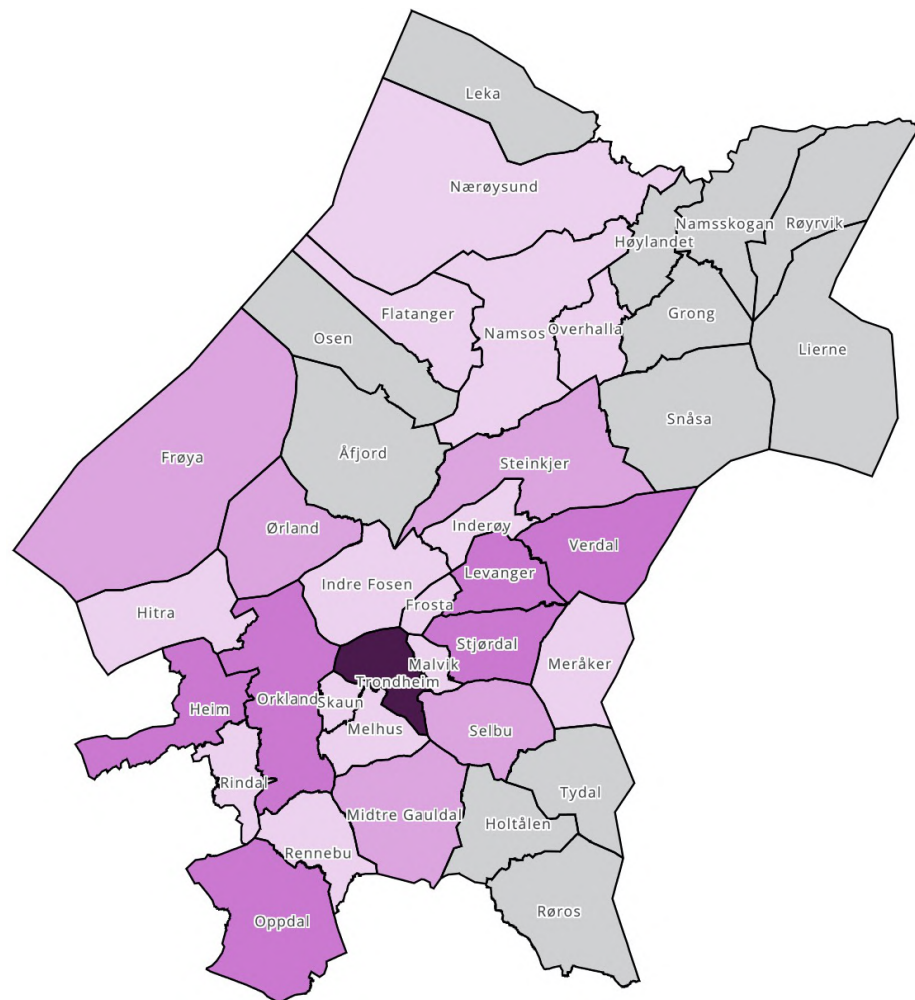


Bransje	Respondenter ¹
Rådgivende virksomhet	47
Bygg / anlegg	40
Industri- / produksjonsvirksomhet	39
Eiendom / arkitektur	24
Handel	24
Tjenesteytende	20
Offentlig forvaltning / tjenesteyting	17
IKT	16
Reiseliv / hotell / restaurant	16
Kreative og kulturbaserte næringer	16
Havbruk og fiskeri	14
Finans / investering	13
Helse	13
Personal / HR / rekruttering	12
Regnskap / revisjon	12
Logistikk / transport	10
Olje / gass / energi	8
Landbruk	8
FoU- og utdanning	8
Juridisk rådgivning	6
Interesseorganisasjoner	6
Annet / ikke oppgitt	14

1: Enkelte respondenter har oppgitt flere bransjer. Disse telles da i flere kategorier.

Halvparten av respondentene er fra Trondheim og halvparten fra resten av Trøndelag

Geografisk fordeling av svarene



Kommune	Respondenter
Trondheim	135
Verdal	17
Stjørdal	15
Levanger	13
Oppdal	11
Orkland	11
Heim	10
Steinkjer	8
Frøya	7
Midtre Gauldal	7
Selbu	6
Ørland	6
Meråker	4
Hitra	4
Inderøy	4
Frosta	3
Indre Fosen	3
Malvik	2
Flatanger	2
Skaun	1
Nærøysund	1
Rindal	1
Melhus	1
Overhalla	1
Rennebu	1
Namsos	1
Ikke oppgitt	14

Tidligere erfaring

1 4 av 5 respondenter har erfaring med bruk av studenter

2 83% av de med erfaring har veldig gode erfaringer

3 Relevante sommer- og deltidsjobber er det mest vanlige

4 Det er en tydelig kobling mellom god planlegging og gode resultat

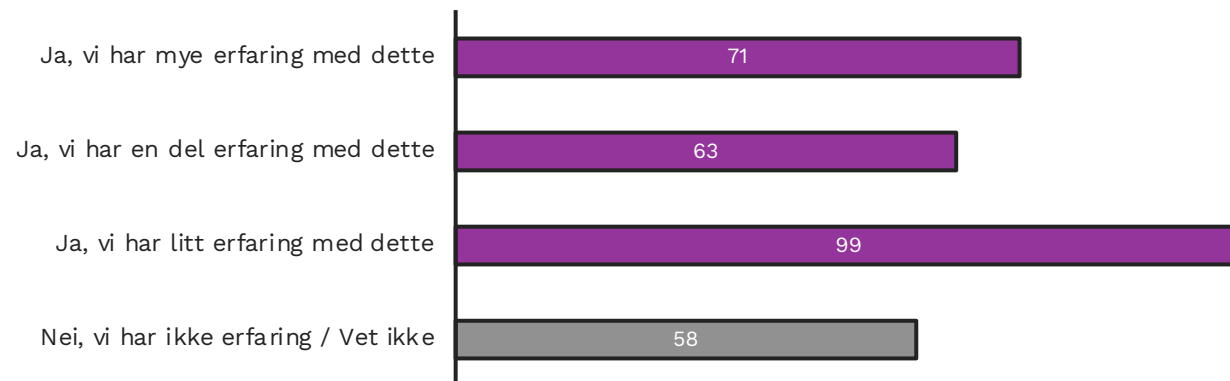


De fleste respondentene har positive erfaringer med å bruke studenter

Mange av de som har svart har erfaring

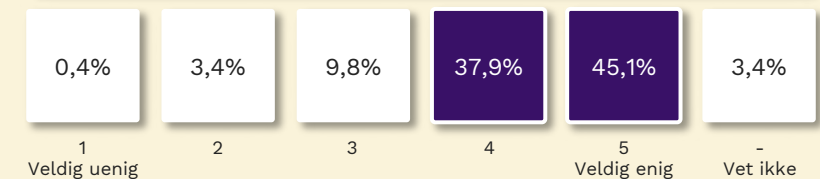
Av de som har svart på undersøkelsen har 80% noen form for erfaring med bruk av studenter. Dette er etter all sannsynlighet høyere enn gjennomsnittet i Trøndelag. Dette vil i såfall ikke være overraskende, ettersom de med erfaring er mer opptatt av temaet, og har derfor høyere sannsynlighet for å svare på en undersøkelse om studenter. Blant respondentene er det dobbelt så mange bedrifter utenfor Trondheim uten erfaring (32 vs. 16), men også blant disse har 3 av 4 en form for erfaring med studenter i løpet av de siste 3 årene.

«Har din bedrift **erfaring med å rekruttere studenter** til sommerjobb, deltidsjobb, faste stillinger eller andre aktiviteter de siste 3 år?»



«Vi har **veldig gode erfaringer** med å knytte til oss studenter mens de studerer»

83%



Vi prøver å gi bacheloroppgaver og masteroppgaver, og er med på veiledninga av det. Og det er en veldig fin måte å bli kjent med studenter på, og skjønne hvem de er mye bedre enn bare en søknad. Det er en veldig fin måte å rekruttere på.

- Ingar Fredriksen,
Daglig leder, EL-Watch (Rindal)

Sommer- og deltidsjobb er de vanligste måtene bedriftene knytter seg opp mot studenter

1 Sommerjobb som er relevant

2 Deltidsjobb som er relevant

3 Studentoppgaver via universitet

Type erfaring	Respondenter ¹	Andel ²
Ansatt studenter i sommerjobb som er relevant for utdanning eller fremtidige karriere	139	60 %
Ansatt studenter i deltidsjobb som er relevant for utdanning eller fremtidige karriere	121	53 %
Engasjert studenter i oppgaver via universitetet, bachelor- og masteroppgaver etc.	110	48 %
Ansatt nyutdannede	109	47 %
Holdt bedriftspresentasjoner og lignende for studenter	96	42 %
Deltatt på karrieredager	89	39 %
Ansatt studenter i jobb som ikke er relevant for studentens utdanning / karriere	47	20 %
Deltatt i Trainee-program for nyutdannede	37	16 %
Leid inn studenter til konsulent-/freelanceoppdrag	32	14 %
Prosjekter med andre organisasjoner (eks. case-konkurranser med linjeforeninger)	17	7 %
Annet	12	5 %

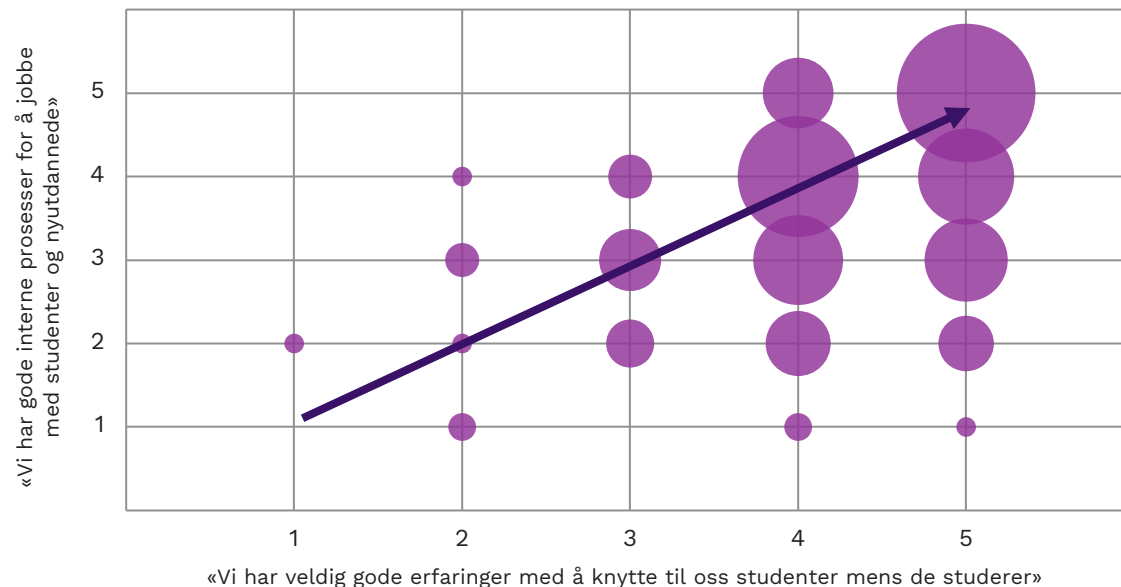
1 av 5 med studenterfaring har gjennomført både sommerjobber, deltidsjobber og oppgavesamarbeid de siste 3 årene.

Det er en tydelig korrelasjon mellom planmessighet og positive erfaringer

God plan = gode resultat?

Det er betydelige variasjoner i hvordan bedrifter jobber opp mot studenter. Noen bransjer, som konsulentbransjen, er kjent for å ha stort fokus på synlighet og tydelig definerte prosesser for å knytte til seg studenter og nyutdannede – men også her er det store forskjeller fra selskap til selskap.

Undersøkelsen viser, kanskje ikke så overraskende, at det er tette bånd mellom planmessighet og hvor fornøyd bedriftene er med sin kobling mot studenter.



Type 1: Reaktiv tilnærming – drevet frem av studenten

Bedriften er åpen for å jobbe med studenter, men går ikke aktivt ut for å sette i gang studentprosjekter. Engasjementet oppstår hovedsakelig ved at studenten(e) uoppfordret tar kontakt med bedriften.

Type 2: Ad hoc – drevet frem av enkeltansatte

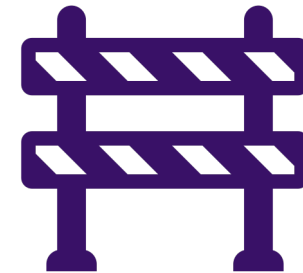
Bedriften har ikke lagt en klar, gjentakende prosess for kobling mot studenter, men tar inn studenter sporadisk når det passer seg. Eksempelvis kan bedriften ønske å utforske en ide eller et nytt marked, og engasjerer et studentteam for å se på dette. Denne typen tilnærming avhenger i stor grad av enkeltpersoner i bedriften som tar initiativ, med varierende involvering fra øvrige funksjoner som eksempelvis HR.

Type 3: Satt i system – drevet frem av bedriften

Bedriften har tatt et aktivt valg om at de ønsker å knytte til seg studenter og har en klart definert prosess som gjerne er utviklet over flere år. Bedriften har gjerne egne ansatte eller partnere som har definerte bidrag inn mot gjennomføringen. Som en konsekvens har bedriften typisk god oversikt over hvilke arbeidsoppgaver som de skal gi til studentene, hvilke datoer de må forholde seg til og andre praktiske hensyn som følger med gjennomføringen.

Barrierer

- 1** Tidsbruk tilknyttet planlegging og gjennomføring er den største barrieren
- 2** Bedriftene synes det er utfordrende å planlegge gode studentprosjekt
- 3** Kostnadene med å ansette studenter er for de fleste ikke et stort problem
- 4** Mange bedrifter synes det er krevende å oppnå synlighet hos studentene

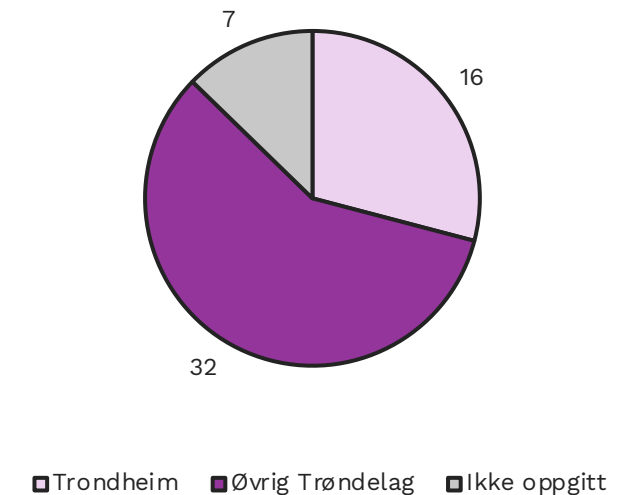


Blant de uten erfaring er tid, ressurser og økonomi de største utfordringene

Refleksjoner

Av de relativt få respondentene som har oppgitt å ikke ha erfaring med å bruke studenter er det en del variasjon i hva de peker på som årsak. Likevel peker tid og ressurser seg ut som en sentral årsak, både tilknyttet gjennomføringen og planleggingen av studentengasjement. Flere oppgir også økonomi som avgjørende, der 11 av 13 av disse er bedrifter med under 10 ansatte.

Årsak	Respondenter ¹	Andel ²
Vi har ikke tid/ressurser nok til å planlegge studentengasjement på en god nok måte	13	24 %
Vi har ikke hatt økonomiske forutsetninger til å engasjere studenter	13	24 %
Vi har ikke tid/ressurser nok til å følge opp studenter på en god nok måte	12	22 %
Det er ikke relevant for vår virksomhet å rekruttere personer med høyere utdanning	9	16 %
Vi har ikke oppgaver som er relevante for studentene	7	13 %
Studenter har ikke nok kunnskap og erfaring til å gjøre de oppgavene vi har behov for	6	11 %
Vi vet ikke hvordan vi skal gå frem for å nå ut til studenter	3	5 %
Vi tror det er krevende å få studenter til å flytte hit hvor vi har vår virksomhet	2	4 %
Annet	4	7 %



«Hvis du skal ta på deg en sånn der sak [studentansettelse] så krever det at du har ressurser for å følge opp og legge til rette. Vi er lavt bemannet nå og har derfor ikke tenkt så mye over denne muligheten.»

- Jan Dag Aaen
Fabrikksjef, Glava (Stjørdal)

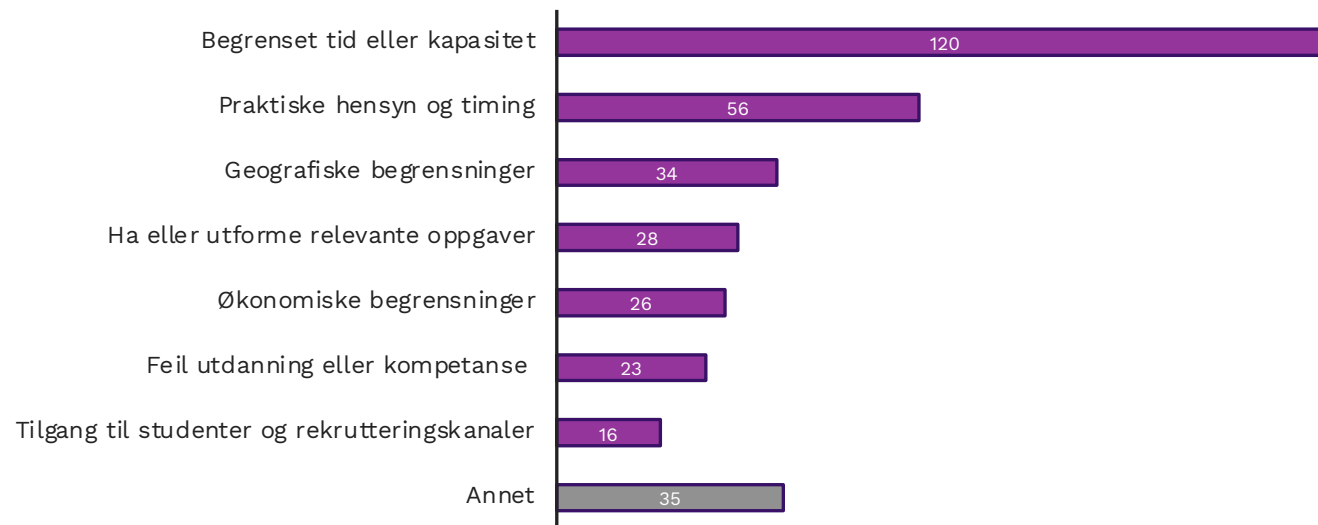
Bedriftene trekker frem tid og ressurser som de største barrierene i fritekst-svarene

Det er krevende for bedrifter å sette av tid og ressurser til oppfølging. Praktiske og geografiske hensyn er også en utfordring.

Bedriftene fikk ordet fritt, og vi ser også her at tid og kapasitet er den største utfordringen med studentarbeid, nevnt av 45 % av de 269 respondentene som svarte på dette. Dette relaterer ofte til bedriftens interne ressurser for å organisere og gjennomføre et verdifullt studentarbeid.

Praktiske hensyn som eksamen, skoleoppgaver, utveksling og hjemreise i ferier skaper utfordringer for planleggingen av studentengasjement. For bedrifter i distriktene er det spesielt krevende at studentene ofte ønsker å jobbe i byene, og kollektiv pendling mellom studiested og arbeidsplass kan være vanskelig.

«Hvilke barrierer anser du som mest begrensende for at deres bedrift kan jobbe tettere opp mot studenter?»



Bedriftene har svart med fritekst som er plassert i ulike kategorier.^{1,2}

"Geografien utfordrer oss siden vi har mange kontorer i distriktene, mens studentene ofte er i byene, kanskje til og med i feil by. Vi må også ha tid til skikkelig oppfølging og gi dem et godt inntrykk. Vi har ikke kjørt remote eller hybrid enda, men det kan bli aktuelt. Kanskje starte med at de er fysisk til stede og så gå over til remote."

- **Nina Berre**
Regionleder Midt, Akerblå (Frøya)

1: Spørsmålet ble besvart som fritekst, og svarene er derfor manuelt plassert i ulike kategorier.

2: Enkelte svar passer inn i flere kategorier, telles følgelig i flere kategorier.

Planlegging og organisering er krevende, mens lønnskostnadene er et lite problem

Dørstokkmila kan ofte bli for lang

I dialog med bedrifter opplever vi at det er mange som ser verdien av engasjement med studenter, og er åpne for dette. Likevel er veien fra ord til handling ofte lang, der mange sliter med å komme i gang. Det kan være vanskelig å vite hva studenten skal gjøre, hva som er riktig timing, og praktiske detaljer rundt rekruttering og ansettelse. Ikke minst kan det være krevende å sette av tid i en hektisk arbeidshverdag til å finne ut av det. Bedriftenes svar på vår undersøkelse reflekterer også dette, der planlegging og gjennomføring peker seg ut som de mest krevende sidene ved å ta inn studenter.

Påstand	Synes det er utfordrende ¹	«Vet ikke» ²	Snitt ³
Proessen med å definere arbeidsoppgaver og planlegge gjennomføringen av studentarbeid er krevende	122	25	3,29
Det er vanskelig å organisere og følge opp studenter i sommer-/sesongjobber	122	35	3,26
Det burde vært en bstøtte til studenter som tar sommerjobb/deltidsjobb på steder hvor de ikke kan bruke deres vanlige hybel	116	77	3,43
Det er kostbart å delta på karrieredager og bedriftspresentasjoner som linjeforeningene ved universitetene arrangerer	98	67	3,19
Det er vanskelig å organisere og følge opp studenter i deltidsjobber	92	36	2,87
Vi er åpne for å benytte løsninger der studenter jobber helt eller delvis fra andre lokasjoner (remote) , dersom det gjør at vi kan få tak i de riktige studentene/medarbeiderne	83	45	2,69
Proessen tilknyttet rekruttering av studenter er krevende	83	35	2,90
Studentene vil helst ikke jobbe utenfor de store byene	69	136	3,30
Vi mangler tilgjengelige boliger for studenter i sommerjobb/deltidsjobb	63	110	2,73
Vi vet ikke hvordan vi kan gjøre oss synlige for studentene	55	21	2,50
Universitetene/høgskolene har få eller ingen gode ordninger som legger til rette for at vår bedrift kan jobbe tettere med studenter	49	89	2,62
Det er for dyrt å engasjere studenter til sommer-/sesong-/deltidsjobber	44	34	2,36

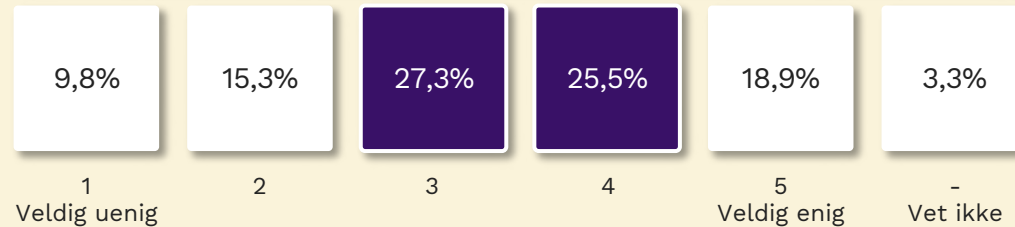
1: Andel av respondentene som svarer 4 eller 5 på om de er enige med den respektive påstanden, på en skala fra 1-5 der 1 tilsvarer svært uenig og 5 tilsvarer svært enig.

2: Andel av respondentene som har svart «Vet ikke» på påstanden.

3: Gjennomsnittlig verdi blant de som ikke har svart «Vet ikke»

Bedriftene sliter med å lage gode prosjekter for studentene, som også skaper verdi

«Proessen med å **definere arbeidsoppgaver og planlegge gjennomføringen** av studentarbeid er krevende»



Utfordringer

- Det er krevende å planlegge arbeidsoppgaver eller et prosjekt som oppleves meningsfylt for både studentene og bedriften.
- Det kan være utfordrende å vite hva studentene er gode på.
- Inn mot bachelor- og masteroppgaver er det vanskelig å vite når fristene for å sende inn oppgaver er.
- Å legge opp et prosjekt som både skaper verdi for bedriften og samtidig er interessant for studentene er en krevende prosess.

«Når vi planlegger studentengasjement, kan det være utfordrende å balansere studentenes interesser mot våre faktiske behov, samtidig som vi må ta hensyn til deres kapasitet og faglige rammer. Det handler om å finne den perfekte matchen.»

- Haakon Skaar
Daglig leder, Thamsklyngen (Orkland)

«Å definere relevante oppgaver kan være utfordrende når vi er fanget i den daglige driften. Vi glemmer ofte at studenter kan bidra, så når en problemstilling dukker opp så har vi ingen god rutine å engasjere studenter til dette.»

- Tone Buarø Pettersen
VP Project Resources, Aker Solutions (Trondheim)

«Det tar tid å formulere og lage en god studentoppgave, og det er ikke alltid gitt at du faktisk får en student til å løse oppgaven.»

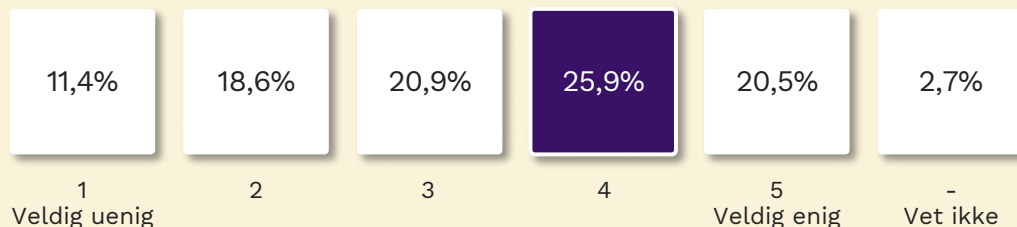
- Ingar Fredriksen
Daglig leder, EL-Watch (Rindal)

Det er krevende å sette av nok tid for å lykkes med organisering og oppfølging

Utfordringer

- Det kan være utfordrende å følge opp studentene, spesielt i en travel hverdag med mange andre oppgaver.
- Det kan være vanskelig å definere hvor mye tid studentene skal bruke sammen med ansatte versus selvstendig arbeid.
- Det kan være tidkrevende for studentene å bli kjent med bedriften, særlig i litt mindre kjente bransjer.
- God oppfølging av studentene krever ofte nøye planlegging og klar forventningsstyring med ansatte.

«Det er vanskelig å **organisere og følge opp studenter i sommer-/sesongjobber**»



"Vi skulle gjerne gitt studentene mer tid til å snakke med de ansatte, og virkelig dykke ned i problemstillingene. Det tar riktignok tid å trekke ansatte bort fra produksjonen, og det kan bety at vi må stanse opp litt. Men ser man lengre frem, er det absolutt tid vel investert.»

- Arnt Otnes
Daglig leder, SIFA (Selbu)

«Det tar tid for studenter å lære seg hvordan ting fungerer hos oss, både jobben og kulturen. Det kan være en skikkelig belastning, særlig når vi har mange studenter som bare er innom på kortvarige prosjekter.»

- Laura Ness
HR & Training leader, Norske Skog Skogn (Levanger)

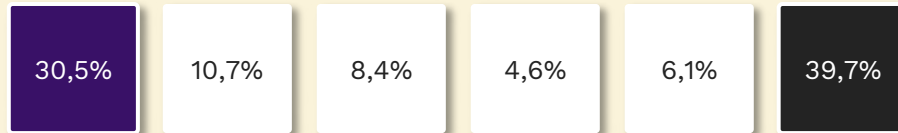
"Vi prøver å følge opp studentene godt med ukentlige statusmøter, men vi er avhengige av at de er selvgående. Med alle de andre arbeidsoppgavene vi har, kan det hende vi ikke alltid klarer å gi dem den oppfølgingen de trenger. Vi føler at vi har klart det så langt, men det er absolutt en utfordring.»

- Ole Magnus Svarva
Head of Product Development, Ocean Geoloop (Verdal)

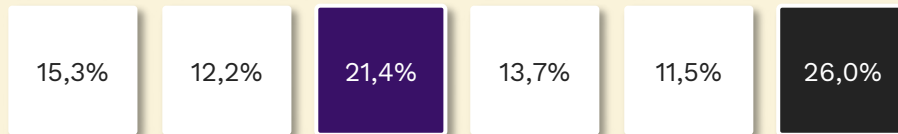
Manglende tilgang på boliger er primært et problem for bedrifter på mindre steder

Trondheim

«Vi mangler tilgjengelige boliger for studenter i sommerjobb/deltidsjobb»



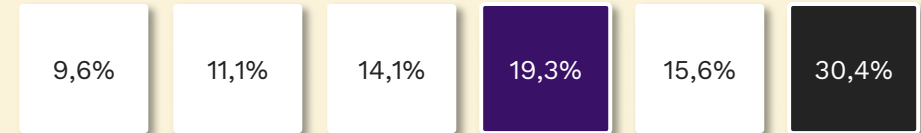
«Det burde vært en **bostøtte til studenter** som tar sommer-/deltidsjobb på steder hvor de ikke kan bruke egen hybel»



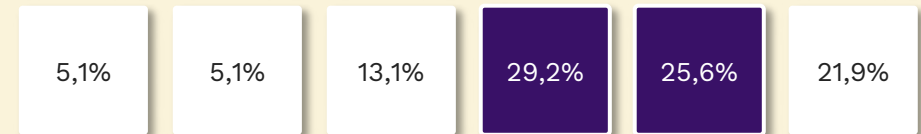
1 Veldig uenig 2 3 4 5 Veldig enig - Vet ikke

Resten av Trøndelag

«Vi mangler tilgjengelige boliger for studenter i sommerjobb/deltidsjobb»



«Det burde vært en **bostøtte til studenter** som tar sommer-/deltidsjobb på steder hvor de ikke kan bruke egen hybel»



1 Veldig uenig 2 3 4 5 Veldig enig - Vet ikke

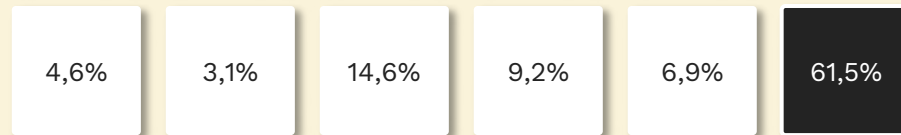
«Hovedutfordringen på Frøya er nok boplasser, som gjør det mye enklere å ansette noen som i utgangspunktet er lokale.»

- Pål Georg Storø
Prosjektleder, SalMar (Frøya)

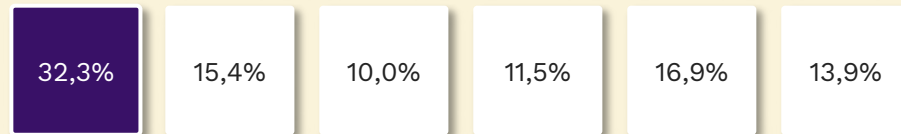
Bedrifter har i begrenset grad omstilt seg til en hybrid arbeidsmetodikk

Trondheim

«Studentene vil helst **ikke jobbe utenfor de store byene**»



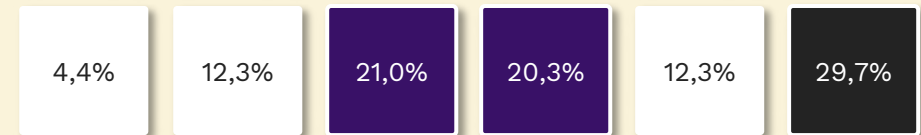
«Vi er åpne for løsninger der studenter **jobber helt eller delvis fra andre lokasjoner** om vi kan få tak i de riktige studentene»



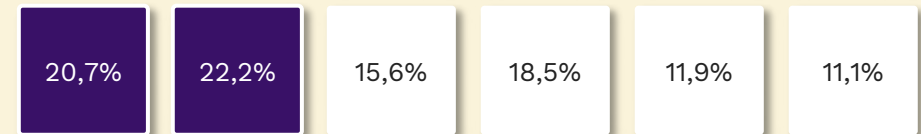
1 Veldig uenig 2 3 4 5 Veldig enig - Vet ikke

Resten av Trøndelag

«Studentene vil helst **ikke jobbe utenfor de store byene**»



«Vi er åpne for løsninger der studenter **jobber helt eller delvis fra andre lokasjoner** om vi kan få tak i de riktige studentene»



1 Veldig uenig 2 3 4 5 Veldig enig - Vet ikke

«Vi var litt "sirompa" i forhold til en sånn tankegang, men der har jo korona og hjemmekontor gitt oss et spark i rompa. Vi ser faktisk at det går an å drifte mange aspekter av fabrikkene fra et hjemmekontor.»

- Pål Georg Storø
Prosjektleder, SalMar (Frøya)

Lønnskostnader tilknyttet studentarbeid ses ikke på som et stort problem

Andre kostnader er typisk større enn studentlønnen

Av de 12 påstandene om barrierer ser bedriftene på kostnaden av å ta inn studenter som den minst utfordrende. Kun 15% er enige i påstanden om at det er dyrt å engasjere studenter i jobb. Flere vi har snakket med peker på at de indirekte kostnadene tilknyttet tidsbruk fra eksisterende ansatte gjerne er større enn kostnadene til studentene, som understreker viktigheten av effektive prosesser. Mange ser også på kostnadene opp mot hva man får igjen, og de alternative kostnadene for å oppnå like resultat. Kostnadene vil variere fra bedrift til bedrift, og på formatet man tar inn studentene på. Under følger noen eksempler på hva man kan forvente å betale.

Eksempel 1: Sommerjobb

Tekna oppgir en snittlønnen for sommerjobb i 2023 til å være 227 - 263 kr i timen, avhengig av studieprogresjon. Tar man utgangspunkt i et typisk «sommerinternship» på 6 uker tilsvarer dette omtrent **80 000 kr per sommerstudent**.¹

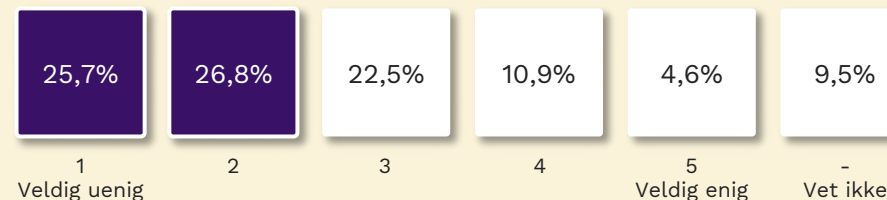
Eksempel 2: Deltidsjobb

Med utgangspunkt i den samme lønnen og 10 timer arbeid per uke vil en typisk deltidsansatt student koste omtrent **60 000 kr per semester**.²

Eksempel 3: Studentkonsulent-prosjekt

Studentkonsulenter finnes i mange former og prisene vil typisk variere fra hvor profesjonelle stundekonsulentene er. Tar man utgangspunkt i et omfang på 150 timer vil dette koste omtrent **90 000 kr per prosjekt**.³

«Det er for **dyrt å engasjere studenter til sommer-/sesong-/deltidsjobber**»



Arbeidet vårt med omdømmebygging og sommerjobb for studenter koster tid og penger. Men det er jo himla dyrt å bruke et rekrutteringsbyrå til å ansette nyutdannede, og man får ikke den samme kvaliteten. De finner de som ikke allerede er plukket opp på denne måten, mens vi får testet studentene i en reell setting før ansettelse.

- Jørund Leknes,
Forretningsutvikler, Kantega (Trondheim)

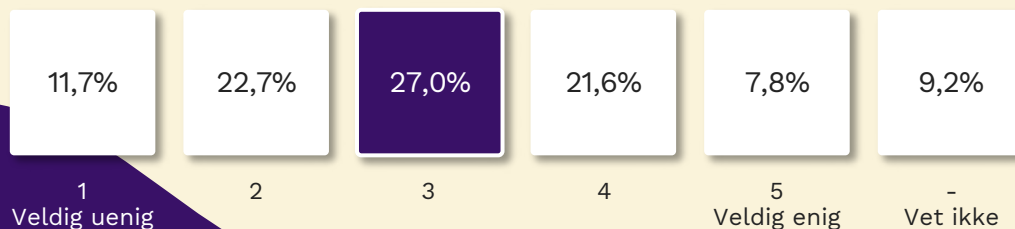
1: [Link til Tekna](#). Regnestykket tar utgangspunkt i en lønn på 245 kr/t, 37,5 timers arbeidsuke, 6 uker arbeid og en multipl på 1,5 for å dekke arbeidsgiveravgift, feriepenger og andre tilknyttede personalkostnader, noe som gir en kostnad på 82 688 kr. 2: Regnestykket tar utgangspunkt i de samme tallene som over, men legger her til grunn 16 uker med arbeid per semester, totalt 160 timer. 3: Regnestykket tar utgangspunkt i en timepris på 600 kr. Dette anses som representativt, og er høyt en noen aktører og lavere en andre.

Mange bedrifter mangler oversikt over de praktiske sidene ved rekruttering

Gode kanaler for å nå studenter er ikke lett tilgjengelig

- Det kan være utfordrende å finne de riktige studentene, samt hvilke studier som er relevante til jobben.
- Det er vanskelig å vite hva studentene kan.
- Gode og riktige kanaler for å nå studenter på er ikke godt kjent for mange bedrifter.
- Det er ofte søknadsfrister å forholde seg til, som gjør at tiltak som Workation, for en del bedrifter, ikke fungerer som en rekrutteringskanal.
- Frister for innsending av oppgavebeskrivelser til bachelor og master er ikke tydelig kommunisert fra universitetene.

«Proessen tilknyttet **rekruttering av studenter** er krevende»



«Det er mange som ikke vet hva ulike studentgrupper kan tilby, for det finnes jo et hav av ulike studier og muligheter. Trondheim er jo en kjempe studentby, og de fleste bedrifter har ei eller flere linjer som er aktuelle.»

- Arnt Otnes
Daglig leder, SIFA (Selbu)

«Vi er med på Workation, men kan ikke bruke det som en rekrutteringskanal. Grunnen er at vi må holde oss til søknadsfristene til f.eks. datastudentene som er 1. oktober. Så toget har egentlig gått når messa under Workation kommer.»

- Jørund Leknes
Forretningsutvikler, Kantega (Trondheim)

«Det er av og til vanskelig å vite tidsfrister for å komme med prosjektbeskrivelser til universitetet. For oss hadde det vært en fordel om det var en samlet plass som viste fristene til de ulike linjene.»

- Torbjørn Halland
Daglig leder, Wacker (Heim)

Det finnes mange kanaler for synlighet, og det er vanskelig å få oversikt

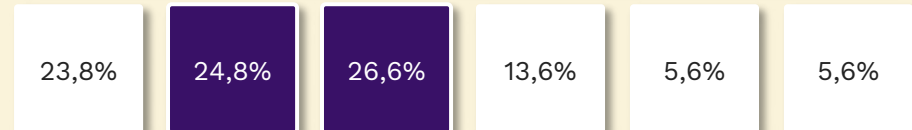
Det finnes mange ulike kanaler å nå igjennom til studenter på

1. Karrieredager
2. Stands
3. Bedriftspresentasjoner
4. Sommerjobber og andre internships
5. Stillingsannonser på sidene til linjeforeningene
6. Bachelor- og masteroppgaver
7. Studentkonsulent-opdrag
8. Oppgave til ulike fag (Programvareutvikling, Fuzzy Front End, EiT, etc.)
9. Workation og lignende tiltak
10. Gjesteforelesninger
11. Spons av ulike studentgrupper og linjeforeninger
12. Være destinasjon for ekskursjoner
13. Arrangerer caseoppgaver, hackathon, o.l.

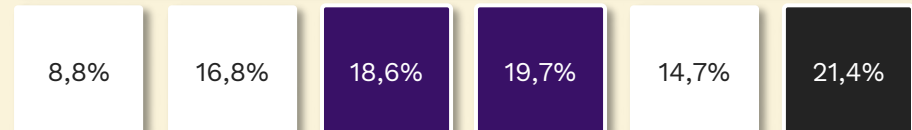
«Vi har kjørt noen stunts i Trondheim der vi har prøvd å skape litt blest rundt øyregionen. Igjen vært veldig ad hoc, og for å få til noe med dette må du ha litt tålmodighet og kontinuitet. Og her har vi vært for dårlig.»

- Pål Georg Storø
Prosjektleder, SalMar (Frøya)

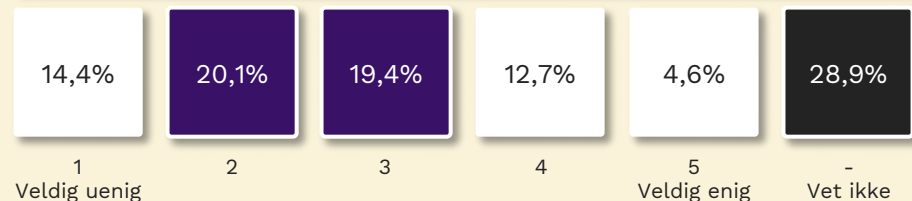
«Vi vet ikke hvordan vi kan gjøre oss **synlige for studentene**»



«Det er kostbart å delta på **karrieredager og bedriftspresentasjoner** som linjeforeningene arrangerer»



«**Universitetene har få eller ingen gode ordninger** som legger til rette for at vår bedrift kan jobbe tettere med studenter»



Fordeler og muligheter

- 1 Studentenes nye ideer og impulser anses som den største fordelen
- 2 Den «nye kunnskapen» til studentene er svært verdifull for bedrifter
- 3 Omtrent halvparten av bedriftene bryr seg om fremtidig rekruttering
- 4 2 av 3 bedrifter ser verdien av å bruke studenter til å få løst oppgaver



De viktigste årsakene til at bedrifter vil samarbeide med studenter er....

1 Nye ideer, perspektiv og impulser

2 Økt kapasitet til å løse oppgaver

3 Etablere en relasjon for ansettelse

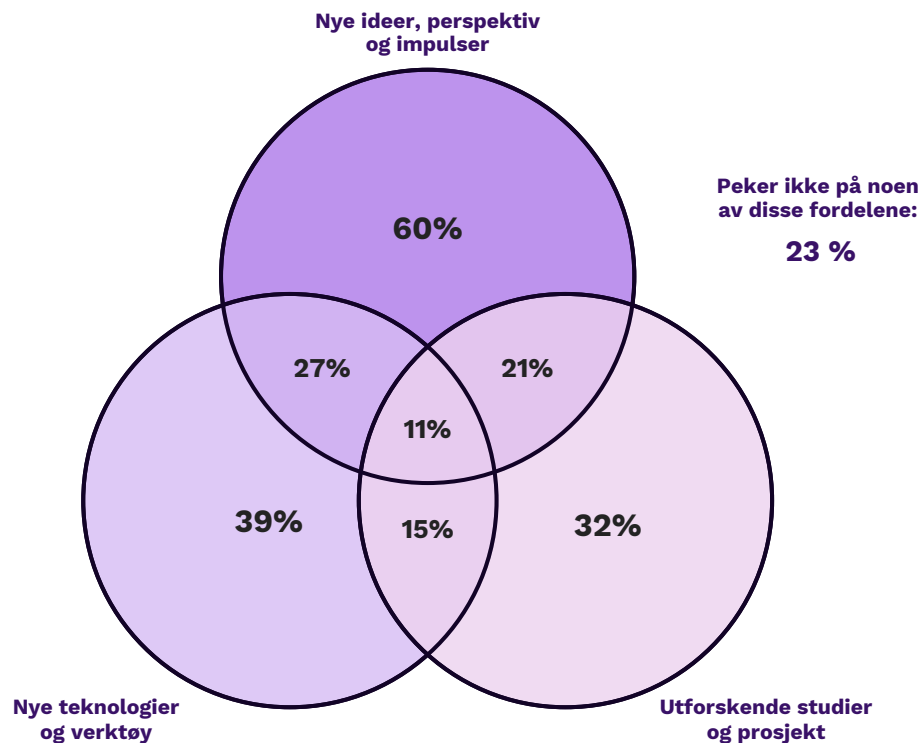
De viktigste fordelene bedriften opplever med en kobling mot studenter	Respondenter ¹	Andel ²
Samarbeid med studenter tilfører nye ideer, perspektiv og impulser	171	60 %
Økt kapasitet til gjennomføring av oppgaver vi må få løst	145	51 %
Gi bedrifter og studenter en mulighet til å bli kjent med hverandre , med mål om ansettelse	136	47 %
Få innspill på nye teknologier og verktøy vi kan ta i bruk i vår virksomhet	111	39 %
Avlastning av enkle oppgaver for å frigjøre tid til erfarne ansatte	98	34 %
Muligheten til å gjennomføre utforskende studier og prosjekt	93	32 %
Få tilført spisskompetanse på spesifikke fagfelt	64	22 %
Studenter er en mer fleksibel arbeidsressurs , med lavere risiko enn faste ansettelse	56	20 %
Studenter koster mindre enn faste ansatte og/eller konsulenter	34	12 %
Annet	8	3 %

"Å jobbe med studenter er supert fordi de ser ting med nye øyne. De er ikke fastlåst i gamle måter å gjøre ting på, og husker fortsatt de nyeste metodene fra studiene. Det åpner for nye måter å tenke på i firmaet. Dessuten, når studentene snakker med de ansatte, hjelper det oss å tenke gjennom hva vi driver med og gir alle en sterkere følelse av å eie jobben sin.»

- Arnt Otnes
Daglig leder, SIFA (Selbu)

Studentenes «nye kunnskap» oppleves svært verdifullt av bedriftene

Ulike fordeler ved «ny kunnskap» er tett korrelert



«Ta et eksempel fra et par år tilbake. Da hadde vi en sommerstudent inne på en av avdelingene våre. Der oppdaget han at en av prosessene våre ble gjort ganske manuelt og sa "Gi meg et par dager, så er det automatisert". I løpet av to dager hadde han programmert en løsning som automatiserte prosessen.»

- Tone Buarø Pettersen

VP Project Resources, Aker Solutions (Trondheim)

«Studenter gir oss oppdatert kunnskap og ferske verktøy, noe vi så stor nytte av da vi satte opp en intern wiki for prosjektstyring. I tillegg er de gira på moderne programmering, særlig AI, som effektiviserer arbeidet vårt.»

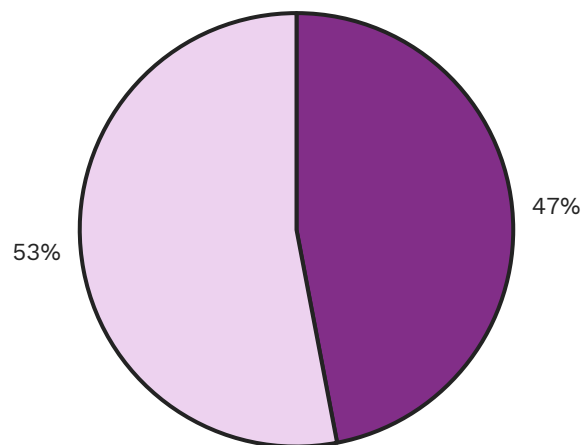
- Håkon Skaar

Daglig leder, Thamsklyngen (Orkland)

77% av bedriftene ser den **nye kunnskapen** studentene bringer som verdifull.

Omtrent halvparten av bedriftene er opptatt av kobling for å rekruttere studenter

Fordeling på rekrutteringsfokus



- Ser på rekrutteringsmuligheten som en sentral fordel
- Har ikke rekruttering som en av de viktigste fordelene

Type 1: Rekruttering som mål

De som gjør dette fokuserer på å verdien av å markedsføre seg mot studenter, bygge en relasjon og teste de i en reell situasjon for å kunne vurdere studentene for en fast stilling etter endt studie. Konsulentbransjen har ofte dette som strategi.

Type 2: Avlastning av oppgaver som mål

Her er avlastning av typisk «enkle» oppgaver fra erfarne ansatte i fokus. Målet kan være å redusere kostnader, eller øke tilgjengelig tid blant eksisterende ansatte. Dette kan være alt fra oppstartsbedrifter med lite midler til bedrifter med høyt betalte ansatte med en hektisk arbeidshverdag.

Type 3: Ny innsikt og nye impulser som mål

Her er målet å utforske. Dette kan være alt fra markedsundersøkelser, brukertesting eller prototyping av ny teknologi. Dette er relevant for mange typer bedrifter, og særlig ansatte som jobber i ledelse eller med innovasjon eller forretningsutvikling vil gjerne ha dette som fokus.

«Vi jobber aktivt for å bli kjent med studentene ved å delta på arrangementer og engasjere dem i sommerprosjekter. Det er en investering i tid og ressurser, men absolutt verdt det, der omtrent halvparten av studentene ender opp med å jobbe hos oss.»

- Jørund Leknes

Forretningsutvikler, Kantega (Trondheim)

Mange bedrifter bruker studenter som en ressurs for å løse viktige oppgaver

«Vi har gitt dem noen spennende oppgaver, kule greier vi ikke har rukket å ta tak i selv. Jobben de gjorde i fjor var på høyde med det du forventer fra et konsultentselskap. Vi gir dem frihet og rom til å lykkes, det har vist seg å funke bra.»

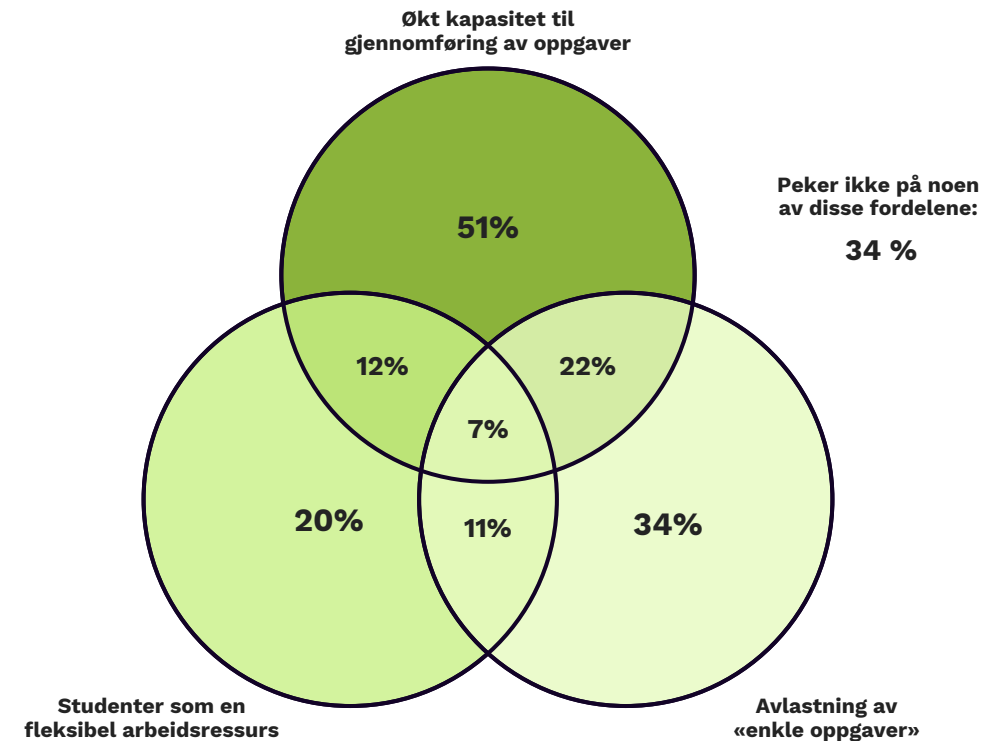
- Ole Magnus Svarva

Head of Product Development, Ocean Geoloop (Verdal)

«Spesielt på studentene litt uti åra er det en del komplekse oppgaver du kan sette dem til å gjøre. Det er typisk oppgaver du ikke har tid til selv, men som er viktig å få gjort. Ofte er det en del større oppgaver som krever litt teknikker, og de verste ligningene har jo man glemt hvis det er noen år siden studietida.»

- Jan-Dag Aaen

Fabrikksjef, Glava (Stjørdal)



2 av 3 bedrifter ser på studenter som en nyttig ressurs for å løse sine oppgaver.

2024 og veien videre

1 2 av 3 bedrifter anser samarbeid med studenter som strategisk viktig

2 Å sikre fremtidens behov for talent og kompetanse er sentralt

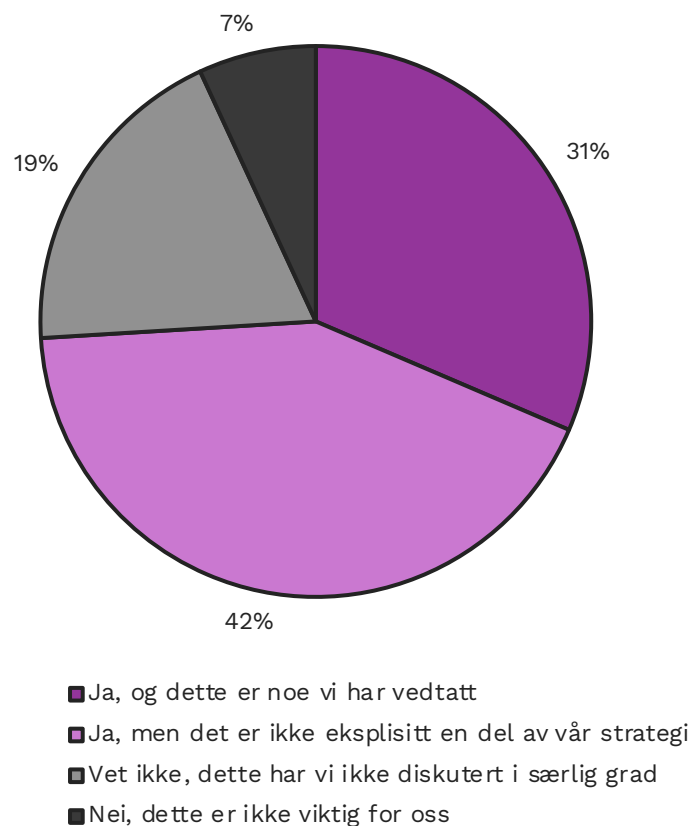
3 Godt over halvparten planlegger et engasjement med studenter i 2024

4 Flere ansetter nyutdannede som de tidligere har engasjert som studenter



Bedrifter ser det som strategisk viktig å jobbe med studenter

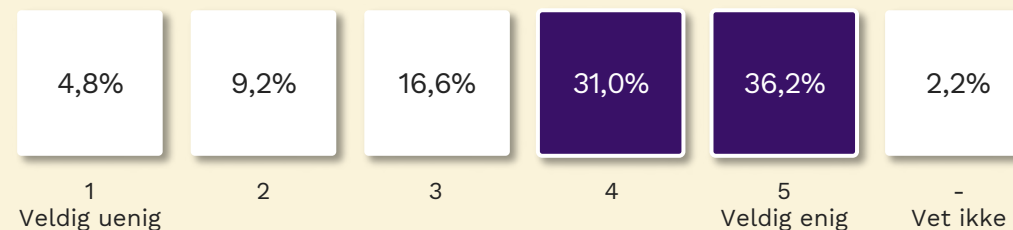
«Ser din virksomhet det som strategisk viktig å jobbe tettere mot studenter og nyutdannede i fremtiden?»



«Det er få som slutter i Kantega, men man må passe på at man ikke blir for geriatrisk. I tillegg sitter jo faktisk studentene på oppdatert erfaring, eksempelvis innen kunstig intelligens.»

- **Jørund Leknes**
Forretningsutvikler, Kantega (Trondheim)

«Engasjement med studenter er avgjørende for at vår bedrift skal kunne møte **fremtidig behov for talent/kompetanse**»

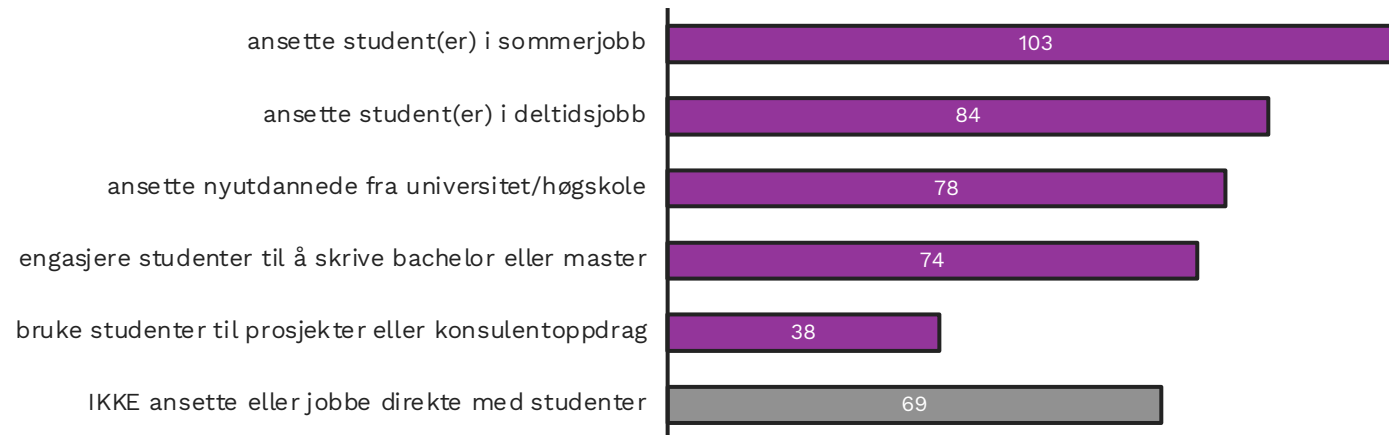


Flesteparten av respondentene planlegger å ansette studenter i 2024

Studentengasjement som bro til fast ansettelse

Mange bedrifter ser på sommerjobber, deltidsjobber og bachelor- eller masteroppgaver som en fin måte å bli kjent med studenter på. Det kan gjøre det både enklere og tryggere å senere ansette dem på fulltid, samtidig som de faktisk får bistand på nåværende arbeidsoppgaver. Av de 78 bedriftene som planlegger å ansette nyutdannede i 2024, er det kun 14 som ikke har ytterligere planer om engasjement med studenter i 2024.

I 2024 planlegger bedriftene å...



81%

av bedriftene som planlegger ansettelse av nyutdannede, planlegger også **engasjement med studenter i 2024.**

39%

av bedriftene som IKKE planlegger engasjement med studenter i 2024, **anser det likevel som strategisk viktig.**

Talent Trøndelag 2024



Vedlegg 1: Intervjuobjekter

Bedrift	Kommune	Intervjuobjekt	Stillingstittel
Aker Solutions	Trondheim	Tone Buarø Pettersen	Regionleder Midt
Akerblå	Frøya	Nina Berre	Regionleder Midt
Dedicare	Stjørdal	Berit Tromsdal	VP Project Resources Midt-Norge
El-watch	Rindal	Ingar Fredriksen	Daglig leder
Glava	Stjørdal	Jan Dag Aaen	Fabrikkssjef
Grande Entreprenør	Verdal	Morten Hynne	Daglig leder
Kantega	Trondheim	Jørund Leknes	Forretningsutvikler
MIST	Trondheim	Karen Espelund	Administrerende direktør
Norske Skog	Levanger	Laura Ness	HR and Training Leader
Ocean Geoloop	Verdal	Ole Magnus Svarva	Head of Product Development
Salmar	Frøya	Pål Georg Storø	Prosjektleder
SIFA	Selbu	Arnt Otnes	Daglig leder
Sodvin	Heim	Elin Madeleine Westereng-Hauge	HR- og Bærekraftsansvarlig
Svanem Biogass	Heim	Roar Lian Svanem	Daglig leder
Thamsklyngen	Orkland	Haakon Skaar	Daglig leder
Wacker	Heim	Torbjørn Halland	Administrerende direktør

Vedlegg 2: Spørsmål i undersøkelsen

1. Intro

- a. Hva er din rolle i bedriften?
 - A. Daglig leder
 - B. HR-leder
 - C. Annen lederstilling
 - D. Annen stilling stilknyttet rekruttering/bemannning
 - E. Annet
- b. I hvilken kommune er din bedrift plassert?
 - A. Dropdown med trønderske kommuner
- c. Hvor mange ansatte er det i din bedrift?
 - A. 1-10
 - B. 11-15
 - C. 51-100
 - D. 101-500
 - E. 500+
- d. Hvilken industri tilhører din bedrift?
 - A. 21 ulike bransjevalg + annet

2. Tidligere erfaringer

- a. Har din bedrift erfaring med å rekruttere studenter til sommerjobb, deltidsjobb, faste stillinger eller andre aktiviteter de siste 3 år?
 - A. Ja, vi har litt erfaring med dette
 - B. Ja, vi har en del erfaring med dette
 - C. Ja, vi har mye erfaring med dette
 - D. Nei, vi har ikke erfaring
 - E. Vet ikke
- b. Kryss av for de alternativene som passer for å beskrive de aktiviteter din bedrift har gjennomført for å rekruttere studenter de siste 3 år
 - A. Ansatt studenter i sommerjobb som er relevant for studentens utdanning eller fremtidige karriere
 - B. Ansatt studenter i deltidsjobb som er relevant for studentens utdanning eller fremtidige karriere
 - C. Ansatt studenter i jobb som ikke er relevant for studentens utdanning eller fremtidige karriere
 - D. Deltatt på karrieredager
 - E. Holdt bedriftspresentasjoner og lignende for studenter
 - F. Engasjert studenter i oppgaver via universitetet, bachelor- og Masteroppgaver etc.
 - G. Prosjekter med andre organisasjoner (eks. case-konkurranser med linjeforeninger)
 - H. Leid inn studenter til konsulent-/freelanceoppdrag
 - I. Deltatt i Trainee-program for nyutdannede

- J. Ansatt nyutdannede
- K. Annet

- c. Ta stilling til følgende påstander om de erfaringene dere har med å knytte til dere studenter (1 = svært uenig, 5 = svært enig)
 - A. Vi har veldig gode erfaringer med å knytte til oss studenter mens de studerer
 - B. Engasjement med studenter er avgjørende for at vår bedrift skal kunne møte fremtidig behov for talent/kompetanse
 - C. Vi har gode interne prosesser for å jobbe med studenter og nyutdannede
- d. Hva er årsaken til at din bedrift ikke har jobbet med å engasjere studenter? (Velg så mange det gjelder)
 - A. Det er ikke relevant for vår virksomhet å rekruttere studenter/personer med høyere utdanning
 - B. Vi har ikke hatt økonomiske forutsetninger til å engasjere studenter
 - C. Vi tror det er krevende å få studenter til å flytte hit hvor vi har vår virksomhet
 - D. Vi har ikke tid/ressurser nok til å planlegge studentengasjement på en god nok måte
 - E. Vi har ikke tid/ressurser nok til å følge opp studenter på en god nok måte
 - F. Vi vet ikke hvordan vi skal gå frem for å nå ut til studenter
 - G. Vi har ikke oppgaver som er relevante for studentene
 - H. Studenter har ikke nok kunnskap og erfaring til å gjøre de oppgavene vi har behov for å få utført i sesong/deltidsstillinger
 - I. Annet

3. Barrierer

- a. Hvilke barrierer anser du som mest begrensende for at deres bedrift kan jobbe tettere opp mot studenter?
 - A. *Fritekst svar*
- b. Ta stilling til følgende påstander om barrierer som ofte nevnes ifm å knytte til seg studenter (1 = svært uenig, 5 = svært enig)
 - A. Universitetene/høgskolene har få eller ingen gode ordninger som legger til rette for at vår bedrift kan jobbe tettere med studenter
 - B. Vi vet ikke hvordan vi kan gjøre oss synlige for studentene
 - C. Det er kostbart å delta på karrieredager og bedriftspresentasjoner som linjeforeningene ved universitetene arrangerer
 - D. Det burde vært en bostøtte til studenter som tar sommerjobb/deltidsjobb på steder hvor de ikke kan bruke deres vanlige hybel
 - E. Vi mangler tilgjengelige boliger for studenter i sommerjobb/deltidsjobb
 - F. Det er vanskelig å organisere og følge opp studenter i sommer-/sesongjobber
 - G. Det er vanskelig å organisere og følge opp studenter i deltidsjobber

- H. Det er for dyrt å engasjere studenter til sommer-/sesong-/deltidsjobber
 - I. Studentene vil helst ikke jobbe utenfor de store byene
 - J. Vi er åpne for å benytte løsninger der studenter jobber helt eller delvis fra andre lokasjoner (remote), dersom det gjør at vi kan få tak i de riktige studentene/medarbeiderne
 - K. Prosessen med å definere arbeidsoppgaver og planlegge gjennomføringen av studentarbeid er krevende
 - L. Prosessen tilknyttet rekruttering av studenter er krevende

4. Gevinster og muligheter

- a. Hva er etter din mening de viktigste fordelene din bedrift kan oppnå ved å knytte seg til studenter mens de studerer?
 - A. Økt kapasitet til gjennomføring av oppgaver vi må få løst
 - B. Muligheten til å gjennomføre utforskende studier og prosjekt
 - C. Avlastning av “enkle oppgaver” for å frigjøre tid til erfarne ansatte
 - D. Studenter koster mindre enn faste ansatte og/eller konsulenter
 - E. Studenter er en mer fleksibel arbeidsressurs, med lavere risiko enn faste ansettelser
 - F. Få tilført spisskompetanse på spesifikke fagfelt
 - G. Få innspill på nye teknologier og verktøy vi kan ta i bruk i vår virksomhet
 - H. Samarbeid med studenter tilfører nye ideer, perspektiv og impulser
 - I. Gi bedrifter og studenter en mulighet til å bli kjent med hverandre, med mål om fast ansettelse etter endt studie.
 - J. Annet
- b. Ser din virksomhet det som strategisk viktig å jobbe tettere mot studenter og nyutdannede i fremtiden?
 - A. Ja, og dette er noe vi har vedtatt
 - B. Ja, men det er ikke eksplisitt en del av vår strategi
 - C. Vet ikke, dette har vi ikke diskutert i særlig grad
 - D. Nei, dette er ikke viktig for oss
 - E. Annet
- c. Hvilke kompetanseprofiler anser dere som mest relevante hos studenter og nyutdannede for deres bedrift?
 - A. *Fritekst svar*
- d. Ta stilling til følgende påstander
 - A. I 2024 kommer vi ikke til å ansette, eller på annen måte direkte jobbe med studenter
 - B. I 2024 planlegger vi å ansette student(er) i sommerjobb
 - C. I 2024 planlegger vi å ansette studenter i deltidsjobb
 - D. I 2024 planlegger vi å engasjere studenter til å gjennomføre et eller flere prosjekt, eksempelvis gjennom konsulentoppdrag
 - E. I 2024 planlegger vi å engasjere studenter til å gjennomføre bachelor eller masteroppgave knyttet til relevante tema for vår virksomhet
 - F. I 2024 planlegger vi å ansette nyutdannede fra universitet/høgskole.
 - G. Annet

- e. Ønsker dere å samarbeide med andre, eller motta støtte i deres arbeid med studenter? (1 = ikke interessert, 5 = veldig interessert)
 - A. Samkjøre gjennomføringen av studentengasjement med andre bedrifter/næringsforeninger.
 - B. Samkjøre sosiale aktiviteter for ansatte studenter (det som skjer etter kl. 16) med andre bedrifter/næringsforeninger.
 - C. Samarbeide med det offentlige, virkemiddelapparatet og/eller andre ideelle aktører rundt dette.
 - D. Leie inn kommersielle aktører for å støtte deler av vårt arbeid med studenter.

5. Avslutning

- a. Har du ytterligere tilbakemelding, forslag eller kommentarer du vil dele med oss angående dette temaet?
 - A. *Fritekst svar*
- b. Vi ønsker å intervju noen ledere i litt mer dybde om tematikken. Kunne du eller noen andre i din virksomhet tenke deg å stille opp til et kort intervju (15-30 minutter) intervju om dette temaet?
 - A. Ja
 - B. Nei
- c. Supert, det setter vi pris på! Legg igjen din e-post her slik at vi kan kontakte deg angående intervju.
 - A. *Fritekst svar*