



Studentrekruttering ved Universitetet i Bergen

Tidsserierapport 2009-2013

Asle Høgestøl og Øivind Skjervheim



IDEAS2EVIDENCE

Bygger kunnskap

ideas2evidence-rapport 08/2014

INNHALDSFORTEGNELSE

Bakgrunn	5
Denne rapporten	5
Metode	5
Valg av utdanning	8
Bestemmelsestidspunkt	8
Årsaker for studievalg	10
Informasjonskilder	14
Utdanningsmesser og skolemøter	15
Annonser	18
Informasjonskilder	22
Uib.no	27
Webkanaler	29
Oppsummering	32
Vedlegg	34

FIGURER

Figur 1: Bestemmelsestidspunkt for studie – UiB som helhet	8
Figur 2: Andel som bestemte seg for utdanning på ungdomsskolen – etter fakultet	9
Figur 3: Andel som bestemte seg for utdanning rett før søknad – etter fakultet	9
Figur 4: Andel som bestemte seg for utdanning etter tilbud om studieplass – etter fakultet	10
Figur 5: Viktigste grunnene for valg av UiB – UiB som helhet	11
Figur 6: Andel som sier nærhet til hjemsted er viktig for valg av UiB som studiested – etter fakultet	11
Figur 7: Andel som sier venner/kjæreste er viktig for valg av UiB som studiested – etter fakultet	12
Figur 8: Andel som sier fagtilbud/studie er viktig for valg av UiB som studiested – etter fakultet	13
Figur 9: Andel som sier studentmiljø er viktig for valg av UiB som studiested – etter fakultet	13
Figur 10: Andel som sier Bergen by er viktig for valg av UiB som studiested – etter fakultet	14
Figur 11: Andel som deltok på utdanningsmesse – etter fakultet	15
Figur 12: Besøk på utdanningsmesser fordelt på byer	15

Figur 13: Viktigheten av utdanningsmessene for valg av utdanning – etter fakultet	16
Figur 14: Andel studenter som deltok på orienteringsmøte – etter fakultet.....	16
Figur 15: Viktigheten av orienteringsmøtene for valg av utdanning – etter fakultet	17
Figur 16: Andel studenter som har lagt merke til annonser/reklame for studier ved UiB – etter fakultet	18
Figur 17: Andel studenter som har sett annonser for studier ved UiB - UiB som helhet.....	18
Figur 18: Andel studenter som har sett annonser for studier ved UiB i aviser - etter fakultet.....	19
Figur 19: Andel studenter som har sett annonser for studier ved UiB på buss – etter fakultet	20
Figur 20: Andel studenter som har sett annonser for studier ved UiB på nettaviser - etter fakultet.....	20
Figur 21: Andel studenter som har sett annonser for studier ved UiB på Google – etter fakultet.....	21
Figur 22: Andel studenter som har sett annonser for studier ved UiB på Facebook – etter fakultet.....	21
Figur 23: Andel unge (16-25 år) som bruker internett og gjennomsnittlig bruk av internett per dag.....	22
Figur 24: Andel studenter som benyttet forskjellige informasjonskilder før søknad - UiB som helhet.....	22
Figur 25: Andel studenter som har lest UiBs studiebrosjyre «Studere ved UiB» - etter fakultet	23
Figur 26: Studentene sin vurdering av hvor lett det er å finne frem i brosjyren «Studere ved UiB»	23
Figur 27: I hvor stor grad brosjyren “Studere ved UiB” gav svar på studentene sine spørsmål – etter fakultet ..	24
Figur 28: Andel studenter som savnet noe i brosjyren «Studere ved UiB» - etter fakultet.....	24
Figur 29: Viktigheten av brosjyren «Studere ved UiB» ved søknad om opptak – etter fakultet.....	25
Figur 30: Andel studenter som har lest UiBs foldere om studieprogram – etter fakultet	25
Figur 31: I hvor stor grad gav folderen(e) svar på studentene sine spørsmål om studiet – etter fakultet	26
Figur 32: Viktigheten av folderen(e) ved søknad om opptak – etter fakultet.....	26
Figur 33: Andel studenter som var på uib.no for å finne informasjon før studiestart – etter fakultet.....	27
Figur 34: Studentene sin vurdering av hvor lett det var å finne fram på uib.no – etter fakultet.....	27
Figur 35: I hvor stor grad gav uib.no den informasjonen studentene trengte - UiB som helhet	28
Figur 36: Viktigheten av nettstedet ved søknad om opptak – etter fakultet.....	28
Figur 37: Andel studenter som oppsøkte UiB på webkanaler.....	29
Figur 38: Andel studenter som oppsøkte studentblogg.uib.no - etter fakultet.....	30
Figur 39: Andel studenter som oppsøkte Facebook - etter fakultet.....	30
Figur 40: Andel som oppgir at de har, eller ikke har besøkt en av webkanalene	31
Figur 41: Andel studenter som oppgir at de har oppsøkt en av webkanalene - etter fakultet.....	31

Figur 42: Andel som bestemte seg for utdanning på videregående – etter fakultet	34
Figur 43: Andel som for flere år siden bestemte seg for utdanning– etter fakultet	34
Figur 44: Andel som bestemte seg i løpet av det siste året for utdanning – etter fakultet.....	35
Figur 45: Andel som sier "annet" er viktig for valg av UiB som studiested - etter fakultet	35
Figur 46: Andel studenter som benyttet brosjyrer som informasjonskilde før søknad - etter fakultet.....	36
Figur 47: Andel studenter som benyttet nettsider som informasjonskilde før søknad – etter fakultet.....	36
Figur 48: Andel studenter som benyttet dialog med UiB-ansatte som informasjonskilde før søknad - etter fakultet.....	37
Figur 49: Andel studenter som benyttet besøk ved UiB som informasjonskilde før søknad - etter fakultet	37
Figur 50: Andel studenter som oppsøkte Twitter (UiB - Utdanning) - etter fakultet	38
Figur 51: Andel studenter som oppsøkte Twitter (UiB) - etter fakultet.....	38
Figur 52: Andel studenter som oppsøkte UiB på Youtube - etter utdanning.....	38
Figur 53: Andel studenter som oppsøkte UiB på Vimeo - etter fakultet.....	39
Figur 54: Andel studenter som oppsøkte UiB på Flickr - etter fakultet.....	39

BAKGRUNN

DENNE RAPPORTEN

Universitetet i Bergen (heretter kalt UiB) gjennomfører hvert år en kvantitativ spørreundersøkelse rettet mot nye studenter. Den sentrale tematikken, både i undersøkelsen, og for denne rapporten, er spørsmål knyttet til årsaker for valg av studie, hvorfor man har valgt å studere ved UiB, hvilke informasjonskilder man har tatt i bruk i den sammenheng, samt en vurdering av nytten til disse informasjonskildene.

Undersøkelsene fra 2009-2013 brukes i en tidslinje med mål om å analysere og vise utviklingen over tid innenfor hvert enkelt felt. Analysene vil gi nyttig informasjon om hvilke informasjonskilder studentene bruker før de tar valg om studiested, hvilke årsaker de oppgir for valget sitt, og når de tar valget. Disse tallene vil også presenteres ned på fakultetsnivå der det er hensiktsmessig. Gjennom å utnytte tidsdimensjonen i datamaterialet vil man kunne se nærmere på eventuelle utviklinger i tidsperioden

Resultatene vil kunne være et nyttig innspill til rekrutteringsstrategiene brukt av UiB. Eksempelvis, har nettbaserte informasjonskilder styrket sin posisjon til fordel for trykt materiale i tidsrommet for undersøkelsen? Et slikt funn kan si noe om hvilke prioriteringer man bør gjøre i sitt eksterne informasjons- og rekrutteringsarbeid. Gjennom å vise fakultetsspesifikke tall kan man også si mer om hva som motiverer forskjellige studentgrupper for å studere ved UiB. Slike funn kan bidra til et mer skreddersydd kommunikasjonsprogram rettet mot de enkelte gruppene.

METODE

Hver høst sender UiB ut en spørreundersøkelse til førstesemesterstudenter. Studentene blir kontaktet ved hjelp av brev og e-post, og undersøkelsen blir gjennomført på web.

Rapporten undersøker tidsperioden 2009-2013. Tidligere utgaver av undersøkelsen foreligger kun gjennom ferdiganalyserte output-filer, enten i excel- eller wordformat. Noe som gjør det umulig å reanalysere disse dataene med utgangspunkt i relevante bakgrunnsvariabler, da primært studentenes fakultetstilhørighet.

Det er en rekke fordeler ved å vise denne type kvantitativ informasjon over tid. Ved å utnytte tidsdimensjonen i materialet vil man for det første kunne se eventuelle tendenser over tid, men man vil også kunne få en mer robuste analyse grunnet mangedoblingen av antallet datapunkt, noe som gjør at konklusjoner vil stå på mer solid grunn.

En utfordring med tidsserien er imidlertid at spørsmål og svarkategorier i undersøkelsene varierer noe over tid. I hovedsak innebærer endringene i undersøkelsen fra år til år fjerning av spørsmål. Store deler av det relevante innholdet har derfor fulle tidslinjer. Men i enkelte tilfeller har kategorier blitt slått sammen, eller kategorier blitt lagt til/fjernet. Her vil vi måtte vise en viss grad av pragmatisme for å kunne utnytte datamaterialet fullt ut.

Førstesemesterstudentene mottar undersøkelsen 2-3 måneder etter studiestart. Meninger og refleksjoner rundt deler av innholdet i undersøkelsen vil derfor være klart i minne til studentene. Andre deler av innholdet etterspør meninger og refleksjoner som ligger lenger tilbake i tid hos studentene. Dette gir en risiko for erindringsfeil. Et godt eksempel på dette er spørsmålet i undersøkelsen som spør hvor studentene har sett annonser for UiB. Selv om UiB har sluttet med annonsering på kino, oppgir fortsatt en liten andel studenter at har sett annonser for UiB på kino.

En vanlig utfordring i behandlingen av tidsseriedata er at tidsserien mangler datapunkt. I dette tilfellet mangler alle data for året 2010. Manglende datapunkt kan behandles på tre måter: 1) slette gjeldende år fra analysen, 2) la datapunktet stå tomt, eller 3) erstatte datapunktet med kalkulerede estimater.

Førstnevnte alternativ forårsaker tap av informasjon og en kortere tidslinje. I tillegg vil tidslinjen bli misvisende, ettersom den vil hoppe fra 2009 til 2011. Det andre alternativet byr også på visuelle utfordringer. Denne rapporten er en enkel deskriptiv gjennomgang av tidsserien. Å la datapunktet stå tomt vanskeliggjør det visuelle bildet, ettersom tidsserien ikke vil strekke seg fra 2009, men fra 2011. Av den grunn blir det vanskeligere å kommentere utviklinger over tid. Det tredje alternativet har den bakdelen at datapunktene vil være estimater, som alltid har en usikkerhet knyttet til seg. Hvor usikre estimatene er avhenger blant annet av hvor fluktuerende aktuelle variabler er, og i hvor stor grad en kan bruke andre data til å lage realistiske estimater¹. Variablene i denne undersøkelsen er lite fluktuerende, og i stor grad forutsigbare. Estimaterne vil også ha den fordel av at data fra 2009 og 2011 kan brukes til å estimere datapunktene til 2010.

Siden det er gode forutsetninger for å lage gode estimater, og siden denne rapporten ikke skal basere seg på avanserte statistiske analyser, vil datapunktene for 2010 bli estimert². Rapporten vil unngå å hvile resonneringer på 2010-data alene, men rapporten vil bruke 2010-data for å skape et mest mulig helhetlig bilde av utviklingen over tid innenfor de forskjellige feltene i undersøkelsen.

Bruttoutvalget for hver undersøkelse er alle førstesemesterstudenter ved UiB det gjeldende året. Bruttoutvalget i perioden 2009 til 2013 varierer derfor mellom 2 793 og 3 978 personer. Svarprosenten varierer mellom 33.6 prosent og 41.7 prosent.

Respondenter som svarer på en spørreundersøkelse skal i mange tilfeller representere en større gruppe. Så også i dette tilfellet. Spørsmålet er da om gruppesammensetningene blant respondentene reflekterer gruppesammensetningen til populasjonen, som i dette tilfellet er alle førstesemesterstudenter. For å undersøke dette er det en forutsetning å vite hvordan populasjonen ser ut. Nødvendige bakgrunnsdata er ikke tilgjengelige for populasjonen i undersøkelsene fra 2009 og 2011. I undersøkelsene fra 2012 og 2013 er data om alder, kjønn og fakultetstilhørighet tilgjengelig.

Tabell 1: Svarprosent etter kjønn

	2012	2013
Mann	30,9 %	28,6 %
Kvinne	35,4 %	37,6 %
Total	33,6 %	33,9 %

Av tabell 1 ser vi at kvinner er mer tilbøyelige til å svare på undersøkelsen enn menn. Denne forskjellen gjelder for begge år, men spesielt i 2013. Dette året var svarprosenten for menn på kun 28,6 %, mens 37,6 prosent av kvinnene svarte på undersøkelsen. En forskjell på nesten 10 prosentpoeng. Dette innebærer at kvinner er overrepresentert, mens menn er underrepresentert i undersøkelsene.

¹ Aarnes, Johan F. og Karl Egil Aubert (oppdatert 29.12.2013). Interpolasjon – matematikk [Internett], Store Norske Leksikon. Tilgjengelig fra: <http://snl.no/interpolasjon/matematikk> [Lest dato: 09.07.2014]

² Datapunktene for t_2 er regnet ut på følgende måte $\frac{(t_1+t_3)}{2}$

Tabell 2: Svarprosent etter alder

	2012	2013
18-21 år	35,8 %	37,5 %
22-25 år	29,5 %	24,6 %
26-30 år	20,5 %	25,5 %
Over 30 år	30,5 %	-
Total	33,6 %	33,9 %

Det framgår av tabell 2 at yngre studenter er mer tilbøyelig til å svare på undersøkelsen enn eldre studenter. Aldersgruppen 18-21 år har en svarprosent på 35.8 prosent og 37.5 prosent i henholdsvis 2012 og 2013. Aldersgruppen 22-25 år har svarprosent på 29.5 prosent i 2012, og 24.6 prosent i 2013, noe som er 4 prosentpoeng lavere enn snittet i 2012 og 9.5 prosentpoeng lavere enn snittet i 2013. De eldre aldersgruppene har også lavere svarprosent enn gjennomsnittet, og varierer mellom 20.5 og 30.5 prosent.

Tabell 3: Svarprosent etter fakultet

	2012	2013
Det humanistiske fakultet	37,4 %	35,8 %
Det juridiske fakultet	41,9 %	36,7 %
Det matematisk-naturvitenskaplige fakultet	26,2 %	30,3 %
Det medisinsk-odontologisk fakultet	32,8 %	39,0 %
Det psykologiske fakultet	28,8 %	33,3 %
Det samfunnsvitenskaplige fakultet	34,4 %	32,4 %
Total	33,6 %	33,9 %

Studenter ved det humanistiske fakultet og det juridiske fakultet har høyere svarprosent enn gjennomsnittet i både 2012 og 2013. Spesielt gjelder dette juridiske fakultet i 2012 med en svarprosent på 42 prosent. Andre fakultet som har høy svarprosent er det samfunnsvitenskaplige fakultet i 2012, det juridiske fakultet i 2012 i 2012 og det medisinsk-odontologisk fakultet i 2013. Studenter ved det matematisk-naturvitenskaplige fakultet er dermed eneste fakultet som har merkbart lavere svarprosent både i 2012 og 2013.

Det er noen tendenser til små systematiske skjevheter mellom populasjonen og respondentene. Likevel er det ikke mer enn forventet av en slik undersøkelse, og skjevhetene er ikke store nok til spre usikkerhet i datamaterialet.

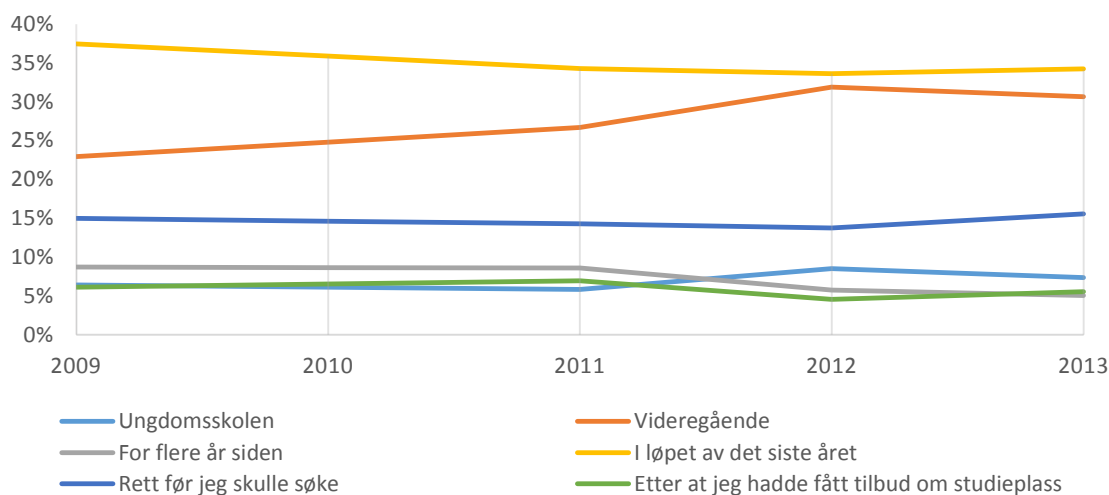
VALG AV UTDANNING

Når førstesemesterstudentene bestemmer seg for studie, og hvilke årsakene som ligger bak, er en sentral del av spørreundersøkelsen. Mellom annet finner rapporten at de fleste studenter bestemmer seg for utdanning på videregående, eller i løpet av det siste året. Dernest finner rapporten at fagtilbudet/studie er viktigste årsak til valg av studie. Imidlertid er det interessante forskjeller mellom fakultetene, noe rapporten går nærmere inn på under.

BESTEMMELSESTIDSPUNKT

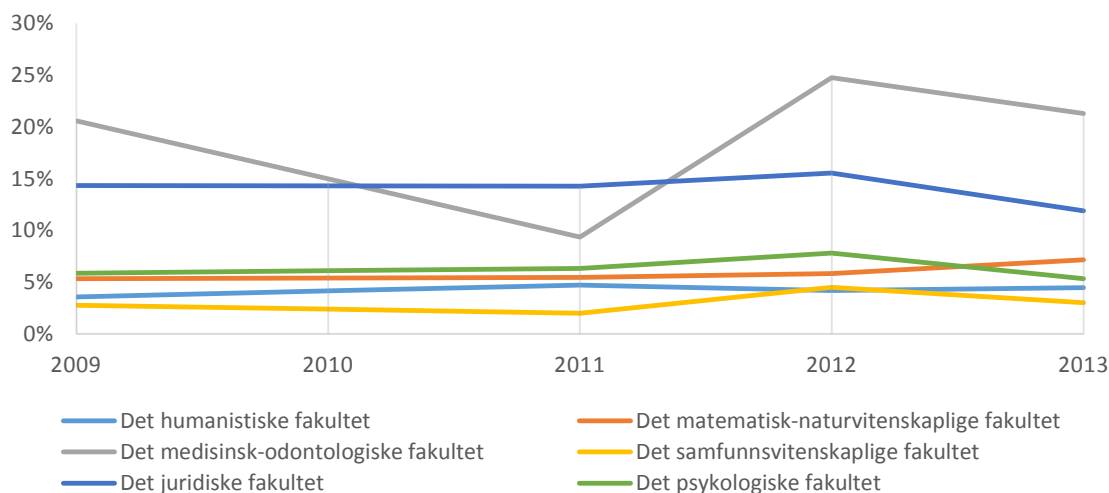
Når bestemmer studentene seg for hvilket studie de skal ta? Er studievalget resultat av en langtidsvarende prosess, eller bestemmer man seg først når man vet mer om hvilke studieløp man har kommet inn på? Dette ser vi nærmere på i figur 1.

Figur 1: Bestemmelsestidspunkt for studie – UiB som helhet



Majoriteten av studentene, i hele tidsperioden, oppgir at de bestemte seg for utdanning i løpet av det siste året før studiestart, eller i løpet av videregående. Vi ser imidlertid at andelen som bestemte seg i løpet av det siste året har falt noe i løpet av tidsperioden, mens stadig flere oppgir å ha bestemt seg i løpet av videregående. Dette antyder at prosessen rundt å finne riktig studievalg starter noe tidligere nå, enn det gjorde i 2009. De øvrige alternativene holder seg ganske stabilt over tid. I 2013 var det 16 prosent som oppgav at de bestemte seg rett før de skulle søke, mens 6 prosent bestemte seg først etter at de hadde fått tilbud om studieplass.

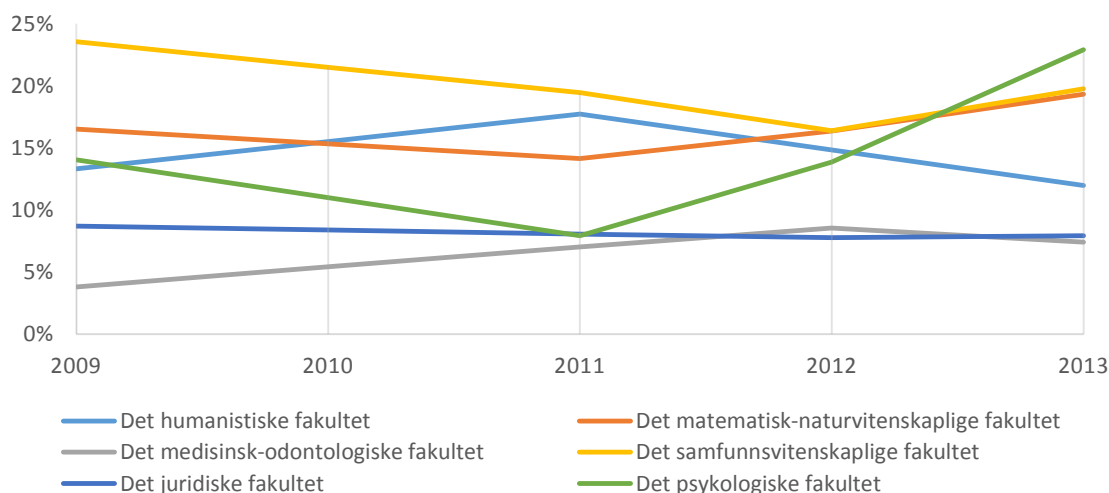
Figur 2: Andel som bestemte seg for utdanning på ungdomsskolen – etter fakultet



Det er imidlertid forskjeller mellom fakultetene når det kommer til bestemmelsestidspunkt for utdanning. Den generelle tendensen er at de studentene som har kommet inn på medisinsk-odontologisk fakultet, og til en viss grad også jusstudentene, bestemmer seg tidligere enn andre studentgrupper. Et eksempel på dette ser vi i figur 2, som viser andelen som bestemte seg for studieretning på ungdomsskolen, fordelt etter fakultetstilhørighet. Vi ser at de nevnte studentgruppene i langt større grad bestemmer seg på ungdomsskolen, sammenlignet med andre fakultet. I 2013 var det over 20 prosent av medisin/odontologi-studentene som oppgav at de hadde bestemt seg på ungdomsskolen, og 12 prosent av jusstudentene. Dette er betraktelig høyere enn for samfunnsviter- og humaniststudentene, som hadde andeler på henholdsvis 3 og 4 prosent.

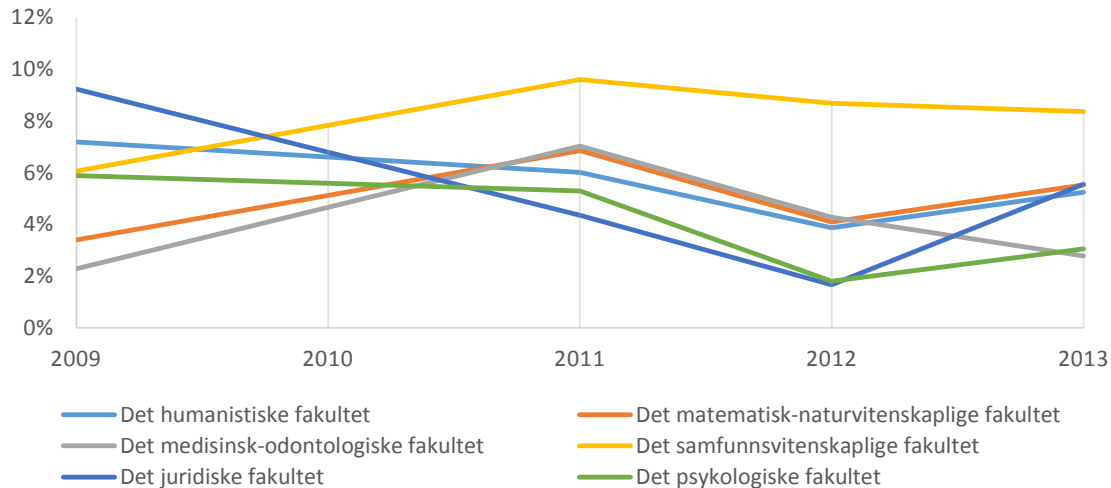
Man kan imidlertid ikke snakke om en generell profesjonsstudiedimensjon, for som figur 2 viser er det ikke slik at psykologistudentene bestemmer seg spesielt tidlig. Denne gruppen er på nivå med ikke-profesjonsutdanningene.

Figur 3: Andel som bestemte seg for utdanning rett før søknad – etter fakultet



Faktisk er det slik at psykologistudentene viser seg å være den studentgruppen som i størst grad bestemmer seg rett før de må søke til høyere utdanning. Det var i hvert fall tilfellet i 2013. Mellom 2011 og 2013 ble andelen psykologistudenter som bestemte seg på dette tidspunktet mer enn doblet.

Figur 4: Andel som bestemte seg for utdanning etter tilbud om studieplass – etter fakultet



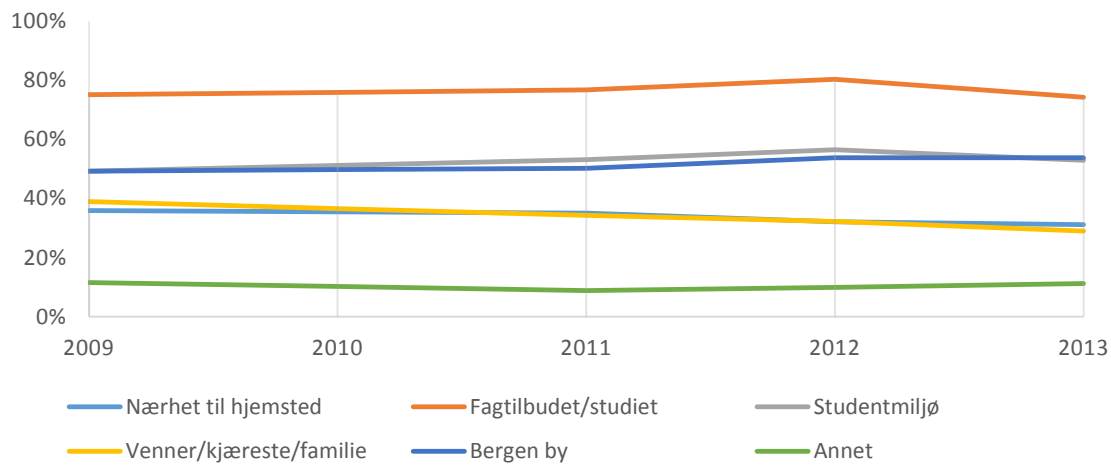
På tidslinjen for når man bestemmer seg for utdanning er det seneste alternativet å bestemme seg først etter at man har fått tilbud om studieplass. Vi ser at på dette alternativet skiller studentene fra samfunnsvitenskapelig fakultet seg ut, opp mot 10 prosent av studentene i denne gruppen oppgir å ha bestemt seg på et såpass sent tidspunkt som etter at man har fått tilbud om studieplass.

Generelt bestemmer de fleste studentene seg for utdanning enten i løpet av videregående eller i løpet av det siste året før man begynner på studiet. Dette gjelder alle studentgrupper. Det er imidlertid en klar tendens til at spesielt studenter fra medisinsk-odontologisk fakultet samt juridisk fakultet bestemmer seg tidligere enn de øvrige gruppene. Samfunnsvitenskapelige studenter synes å bestemme seg senest. I 2013 bestemte nesten 30 prosent i denne gruppen seg for studie enten rett før søknad ble sendt inn, eller etter at man hadde fått tilbud om studieplass.

ÅRSAKER FOR STUDIEVALG

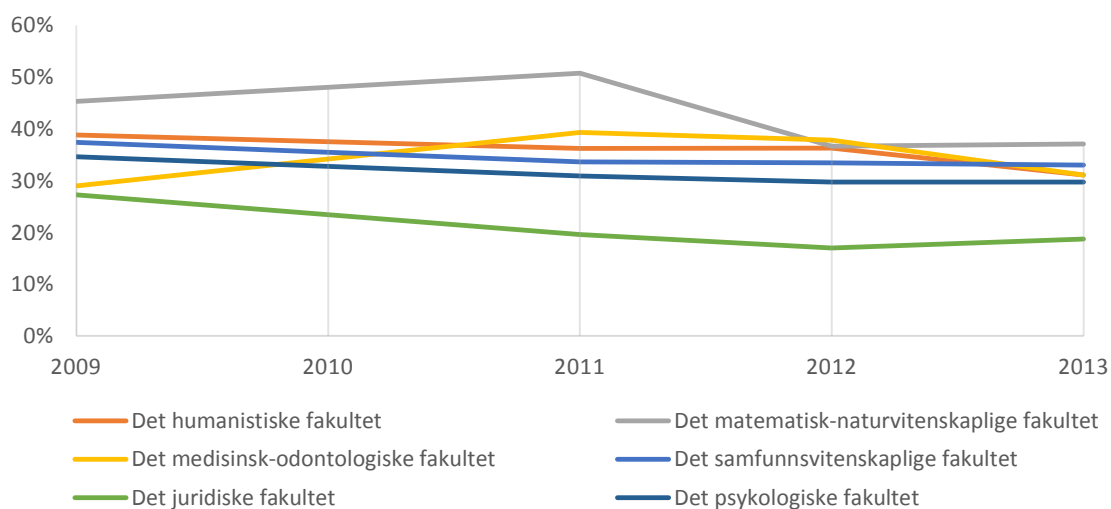
I forlengelsen av diskusjonen om *når* man bestemmer seg for studie, er det interessant å se nærmere på hvilke grunner studentene oppgir *for* at de valgte å studere ved UiB. I spørreundersøkelsene ble studentene bedt om å velge inntil 3 forskjellige grunner som motiverte valget av UiB som studiested.

Figur 5: Viktigste grunnene for valg av UiB – UiB som helhet



Når man ser på tallene for alle studentene ved UiB er det spesielt to poeng som er interessante. For det første ser vi at det i stor grad er stabilitet over tid, både innenfor hver enkelt svaralternativ, men også når det kommer til forholdet mellom dem. For det andre ser vi at svaralternativene kan deles inn i tre overordnede kategorier. Viktigste i hele tidsperioden er fagtilbudet/studiet, i hele tidsperioden har mellom 74 og 80 prosent av studentene valgt dette alternativet som en av de viktigste grunnene for å begynne studieløpet sitt ved UiB. Den nest viktigste kategorien er forhold som er relevante for studenttilværelsen utenfor selve utdanningsløpet, nemlig studentmiljøet og attraktiviteten til Bergen by. Ganske nøyaktig halvparten av studentene har valgt dette alternativet gjennom hele tidsperioden. Den siste kategorien er personlige forhold som i seg selv har lite med studentrollen å gjøre, nemlig argumenter som nærhet til hjemsted og venner/kjæreste/familie. I likhet med forrige kategori følger disse to alternativene hverandre tett gjennom hele tidsperioden. Det er imidlertid en tendens til at disse grunnene har blitt mindre viktige mellom 2009 og 2013.

Figur 6: Andel som sier nærhet til hjemsted er viktig for valg av UiB som studiested – etter fakultet

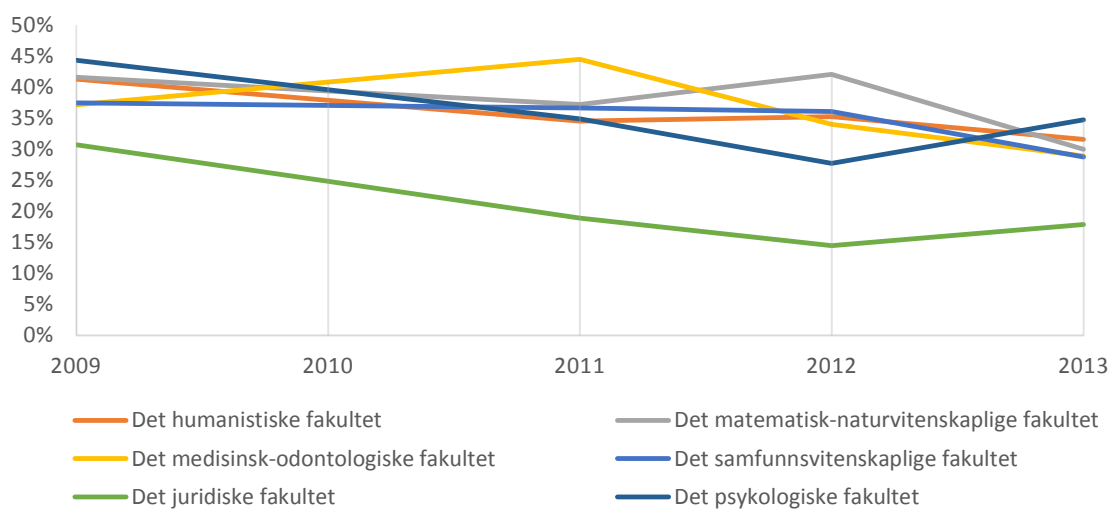


Figur 6 nyanserer den nedadgående tendensen til argumentet nærhet til hjemsted. Nærhet til hjemsted er blitt mindre viktig hos studentgruppene ved det juridiske fakultet, og etter 2011 det matematisk-odontologisk fakultet. Før 2011 oppgir nærmere 50 prosent av studentene ved det matematisk-naturvitenskaplige fakultet at

nærhet til hjemsted var blant de viktigste grunnene. Etter 2011 har andelen hos denne studentgruppen sunket betraktelig.

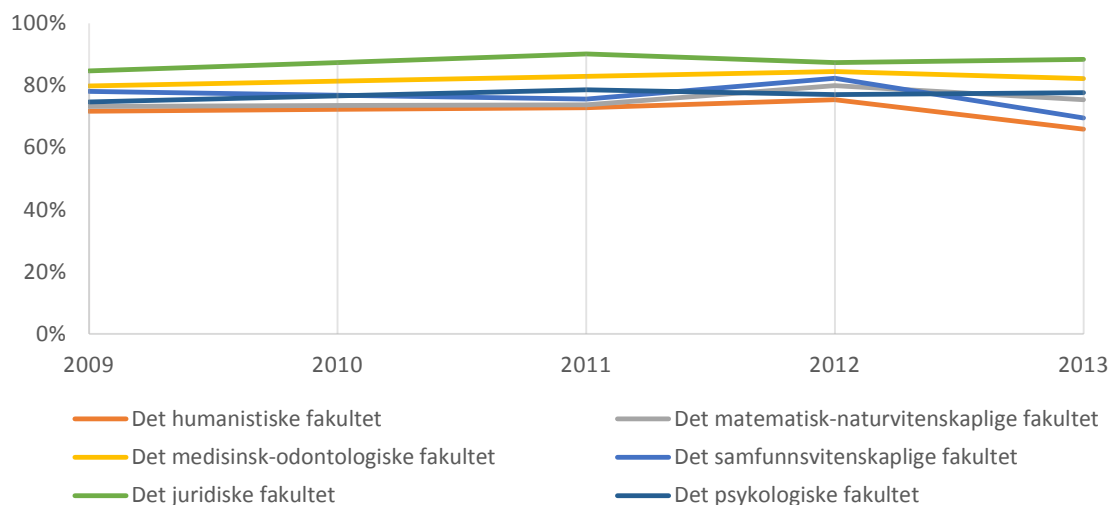
Dette argumentet er minst viktig for studenter ved det juridiske fakultet. En forklaring kan være at juridisk utdanning bare er tilgjengelig ved universitetene i Bergen, Oslo og Tromsø, og dermed tiltrekker seg studenter fra hele landet som ikke har et slikt utdanningstilbud i nærområdet. Medisin er også en utdanning tilgjengelig ved et fåtall institusjoner. I motsetning til jusstudentene har nærhet til hjemsted blitt mer viktig for studenter ved det medisinsk-odontologisk fakultet i perioden 2009-2011. Dette viser at årsaken til jusstudentene vurderer nærhet til hjemsted mindre viktig enn andre studentgrupper ikke har en enkel forklaring, men at forholdet er sammensatt av flere faktorer.

Figur 7: Andel som sier venner/kjæreste er viktig for valg av UiB som studiested – etter fakultet



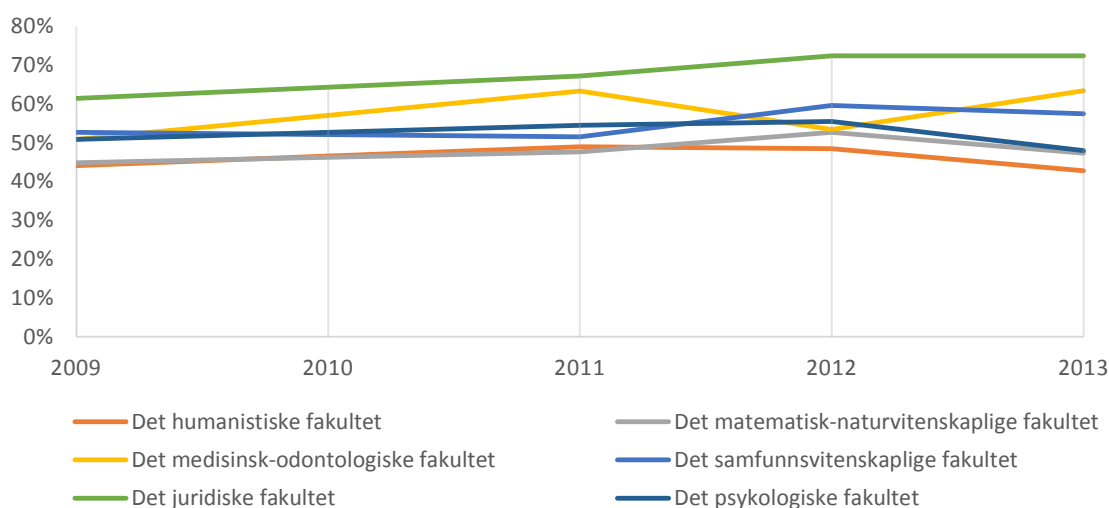
I hvor stor grad venner/kjæreste er blitt mindre viktig i tidsperioden varierer mellom fakultetene. Igjen skiller jusstudentene seg ut. Jusstudentene har en betydelig lavere prosentandel som oppgir at venner/kjæreste er en viktig grunn for valg av UiB som studiested. Dette er tilfellet for hele tidsperioden, og i tillegg har det blitt klart mindre viktig for jusstudentene mellom 2009 og 2013. Også blant studentene ved medisinsk-odontologisk fakultet har andelen som vektlegger dette argumentet falt om man sammenligner 2009 med 2013. Som i figur 6 har denne studentgruppen imidlertid fluktuasjon i tidsperioden, og ikke en entydig utvikling.

Figur 8: Andel som sier fagtilbud/studie er viktig for valg av UiB som studiested – etter fakultet



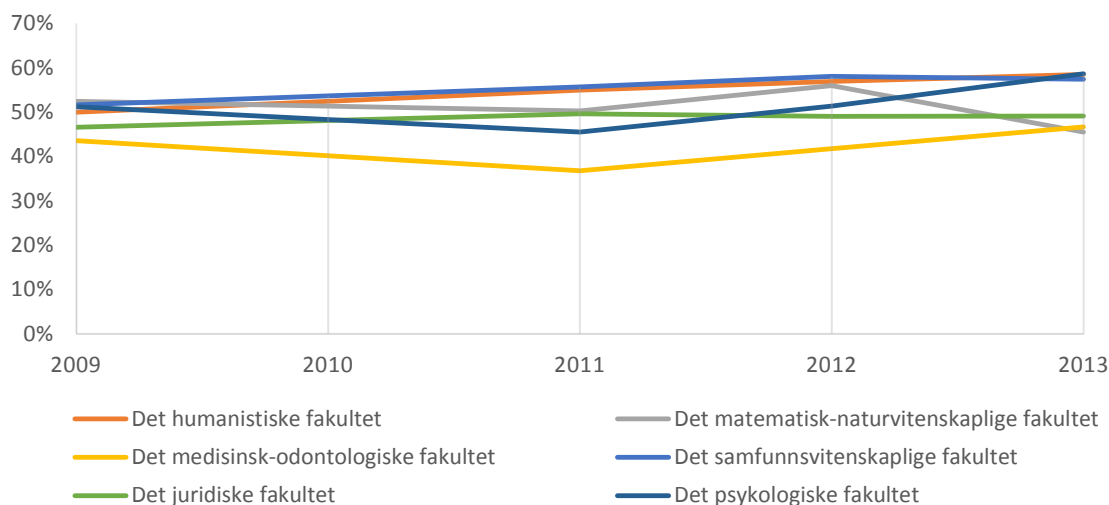
Fagtilbud/studie er den viktigste grunnen for valg av UiB som studiested. Det er noen nivåforskjeller mellom fakultetene, men alle holder et stabilt høyt nivå gjennom hele tidsperioden. Studentene ved det juridiske fakultet er den gruppen som i høyest grad oppgir fagtilbud/studie som en av de viktigste grunnene for valg av UiB. Andelen som har valgt dette alternativet ligger i hele tidsperioden på mellom 85 og 90 prosent. Studenter ved det humanistiske fakultet, og til en viss grad studenter ved det samfunnsvitenskapelige fakultet, skiller seg litt ut i 2013 med en nedadgående tendens. Henholdsvis 66 prosent og 70 prosent oppga fagtilbud/studie som en viktig årsak. Det er lavere enn tidligere år, og er et fall på henholdsvis 9 og 12 prosentpoeng fra 2012.

Figur 9: Andel som sier studentmiljø er viktig for valg av UiB som studiested – etter fakultet



Studentmiljø er en viktig årsak for mange av studentene ved UiB, men jusstudentene skiller seg ut også her. I løpet av tidsperioden har i tillegg en økende andel jusstudenter oppgitt studentmiljøet som en viktig årsak. Studenter ved det medisinsk-odontologisk fakultet starter også tidsperioden med en oppadgående trend, men trenden brytes av et fall i 2012. Foruten dette bruddet er forholdet mellom de øvrige fakultetene stabilt igjennom hele tidsperioden.

Figur 10: Andel som sier Bergen by er viktig for valg av UiB som studiested – etter fakultet



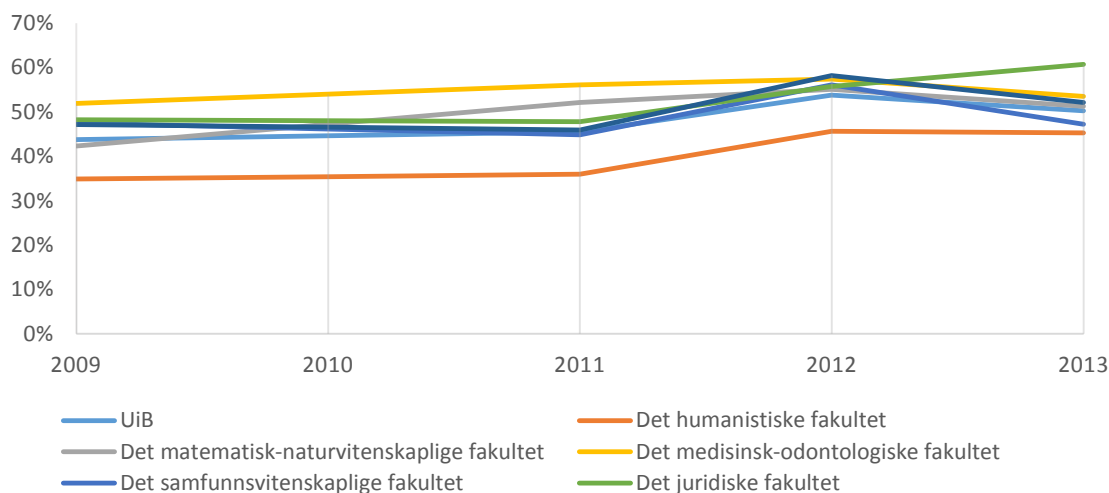
Oppslutningen rundt Bergen by som årsak til valg av UiB som studiested har holdt seg stabilt gjennom tidsperioden. Det er to fakulteter som skiller seg litt ut: det medisinsk-odontologisk fakultet og det psykologiske fakultet. I fra 2009 til 2011 har andelen til de to fakultetene sunket mens andelen til de øvrige fakultetene har økt. I årene 2012 og 2013 snur denne utviklingen, og fakultetene følger mønsteret til de andre fakultetene. Studentene ved det medisinsk-odontologisk fakultet skiller seg også ut ved at de har en noe lavere andel som oppgir Bergen by som grunn, sammenliknet med de øvrige fakultetene.

INFORMASJONSKILDER

I det følgende vil rapporten ta for seg temaet informasjonskilder. I den kvantitative undersøkelsen svarer studentene blant annet på hvilke kilder til informasjon før studievalget de har oppsøkt og blitt eksponert for, og viktigheten av de forskjellige kildene. Rapporten finner at andelen som deltar på utdanningsmesser og orienteringsmøter er svakt økende fra 2009-2013. Videre er studentene fornøyd med informasjonen UiB distribuerer i form av trykte brosjyrer og foldere, men det viser seg at internettbaserte informasjonskilder brukes mest og er viktigst for studentene. Facebook dominerer, på tvers av fakulteter, når studentene oppgir på hvilke plattformer de har blitt eksponert for annonser og på hvilke webkanaler de oppsøker UiB. Når det kommer til informasjonsinnhenting er imidlertid UiBs hjemmesider klart viktigst for studenten.

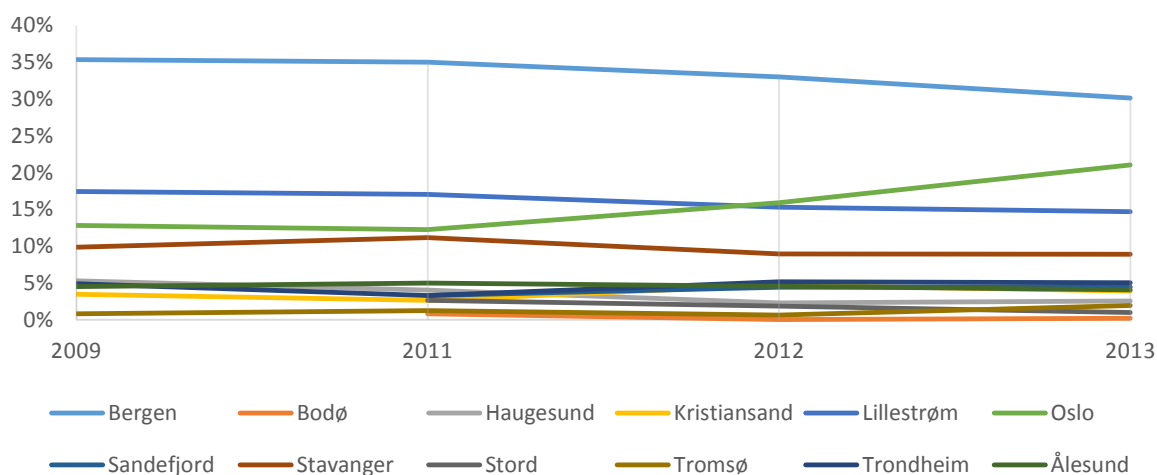
UTDANNINGSMESSER OG SKOLEMØTER

Figur 11: Andel som deltok på utdanningsmesse – etter fakultet



For å informere om søknadsprosedyrer og studiemuligheter deltar UiB på utdanningsmesser sammen med flere andre utdanningsinstitusjoner. Andelen UiB studenter som har deltatt på utdanningsmesser har økt fra 44 prosent i 2009 til 50 prosent i 2013. Forholdet mellom fakultetene er noe forandret over tid. Studentene ved det humanistiske fakultet skiller seg ut fra resten av studentmassen med en lavere deltakelse i begynnelsen av tidsserien, men dette skillet er betydelig mindre i 2013. Studentene ved det medisinsk-odontologiske fakultet, som over tid har hatt den høyeste deltakelsen, hadde noe lavere deltakelse i 2013 enn tidligere. Til sammen innebærer dette at forskjellene mellom fakultetene har blitt mindre, sett bort fra det juridiske fakultet, som hadde en økning i deltagelse mellom 2011 og 2013, mens de andre fakultetene opplevde et fall eller en utflating mellom 2012 og 2013.

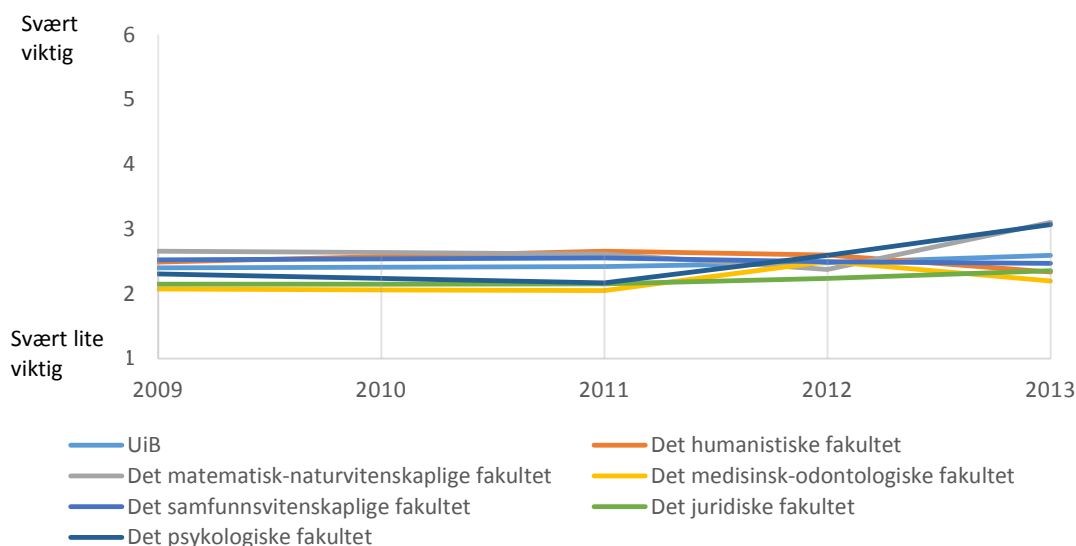
Figur 12: Besøk på utdanningsmesser fordelt på byer



Figur 12 viser fordelingen av studentene som deltok på utdanningsmesser etter byer. Det er viktig å understreke at figuren ikke viser deltakelse på utdanningsmesser etter hvor mange som kunne ha gått på

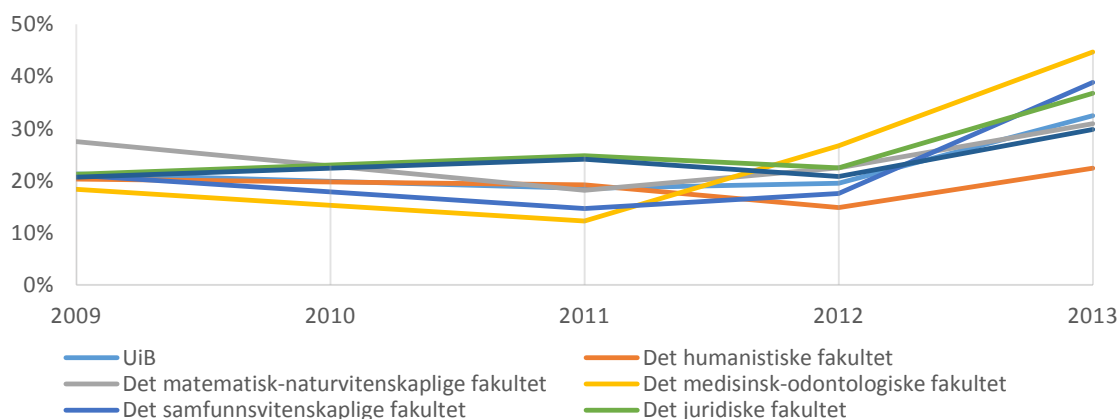
messen. Nedgangen til utdanningsmessen i Bergen trenger derfor ikke bety at deltakertallet har gått ned. Like mange kan ha gått på utdanningsmessen i Bergen gjennom hele tidsperioden. Nedgangen kan komme som en konsekvens av veksten i andre (eller nye) utdanningsmesser. Det er derfor nærliggende å forklare den nedadgående trenden for utdanningsmessen i Bergen, og andre utdanningsmesser, med den sterkt oppadgående trenden til utdanningsmessen i Oslo.

Figur 13: Viktigheten av utdanningsmessene for valg av utdanning – etter fakultet



Deltakerne på utdanningsmessene vurderer messene som forholdsvis lite viktige for valget av utdanning. Foruten det psykologiske fakultet og det matematisk-naturvitenskaplige fakultet hvor utdanningsmessene har blitt noe mer viktig de siste årene, holder fakultetene seg på et jevnt lavt nivå, med noen mindre variasjoner over tid. Sett i sammenheng med at rundt halvparten av UiB-studentene ikke deltar på utdanningsmessene, indikerer det at det er viktigere faktorer som spiller inn i valget av utdanning. Det er interessant at studentene ved de forskjellige fakultetene vurderer viktigheten av utdanningsmessene mer eller mindre likt. Muligens er utdanningsmessene viktigere for valg av studiested enn det er for valg av utdanning.

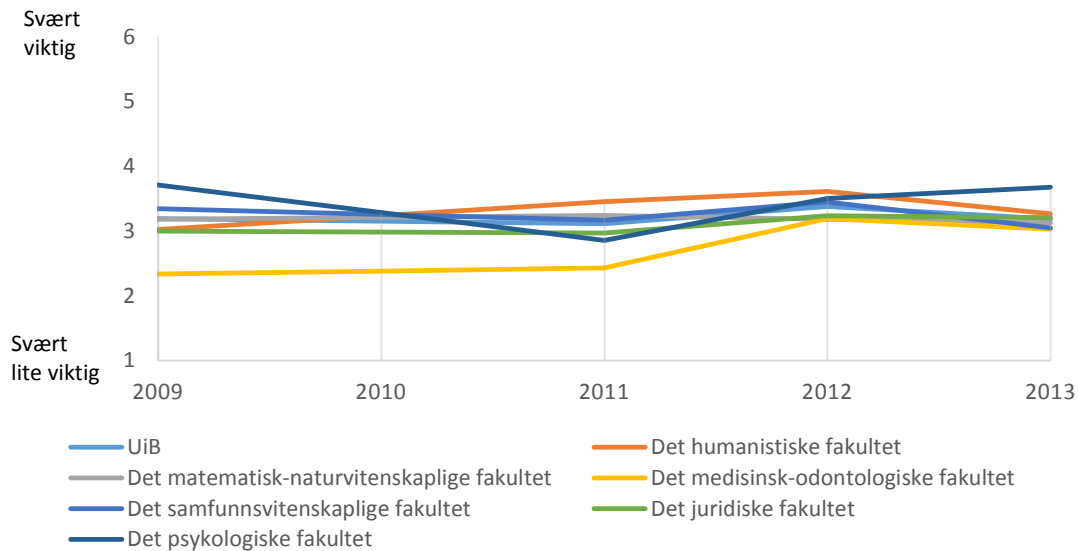
Figur 14: Andel studenter som deltok på orienteringsmøte – etter fakultet



UiB holder også orienteringsmøter ved å besøke videregående skoler, eller ved å la elevene besøke UiB. I perioden 2009-2012 var deltakelsen på slike orienteringsmøter lav, med mindre variasjoner i utvikling mellom fakultetene. Det interessante poenget er at i 2013 opplever alle fakultet en betydelig økning i deltakelsen. For

UiB under ett øker deltakelsen fra 20 prosent til 32 prosent. Det samfunnsvitenskapelige fakultet har den største økningen fra 18 prosent til 39 prosent. Det humanistiske fakultet hadde den minste økningen fra 15 prosent til 22 prosent. Det humanistiske fakultet hadde også i 2012 og 2013 den laveste deltakelsen. Tidligere var det medisinsk-odontologisk fakultet som hadde de laveste deltakelsen, men i 2012 og 2013 har studentene ved dette fakultetet den høyeste deltakelsen.

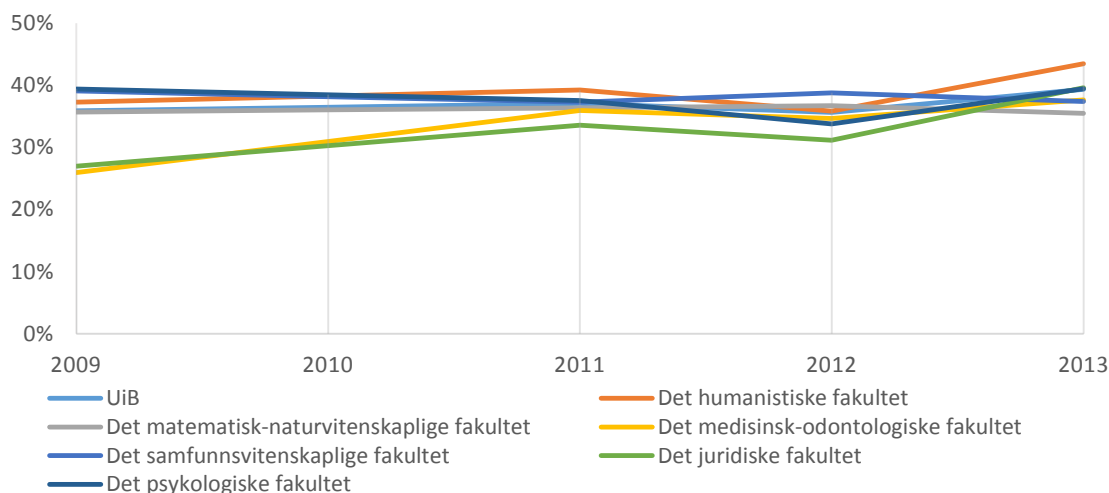
Figur 15: Viktigheten av orienteringsmøtene for valg av utdanning – etter fakultet



Jevnt over vurderer deltakerne ikke orienteringsmøtet som viktig for valg av utdanning. Deltakerne på orienteringsmøtet gir imidlertid orienteringsmøtene en høyere skår enn hva deltakerne på utdanningsmessene gir. I begynnelsen og slutten av tidsserien skiller det psykologiske fakultetet seg ut med noe høye verdier enn de øvrige fakultetene. Medisinsk-odontologisk fakultet skiller seg ut med de laveste verdiene i tidsperioden, men i 2012 og 2013 har også dette fakultet verdier på nivå med de øvrige fakultetene. Dette er en interessant observasjon med tanke på den betydelige økningen i deltakelsen blant studenter fra samme fakultet (figur 14). Det er ikke tilsvarende utvikling blant de øvrige fakultetene. Selv om deltakelsen på orienteringsmøte gikk betydelig opp fra 2012 til 2013, er det ingen betydelig endringer i oppfattelsen av viktigheten til orienteringsmøtene.

ANNONSER

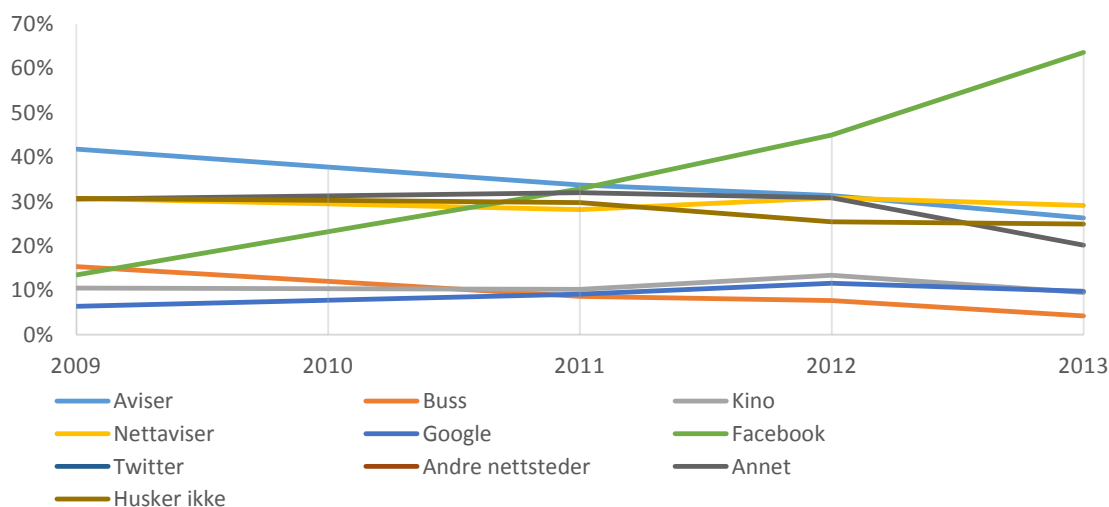
Figur 16: Andel studenter som har lagt merke til annonser/reklame for studier ved UiB – etter fakultet



Mellom 36-39 prosent av UiB-studentene har lagt merke til annonser/reklame for studier ved UiB i hele tidsperioden. Fra 2009 til 2013 økte andelen noe, spesielt for det medisinsk-odontologiske fakultet og det juridiske fakultet, hvor det økte med 12-13 prosentpoeng. Nivåforskjellene er mindre i 2013 enn i 2009, hovedsakelig på grunn av veksten til de nevnte fakultetene. 37 prosent av studentene ved det matematisk-naturvitenskapelige fakultet har lagt merke til annonse/reklame fra UiB, sammenliknet med det humanistiske fakultet hvor 43 prosent så annonser/reklame fra UiB. Det er også er den høyeste andelen av alle fakultetene.

Erindringsfeil er en potensiell feilkilde i dette spørsmålet. Flere av de største universitetene har for eksempel veldig lik logo, og studentene kan derfor enkelt koble feil universitet mot feil reklame.

Figur 17: Andel studenter som har sett annonser for studier ved UiB - UiB som helhet



Figuren over viser først og fremst en ting: en betydelig økning i andelen studenter som har sett annonser for UiB på Facebook. Facebook har i løpet av 2009-2013 gått fra 14 prosent til 64 prosent. Årsaken til denne

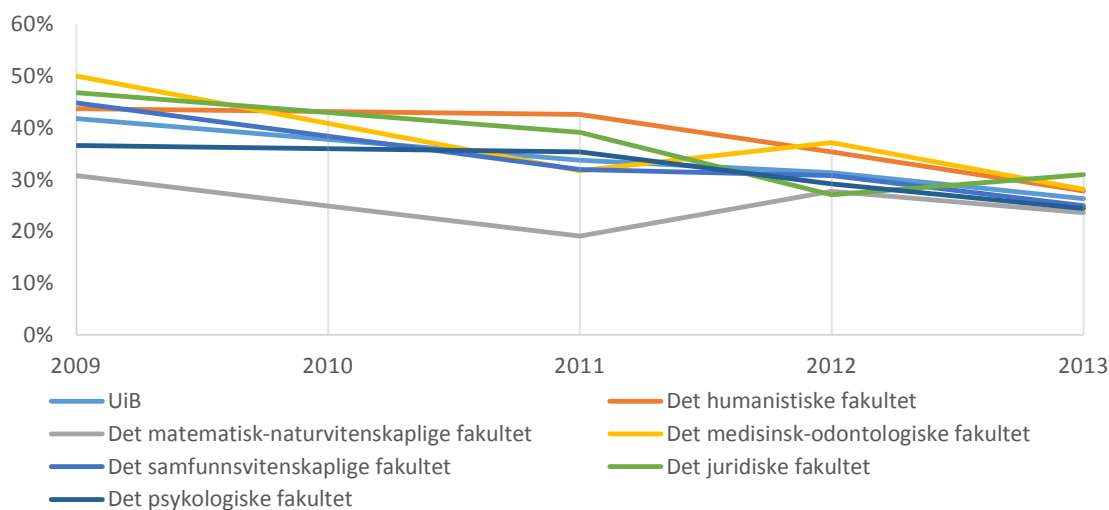
Økningen kan forklares ved den generelle økningen i bruk av sosiale medier, herunder Facebook, blant unge og ellers i befolkningen. Dette tar rapporten en nærmere kikk på senere.

En annen interessant observasjon i figur 17 er at andelen til kategoriene «annet» og «husker ikke» er relativt høy. Førstnevnte kan knyttes til at viktige kategorier mangler. I 2013 ble «andre nettsted» innført som egen kategori, hvor 20 prosent oppga at de hadde sett annonser. Samtidig ble «annet» kategorien redusert fra 30 prosent til 20 prosent.

At kategorien «husker ikke» er så høy viser viktigheten av at den er inkludert, og det viser problemet med erindringsfeil. I så måte er «kino» en interessant kategori. UiB sluttet å annonsere på kino i 2010, likevel er det rundt 10 prosent som oppgir at de har sett annonser for UiB på kino, både i 2011, 2012 og 2013.

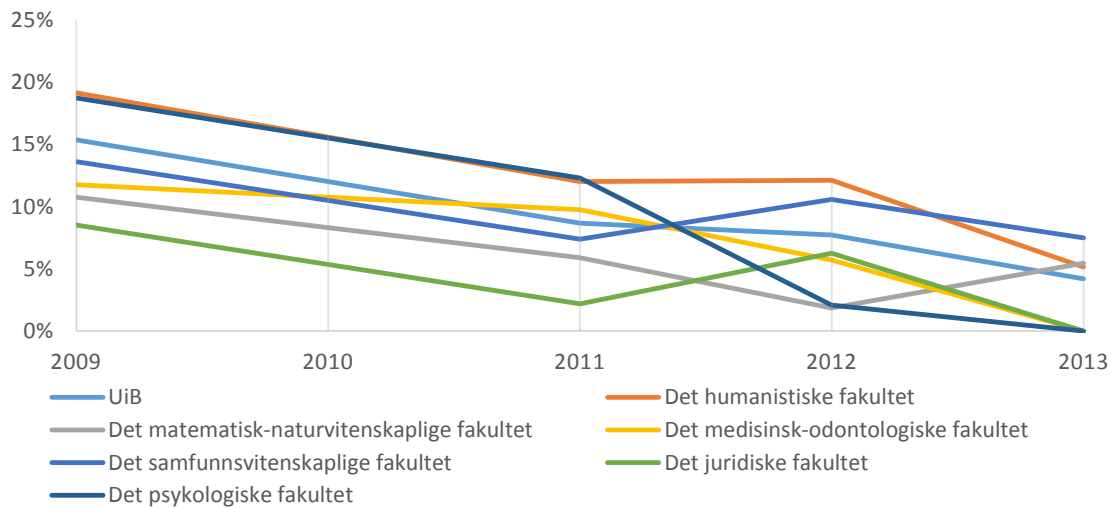
De neste grafene viser datamaterialet i figur 17 etter fakultet. Å bryte ned tallene etter fakultet er problematisk grunnet få respondenter i enkelte kategorier. Noen kategorier har også en nedadgående trend noe som gjør at tallet på respondenter blir enda mindre. Hvis respondentene da fordeles etter fakultet blir tallgrunnlaget mer sårbart for tilfeldig variasjoner, og analysen mer sårbart for feiltolkninger. Enkelte av de følgende grafene for UiB sine annonser bør derfor brukes til å se på utvikling over tid mer enn forholdet mellom fakultetene.

Figur 18: Andel studenter som har sett annonser for studier ved UiB i aviser - etter fakultet



Andelen studenter som har sett annonser for UiB i aviser er tydelig nedadgående for alle fakulteter i hele tidsperioden. I 2009 varierte andelen mellom 31-50 prosent. I 2013 varierte andelen mellom 24-31 prosent. I 2013 er andelen høyest blant studenter ved det juridiske fakultet, men tidligere i tidsperioden har andelen vært høyest blant studenter fra det humanistiske fakultet og det medisinsk-odontologiske fakultet.

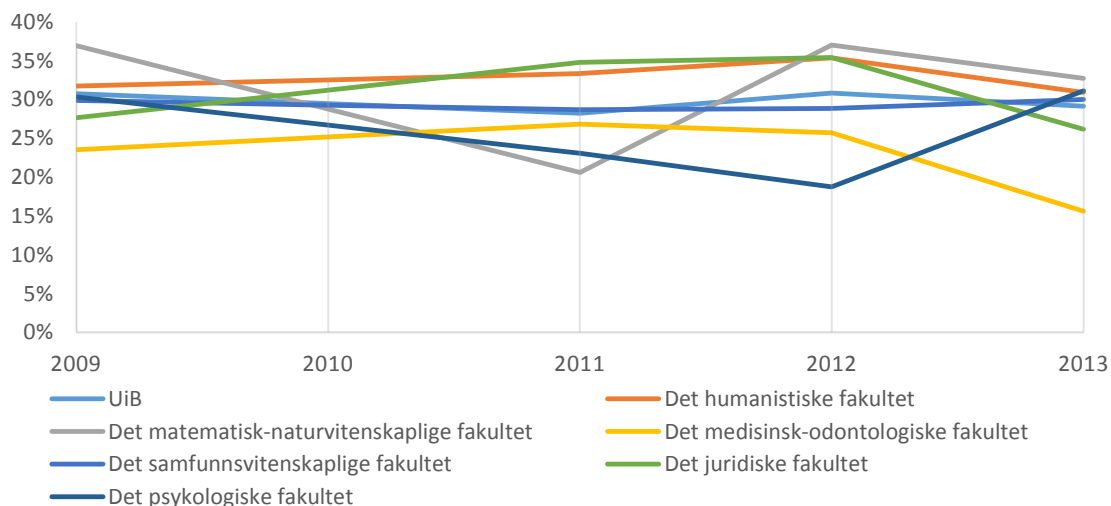
Figur 19: Andel studenter som har sett annonser for studier ved UiB på buss – etter fakultet



Andelen studenter som har sett annonser for UiB på buss er nedadgående for alle fakultet, spesielt i perioden 2009-2011. Reduksjonen i andel er lik for de fleste fakultet. Reduksjonen varierer mellom 6 og 7 prosentpoeng, sett bort fra det medisinsk-odontologiske fakultet som har en reduksjon på 2 prosentpoeng.

Den nedadgående trenden fortsetter fram til 2013. Det er noen fluktusjoner og forskjeller mellom fakultetene i perioden 2009-2013. Dette tilegnes for øvrig ikke for mye vekt, ettersom fluktusjonene skyldes et lavt tall på respondenter.

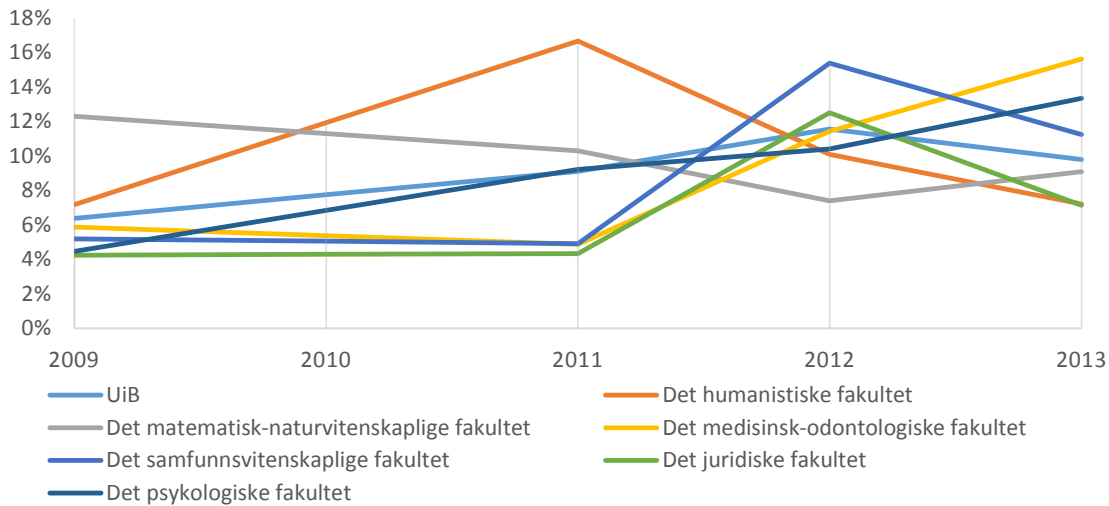
Figur 20: Andel studenter som har sett annonser for studier ved UiB på nettaviser - etter fakultet



For UiB som helhet er andelen som har sett annonser for UiB på nettaviser stabil i hele tidsperioden. Andelen varierer mellom 29 og 31 prosent. Andelen etter fakultet fluktuerer mer. En del fluktusjonen skyldes få respondenter, og gjør seg spesielt gjeldende etter 2011, som i tilfellet med figur 19. Sett bort fra

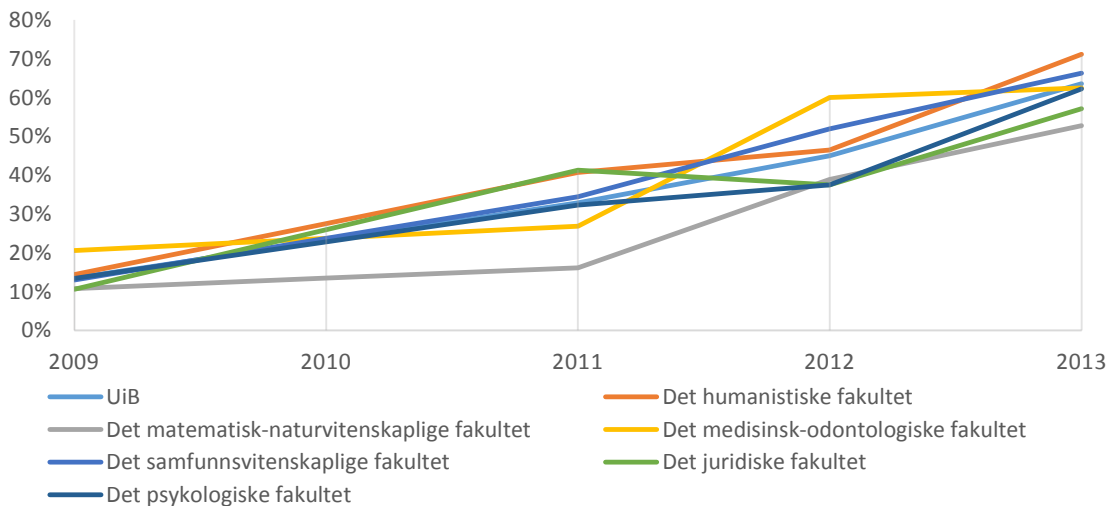
fluktuasjonene, og tatt i betraktning det stabile nivået til UiB som helhet, er det et stabilt nivå på andelen som ser annonser for UiB på nettaviser.

Figur 21: Andel studenter som har sett annonser for studier ved UiB på Google – etter fakultet



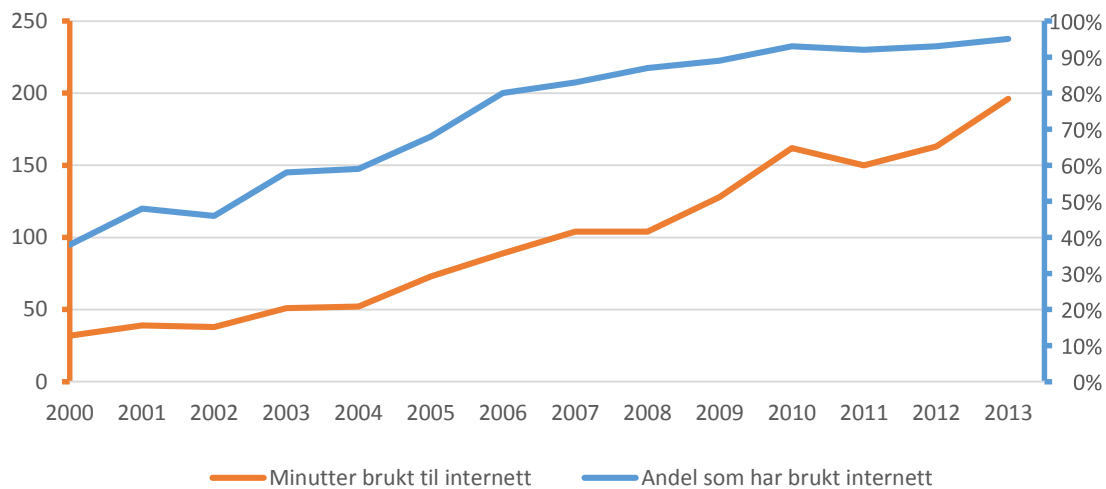
I figur 21 er det høyeste antall respondenter på et datapunkt 22. Det laveste tallet på respondenter er 2. Dette gjør tallmaterialet på fakultetsnivå usikkert. For UiB sett under ett ser vi en jevn oppadgående trend fra 2009-2012 (6-12 prosent). I 2013 er andelen redusert til 10 prosent.

Figur 22: Andel studenter som har sett annonser for studier ved UiB på Facebook – etter fakultet



Andelen som har sett annonser for UiB på Facebook er sterkt oppadgående for alle fakulteter. I 2009 varierte andelen mellom 11-21 prosent. I 2013 varierer andelen mellom 53-71 prosent. Andelen har økt betydelig, men også variasjonen mellom fakultetene har økt. Det matematisk-naturvitenskaplige fakultet har lavest andel gjennom hele tidsperioden. Andelen studenter fra humanistisk fakultet er blant de høyeste igjennom hele tidsperioden. 18 prosentpoeng skiller de to studentgruppene i 2013, noe som viser at annonsering på Facebook i større grad treffer humaniora studenter enn naturvitenskaplige studenter.

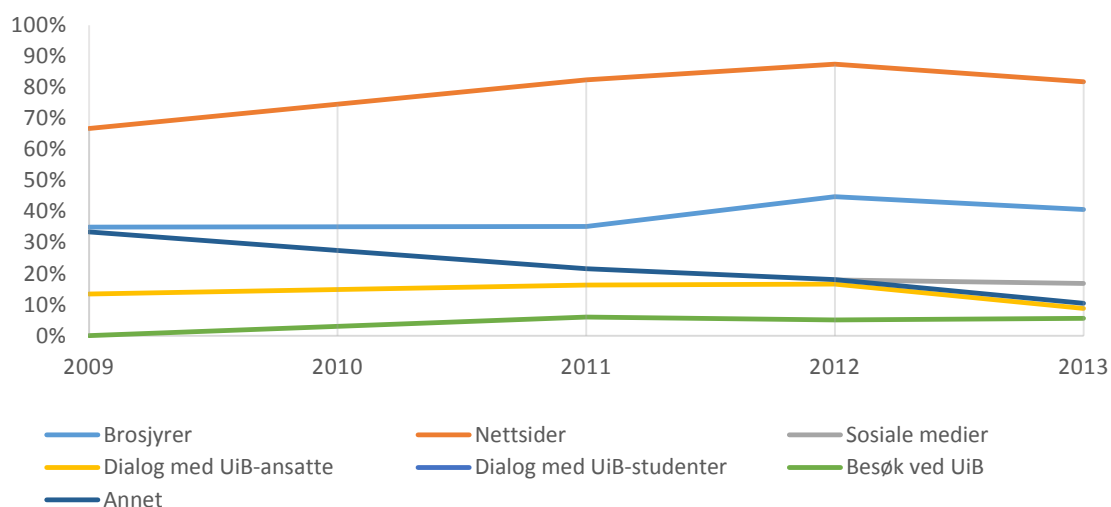
Figur 23: Andel unge (16-25 år) som bruker internett og gjennomsnittlig bruk av internett per dag



Den sterkt oppadgående trenden i figur 22 henger sammen med økt bruk av internett og sosiale medier de siste ti årene. Norsk Mediebarometer fra SSB viser at over 90 prosent av ungdom i alderen 16-25 år er innom sosiale medier hver dag, og de bruker mer og mer tid på sosiale medier hver dag. Andre undersøkelser, fra blant annet Ipsos MMI og TNS Gallup, viser at Facebook er en av de mest populære sosiale mediene uavhengig av alder. Den yngste aldersgruppen i undersøkelsen til Ipsos MMI, 18-29 år, er imidlertid den mest aktive gruppen på Facebook. Ipsos MMI meldte våren 2013 at 83 prosent av aldersgruppen 18-29 år bruker Facebook daglig, sammenlignet med 63 prosent høsten 2012.

INFORMASJONSKILDER

Figur 24: Andel studenter som benyttet forskjellige informasjonskilder før søknad - UiB som helhet

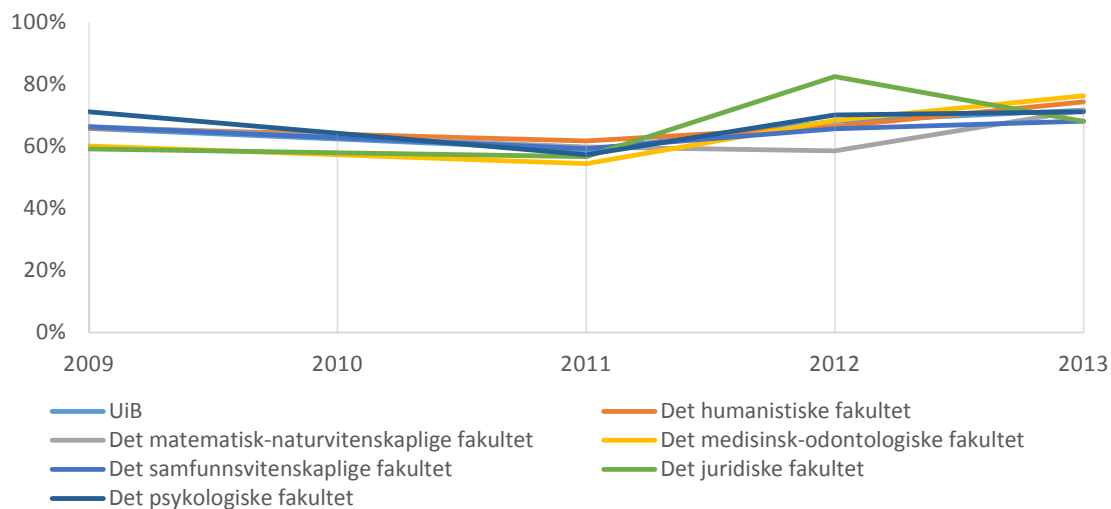


Før UiB-studentene søkte høyere utdanning, benyttet en betydelig majoritet av studentene nettsider som informasjonskilde. Siden 2011 har over 80 prosent benyttet nettsider som informasjonskilde. Foruten brosjyrer, hvis andel har økt noe siden 2009, har bruken av de andre informasjonskildene sunket i tidsperioden.

Et interessant poeng er at bare en liten andel benytter sosiale medier som informasjonskilde, selv om det er mange som ser UiB sine annonser på Facebook. Forklaringen kan være at sosiale medier ikke tilbyr den helhetlige informasjonen som UiB sine nettsider, eller andre nettsider gjør. Sosiale medier er i større grad benyttet til å spre informasjon ved å vise til originalkilder. Derfor kan det være flere som har benyttet sosiale medier til å finne fram til informasjonskilder, snarere enn å benytte det som informasjonskilde i seg selv.

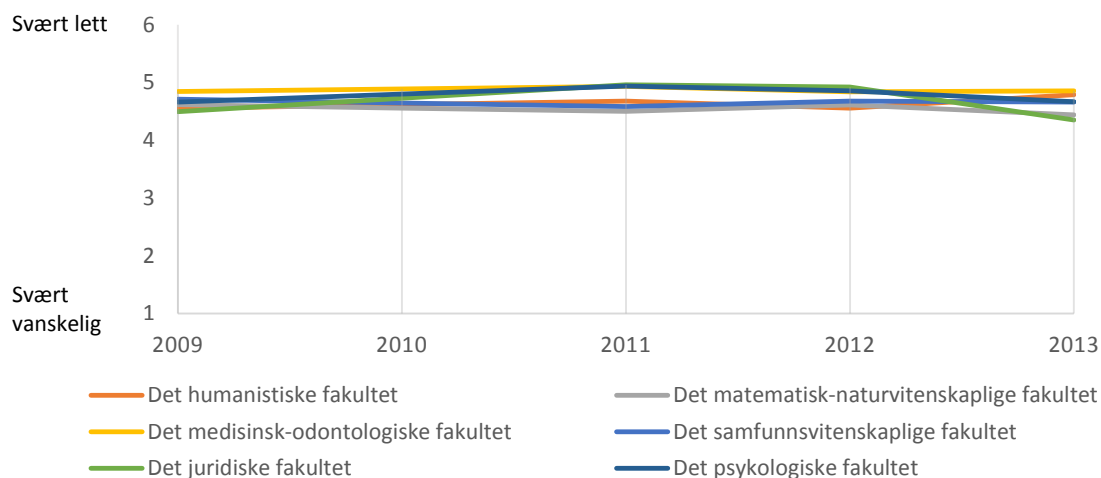
Tallene er gjeldende for alle fakulteter ved UiB i tidsperioden. De samme tendensene er gjeldende, og forholdene mellom fakultetene er stabile, sett bort fra små variasjoner.

Figur 25: Andel studenter som har lest UiBs studiebrosjyre «Studere ved UiB» - etter fakultet



I tidsperioden 2009-2013 har mellom 65 prosent og 71 prosent lest UiB sin studiebrosjyre. Jevnt over leser de fleste brosjyren, og andelen har økt noe siden 2009. Variasjonen mellom fakulteter er liten, og de følger mer eller mindre de samme trendlinjene.

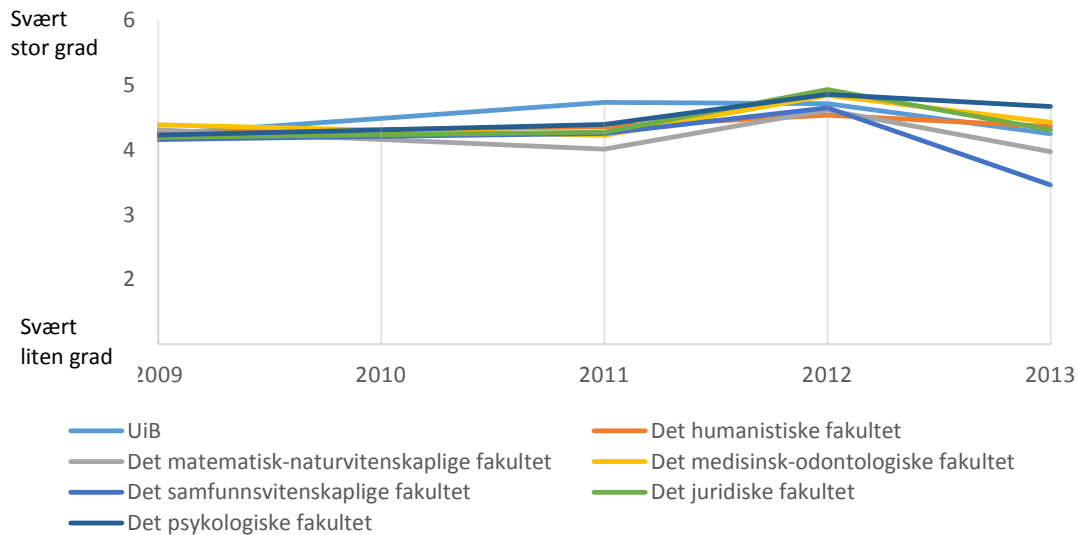
Figur 26: Studentene sin vurdering av hvor lett det er å finne frem i brosjyren «Studere ved UiB»



En medvirkende årsak til at de fleste studentene leser studiebrosjyren, er kanskje at de synes det er lett å finne frem i den. Dette fremgår av figur 26. Siden 2009 oppgis det en gjennomsnittlig skår på 4.7 for UiB som helhet.

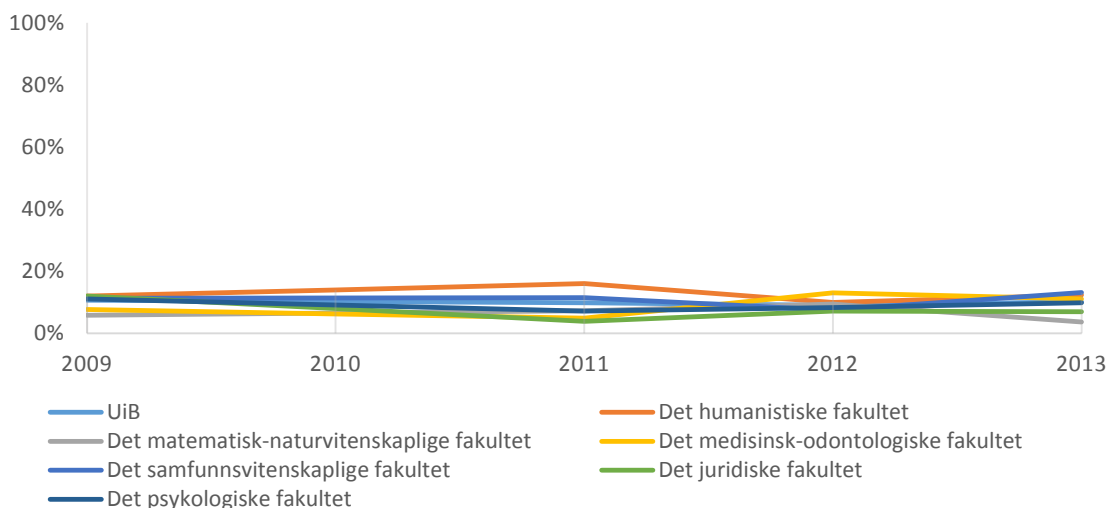
Ettersom studiebrosjyren er felles for hele universitetet, er det som forventet liten variasjon mellom fakultetene.

Figur 27: I hvor stor grad brosjyren "Studere ved UiB" gav svar på studentene sine spørsmål – etter fakultet



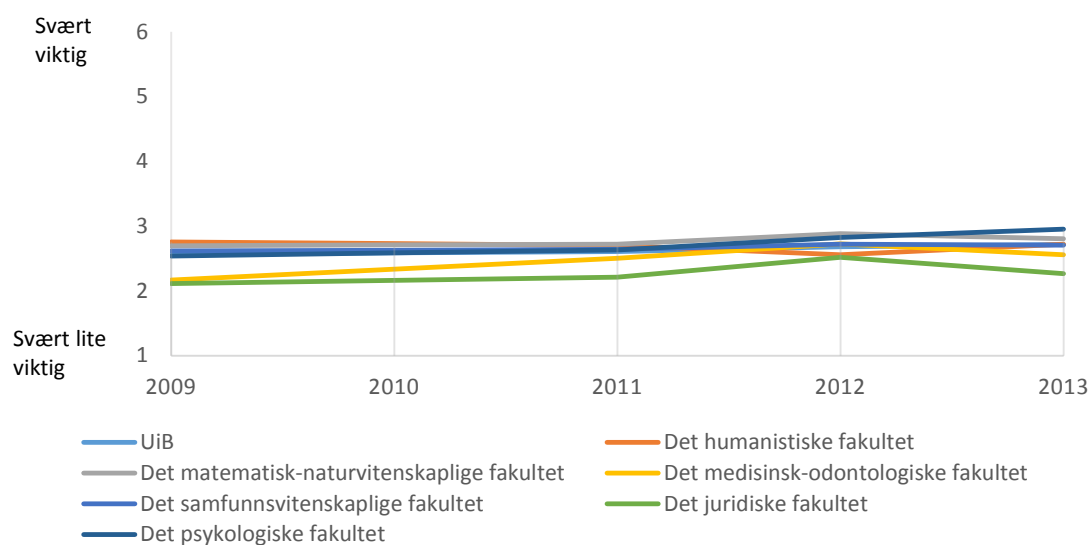
I tillegg til at studentene mener at brosjyren er lett å lese, opplever de også at den i noe grad gir svar på deres spørsmål om studiene ved UiB. I tidsserien varierer UiB sitt gjennomsnitt mellom 4.2 og 4.7. Som i grafen over (figur 26) øker variasjonen mellom fakultetene i 2013, og spesielt det samfunnsvitenskapelige fakultet har en nedgang. Hva som skyldes denne spredningen framgår ikke av tilgjengelig datamateriale.

Figur 28: Andel studenter som savnet noe i brosjyren «Studere ved UiB» - etter fakultet



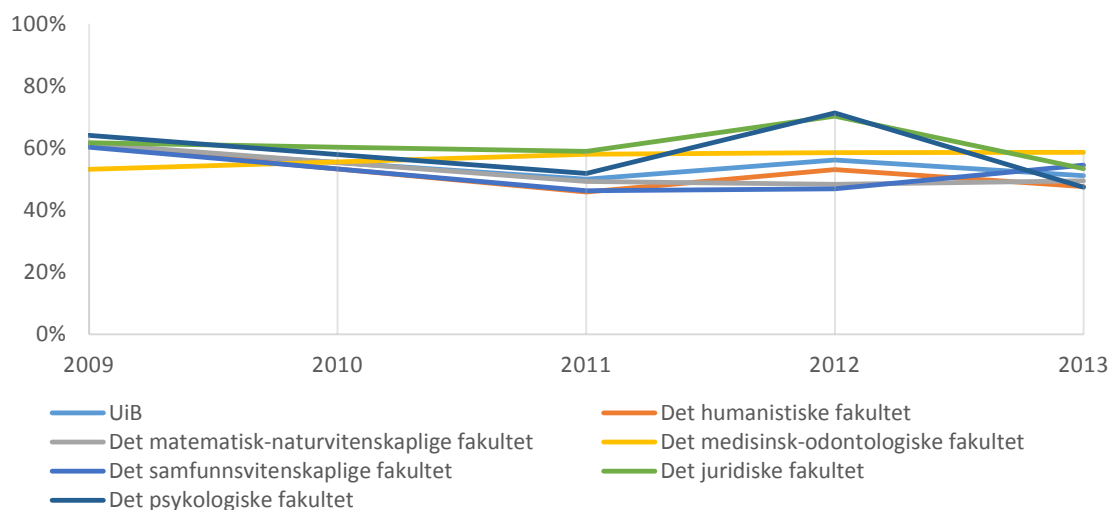
I tråd med at UiB sine studenter i noe grad mente at brosjyren gav svar på spørsmål om UiB, er det en relativt liten andel som savnet noe i brosjyren. For UiB som helhet er det stabilt rundt 10 prosent i tidsperioden som oppgir at de savnet noe i brosjyren.

Figur 29: Viktigheten av brosjyren «Studere ved UiB» ved søknad om opptak – etter fakultet



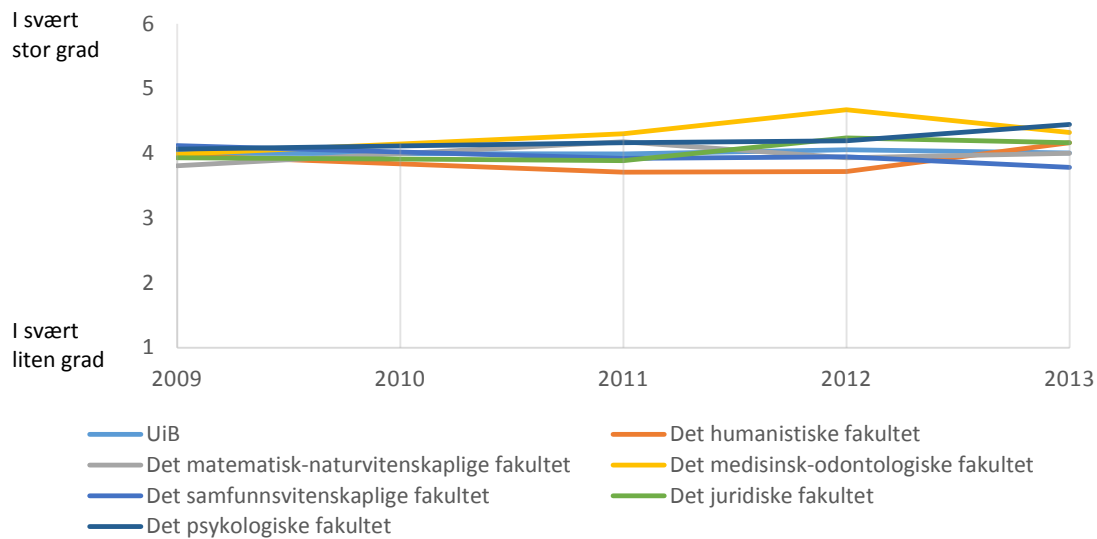
Selv om brosjyren får gode skussmål fra studentene var brosjyren lite viktig for studentene når de søkte opptak. UiB som helhet varierer mellom 2.6 og 2.7 i hele perioden. Det er små forskjeller mellom fakultetene. Det medisinsk-odontologiske fakultet og det juridiske fakultet skilte seg ut i 2009-2010 med noe lavere skår. I 2012 og 2013 har skåren til det medisinsk-odontologiske fakultet økt noe. Det juridiske fakultet hadde fortsatt en noe lavere skår i 2013 sammenliknet med de øvrige fakultetene, til tross for en liten økning i 2012.

Figur 30: Andel studenter som har lest UiBs foldere om studieprogram – etter fakultet



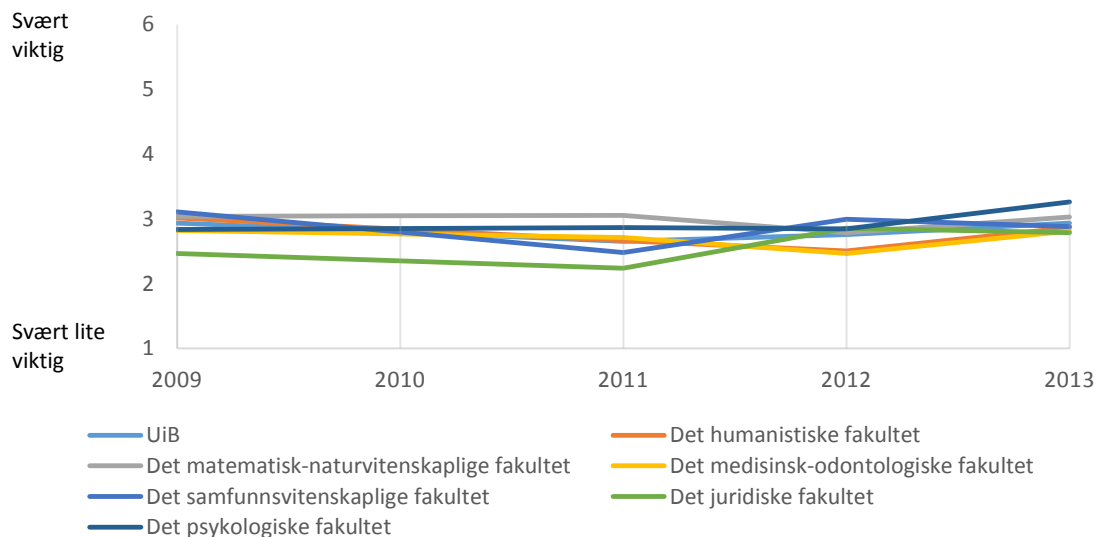
Mens lesertallet av UiBs studiebrosjyre økte i tidsperioden, er andelen av UiBs foldere om studieprogram redusert noe. Fra 2009-2013 har andelen sunket nærmere 10 prosentpoeng for UiB som helhet. Dette er en trend som gjelder for alle fakulteter sett bort fra det medisinsk-odontologisk fakultet, hvor en noe større andel leser folderne i 2013 enn i 2009. Den største nedgangen finner man ved det psykologiske fakultet.

Figur 31: I hvor stor grad gav folderen(e) svar på studentene sine spørsmål om studiet – etter fakultet



De som leste UiBs foldere om studieprogram mener at den i noe grad svarer på deres spørsmål om studiet. Det er liten variasjon i skåren til UiB som helhet i tidsperioden. Den varierer mellom 4.0 og 4.1. De fleste fakultet kan vise til samme stabilitet, sett bort i fra det medisinsk-odontologiske fakultet, og i noe grad det humanistiske fakultet. Førstnevnte har variert mellom 4.0 og 4.7 i tidsperioden. Sistnevnte mellom 3.7 og 4.2.

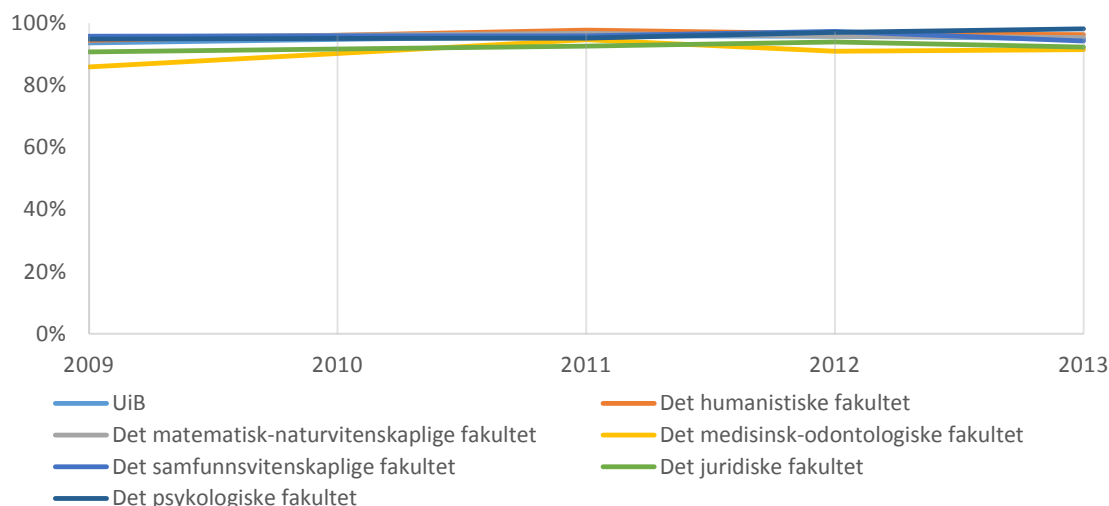
Figur 32: Viktigheten av folderen(e) ved søknad om opptak – etter fakultet



Heller ikke UiBs foldere om studieprogram utpeker seg som viktig for studentene da de søkte opptak. Foruten studentene ved det juridiske fakultet, som opplever den som viktigere i 2013 sammenlignet med 2009, er det liten forandring i skåren til fakultetene.

Forholdsvis mange leser UiBs brosjyrer og foldere, og studentene finner stort sett svar på det de lurer på. Likevel anser ikke studentene folderne som særlig viktig da de søkte opptak. Det er viktig å huske på at studentene i denne perioden er omgitt av informasjon og viktige studievalg. At folderne blir lest og i stor grad gir svar på det studentene lurer på, er kanskje like viktig.

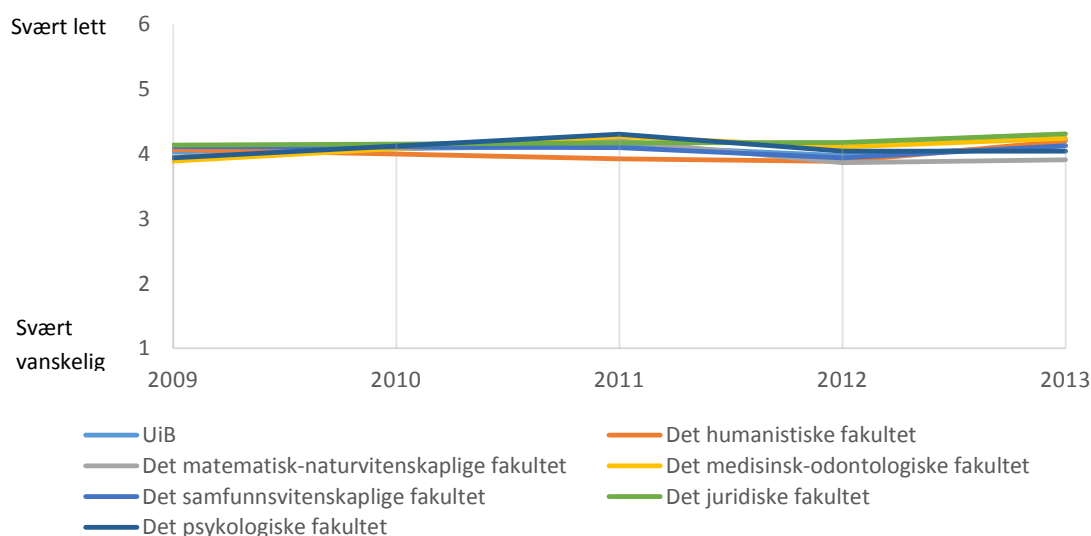
Figur 33: Andel studenter som var på uib.no for å finne informasjon før studiestart – etter fakultet



Vi har tidligere sett at de aller fleste studenter benytter internettsidene til UiB som informasjonskilde før de søker opptak. I tråd med dette er de aller fleste (over 95 prosent) innom UiB sine nettsider før studiestart. Disse resultatene gir et entydig bilde av hvor UiB i størst grad viderefremidler og kommuniserer informasjon studentene ettersøker.

Alle datapunkt i denne tidsserien er over 90 prosent, utenom ett. Ved det medisinsk-odontologisk fakultet i 2009 var 86 prosent innom nettsidene til UiB. Andelen til det medisinsk-odontologisk fakultet har siden ligget stabilt rundt 90-tallet. Psykologisk fakultet har den høyeste gjennomsnittsskåren i tidsperioden på 96,1 prosent. For UiB som helhet var andelen studenter som oppsøkte UiB.no på 95 prosent i hele tidsperioden.

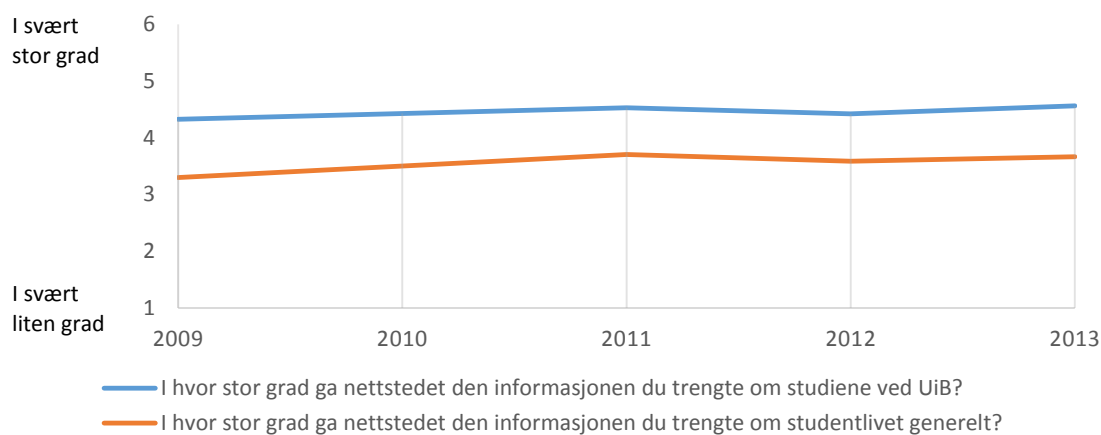
Figur 34: Studentene sin vurdering av hvor lett det var å finne fram på uib.no – etter fakultet



Studentene synes det er lett å finne fram på UiB sine hjemmesider. I februar 2009 lanserte UiB nye nettsider. Undersøkelsen fra 2009 baseres derfor på erfaringer fra de gamle hjemmesidene til UiB. Kanskje noe

overraskende påvirket ikke de nye nettsidene studentene sin oppgitte skår. Derimot er skåren for UiB som helhet stabil i gjennom tidsperioden – den varierer mellom 4.0 og 4.1. Det er liten forskjell mellom fakultetene, og forholdet mellom fakultetene er stabilt.

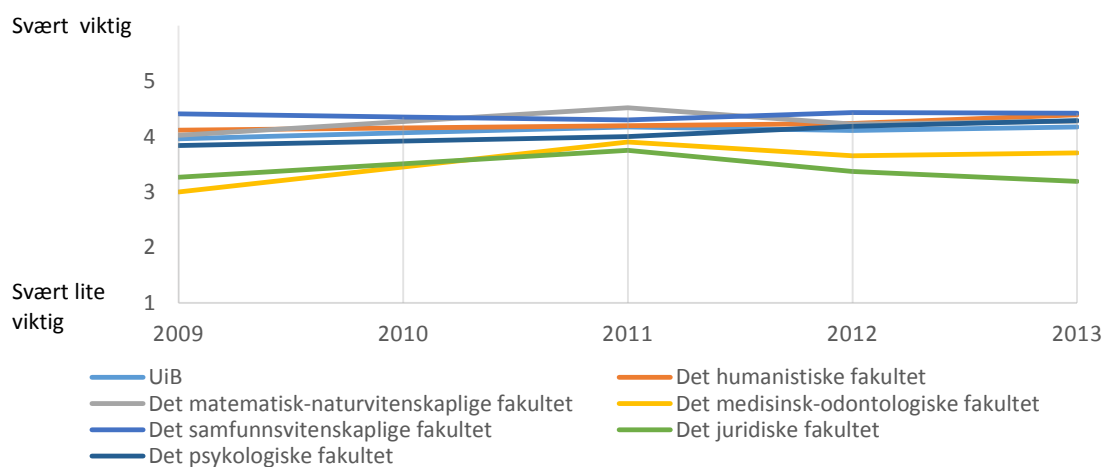
Figur 35: I hvor stor grad gav uib.no den informasjonen studentene trengte - UiB som helhet



Fordi det er liten variasjon mellom fakultetene presenterer figur 35 bare et gjennomsnitt for UiB som helhet. UiB sine hjemmesider gir i stor grad den informasjonen studentene trenger om studiene. Gjennomsnittet har økt fra 4.3 til 4.6 fra 2009 til 2013. Denne positive trenden finner vi også i spørsmålet om studentene finner det de trenger om studentlivet generelt, ettersom skåren har økt fra 3.3 til 3.7 i samme tidsperiode.

Figur 30 viser at studentene i større grad finner den informasjonen de trenger om studiene, enn informasjonen de trenger om studentlivet generelt. Det er naturlig at uib.no primært fokuserer på å videreformidle faglig informasjon til nåværende og potensielle studenter, men resultatene viser likevel at UiBs hjemmesider har forbedringspotensial til å informere om den utenomfaglige siden av studenttilværelsen. Kanskje spesielt med tanke på at forhold som er relevante for studenttilværelsen er nest viktigste årsak for valg av studiested (figur 5).

Figur 36: Viktigheten av nettstedet ved søknad om opptak – etter fakultet



UiBs hjemmesider er viktigere for studentene når man skal søke opptak enn brosjyrer og foldere. Det kan være to forklaringer til dette. En forklaring er at veldig mye av informasjonen finnes på ett sted, og informasjonen er

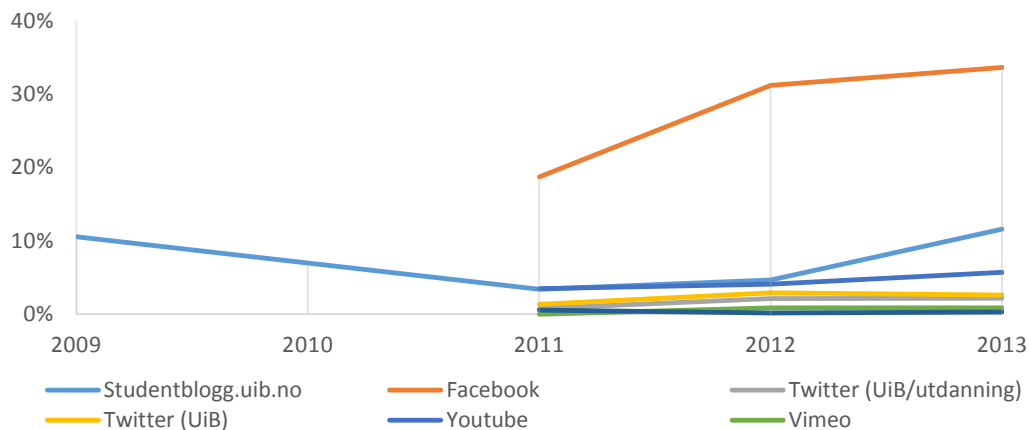
i mye større grad komplett. Brosjyrer og foldere inneholder vanligvis en begrenset mengde informasjon. Det andre er at UiB sine hjemmesider og Samordna opptak benytter samme plattform, som er web.

Fakultetene har noe variasjon over tid. Spesielt det medisinsk-odontologiske fakultet og det juridiske fakultet. I perioden 2009-2011 økte skåren til disse to fakultetene til henholdsvis 3.9 og 3.8. I perioden 2011-2013 falt skåren, spesielt for det juridiske fakultet som i 2013 hadde en skår på 3.2, noe som er lavere enn skåren på 3.3 i 2009. Ett lignende mønster gjelder også for det matematisk-naturvitenskaplige fakultet.

Det er også variasjon mellom fakultetene. Hjemmesidene har i store deler av tidsperioden vært minst viktig for jusstudentene. Også medisinsk-odontologisk fakultet har en skår som ligger under gjennomsnittet i hele perioden. Det matematisk-naturvitenskaplige fakultet og det humanistiske fakultet veksler om å ha den høyeste skåren.

WEBKANALER

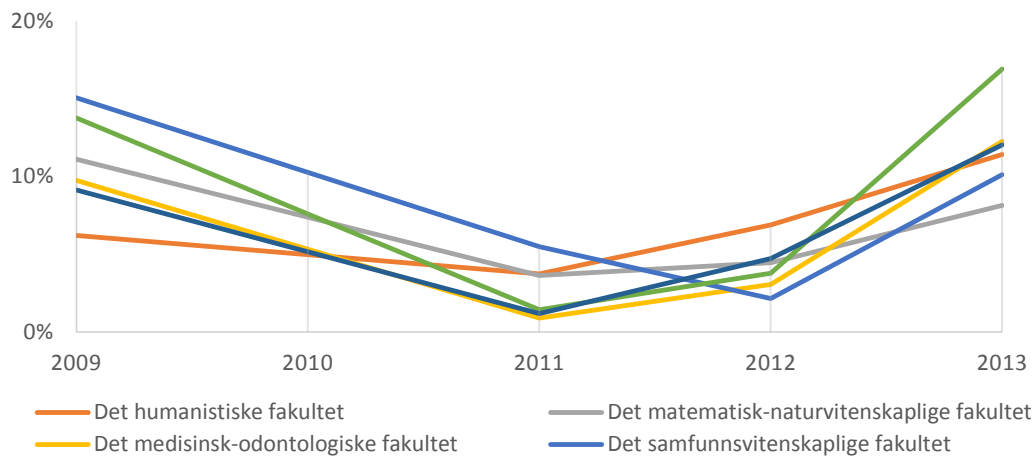
Figur 37: Andel studenter som oppsøkte UiB på webkanaler



UiB er tilgjengelig på forskjellige webkanaler. Undersøkelsen spør studentene om de har oppsøkt noen av disse. Studentblogg.uib.no er den eneste webkanalen i undersøkelsen som går tilbake til 2009. Facebook, Youtube, Twitter og Vimeo ble først spurt om i 2011.

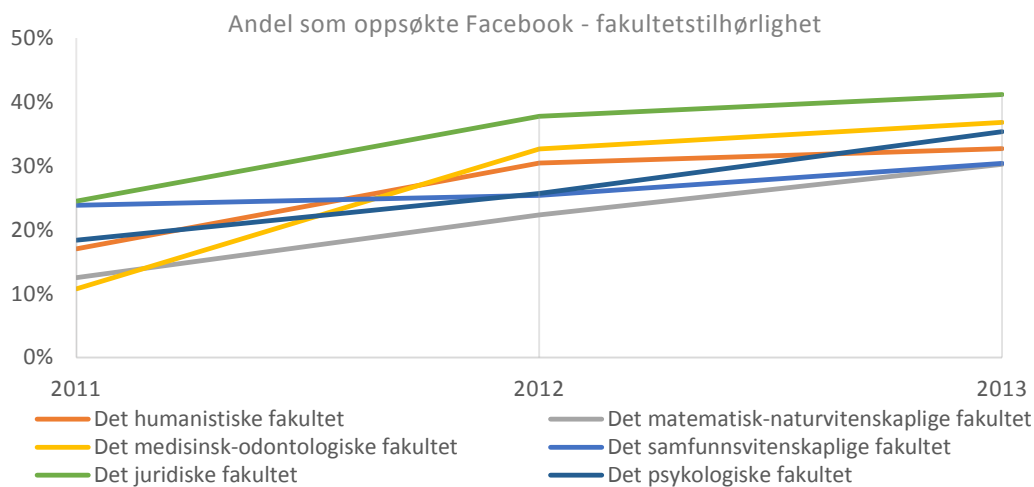
Facebook er den mest oppsøkte webkanalen. Siden 2011 har andelen som besøker UiB på Facebook økt fra 19 prosent til 34 prosent. Studentblogg.uib.no er den nest mest besøkte webkanalen i perioden 2011-2013. Etter en negativ trend i perioden 2009-2011 har andelen som oppsøker studentblogg.uib.no økt til 12 prosent i 2013. Twitter(UiB) og Twitter (UiB/utdanning) er fra 2011 til 2013 stabile på 2 prosent. Det er viktig å være forsiktig med å legge sammen de to andelene til Twitter-kontoene. Som diskutert og erfart ovenfor er erindringsfeil en utfordring i slike undersøkelser. Det gir grunn til å tro at mange studenter ikke klarer/vet å skille kontoene fra hverandre.

Figur 38: Andel studenter som oppsøkte studentblogg.uib.no - etter fakultet



Figur 38 viser studenter som oppsøkte studentblogg.uib.no etter fakultet. Fakultetene hadde en nedadgående trend frem til 2011, før utviklingen ble positiv i årene 2012 og 2013. Selv om trendlinjene for hvert fakultet ikke varierer stort, er det noe variasjon mellom fakultetene. Blant annet har studenter ved det juridiske fakultet vært blant de som i størst grad oppsøkte studentbloggen. Studenter ved det samfunnsvitenskapelige fakultet skiller seg ut med de høyeste andelen i perioden 2009 til 2011.

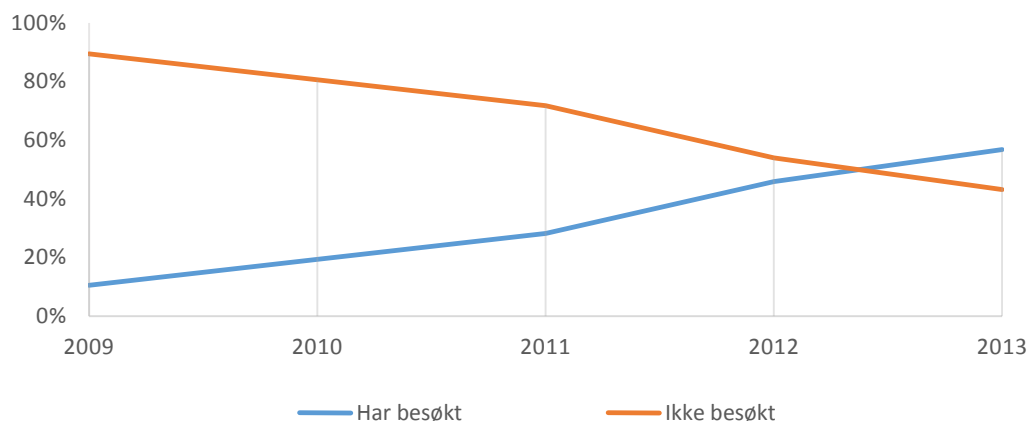
Figur 39: Andel studenter som oppsøkte Facebook - etter fakultet



Alle fakultet hadde en oppadgående trend i andelen som oppsøkte UiB på Facebook i 2011-2013. Andelen økte mest for det medisinsk-odontologiske fakultet som gikk fra 11 prosent i 2011 til 37 prosent i 2013. Likevel er det jusstudentene som har hatt den høyeste andel i hele tidsperioden. 41 prosent av jusstudentene som oppsøkte UiBs webkanaler i 2013 oppsøkte UiBs Facebook. Det matematisk-odontologiske fakultet har i to av tre år hatt den laveste andelen.

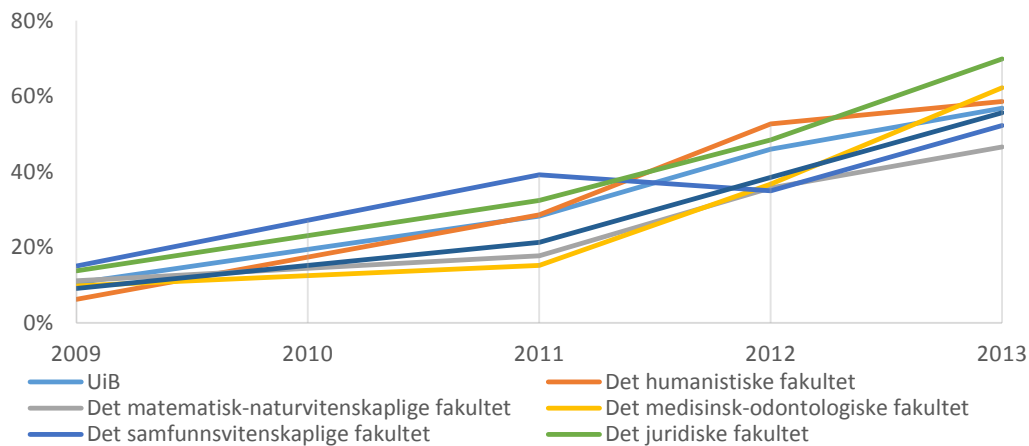
Det mest interessante de tre foregående figurene er at flere og flere oppsøker UiB på webkanaler. Dette kommer tydeligere fram i figur 40 (under).

Figur 40: Andel som oppgir at de har, eller ikke har besøkt en av webkanalene



2013 var første gang det var flere som oppsøkte en av UiB sine webkanaler enn de som ikke gjorde det. Siden 2009 har andelen økt fra 11 prosent til 57 prosent. Det er noen usikkerhetsmomenter med disse tallene. Det er ukjent for ideas2evidence når UiB ble aktiv på forskjellige webkanaler. Med det forbeholdet, det kan være at den reelle andelen i 2009 og 2010 som oppsøkte webkanalene er høyere enn hva som framgår av datagrunnlaget, siden flere kategorier ikke var inkludert før i 2011. Når det er sagt er det liten grunn til å tvile på at den oppadgående trenden i bruk av UiB sine webkanaler er reell. Det er en observasjon som sammenfaller og understøttes av andre deler av datagrunnlaget i denne undersøkelsen, og medievaneundersøkelser for øvrig.

Figur 41: Andel studenter som oppgir at de har oppsøkt en av webkanalene - etter fakultet



Den økende andelen som oppsøker webkanaler gjelder alle fakulteter. I 2009 varierte andelen mellom 6.2 prosent og 15.1 prosent. I 2013 varierte andelen mellom 47 prosent og 70 prosent. Det matematisk-naturvitenskaplige fakultet har økt minst med 35 prosentpoeng, fra 11 prosent til 46 prosent. Det juridiske fakultet har økt mest med 56 prosentpoeng, fra 14 prosent til 70 prosent. Andelen ved det matematisk-naturvitenskaplige fakultet er den laveste i 2013, mens det juridiske fakultet har den høyeste andelen.

OPPSUMMERING

Den sentrale tematikken for denne rapporten er spørsmål knyttet til årsaker for valg av studie, hvorfor man har valgt å studere ved UiB, hvilke informasjonskilder man har tatt i bruk i den sammenheng, samt en vurdering av nytten til disse informasjonskildene.

Det viser seg at majoriteten av studentene bestemmer seg for studie i løpet av det siste året, eller i løpet av videregående. Følgende fakultet skiller seg ut:

- Studenter på medisinsk-odontologisk fakultet og juridiske studenter bestemmer seg tidligere for studie enn andre studenter.
- Andelen psykologistudenter som bestemmer seg for studie rett før de skal søke er sterkt økende siden 2011.

Videre viser det seg at fagtilbud/studie er den viktigste årsaken for valg av UiB som studiested. Juridisk fakultet skiller seg ut:

- Juridiske studenter den høyeste andelen som oppgir fagtilbud og studentmiljø som viktige årsaker.
- Juridiske studenter har også den laveste andelen som oppgir at venner/kjæreste og nærhet til hjemsted er viktig for valg av UiB som studiested.

Utdanningsmesser viser seg å være lite viktig for studentene ved valg av utdanning. Til tross for at tilbudet om utdanningsmesser blir mer og mer benyttet av studentene. Også orienteringsmøter blir mer og mer benyttet av studentene. I 2013 hadde alle fakultet en betydelig økning i andel studenter som deltok på orienteringsmøte. Det samfunnsvitenskapelige fakultet har den største økningen fra 18 prosent til 39 prosent. Likevel opplever ikke studentene orienteringsmøtene som viktig for valg av utdanning.

UiB når også ut til potensielle studenter ved hjelp av annonser. Totalt har under halvparten av studentene lagt merke til reklamer fra UiB. Utviklingen til de forskjellige arenaene er forskjellig:

- Over 60 prosent av de som har sett reklame for UiB oppgir at de har sett reklame på Facebook. Denne andelen har økt betydelig gjennom hele tidsperioden.
- Annonser på Facebook treffer i størst grad studenter fra det humanistiske fakultet (71 prosent).
- Andelen som har sett annonser i aviser og på buss er nedadgående, og er i 2013 på henholdsvis 26 prosent og 4 prosent.

Samtidig som annonser på Facebook blir mer og mer lagt merke til, oppgir en økende majoritet at de bruker nettsider som informasjonskilde før de søkte UiB. Studiebrosjyrer er den nest mest oppsøkte informasjonskilden, men den blir ikke regnet som viktig av studentene da de søkte opptak. Sosiale medier blir betydelig mindre brukt som informasjonskilde.

UiB sin hjemmeside er en veldig viktig informasjonskilde for studentene:

- Mer eller mindre alle studenter var på UiB.no for å finne informasjon før studiestart.
- Studentene synes det er lett å finne frem på UiB.no
- UiB.no gir i stor grad informasjonen studentene trenger om studiene, men er mer mangelfulle med hensyn til informasjon studentene trenger om studentlivet generelt.

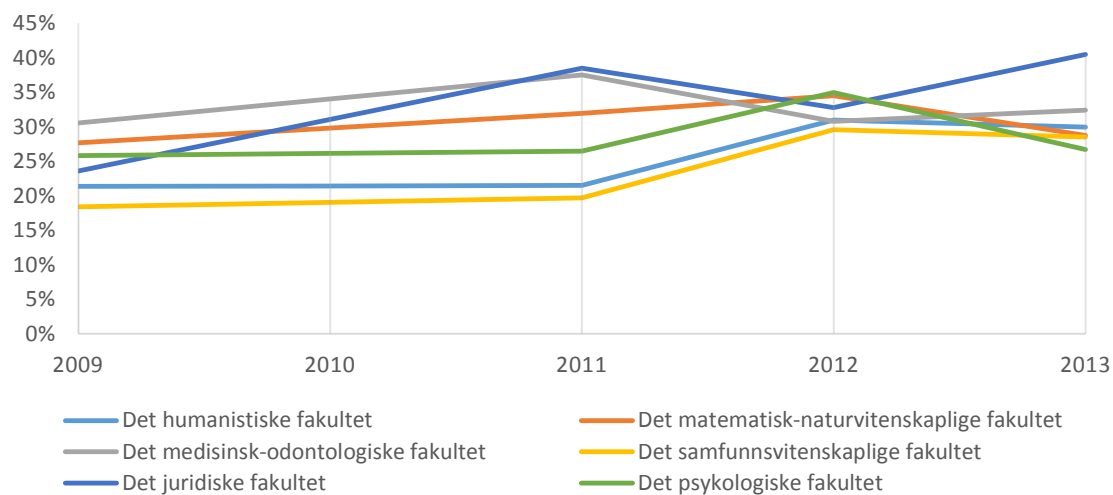
- Det er variasjon mellom fakulteter, men alt i alt vurderes UiB.no som viktig ved søknad om opptak

Sammenlignet med sosiale medier tilbyr UiBs hjemmesider og andre nettsider mer helhetlig informasjon. Sosiale medier er i større grad benyttet til å spre informasjon ved å vise til originalkilder. Trolig er dette en del av forklaringen til at UiB sine hjemmesider står fram som studentene sin viktigste informasjonskilde, til tross for at UiB mer og mer oppsøkes på sosiale medier.

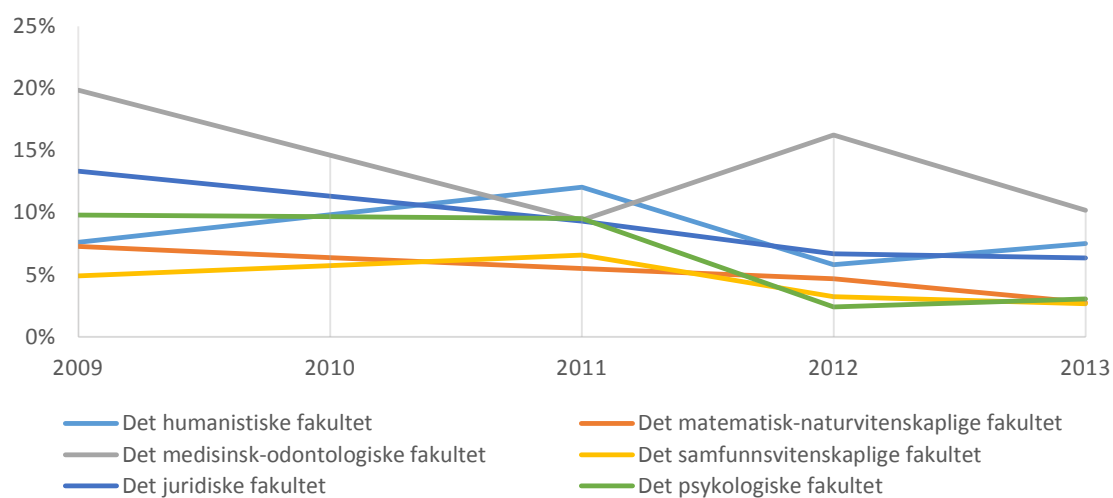
Foruten hjemmesiden er UiB også tilstede på forskjellige webkanaler, hvorav Facebook er den studentene oppsøker klart mest. UiB er betydelig mindre oppsøkt på kanaler som Twitter, Vimeo og Youtube. Flere og flere studenter oppsøker UiB på webkanaler:

- 2013 var første året det var flere som oppsøkte UiB på webkanaler enn de som ikke gjorde det.
- Den økende andelen som oppsøker webkanaler gjelder for studenter ved alle fakultet, men juridiske studenter skiller seg ut med den høyeste andelen.
- Differansen i prosentpoeng mellom juridiske studenter og studenter ved det matematisk-naturvitenskaplige fakultet, som har den laveste andelen, er hele 24 poeng.

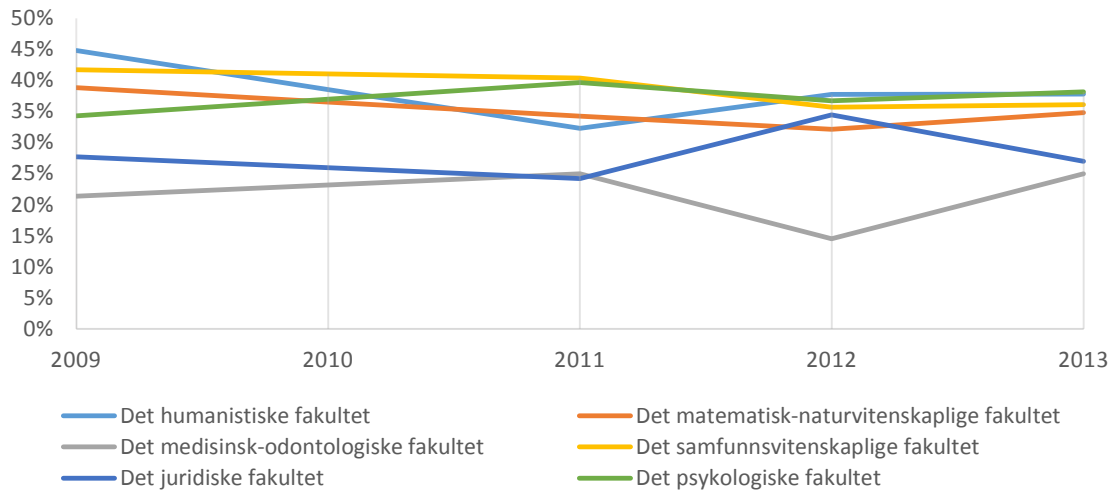
Figur 42: Andel som bestemte seg for utdanning på videregående – etter fakultet



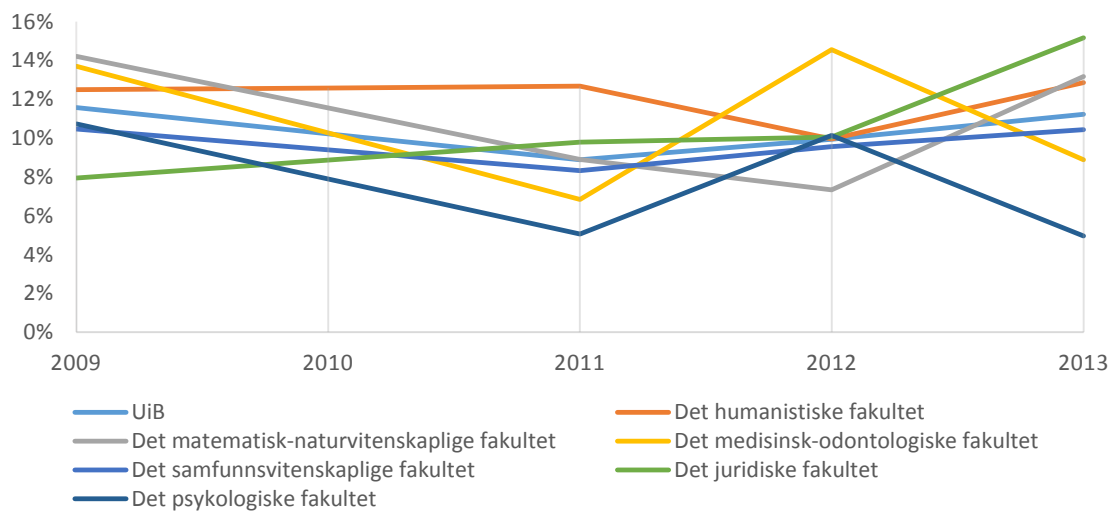
Figur 43: Andel som for flere år siden bestemte seg for utdanning – etter fakultet



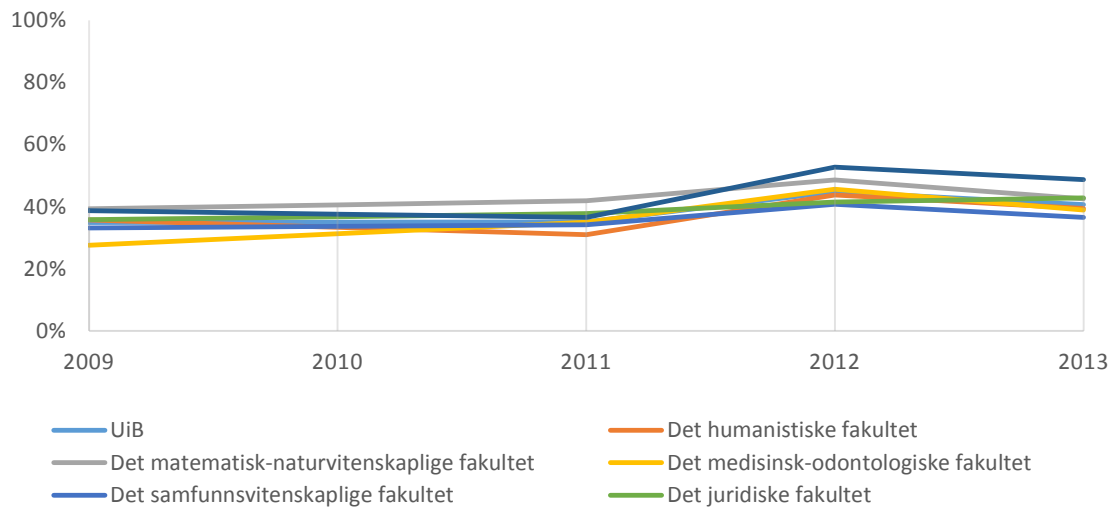
Figur 44: Andel som bestemte seg i løpet av det siste året for utdanning – etter fakultet



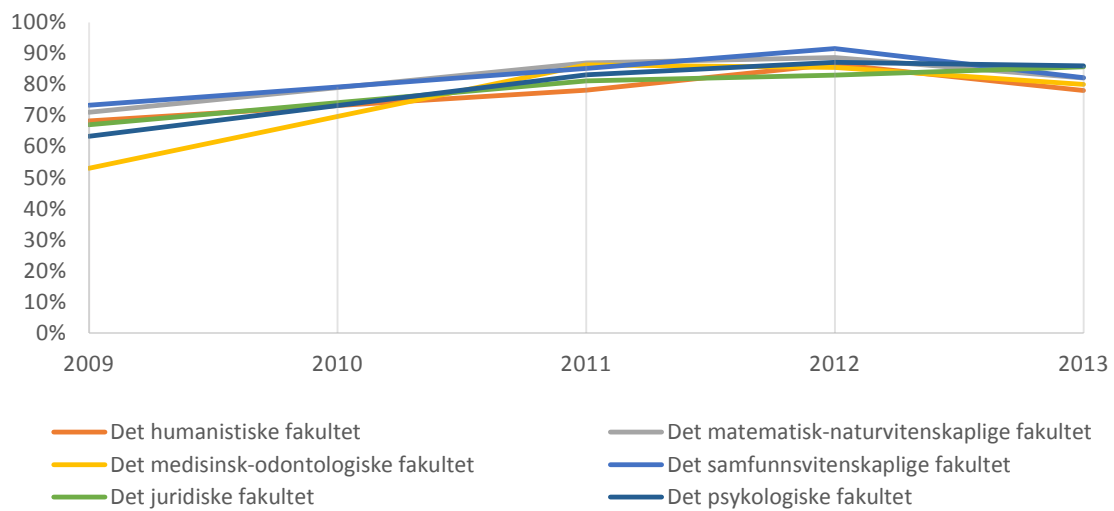
Figur 45: Andel som sier "annet" er viktig for valg av UiB som studiested - etter fakultet



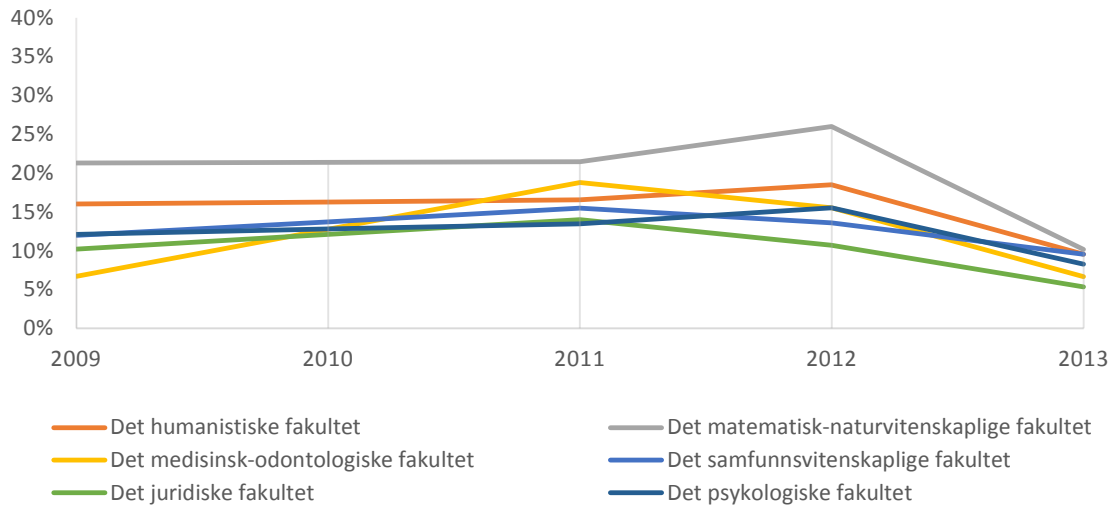
Figur 46: Andel studenter som benyttet brosjyrer som informasjonskilde før søknad - etter fakultet



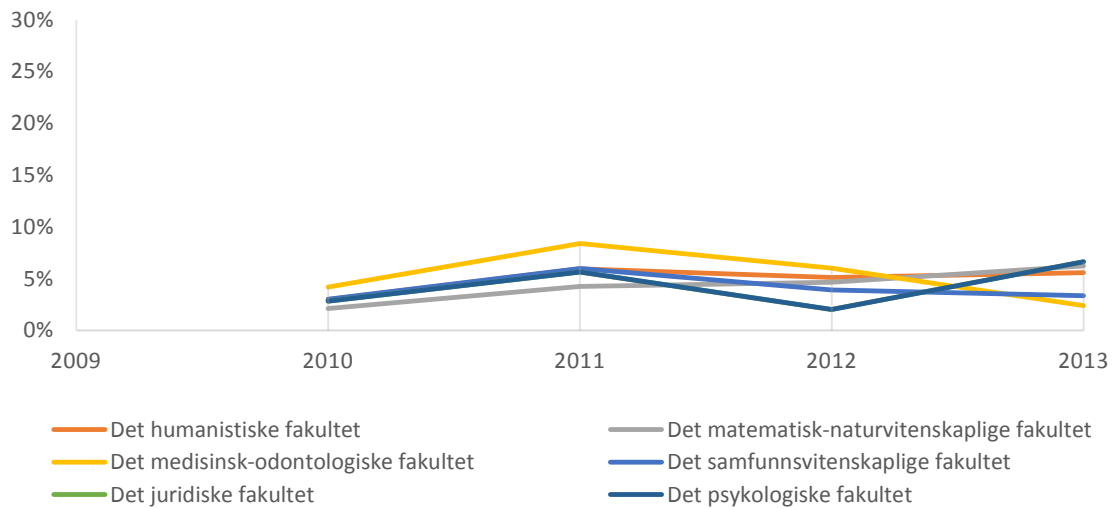
Figur 47: Andel studenter som benyttet nettsider som informasjonskilde før søknad – etter fakultet



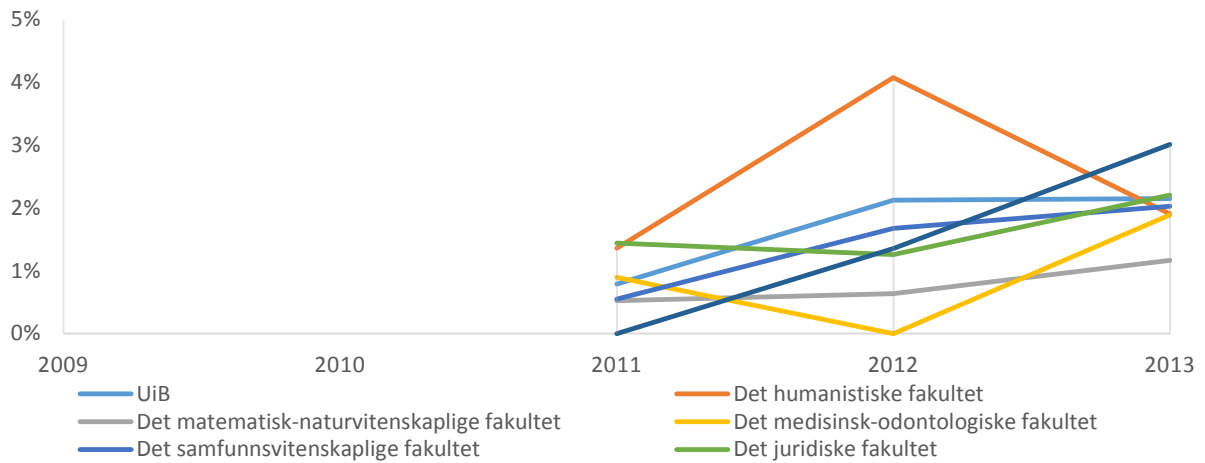
Figur 48: Andel studenter som benyttet dialog med UiB-ansatte som informasjonskilde før søknad - etter fakultet



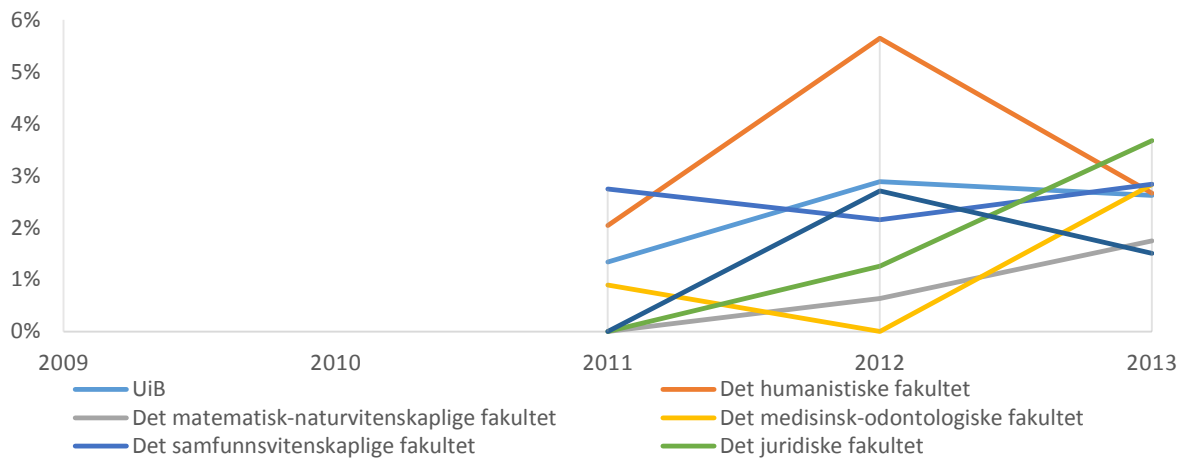
Figur 49: Andel studenter som benyttet besøk ved UiB som informasjonskilde før søknad - etter fakultet



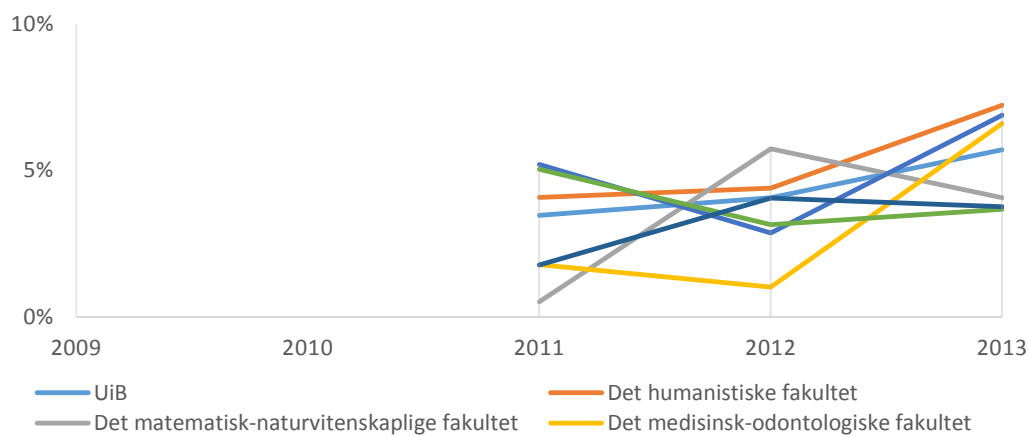
Figur 50: Andel studenter som oppsøkte Twitter (UiB - Utdanning) - etter fakultet



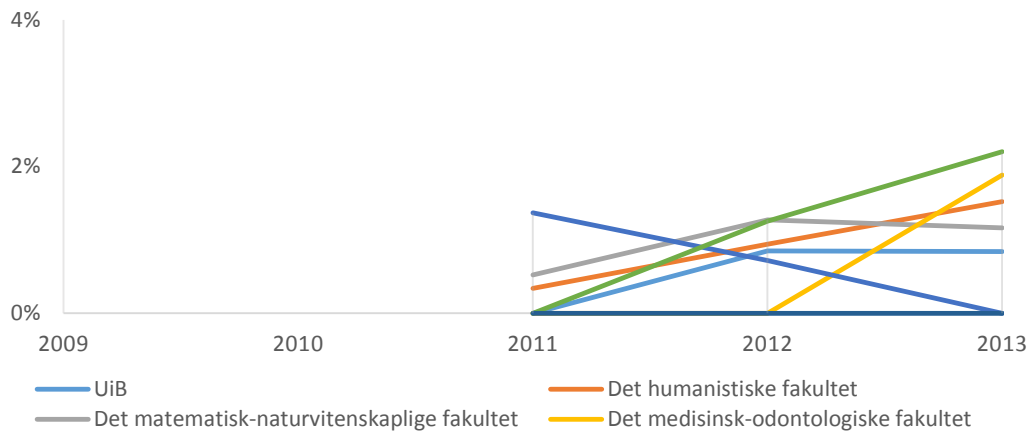
Figur 51: Andel studenter som oppsøkte Twitter (UiB) - etter fakultet



Figur 52: Andel studenter som oppsøkte UiB på Youtube - etter utdanning



Figur 53: Andel studenter som oppsøkte UiB på Vimeo - etter fakultet



Figur 54: Andel studenter som oppsøkte UiB på Flickr - etter fakultet

