

# **Undersökning av interna kommunikationen vid Yrkeshögskolan Novia Raseborg**

Linus Pakalen

Emil Karlsson

Examensarbete för Tradenom-examen

Utbildningsprogrammet för informationsbehandling

Raseborg 2014



## Innehållsförteckning

1 Inledning.....	1
1.1 Uppdragsgivare .....	2
1.2 Syfte och målsättning.....	2
1.3 Målgrupp.....	2
1.4 Avgränsning.....	2
1.5 Definitioner .....	3
2 Forskningsmetod.....	3
2.1 Kvantitativ undersökningsmetod .....	6
2.1.1 Enkäter .....	9
2.2 Kvalitativ undersökningsmetod.....	11
2.2.1 Kvalitativ forskningsintervju.....	12
2.2.2 Undersökningsspersoner .....	14
2.2.3 Intervjuguide .....	14
3 Informationskanaler.....	16
3.1 Informationskanaler i Yrkeshögskolan Novia Raseborg.....	18
3.1.1 Intranät i Yrkeshögskolan Novia Raseborg.....	19
3.1.2 E-post på intranät.....	19
3.1.3 Info TV .....	19
3.1.4 Veckobladet på intranät (Campus Raseborg).....	20
3.1.5 Aktuellt från IT på intranät (Campus Raseborg).....	20
3.1.6 Anslagstavlor .....	20
3.1.7 WinhaWille annonstavla .....	20
3.1.8 Android app.....	20
3.1.9 Noviums veckomail .....	21
3.1.10 Novia Raseborg på Facebook .....	21
3.1.11 Onsdagsinfo.....	21
3.1.12 Mötesprotokoll.....	21
4 Materialredovisning .....	22
4.1 Resultat från intervjuerna .....	22
4.2 Resultat från studerandeenkäterna .....	29
4.2.1 Intranät .....	30
4.2.2 E-post på intranät .....	31

4.2.3 Info TV.....	31
4.2.4 Veckobladet på intranät .....	32
4.2.5 Aktuellt från IT på intranät .....	33
4.2.6 Anslagstavlor.....	33
4.2.7 WinhaWille annonstavla.....	34
4.2.8 Android app .....	34
4.2.9 Noviums veckomail.....	35
4.2.10 Novia Raseborg på Facebook.....	36
4.3 Resultat från personalenkäterna .....	37
4.3.1 Intranät .....	38
4.3.2 E-post på intranät .....	38
4.3.3 Info TV.....	39
4.3.4 Veckobladet på intranät .....	40
4.3.5 Aktuellt från IT på intranät .....	40
4.3.6 Anslagstavlor.....	41
4.3.7 Android app .....	41
4.3.8 Novia Raseborg på Facebook.....	42
4.3.9 Mötesprotokoll .....	42
4.3.10 Onsdagsinfo .....	43
4.4 Slutsatser av enkätundersökningen och de öppna frågorna .....	44
4.5 Slutsatser av intervjuerna .....	46
5 Avslutning.....	47
Källförteckning .....	49
Figurförteckning .....	50

## **EXAMENSARBETE**

Författare: Linus Pakalén & Emil Karlsson

Utbildningsprogram: Informationsbehandling

Handledare: Tomas Hammar

Titel: Undersökning av interna kommunikationen vid Yrkeshögskolan Novia Raseborg

---

Datum: 29.4.2014

Sidantal: 50

Bilagor: 0

---

### **Abstrakt**

Examensarbetet har gjorts på uppdrag från enhetsassistenten i Yrkeshögskolan Novia Raseborg. Vårt uppdrag går ut på att göra en undersökning av skolans informationskanaler för att få reda på hur mycket de olika kanalerna är i användning och för att ta reda på personalens och studerandes åsikter om informationskanalerna och skolans interna kommunikation.

Vi har använt en kvalitativ och en kvantitativ forskningsmetod för att få ett brett forskningsresultat. För den kvantitativa datainsamlingen använde vi oss av en enkätutdelning som vi delade ut för hand till samtliga i skolan, studerande och personal. Den kvalitativa undersökningen gjordes med hjälp av halvstrukturerade intervjuer för fyra stycken utvalda, tre stycken från personalen och en studerande.

Med hjälp av vår enkätundersökning och intervjuerna har vi fått statistik över hur mycket de olika informationskanalerna används och en bättre insikt i hur elever och personal tycker att den interna kommunikationen fungerar.

I framtiden kan resultatet från denna undersökning användas för att förbättra den interna kommunikationen i Yrkeshögskolan Novia Raseborg.

---

Språk: Svenska

Nyckelord: Enkät undersökning, intervju, informationskanal,

intern

kommunikation

---

## **BACHELOR'S THESIS**

Authors: Linus Pakalén & Emil Karlsson

Degree Programme: Business Information Technology

Supervisor: Tomas Hammar

Title: Analysis of the Internal Communication at Novia University of Applied Sciences in Raseborg / Undersökning av interna kommunikationen vid Yrkeshögskolan Novia Raseborg

---

Date: 29 April 2014

Pages: 50

Appendices: 0

---

### **Abstract**

This thesis was done commissioned by the dean assistant at Novia University of Applied Sciences in Raseborg. Our assignment was to examine the different information channels at Novia, Campus Raseborg, investigate to what extent they are used and also survey the students' and personnel's opinions on the internal communication.

We have utilized both a qualitative and a quantitative research method in order to achieve a broad result. The quantitative data collection was done through a survey that was handed out to the students and the personnel. The qualitative part was done in the form of structured interviews with four selected persons, three employed and one student.

The survey and the interviews have provided statistics for determining how actively the information channels are used as well as given an insight into how the internal communication is working according to the students and personnel.

The results from this thesis can be used to improve the internal communication at Novia Raseborg in the future.

---

Language: Swedish

Keywords: Survey, interview, information channel, internal communication

---



## 1 Inledning

I detta arbete kommer vi att göra en kvalitativ och kvantitativ undersökning av Yrkeshögskolan Novia Raseborgs interna informationskanaler. För tillfället finns det många informationskanaler men skolan saknar statistik över hur mycket de olika informationskanalerna används. Det krävs mycket resurser av skolan att hålla igång dessa informationskanaler, med hjälp av vår kvantitativa och kvalitativa analys kommer skolan att kunna avgöra vilka kanaler som eventuellt kan avskaffas och vilka kanaler som kanske kan användas mera.

I stora företag och organisationer har informationsflödet mellan organisationens anställda och intressenter alltid varit viktiga, men ofta uppstår det problem med att få ut information till personer och grupper på ett effektivt sätt. Det finns många olika medel att föra fram information till målgrupper och använder man för många informationskanaler för att föra fram sin information i hopp om att så många som möjligt ska nås så kan det leda till oönskade resultat. Får man för mycket information finns det risk för att personen i fråga tappar intresset eftersom det blir svårt att hitta den relevanta informationen för en själv, eller om informationen är utspridd på olika kanaler kanske målgruppen inte är medveten om all den information som finns tillgänglig p.g.a. de inte har tid eller ork att söka igenom alla de kanaler som används.

Undersökningen kommer att utföras med hjälp av en kvantitativ metod där vi kommer att använda enkäter för datainsamling där målet är att få reda på vilka informationskanaler de känner till och använder och hur ofta de används, samt vilka kanaler som de inte känner till. Vi kommer också att utföra en kvalitativ undersökning med halvstrukturerade intervjuer med studerande och lärare.

## 1.1 Uppdragsgivare

Vår uppdragsgivare är Heidi Barman-Geust som är enhetsassistent i Yrkeshögskolan Novia Raseborg.

## 1.2 Syfte och målsättning

Vi kommer att göra en kvalitativ och kvantitativ undersökning av Yrkeshögskolan Novia Raseborgs informationskanaler med hjälp av enkäter och halvstrukturerade intervjuer. Resultatet från enkäterna kommer att dokumenteras som statistik i form av olika diagram och tabeller.

Syftet med vår undersökning är att få en bättre överblick av hur mycket skolans informationskanaler används och med hjälp av vår undersökning kunna förbättra den interna kommunikationen.

Målet är att kunna presentera ett resultat från våra intervjuer och enkätundersökningar med studerandens och lärares åsikter om informationskanalerna i skolan, samt statistik som vi samlat in via enkäterna.

## 1.3 Målgrupp

Målgruppen för vårt resultat är de som ansvarar för den interna informationen i Yrkeshögskolan Novia Raseborg. Målgruppen för vår undersökning är studeranden och lärare i skolan.

## 1.4 Avgränsning

Denna undersökning kommer att utföras endast inom Yrkeshögskolan Novia Raseborg, ingen annan del av Yrkeshögskolan Novia kommer att vara involverad i undersökningen. Undersökningen kommer att begränsas till den interna informationen och kommunikationen.

## 1.5 Definitioner

### *Surveyundersökning*

En Surveyundersökning är datainsamling med hjälp av t.ex. enkäter. Surveyundersökningar kan utföras både muntligt och skriftligt och utförs oftast kvantitativt.

### *Deduktiv*

Härleda, bevisa

### *Ytvaliditet*

I boken Företagsekonomiska forskningsmetoder definierar Bryman och Bell ytvaliditet på följande sätt: "En forskare sin utvecklar ett nytt mål vill också kunna visa att *ytvaliditeten* är tillräckligt hög, d.v.s., att måttet verkar kunna spegla innehållet i det begrepp som är aktuellt."

## 2 Forskningsmetod

Vid val av metod för vår undersökning bekantade vi oss med två stycken forskningsmetoder, den kvalitativa och den kvantitativa undersökningsmetoden. I vårt arbete kommer vi att använda oss av de båda forskningsmetoderna.

Informationen som vi samlar in för vår undersökning sker via enkäter som innehåller öppna och fasta frågor och genom halvstrukturerade intervjuer som bandas in. Enkäterna delar vi ut till samtliga personer i skolan, studeranden och personal. Intervjuerna görs åt studerande och lärare som vi personligen har valt ut. Utdelningen av enkäterna gör vi för hand, eftersom det i allmänhet inte fungera så bra att skicka enkäter via e-post eller som elektroniskt formulär då de ofta kan bli oläst i inkorgen eller direkt tas bort för att det helt enkelt inte ligger i personens intresse att svara på dem.

Skillnaden mellan den kvalitativa och den kvantitativa forskningsmetoden är att den kvalitativa har ett mindre antal undersökningspersoner och är oftast grundat på

intervjuer som använder en frågeguide för botten för samtalet. Kvalitativa forskningsresultat kan inte användas i statistik som t.ex. en tillfrågad grups åsikter om något. (Erikson, 2008 s. 147).

Nedan finns en tabell på utmärkande drag för en kvalitativ och kvantitativ metod och skillnaderna mellan dem. (Magne Holme & Krohn Solvang 1997 s.78)

*Tabell 1. Skillnader mellan kvalitativa och kvantitativa metoder.*

<b>Kvantitativa metoder</b>	<b>Kvalitativa metoder</b>
1. Precision: forskaren eftersträvar en maximalt god avspiegling av den kvantitativa variationen.	1. Följsamhet: forskaren eftersträvar bästa möjliga återgivning av den kvalitativa variationen.
2. Ringa information om många undersökningsenheter; går på bredden.	2. Riklig information om få undersökningsenheter; går i djupet
3. Systematiska och strukturerade observationer, t ex enkät med fasta svarsalternativ.	3. Osystematiska och ostrukturerade observationer, t ex djupintervju eller intervjumall utan fasta frågor eller svarsalternativ.
4. Man intresserar sig för det gemensamma, det genomsnittliga eller representativa.	4. Man intresserar sig för det säregna, det unika eller det eventuellt avvikande.
5. Avstånd till det levande: insamlingen av informationen sker under betingelser som skiljer sig från den verklighet man vill undersöka.	5. Närhet till det levande: insamlingen av information sker under betingelser som ligger nära den verklighet man vill undersöka.
6. Man intresserar sig för åtskilda variabler.	6. Man intresserar sig för sammanhang och strukturer.
7. Beskrivning och förklaring.	7. Beskrivning och förståelse.
8. Åskådare eller manipulatör: forskaren iakttar fenomenet utifrån	8. Deltagare eller aktör: forskaren observerar fenomenet inifrån. Han vet om

och strävar efter en roll som observatör. Variationen för variabler kan manipuleras fram.

9. Jag-det-relationen mellan forskaren och den undersökte.

att han påverkar resultatet genom det faktum att han är närvarande. Han kan även delta som aktör.

9. Jag-du-relationen mellan forskaren och den undersökte.

Magne Holme & Krohn Solvang betonar att den här tabellen är en idealiserad bild av två huvudsakliga metoder, det är inte nödvändigt att uppfylla alla kriterier för att din kvalitativa eller kvantitativa forskning skall vara giltig.

Bryman & Bell (2003 s.322) har i boken *Företagsekonomiska forskningsmetoder* en kortfattad och tydlig modell på skillnaderna mellan kvantitativ och kvalitativ forskning.

*Tabell 2. Skillnader mellan kvalitativa och kvantitativa metoder.*

<b>Kvantitativ</b>	<b>Kvalitativ</b>
Siffror	Ord
Forskarens uppfattning	Deltagarnas uppfattning
Distans	Närhet
Teoriövning	Teorigenerering
Statistik	Processinriktad
Strukturerad	Ostrukturerad
Generalisering	Kontextuell förståelse
"Hårda", reliabla data	Rika och fylliga data
Makroinriktning	Mikroinriktning
Beteende	Mening
Konstlade miljöer	Naturliga miljöer

## 2.1 Kvantitativ undersökningsmetod

Den kvantitativa undersökningsmetoden riktar sig mot en större grupp där frågorna ställs till samtliga personer i gruppen eller en specifik del av en grupp. Undersökningar kan utföras via post, telefon, utdelning, intranät/internet eller enkäter. Frågorna i en kvantitativ undersökning är fasta frågor så att svarsresultaten senare kan bearbetas som statistik. En vanlig användning av kvantitativ undersökning är opinionsmätningar om något specifikt. (Erikson, 2008 s. 147-148).

När det är frågan om en undersökning där det berör hundratals personer så har vi valt att göra en kvantitativ undersökning med hjälp av enkäter eftersom vi anser att det är det effektivaste sättet att få information från en stor grupp. Vi har också valt att dela ut enkäterna personligen för att få grupperna mera intresserade av att fylla i enkäterna och lämna in dem för att få ett så högt svarsresultat som möjligt från vår undersökning. Man strävar till att ha en hög svarsprocent för att få ett så pålitligt resultat som möjligt.

Mangione har i boken *Mail Surveys: Improving the Quality* en kategorisering av besvarade enkäter enligt svarsprocent: (Bryman & Bell 2003a, s. 164).

Tabell 3. Kategorisering av enkäternas svarsprocent.

Över 85 procent	utmärkt
70-85 procent	bra
60-70 procent	acceptabelt
50-60 procent	knappt godkänt
Under 50 procent	oacceptabelt

I den nedanstående figuren beskriver Bryman och Bell de huvudsakliga stegen i en kvantitativ undersökning. Modellen beskriver processen i teorin, den utförs sällan till punkt och pricka, men det är en bra utgångspunkt för att ta itu med de viktigaste delarna i denna metod och få en överblick av processen. Forskningen följs sällan exakt så som figuren visar. (Bryman & Bell 2003b, s. 86).

Tabell 4. Processen för en kvantitativ undersökning.

1. Teori
- ↓
2. Hypotes
- ↓
3. Undersökningsdesign
- ↓
4. Utformning av mått för begreppen
- ↓
5. Val av plats(er) där forskningen ska göras
- ↓
6. Val av respondenter (undersökningspersoner)
- ↓
7. Tillämpning av undersökningsinstrument för datainsamling
- ↓
8. Bearbetning av data
- ↓
9. Analys av data



#### 10. Resultat och slutsatser



#### 11. Formulering av resultat och slutsatser

Beskrivning av de olika stegen:

##### Steg 1 (Teori)

Termen "teori" är ett brett begrepp och används på många olika sätt, i detta fall handlar det om ett deduktivt synsätt på relationen mellan teori och forskning.

##### Steg 2 (Hypotes)

I regel så deduceras hypotesen från teorin och sedan provas i praktiken, men en ganska stor del av den kvantitativa forskningen inrymmer inte alltid en specificering av en hypotes, utan teorin fungerar som en riktlinje av hur forskaren samlar in sina data.

Steg 2 är vanligast i experimentella undersökningar.

##### Steg 3 (Undersökningsdesign)

Det tredje steget går ut på att välja undersökningsdesign. En undersökningsdesign är ramen för insamling och analys av data. (Bryman & Bell 2003e, s. 47).

##### Steg 4 (Utformning av mått för begreppen)

Denna process kallas ofta för *operationalisering* och med det menar man det tillvägagångssätt som används vid mätningen av ett begrepp (Bryman & Bell 2003f, s.86).

##### Steg 5 (Val av plats(er) där forskningen ska göras)

##### Steg 6 (Val av respondenter)

I dessa två steg väljs miljön för var forskningen ska utföras och val av undersökningsspersoner. (Bryman & Bell 2003g, s.86).

### Steg 7 (Tillämpning av undersökningsinstrumenten för datainsamling)

I vårt fall handlar detta skede om utdelningen av enkäterna, eftersom våra enkäter utgör största delen av vår datainsamling för vår undersökning.

### Steg 8 (Bearbetning av data)

Det åttonde steget handlar om att förvandla den insamlade informationen till data. I vårt fall handlar det om att mata in informationen i Microsoft Office Excel och omvandla det till statistik.

### Steg 9 (Analys av data)

Här analyseras insamlad data, man kan t.ex. pröva relationer mellan olika variabler och hitta en bra form för hur man vill presentera resultatet av denna analys. (Bryman & Bell 2003h, s. 88).

### Steg 10 (Resultat och slutsatser)

I detta steg sker tolkningen av analysresultaten. Det är här som de egentliga forskningsresultaten kommer fram.

### Steg 11 (Formulering av resultat och slutsatser)

I det sista steget ska slutsatserna formuleras i skriftlig form. En viktig del av forskningsprocessen går ut på att övertala läsarna om att hans eller hennes forskningsresultat är valida. När forskningsresultaten godkänns och publiceras blir det en del av teorin i det aktuella området, därför återkopplas steg 11 tillbaka till steg 1. (Bryman & Bell 2003i, s. 88)

## 2.1.1 Enkäter

Med hjälp av vår enkätundersökning förväntar vi oss att få ett svarsresultat som rör sig runt 70 %. Vi delar personligen ut enkäterna i elevernas klassrum och till personalen i skolan.

Enkätens första fråga använder sig av en skala från 1 till 5 och frågan är "Hur ofta använder du de nedannämnda informationskanalerna?" och den följs upp med en tabell av alla informationskanaler inom Yrkeshögskolan Novia i Raseborg. Därefter finns det 3 stycken öppna frågor om informationskanalerna i skolan.

I boken *Företagsekonomiska forskningsmetoder* beskriver Bryman & Bell de olika stegen vid genomförandet av en surveyundersökning; (Bryman & Bell 2003d, s. 112)

*Tabell 5. Beskrivning av de olika stegen i en surveyundersökning.*

*Beslut in vilket tema eller område som ska utforskas*



*Genomgång av litteratur/teorier som har koppling till temat/området*



*Formulering av forskningsfrågor (problemformulering)*



*Är en surveydesign lämplig (om inte välj en annan design)*



*Fundera över vilken population som kan vara lämplig*



*Vilken urvalsdesign passar?*



*Finns det någon urvalsram som kan användas?*



*Beslut om administrering av instrumenten för insamling av data (ansikte mot ansikte, telefon, postade enkäter, e-post, internet)*



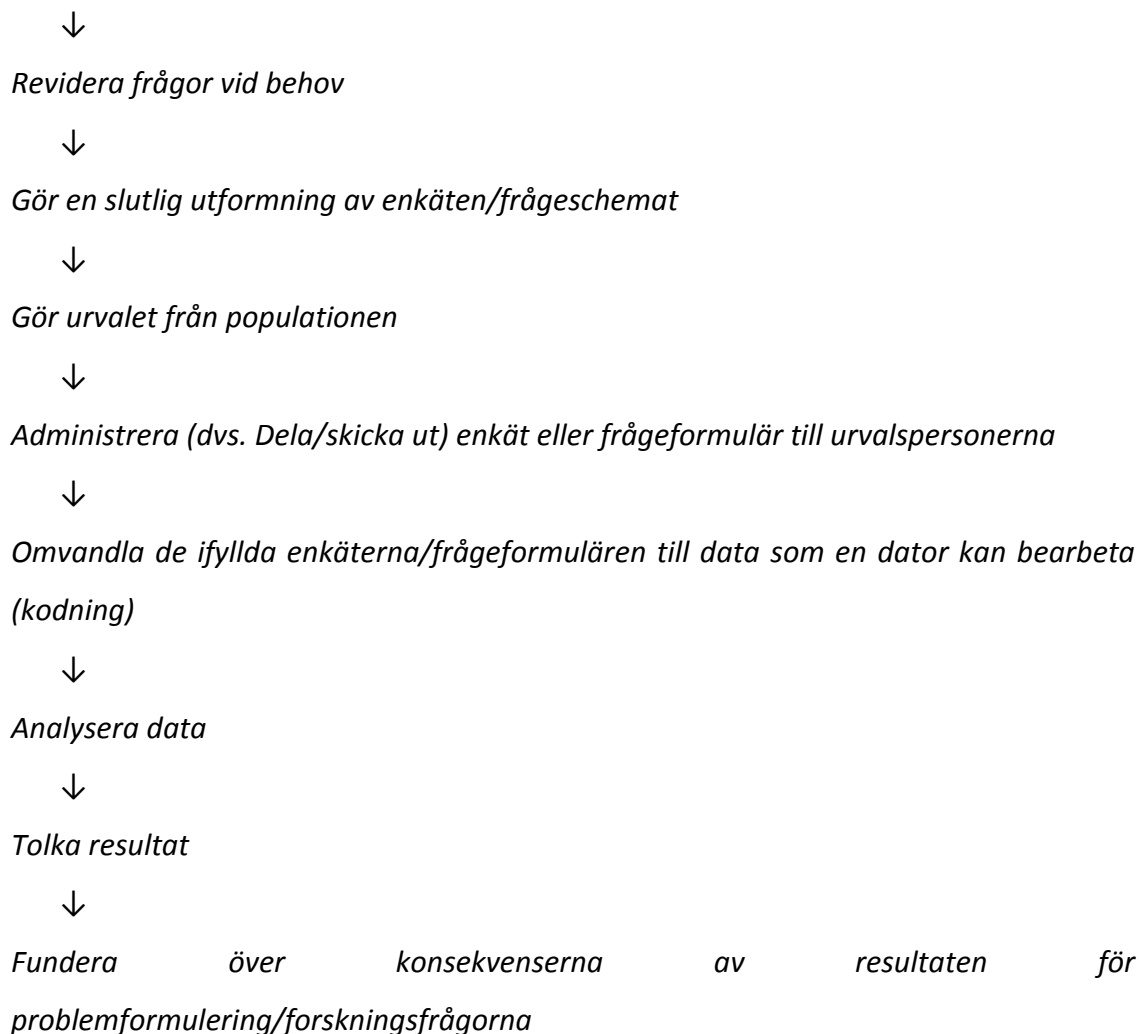
*Utveckla frågor (och bestäm svarsalternativ vid slutna frågor)*



*Granska frågor och gör en bedömning av ytvaliditeten*



*Utformning av pilotfrågor*



## 2.2 Kvalitativ undersökningsmetod

Kvalitativ undersökning är ett sätt att få en djupare insikt i den grupp som undersökningen berör. Undersökningen går oftast ut på att samla data genom att prata eller observera personer. (Burns & Bush 2005 s. 204).

I kvalitativa undersökningar ställer man oftast frågor som vem, hur, varför vilket förutsätter att man kan ge personen eller gruppen som undersökningen berör ett fritt och bredare svarsområde. Svaren på sådana frågor återges oftast i form av ord och inte i siffror. (Nyberg 2000 s. 100).

I boken *"Marketing Research an integrated approach"* räknas det upp processer och fördelar med en kvalitativ undersökning:

- Strukturen och processen för att samla in information är väldigt flexibel jämfört med kvantitativa metoder och är inte bunden till fasta frågor och svar som på t.ex. en enkät.
- Den kvalitativa undersökningen görs oftast med en grupp utvalda representanter för en större grupp eller organisation, notera att beroende på hur stor målgruppen är bör man tänka på vad för metod som används vid undersökningen. Det är t.ex. inte möjligt att göra en kvalitativ undersökning på en hel population.
- Det önskade resultatet av en kvalitativ undersökning är inte att få ett statistiskt resultat utan att förstå undersökningsämnet genom öppna intervjuer och observeringar.
- Den kvalitativa undersökningen ger en mycket bättre förståelse för undersökningsämnet, jämfört med en kvantitativ undersökning där det är fasta frågor och svar och ingen möjlighet att fördjupa sig i ämnet.

Kvalitativa och kvantitativa undersökningsmetoder kan värka väldigt långt ifrån varandra som metoder men i vissa fall kan det vara fördelaktigt att tillämpa båda metoderna i en undersökning för en så bred syn på ämnet som möjligt samt ett statistiskt resultat av olika mätningar. (Wilson 2006 s.105).

### **2.2.1 Kvalitativ forskningsintervju**

Vi bestämde oss att förutom den kvantitativa undersökningen med enkäter också utföra en kvalitativ undersökning med hjälp av halvstrukturerade intervjuer för att få ett mer omfattande forskningsresultat av vårt uppdrag. Med hjälp av intervjuerna kommer vi att få en djupare insyn på vår målgrupps åsikter om skolans informationskanaler, enligt Kvale (1997 s. 36) handlar kvalitativa forskningsmetoder om att analysera undersökningspersonernas åsikter på en djupare nivå, hur någonting sägs, tolka

ansiktsuttryck, tonfall och kroppsspråk, vilket är omöjligt att få information om i en kvantitativ forskningsmetod.

Styrkan med en kvalitativ intervju är att samtalet mellan intervjuaren och undersökningsspersonen liknar mycket på en helt vanlig diskussion, och detta innebär att det utövas minimal styrning i undersökningsspersonens svar, i en kvalitativ intervjumetod strävar man att låta undersökningsspersonen påverka samtalet så mycket som möjligt för att få fram hans/hennes egna uppfattningar (Magne Holme & Krohn Solvang 1997 s. 99-101). Med styrning menar man att man leder undersökningsspersonen i en viss svarsriktning.

Syftet med en kvalitativ forskningsintervju är att få kvalitativa beskrivningar av de intervjuade personernas åsikter i avsikt att tolka deras mening. (Kvale, 1997 s. 117). Spradley (1979 s. 34) i boken *Den kvalitativa forskningsintervjun* beskriver syftet med en kvalitativ forskningsintervju så här:

*"Jag vill förstå världen ur din synvinkel. Jag vill veta vad du vet på det sätt som du vet det. Jag vill förstå din mening i din upplevelse, gå i dina skor, uppleva tingen som du upplever dem, förklara tingen som du förklarar dem. Vill du bli min lärare och hjälpa mig att förstå?"*

Kvale (1997 s. 120) påpekar hur viktigt det är för den intervjuade att bli informerad i tid om vad intervjun kommer att handla om, att intervjun kommer att spelas in på en bandspelare och så är det viktigt att man presenterar sig själv utförligt så att den intervjuade får en uppfattning om vem man är. Detta gör man för att den intervjuade ska kunna känna sig bekväm och avslappnad under intervjun, detta är speciellt viktigt om intervjuguiden är uppbyggd på så sätt att den intervjuade förväntas vara öppen och ärlig om erfarenheter och känslor. Denna procedur är den inledande *orienteringen* och efter själva intervjun så bör man avrunda med en lite uppföljning, t.ex. ta upp några lärdomar från intervjun och ge den intervjuade en möjlighet att ställa frågor före intervjun avslutas. Den avslutande delen har man med eftersom det kan kännas ganska tomt för den

intervjuade efter en intervju speciellt om han/hon har varit öppen och bjudit mycket på sig själv, eventuellt känslomässiga upplevelser.

## 2.2.2 Undersökningspersoner

Nedan följer en kort presentation av våra respondenter för den kvalitativa undersökningen.

Respondent 1: Nina Hillo, började jobba på skolan 2001, först som lektor inom företagsekonomi, sedan som projektledare och de 5 senaste åren som studiehandledare.

Respondent 2: Anonym lärare

Respondent 3: Kim Roos, har jobbat ca 15 år på skolan som lärare, programansvarig, avdelningschef och arbetarskyddschef.

Respondent 4: Anonym elev

## 2.2.3 Intervjuguide

En intervjuguide är en sorts mall som används under intervjun, guiden innehåller en rad frågor om ämnet som ska diskuteras under intervjun. Beroende på vad intervjuns tema är och hurdana personer man intervjuar så passar sig olika metoder, man kan t.ex. ha en strukturerade eller halvstrukturerade intervju. Under en strukturerad intervju så följer man frågorna i intervju guiden strikt, och då blir också svaren ganska strikta och kortfattade, vilket är en fördel då man ska analysera intervjun då svaren man fått också är mera strukturerade. Under en halvstrukturerad intervju så fungerar frågorna i intervjuguiden mera som en riktlinje för intervjun, då bestämmer intervjuaren vilka frågor han ställer från guiden och hur långt han vill drivas iväg med svaren, svaren kan bli längre och mindre strukturerade med den här metoden, men då intervjun känns mera avslappnad och genuin har respondenten lättare att öppna sig och berätta mera djupgående, och beroende på vad temat är så kan djupa och genomtänkta svar vara just det man strävar efter.

Frågorna i intervjuguiden kan bedömas som både tematiskt och dynamiskt, när man formulerar en fråga tematiskt så tar man hänsyn till dess relevans till ämnet i fråga, och dynamiskt med hänsyn till relationen mellan intervjuaren och respondenten. En bra intervjufråga bör vara både tematiskt och dynamiskt formulerad. (Kvale, 1997 s.121-122).

Vår intervjuguide är halvstrukturerad så jag kommer troligtvis att bygga vidare på de frågor som jag har i intervjuguiden under intervjun.

Intervjun kommer jag att inleda med att berätta vad jag kommer att använda den inspelade intervjun till, och fråga om de vill vara anonyma i mitt arbete.

### **Intervju frågor**

- Kan du berätta hur länge du har jobbat/studerat i skolan och på vilken avdelning/utbildningslinje?
- Ungefär hur mycket av skolans information tycker du att är viktig för dig?
- Vilka informationskanaler använder du mest?
- Tycker du att det finns informationskanaler som känns onödiga?
- Minns du någon situation där den interna kommunikationen skulle ha fungerat dåligt?
- Hör du någonsin klagomål om kommunikationen eller informationen i skolan? Minns du i så fall om vad?
- Tycker du att du får tillräckligt med information för att kunna göra ditt jobb/dina studier bra?
- Finns det någon informationskanal som du önskar att används mera?
- Brukar du läsa annonstavlan då du är inne på WinhaWille? (studerande)
- Vad tycker du om Noviums veckomail? (studerande)
- Vad tycker du om Onsdagsinfo? (personal)
- Vad har du för åsikter om mötesprotokollen på intranät? (personal)

### 3 Informationskanaler

Att välja rätt kanal för den information som man vill förmedla är viktigt i en organisation som har ett brett informationsflöde. För att ha ett effektivt informationsflöde i sin organisation så är det viktigt att man har rätt sorts information i rätt kanaler. I tabellen nedan presenterar Charlotte Simonsson en generell guide över vilken sorts information olika kanaler lämpar sig för. (Simonsson 2008 s. 21).

Tabell 6. Guide över vilken sorts information olika kanaler lämpar sig för.

<i>Budskap</i>	Kanal
<i>Sociala frågor</i>	Tryckt eller elektronisk information (e-post, intranät och anslagstavla). Sociala frågor av kontroversiell karaktär bör tas på möten eller vid enskilt samtal.
<i>Operativ information</i>	Tryckt eller elektronisk information. Samtal med enskilda medarbetare eller delar av gruppen som berörs.
<i>Feedback</i>	Förmedlas helst öga-mot-öga. Tumregel: Ros i plenum och ris i enrum.
<i>Nyhets- och läges- Information</i>	Tryckt eller elektronisk information.
<i>Ekonomisk informa- tion</i>	Tryckt eller elektronisk information som med för- Del kan följas upp på möten. Viktigt är att för- Enkla informationen. Använd gärna olika symboler som glada eller sura "gubbar".
<i>Strategisk information</i>	Dialog på möten – gärna med tryckt eller elek- troniskt förmedlad information i förväg.
<i>Värderingsinformation</i>	Dialog på möten – gärna med tryckt eller elek- troniskt förmedlad information i förväg.

I boken "Nå fram till medarbetarna" skriven av Simonsson, C. (2008) beskrivs olika regler för hur olika sorters information bör förmedlas.

Dåliga eller kontroversiella nyheter är känslig information för mottagaren och en grundregel för denna typ av information är att den bör förmedlas öga-mot-öga för att minska risken för missförstånd.

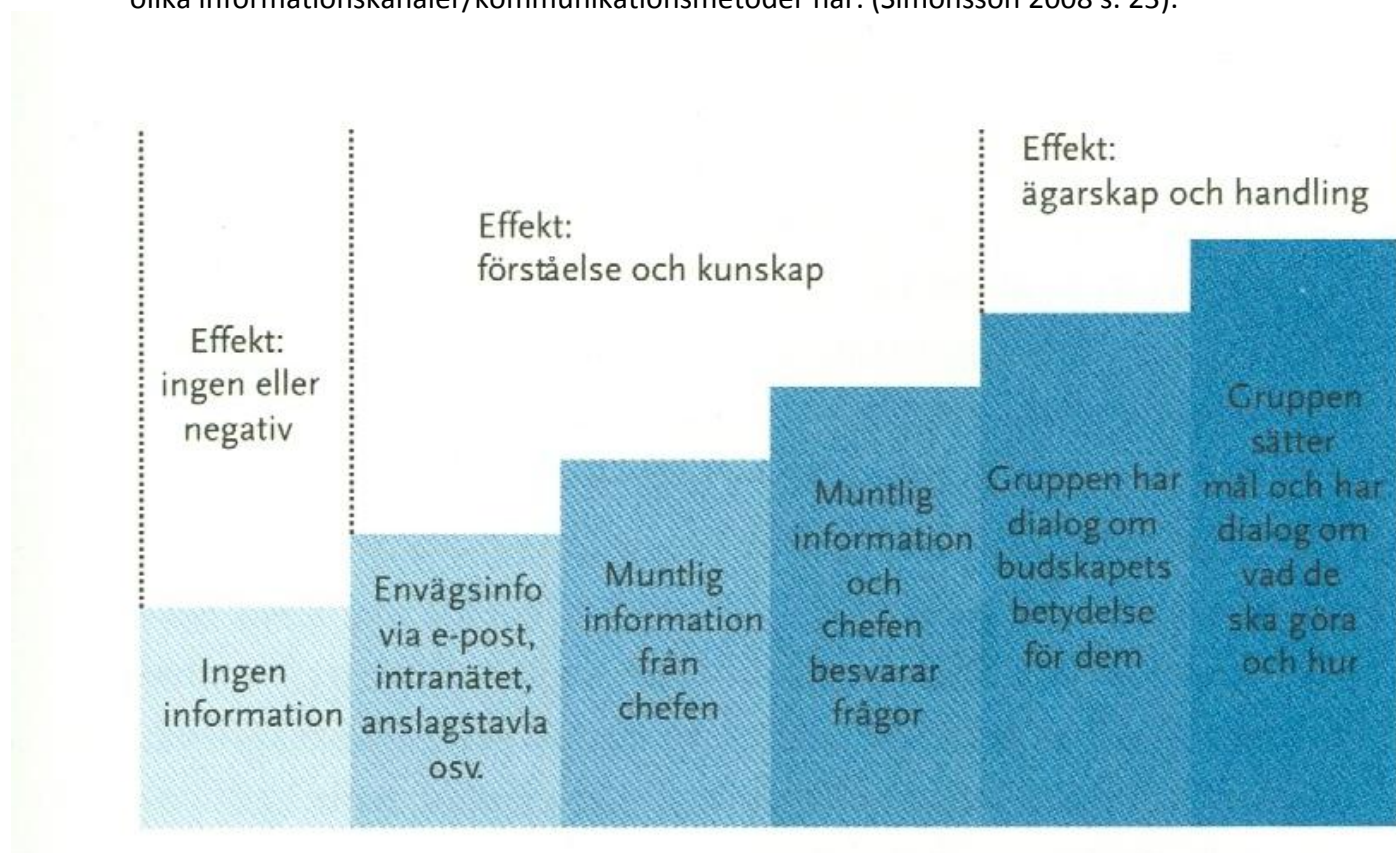
Om du vill skapa en effektiv dialog på ett möte eller personligen med en kollega så kräver det att alla parter har bekantat sig med ämnet i fråga så de har tid att reflektera över ämnet före man påbörjar dialogen. En bra idé är t.ex. att man presenterar dialogens ämne på ett möte och under nästa möte påbörjar man själva dialogen.

Ny teknik och nya idéer kan hjälpa oss att skapa mera tid för dialog på mötena. För att detta skall verkställas krävs det att man använder de informationskanaler som finns tillgängliga på ett effektivt och strategiskt sätt, och inte använder tiden på mötena för att presentera all sorts information.

Simonssons forskning visar att grupp- och avdelningsmöten handlar till största del om operativ information, ekonomisk information samt nyhets- och lägesinformation. En del av denna typ av information är självklar och entydig, så det behöver inte diskuteras eller bearbetas för att förstås. Entydig och enkel information kan förmedlas via mindre resurskrävande informationskanaler som t.ex. e-post, info TV, anslagstavla, nyhetsblad etc. Detta leder till att man har mera tid på möten åt strategisk- och värderingsinformation, sådan information som behöver diskuteras och bearbetas för att man skall komma framåt och generera handling.

En annan sak som är viktig att tänka på när du väljer informationskanal för den information du vill förmedla är den effekt du vill att ditt budskap skall generera. Simonsson har i sin forskning skapat en ambitionstrappa som är ett diagram där olika ambitionsnivåer presenteras, och för att skapa en effektiv informationskanal så bör man välja rätt ambitionsnivå för sitt ändamål. Dialog är ett bra verktyg för att förmedla viktig information men nackdelen är att metoden är mycket resurskrävande.

Nedan är en modell på Simonssons Ambitionstrappa som presenterar vilken sorts effekt olika informationskanaler/kommunikationsmetoder har. (Simonsson 2008 s. 23).



Figur 1. Ambitionstrappa.

Det kan ibland vara bra att låta bli att informera för mycket åt t.ex. de anställda på ett företag, det är inte alltid nödvändigt för en anställd att få information om allting i företaget. Problemet som uppstår till följd av att ge ut för mycket information är att mottagarna får svårt att utskilja den viktiga informationen, detta kan leda till att personen i fråga inte orkar ta itu med all information som han/hon får och därför eventuellt missa information som skulle vara viktig för henne/honom. (Simonsson 2008 s.23).

### 3.1 Informationskanaler i Yrkeshögskolan Novia Raseborg

I Yrkeshögskolan Novia Raseborg används det för tillfället 13 stycken olika informationskanaler för att förmedla information till personal och studerande. I skolan har vi följande informationskanaler:

- Novias intranät
- Novias e-post
- Info TV
- Veckobladet på intranät
- Aktuellt från IT på intranät
- Anslagstavlor
- WinhaWille annonstavla
- Novias Android App
- Noviums veckomail
- Novia Raseborg på Facebook

Nedan finns en mer grundlig presentation av de olika kanalerna.

### **3.1.1 Intranät i Yrkeshögskolan Novia Raseborg**

Intranät är den huvudsakliga webportalen för studerande och anställda i YH Novia där information om studier, nyheter, evenemang, forskning, skrivanvisningar, tidscheman och fakta om campus finns tillgängligt. Studerande och anställda har möjlighet att komma åt sin personliga e-post samt hem område via intranät. Intranät är en samling med information för att underlätta studier och arbete för både studerande och anställda.

### **3.1.2 E-post på intranät**

Den personliga e-posten för studerande och anställda inom YH Novia är skolans egen e-post klient där alla studerande och anställda har sin egen användare och är insatta i en databas vilket gör det till ett snabbt och lätt sätt att kommunicera med varandra.

### **3.1.3 Info TV**

Det finns två stycken info TV:n i YH Novia Raseborg. Den ena befinner sig i matsalen och den andra vid huvudingången. På info TV:n cirkulerar nyheter, evenemang, gästföreläsningar och studietips. Idén med info TV:n är ett tipsa studeranden om olika evenemang som pågår på campus under veckan samt tipsa om gästföreläsningar.

### **3.1.4 Veckobladet på intranät (Campus Raseborg)**

Veckobladet på intranät är en samling med information om händelser på campus under veckan. Veckobladet uppdateras varje vecka och är tillgängligt via intranät för studerande och personal att läsa.

### **3.1.5 Aktuellt från IT på intranät (Campus Raseborg)**

Aktuellt från IT är en informationskanal i sidobalken på intranät där det visas IT relaterade nyheter i skolan. Där visas bl.a. information om avbrott i nätet eller servrarna och tips om programvara som studerande har möjlighet att få från skolan, samt omfattande ändringar i skolans olika nätapplikationer.

### **3.1.6 Anslagstavlor**

Anslagstavlor förekommer flertal ställen i skolan. Utbildningsprogrammen har sina egna områden i skolan, där de har information om sina slutarbeten och projekt samt annan information om deras utbildningslinjer. De mera allmänna anslagstavlorna förekommer i matsalen och andra våningen där det är möjligt att hitta information om fritidssysselsättning, aktiviteter och olika evenemang som olika klubbar ordnar för studerande.

### **3.1.7 WinhaWille annonstavla**

WinhaPro är ett studieregisterprogram som Novia använder för att administrera kurser och studerandens prestationer. WinhaWille är ett webbaserat program som studerande använder när de vill följa upp sina prestationer i kurser samt anmäla sig till nya kurser. Via WinhaWille kan man också ge feedback för kurser man har deltagit i för att påverka och förbättra utbildningen i skolan. På huvudsidan i WinhaWille finns en annonstavla där information om kurser, närvaroanmälningar och påminnelser om feedback för kurser presenteras. (<https://intra.novia.fi/studier/winhawille/> 10.11.2013)

### **3.1.8 Android app**

Android appen är en mobil applikation utvecklad av studeranden på YH Novia Raseborg. I applikationen ingår funktioner som:

- Matlistor

- Undervisningsschema
- Webmail
- Kontaktinfo
- Studietips
- Aktuellt
- Info om campus
- Vädret på Campus Raseborg

Applikationen är dock bara tillgänglig för dem med en telefon som använder Android som operativsystem.

### **3.1.9 Noviums veckomail**

Noviums veckomail är ett nyhetsbrev som skickas ut varje vecka via e-post till studerande. Brevet innehåller information om händelser under kommande vecka.

### **3.1.10 Novia Raseborg på Facebook**

Novia Raseborg på facebook är en sida med nyheter, bilder och media från olika evenemang och tillställningar från YH Novia Raseborg. På sidan presenteras intressanta händelser inom olika utbildningslinjer som t.ex. projekt, studiebesök och andra tillställningar som de olika linjerna ordnar för studerande.

### **3.1.11 Onsdagsinfo**

Onsdagsinfo är ett möte med personalen som förekommer en gång i månaden. På mötet behandlas frågor som berör enheten och personalen som jobbar där och dras oftast av enhetschefen.

### **3.1.12 Mötesprotokoll**

Mötesprotokollen på intranät är en samling av alla protokoll från varje enhet inom Novia. Protokollen är bara tillgängliga för personalen. Arkiven innehåller protokoll från lednings, enhets och grupp ledningsprotokoll.

## 4 Materialredovisning

I det här kapitlet kommer vi att presentera resultatet och slutsatserna från intervju- och enkät undersökningarna. I intervju kapitlet presenteras respondenternas tankar och åsikter om de frågor som ställdes under intervjun, samt sammandrag av deras svar.

Med enkäterna har vi samlat in information från elever och personal som vi sedan analyserade och nu presenterar som diagram och procentuella värden för att fastställa hur effektiva de olika informationskanalerna i YH Novia Raseborg är i jämförelse med varandra. Detta kapitel kommer också att ta upp de svar som förekommit mest från de öppna frågor som finns på enkäten.

### 4.1 Resultat från intervjuerna

Jag frågade mina respondenter hur mycket av information som de får från skolan de tycker att är viktig för dem? De flesta tyckte att det är viktigt för dem att bli informerade om allting, även om de inte berör dem.

*Nå jag tycker att om jag ska kunna göra ett bra jobb som studiehandledare så borde jag hålla mig informerad om de mesta, så jag tycker inte egentligen att det finns information som är helt ointressant med tanke på det som jag jobbar med. (Nina Hillo)*

*Jag tycker det är viktigt att man informeras och jag vill gärna få all information, sen är det upp till en själv att sovra och se vad det är man berörs av. (Anonym lärare)*

*Det kanske är runt 10 % som är viktigt för mig.*

(Kim Roos)

Min andra fråga var om informationskanaler, jag frågade vilka informationskanaler som de använder mest. E-posten och Intranät var de informationskanalerna som användes klart mest.

*Hmm, nog är det ju säkert både Intranät och e-posten, men jag läser nog info TV:n när jag kommer på morgon. Och så brukar jag titta på anslagstavlor då jag går förbi. (Nina Hillo)*

*E-post, veckobladet och facebook, sen har det någon gång funnits lite sporadiskt de här info eftermiddagarna i samband med kaffepaus och så har enhetschefen haft korta infomöten. Och intranät förstås. (Anonym lärare)*

*E-posten använder jag klart mest. (Kim Roos)*

*E-posten för tillfället, tidigare var det läseordningen på Intra men nu när jag inte har några kurser mera så använder jag knappt Intra sidan mera.*

*Noviums veckomail brukar jag skumma igenom. (Anonym elev)*

Jag frågade om de tycker att det finns informationskanaler som känns onödiga. Här fick jag ganska varierande svar, WinhaWilles annonstavla tyckte någon att var onödig då informationen där lika bra skulle kunna presenteras på Intranät, men de flesta tyckte att det är bra med många olika informationskanaler.

Egentligen så tycker jag att det är bra att vi har många olika, för att då kan människor med olika preferenser hitta information. (Nina Hillo)

Nej. (Anonym lärare)

De flesta använder jag, men jag vet att det finns en funktion som man kan skicka textmeddelande till studerande men det har jag aldrig använt. (Kim Roos)

Kanske WinhaWilles annonstavla, man kan lika bra använda intranät. (Anonym elev)

Då jag frågade om de tycker att den interna kommunikationen har några brister så fick jag höra åsikter om hur dåligt med information det finns för de engelskspråkiga studerande, då t.ex. intranät inte ännu har engelska översättningen helt färdig.

*Nå jag vet t.ex. att för de som studerar i engelskspråkiga utbildningsprogram och behöver information på engelska så är läget jätte dåligt, så det har varit*

*en stor brist. Nu pågår översättningsarbete och det har jag själv också varit inblandad i, och det borde prioriteras högre. Sen har man ibland hört någon personal säga att jo vi sätter ju det i veckobladet utan att tänka att på att veckobladet kommer på e-post till personal men det går inte ut till studerande, att då kan det nog fungera dåligt om man inte har tänkt på vem som ser vad. Jag kommer också ihåg ett fall förra veckan då en studerande klagade på att det kom för mycket information på e-posten, att så borde det ju inte vara. (Nina Hillo)*

*Alltså det är då i så fall vi som arbetstagare som skulle kunna vara bättre att informera vidare till någon kanal eller till Heidi. (Anonym lärare)*

*De som har varit lite svårt, är att hitta information, men med det nya Intra så ha det blivit lite bättre. (Kim Roos)*

Mängden information som kommer på e-posten är för mycket tycker många, och ibland kan det komma e-post som inte alls berör en, t.ex. då students listor används och någon från t.ex. Jakobstad skickar e-post till alla listor om ett borttappat USB minne, så att det har irriterat många användare. Sen har intranät fått klagomål för att det är svårt att greppa då det finns så mycket information på en och samma sida.

*Jag har hört studeranden som säger att de inte läser sin e-post just för att den svämmas över av allt möjligt, det är ett ganska vanligt exempel, och sen att man inte kan ta emot stora filer. Jag hör också att Intranät är svårt att greppa, men sen tänker jag också att det är ju också en sådan sak som man lätt säger, att hur mycket har man sen försökt att hitta. (Nina Hillo)*

*Jo, men sällan något konstruktivt klagomål, utan det är någon som har uppfatta att den blivit utan information och inte känner till saker. (Anonym lärare)*

*Nå ja tycker själv att det kommer för mycket e-post, ibland kommer det lite onödig e-post, jag tycker att man inte borde ha rätt att skicka till student*

*listor, det finns ju flera 1000 mottagare på students listan. Jag tycker nästan att de borde vara så att det är någon som sköter det där, att det t.ex. bara är Novium som har rätt att skicka till students listor, och om någon enskild elev vill skicka till alla studeranden skulle det måsta fara via Novium först.*  
(Anonym elev)

Det finns en del information som respondenterna tycker att borde vara åtkomligt, som statistik för hur studerande klarar av studierna t.ex. Årsplanerna för utbildningsprogrammen har ofta brister då de publiceras och då det sker ändringar i planerna borde det meddelas åt studeranden, tycker Nina Hillo. Frågan till respondenterna var om de tycker att de får tillräckligt med information för att kunna göra sitt jobb/sina studier bra.

*Faktiskt så har jag tänkt på det att när de publicerar årsplaner för varje utbildningsprogram så tycker jag nog ofta att då de publiceras på webben så innehåller de fortfarande fel. Om en studerande planerar sina studier för året, så borde det inte få finnas något fel där, vi borde ha ett bättre system som skulle meddela när det sker ändringar i årsplaner och vad som har ändrats. Sen tycker jag också att det är svårt då jag skall handleda engelskspråkiga studerande då intranät inte har översättning på engelska.*  
(Nina Hillo)

*Det är kanske mera det att man på många områden får för mycket information, t.ex. e-post så kommer det lite för mycket av. Sen kan det förstås finnas sådan information som man inte kommer åt som man borde komma åt, t.ex. statistik för hur studerande klarar studier och sådant, då skulle de vara lättare att följa upp hur det går. (Kim Roos)*

*Joo, tidigare gjorde jag typ min egen läseordning, ja kanske inte kräver så mycket information, jag hittar själv, det finns nog tillräckligt här på intranät, studieplaner och alla läseordningar etc. (Anonym elev)*

Kommunikationen mellan elever och lärare borde utvecklas, kanske en ny informationskanal som är aktiv och har mera direkt kommunikation mellan lärare och elever, önskar anonym lärare.

*Jag skulle ju vilja att Facebook skulle vara mera levande, men den är ju mera utåt, som rekrytering. Det skulle vara roligt om så många som möjligt skulle bidra så det skulle hända någonting, också studerande. (Nina Hillo)*

*Jag tycker vi skulle kunna vara bättre på att förnya oss, jo de finns Facebook, men att både studerande och anställda skulle kunna vara aktivare, kanske hitta någon annan kanal också, inom sociala medier eller något liknande, chattar t.ex. de skulle kanske behövas någon utveckling, någon variant som är mera direkt kommunikation. (Anonym lärare)*

Alla respondenter från personalen var eniga om att största delen av den information de får på onsdagsinfo tillfället känns lite onödigt eftersom de ofta får samma information från andra håll också. Onsdagsinfo tillfället är en monolog och vissa tyckte att det var bra eftersom mötet sker under en kaffepaus så det får inte ta så länge, och andra tyckte att man borde utnyttja tillfället för att framföra tankar och åsikter, så det skulle bli mera grupp interaktion.

*Jag tycker att det är befogat då när det är någon större sak, när det skall fattas ett princip beslut eller när det kommer ett beslut som gäller alla, men annars så tycker jag ju nog att det är lite gammalmodigt att en står och pratar och räknar upp allting som har hänt som också ofta har trillat in i e-posten och publicerats på intranät eller stått i tidningen. I en sådan här kunskapsorganisation så tycker jag att människor kan vara ganska självständiga på att hitta kunskapen åt sig och inte behöva ha monolog möten åtminstone, att om man möts så borde alla bidra på något sätt. Det här svaret kan ju tillämpas på alla de här kanalerna att de skulle vara roligt om de skulle vara interaktion åt båda hållen. (Nina Hillo)*

*Tanken är bra och det har ordnats men det är långt ifrån varje månad, det finns inte riktigt någon kontinuitet över det känns det som, och då har det ändå varit mest information om sådant som man lika väl kan läsa i någon e-post, när alla samlas på samma ställe tycker jag man skulle kunna utnyttja det mera till att diskutera och säga tankar och åsikter att få igång någon diskussion. De skulle gärna få fortsätta med månadsmötena men då skulle det få vara mera diskussion och mera grupp interaktion. (Anonym lärare)*

*Den information som kommer på onsdagsinfo så får jag oftast andra vägar också, men den är bra för många andra, t.ex. en som är bara vanlig lärare får då information den vägen, så utan vidare är det bra, men för mig så får jag inte så mycket ny information därifrån... kanske kompletterande. Det är väl bra att det är monolog så blir det inte så långt tillfälle, det ska vara på en kaffepaus ändå så oftast ska de då vara 20 minuter så man ska hinna vidare. (Kim Roos)*

Mötesprotokollen på intranät är i god användning, men bilagorna till mötesprotokollen är inte alltid tillgängliga, så det är en brist. Aktiebolagets styrelses protokoll skulle gärna få finnas tillgängligt på intranät, tycker Kim Roos.

*Vissa protokoll är nog lite svåra att läsa för de är ganska kortfattade, och är man inte insatt i saken så kan det vara ganska svårt att greppa. Ibland har jag funderat varför vissa protokoll inte har bilagorna med. (Nina Hillo)*

*Jag är sporadiskt in och kollar protokollen, jag läser inte varje protokoll men om det nu är något man funderar på som har varit uppe på agendan på något möte så far man väl dit och läser, så nog tycker jag det fyller sin funktion. (Anonym lärare)*

*Om man tittar på möten som jag inte själv är på så refererar man oftast till någon bilaga, alltid är inte bilagorna tillgängliga, och de flesta mötena har mötesprotokoll men t.ex. aktiebolagets styrelses protokoll är inte tillgängliga för personalen, så det skulle gärna kunna vara tillgängligt. Och det är inte*

*yrkeshögskolans styrelses protokoll utan det är aktiebolagets styrelses protokoll som inte finns. (Kim Roos)*

## 4.2 Resultat från studerandeenkäterna

YH Novia Raseborg har för tillfället 251 närvarooanmälda studerande från årskurs 2011-2013 enligt den statistik vi fått av Nina Ekholm, studiekordinator vid Yrkeshögskolan Novia 29.4.2014. Vi har tagit i beaktade att de som utexamineras under våren inte har några lektioner och kan vara svåra att få tag på vilket gjort att vi inte inkluderat de som påbörjade sina studier år 2010 i undersökningen. 100 % insamlade enkäter från alla elever skulle vara 251 elever och vårt mål är att få 70 % av det antalet. Undersökningen görs också för personalen. Det finns för tillfället 86 anställda i YH Novia Raseborg enligt den lista vi fått från vår uppdragsgivare Heidi Barman-Geust uppdaterad 28.8.2013 och målet är att uppnå en svarsprocent på 70 %.

För studerade fick vi en svarsprocent på 69,7 % vilket vi är nöjda med. 175 av 251 elever svarade på enkäterna. Vårt uppdrag är att ta reda på hur effektiva de olika informationskanalerna är i YH Novia Raseborg och med hjälp av de öppna frågorna från enkäten få fram förslag och idéer om vad som skulle kunna förbättras för att informationsflödet skall fungera så bra som möjligt mellan skolan och eleverna. Figurerna nedan visar en tabell där det visas hur ofta studerande använder de olika informationskanalerna i procent.

Tabell 7. Tabell på hur ofta studerande använder informationskanaler.

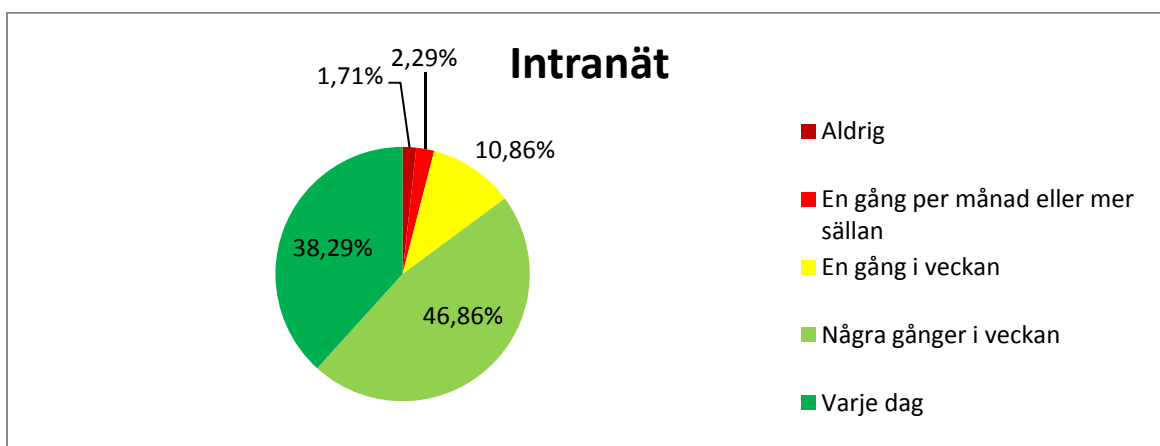
### Procent

	En gång per månad eller mer		En gång i	Några gånger i	Varje
	Aldrig	sällan	veckan	veckan	dag
Intranät	1,71 %	2,29 %	10,86 %	<b>46,86 %</b>	<b>38,29 %</b>
Intra e-post	0,57 %	1,71 %	10,29 %	<b>41,71 %</b>	<b>45,71 %</b>
Info TV	27,43 %	<b>40,57 %</b>	21,14 %	8,00 %	2,86 %
Veckobladet på Intra	<b>68,57 %</b>	22,86 %	6,86 %	1,14 %	0,57 %
Aktuellt från IT på Intra	<b>64,57 %</b>	28,00 %	5,71 %	1,14 %	0,57 %
Anslagstavlor	12,57 %	<b>38,86 %</b>	<b>38,29 %</b>	8,00 %	2,29 %
WinhaWille annonstavla	<b>39,31 %</b>	<b>45,66 %</b>	13,87 %	0,58 %	0,58 %
Android App	<b>80,00 %</b>	6,29 %	6,86 %	4,57 %	2,29 %
Noviums veckomail	<b>38,29 %</b>	<b>38,86 %</b>	17,71 %	4,00 %	1,14 %
Novia Raserborg på facebook	<b>53,14 %</b>	<b>31,43 %</b>	8,57 %	5,71 %	1,14 %

Tabellen visar ett starkt mönster över hur effektiva de olika kanalerna är där intranät och e-posten kommer på första plats följt av anslagstavlor. De återstående kanalerna ligger väldigt lågt men tack vare de öppna frågorna på enkäten har det kommit förslag för att förbättra de olika kanalerna vilket kommer att tas upp i den individuella analysen av informationskanalerna nedan.

#### 4.2.1 Intranät

Figuren nedan visar hur ofta intranät används av studerande:

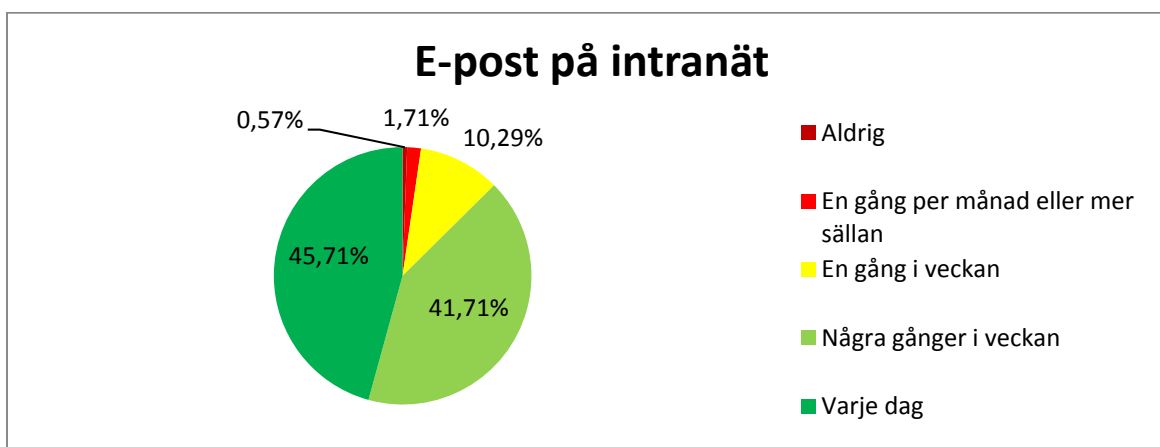


Figur 2. Cirkeldiagram av studerandens intranät statistik.

Intranät tillsammans med e-posten är överlägset de mest använda kanalerna i YH Novia Raseborg. Detta kommer inte som en överraskning eftersom allt material för att utföra studier vid Novia finns tillgängligt via intranät. 38,29 % av alla elever använder intranät varje dag och 46,86 % har svarat att de använder intranät några gånger i veckan. Enligt de öppna frågorna på enkäten är de flesta nöjda med intranät som informationskanal men en del tycker det är ganska svårt att hitta vissa saker som t.ex. lärarens tids scheman, mallar för olika dokument och information om vilka klassrum som är lediga vilka tider.

### 4.2.2 E-post på intranät

Figuren nedan visar hur ofta e-posten på intranät används av studerande:

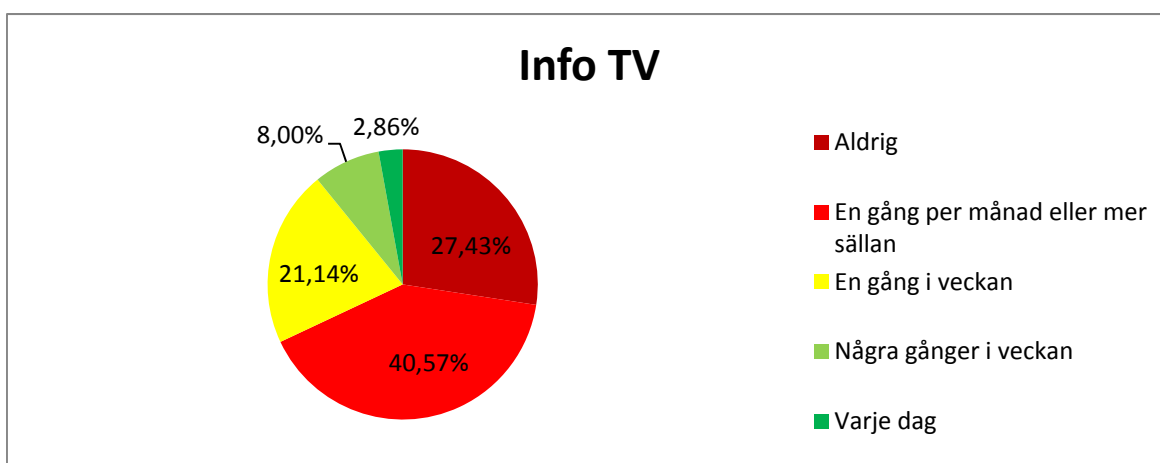


Figur 3. Cirkeldiagram av studerandens e-post statistik.

Skolans egen e-post är den mest använda informationskanalen. 45,71 % har svarat att de använder den dagligen och 41,71 % har svarat några gånger i veckan. Enligt vår undersökning är e-posten det bästa sättet att förmedla information snabbt och effektivt.

### 4.2.3 Info TV

Figuren nedan visar hur ofta info TV:na används av studerande:



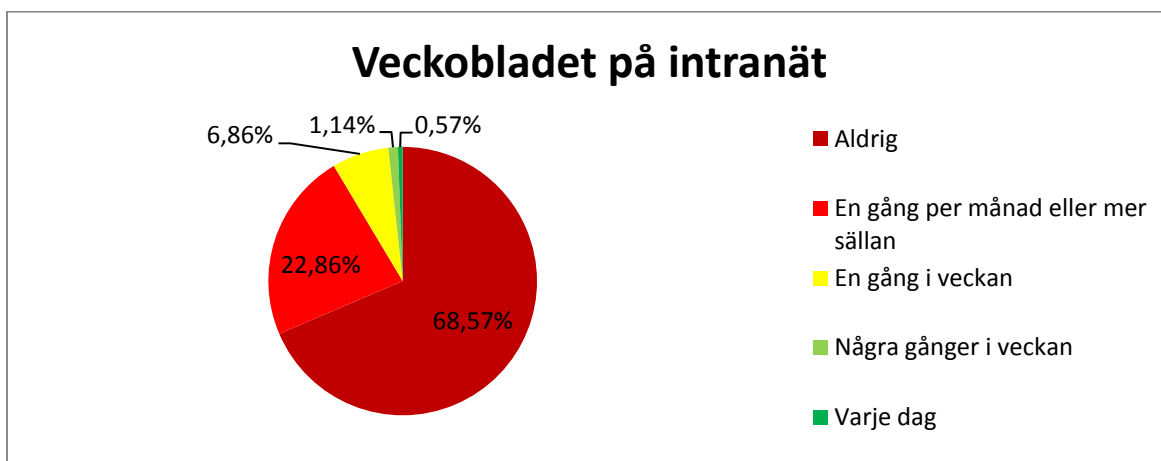
Figur 4. Cirkeldiagram av studerandens info TV statistik.

Info TV:n har fått både bra och dålig kritik. Enligt de öppna frågorna på enkäten har många sagt att det visas bra informationsinslag men att placeringen av TV:n inte är bra

eftersom det är svårt att märka den eller ha tid och stanna för att se vad som visas på den. Önskemål har kommit om att flytta den till ett ställe där det är lättare att se den och har tid att se igenom inslagen.

#### 4.2.4 Veckobladet på intranät

Figuren nedan visar hur ofta studerande läser veckobladet på intranät:

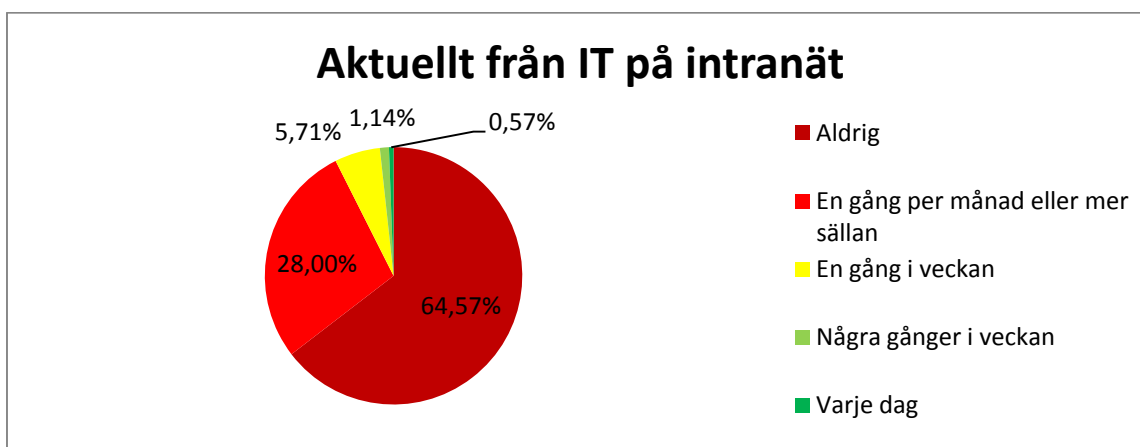


Figur 5. Cirkeldiagram av studerandens veckoblad statistik.

Det är inte så många som läser veckobladet på intranät. Orsaken är för att inte så många känner till kanalen och många anser att informationen i veckobladet inte är så viktig. Kommentarer från de öppna frågorna har varit att det är svårt att hitta veckobladet eller att de inte känner till det.

#### 4.2.5 Aktuellt från IT på intranät

Figuren nedan visar hur ofta aktuellt från IT på intranät används av studerande:

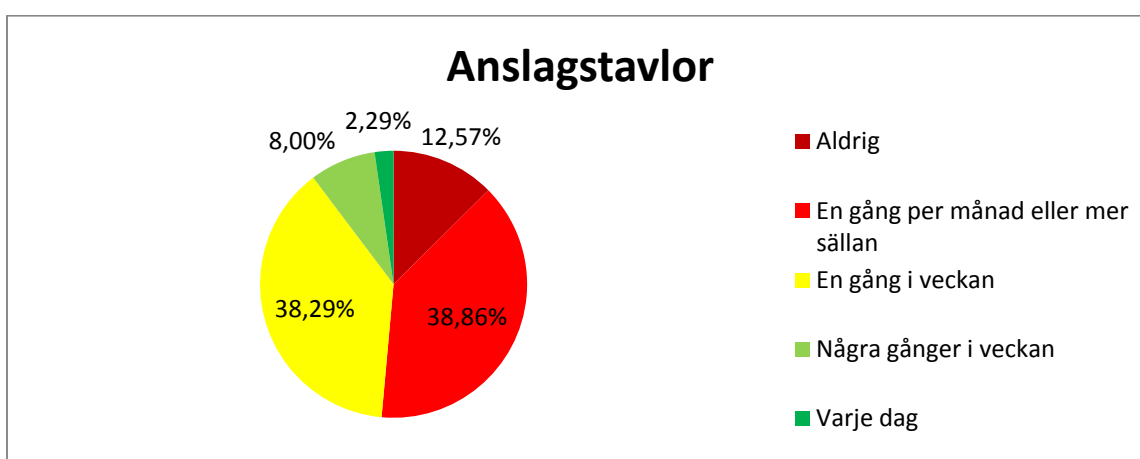


Figur 6. Cirkeldiagram av studerandens aktuellt från IT statistik.

Aktuellt från IT på intranät är också en kanal som har fallit i skymundan. 64,57 % säger att de aldrig läst någon av nyheterna fast den finns på första sidan av intranät så fort man loggat in på sidan. Många kommenterar från de öppna frågorna på enkäten är att de föredrar att få information om ändringar och avbrott till e-posten, men vi tror att det inte är så många som vet om att denna informationskanal existerar.

#### 4.2.6 Anslagstavlor

Figuren nedan visar hur ofta anslagstavlor används av studerande:

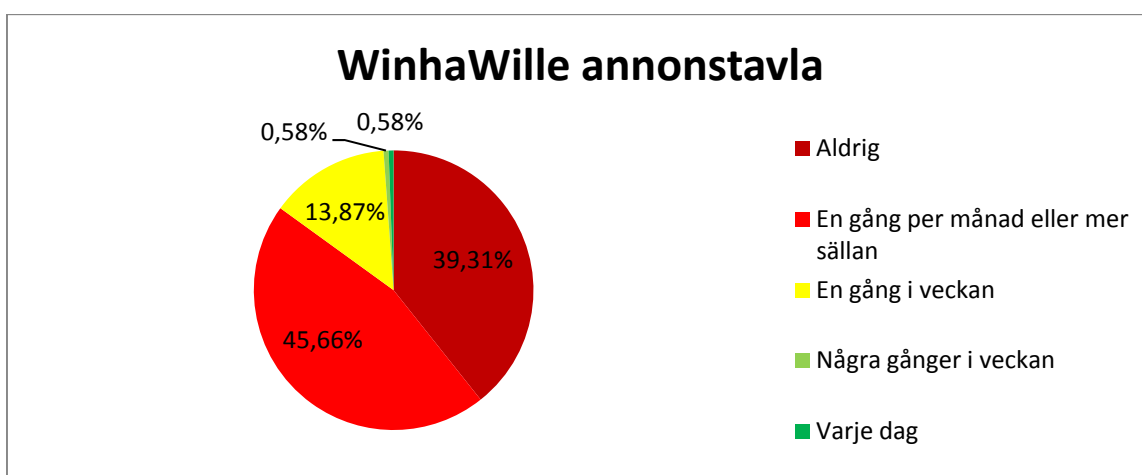


Figur 7. Cirkeldiagram av studerandens statistik av anslagstavlor.

48,58 % säger att de kollar anslagstavlorna åtminstone 1 gång i veckan. Kommentarer från enkäterna har varit att studerande är nöjda med den information de får från olika anslagstavlor runt om i skolan gällande evenemang, aktiviteter och information om utbildningslinjer.

#### 4.2.7 WinhaWille annonstavla

Figuren nedan visar hur ofta studerande använder WinhaWilles annonstavla:

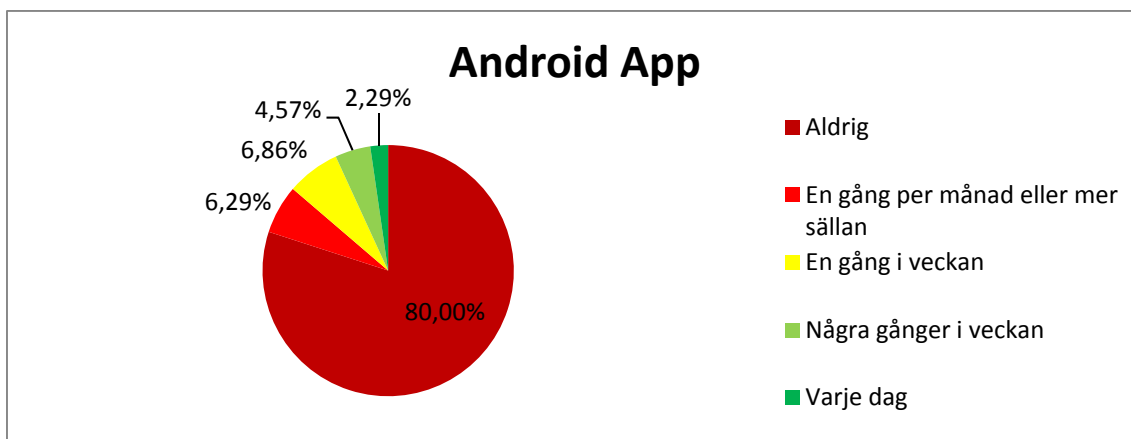


Figur 8. Cirkeldiagram av studerandens statistik av WinhaWilles annonstavla.

WinhaWilles annonstavla har en ganska låg användningsprocent, vi tror det beror på att studerande oftast kollar vitsord efter kurser eller när de skall anmäla sig till dem och på samma gång kollar vad som är nytt på annonstavlan.

#### 4.2.8 Android app

Figuren nedan visar hur ofta Android appen används av studerande:

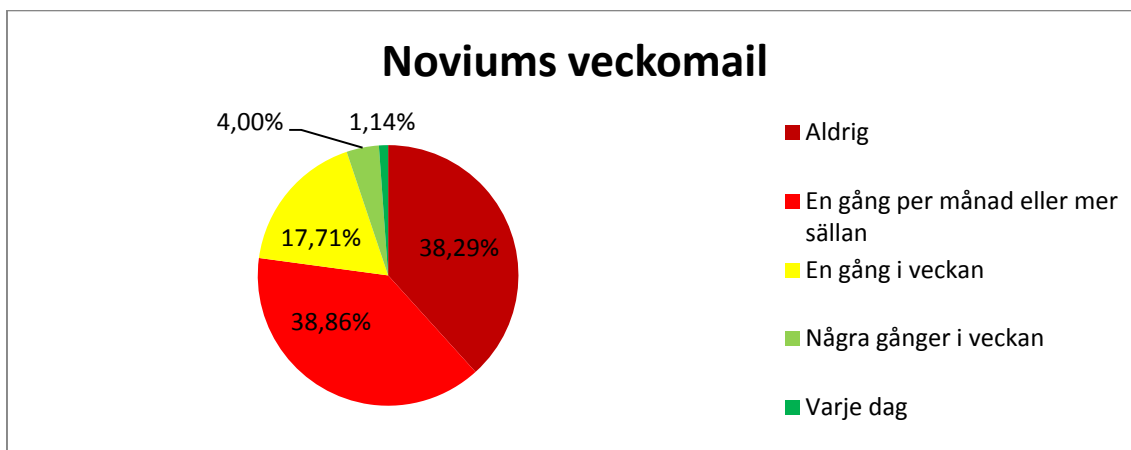


Figur 9. Cirkeldiagram av studerandens statistik av android appen.

Trots att android appen har den lägsta användningsprocenten av alla kanaler har den ändå fått väldigt bra feedback från enkäterna. Orsaken till att den har så låg användningsprocent är för att det är väldigt få som har en android telefon. De som har möjlighet att använda appen har varit nöjda och de som inte har en android telefon önskar att appen skulle utvecklas till andra operativsystem.

#### 4.2.9 Noviums veckomail

Figuren nedan visar hur ofta studerande läser Noviums veckomail:

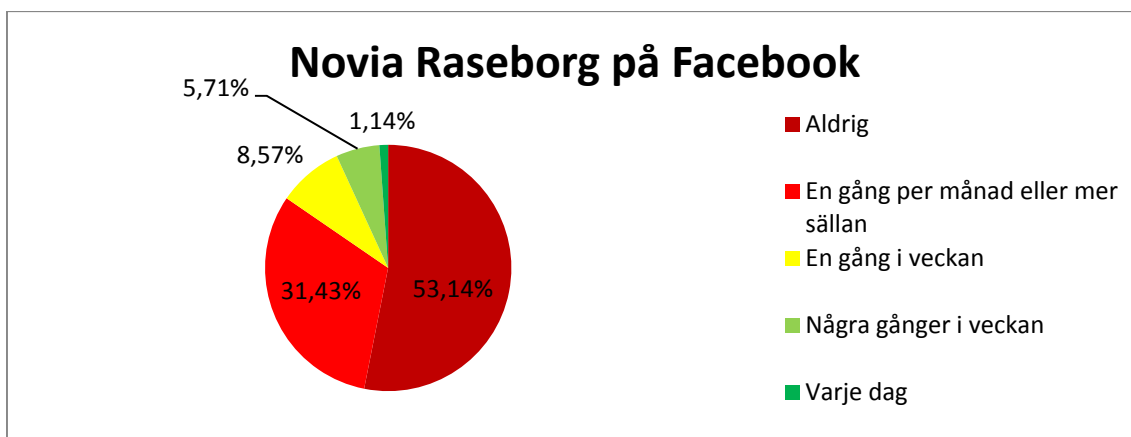


Figur 10. Cirkeldiagram av studerandens statistik av noviums veckomail.

Noviums veckomail är den kanal som fått mest negativ feedback. Många anser att veckomålet är spam och inte vill ha det till sin e-post. 17,71 % säger att de läser veckomålet varje vecka.

#### 4.2.10 Novia Raseborg på Facebook

Figuren nedan visar hur ofta studerande besöker Novia Raseborg på Facebook:



Figur 11. Cirkeldiagram av studerandens statistik av Novia på Facebook.

Studerande har inte kommenterat något specifikt för denna kanal.

### 4.3 Resultat från personalenkäterna

För personalen uppnådde vi en svarsprocent på 60,4 %, det var lite lägre svarsprocent än vi hade hoppats på. Orsaken till den låga svarsprocenten är att det var svårt att få tag på FoU-personalen eftersom de väldigt ofta var ute och forskade eller inte var på plats. Enligt figur 3 i kapitel 2.1 om svarsprocent är 60,4 % ett acceptabelt antal. 52 av 86 anställda svarade på enkäterna. Nedan visas ett diagram på hur ofta personalen använder de olika informationskanalerna.

Tabell 8. Tabell på hur ofta personalen använder informationskanaler.

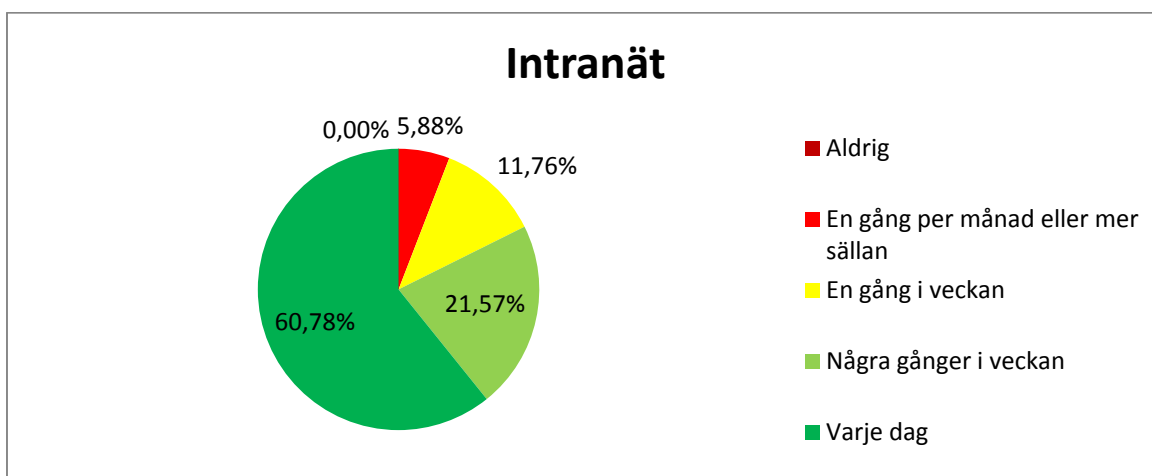
#### Procent

	Aldrig	En gång per månad eller mer sällan	En gång i veckan	Några gånger i veckan	Varje dag
Intranät	0,00 %	5,88 %	11,76 %	21,57 %	<b>60,78 %</b>
Intra e-post	5,88 %	5,88 %	7,84 %	17,65 %	<b>62,75 %</b>
Info TV	5,88 %	<b>27,45 %</b>	<b>23,53 %</b>	13,73 %	<b>29,41 %</b>
Veckobladet på Intra	11,76 %	15,69 %	<b>66,67 %</b>	5,88 %	0,00 %
Aktuellt från IT på Intra	31,37 %	<b>60,78 %</b>	3,92 %	3,92 %	0,00 %
Anslagstavlor	17,65 %	<b>56,86 %</b>	15,69 %	9,80 %	0,00 %
Android App	<b>84,31 %</b>	3,92 %	1,96 %	9,80 %	0,00 %
Novia Raserborg på facebook	<b>43,14 %</b>	27,45 %	17,65 %	11,76 %	0,00 %
Mötesprotokoll	29,41 %	<b>49,02 %</b>	11,76 %	9,80 %	0,00 %
Onsdagsinfo	43,14 %	<b>56,86 %</b>	0,00 %	0,00 %	0,00 %

Diagrammet skiljer sig ganska mycket från det diagram som presenterades i stycket om hur mycket studerande använder de olika informationskanalerna. Personalen har en mycket högre procent på info TV:n och veckobladet på intranät och en lägre användning av anslagstavlor. De andra informationskanalerna ligger på samma nivå om man jämför med studerande.

### 4.3.1 Intranät

Figuren nedan visar hur ofta personalen använder intranät:

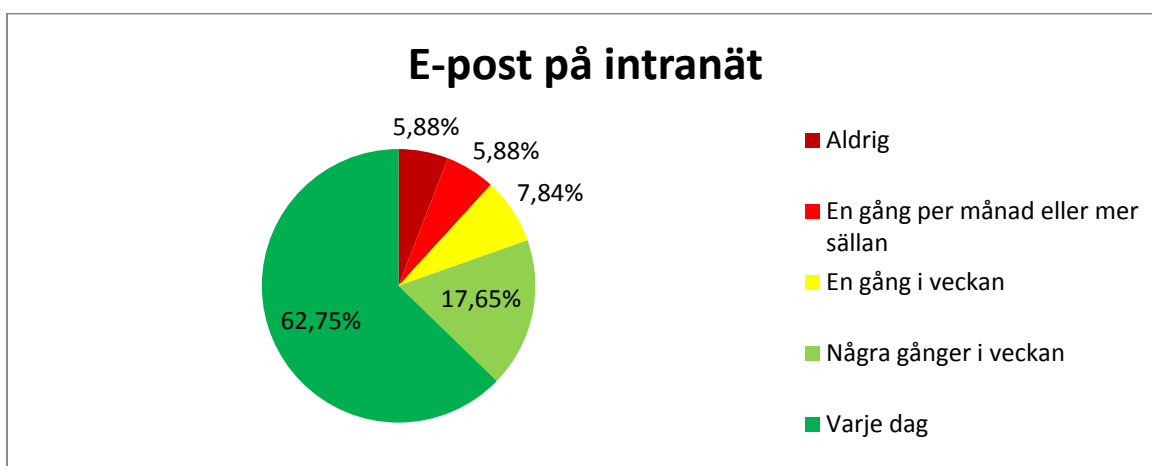


Figur 12. Cirkeldiagram av personalens intranät statistik.

Personalen använder intranät väldigt aktivt, 60,78 % har svarat att de använder kanalen varje dag. Personalen läser veckobladet och mötesprotokollen aktivt på intranät.

### 4.3.2 E-post på intranät

Figuren nedan visar hur ofta e-posten på intranät används av personalen:

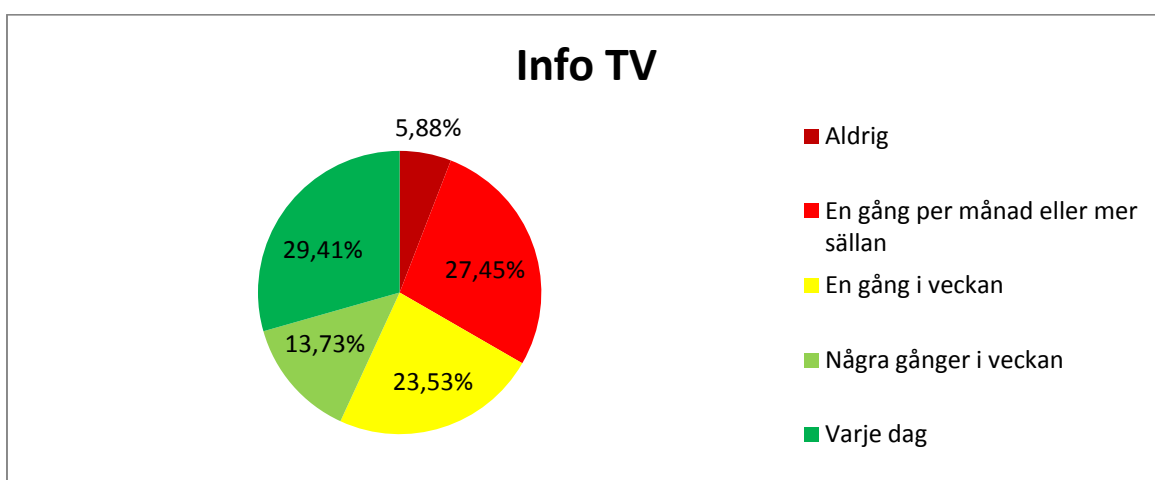


Figur 13. Cirkeldiagram av personalens e-post statistik.

62,75 % har svarat att använder e-posten på intranät dagligen och 17,65 % några gånger i veckan. Kommentarer från öppna frågorna har varit att e-posten är det effektivaste sättet att förmedla information snabbt och det lättaste sättet att nå personer.

### 4.3.3 Info TV

Figuren nedan visar hur ofta info TV:na används av personalen:

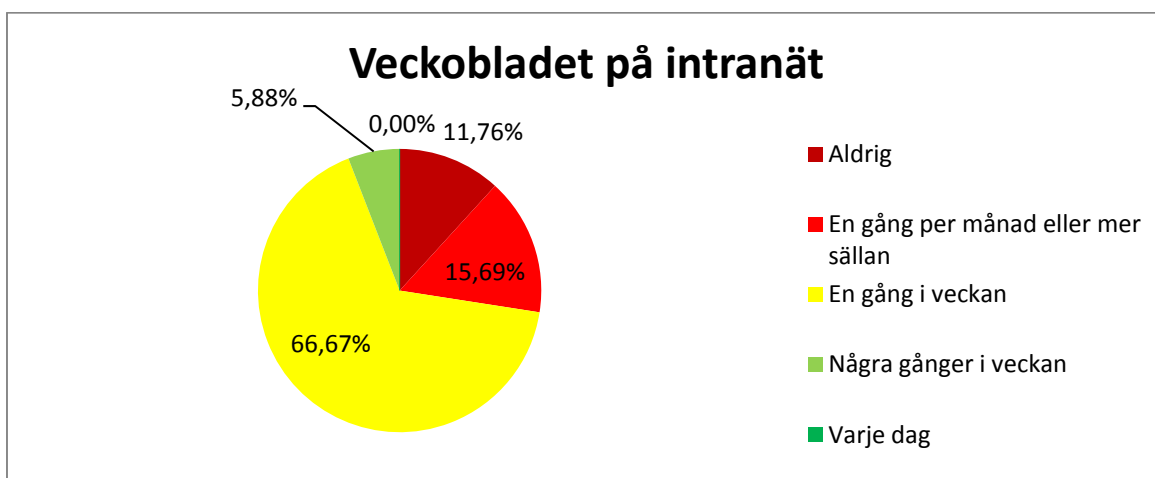


Figur 14. Cirkeldiagram av personalens info TV statistik.

Info TV:n har en väldigt hög användningsprocent jämfört med vad studerande har svarat. Personalen är ganska nöjd med den information som visas på TV:n men tycker också att det finns några saker man skulle kunna lägga till, som t.ex. väder och vad det är för temperatur ute samt mer information om vad som händer i skolan under veckan. Många har också påpekat att info TV:n är väldigt dåligt placerad och inte syns.

### 4.3.4 Veckobladet på intranät

Figuren nedan visar hur ofta personalen läser veckobladet på intranät:

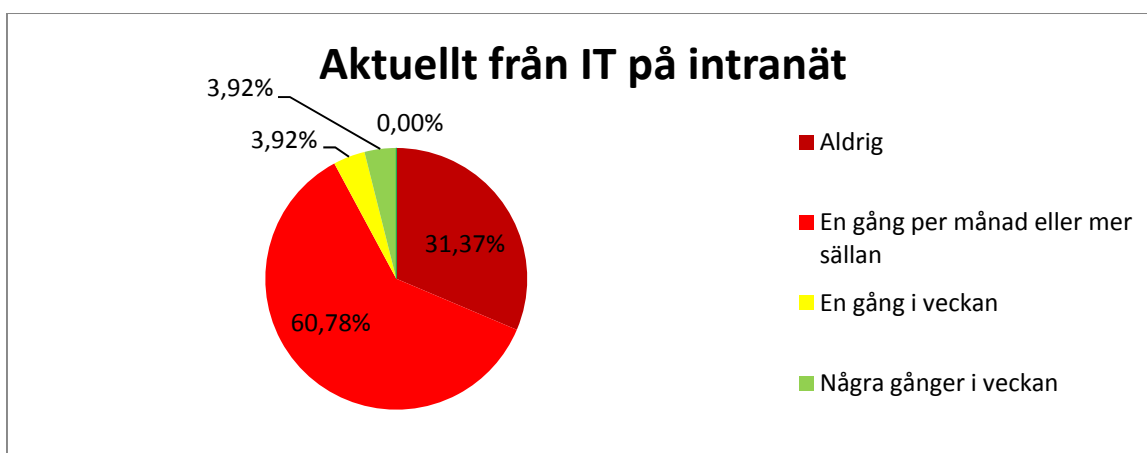


Figur 15. Cirkeldiagram av personalens veckoblad statistik.

Personalen är väldigt aktiv med att läsa veckobladet på intranät, hela 66,67 % har svarat att de läser veckobladet varje vecka.

### 4.3.5 Aktuellt från IT på intranät

Figuren nedan visar hur ofta aktuellt från IT på intranät används av personalen:

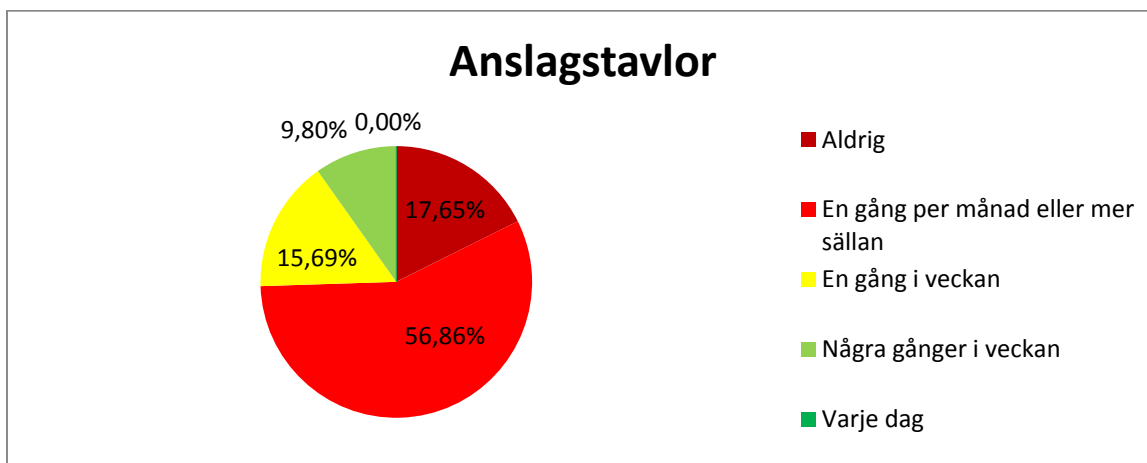


Figur 16. Cirkeldiagram av personalens statistik av aktuellt från IT.

Kommentarer har varit att de inte lagt märke till denna kanal.

### 4.3.6 Anslagstavlor

Figuren nedan visar hur ofta anslagstavlor används av personalen:

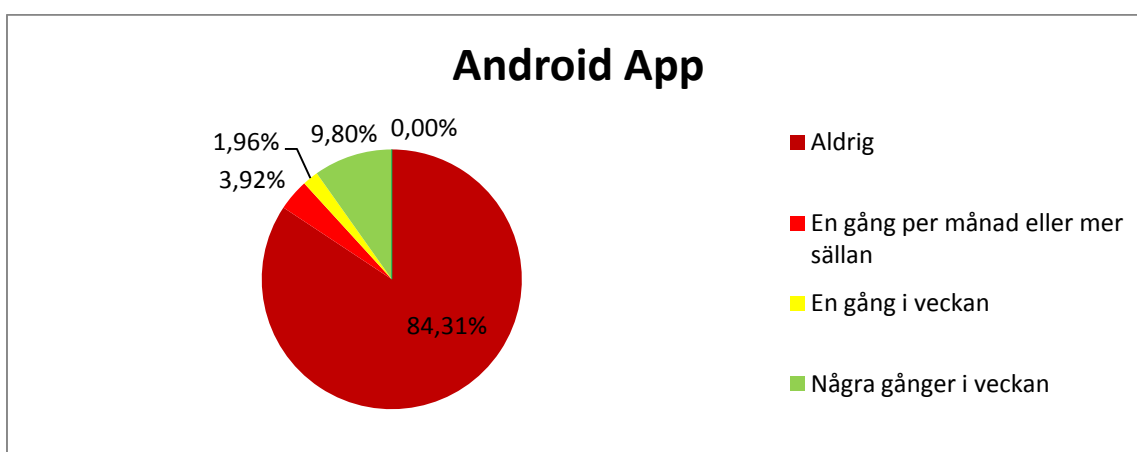


Figur 17. Cirkeldiagram av personalens statistik av anslagstavlor.

Användningen av anslagstavlor är ganska låg jämfört med studerande. Feedback från de öppna frågorna på enkäten har varit att det nog finns intressant information på anslagstavlor om utbildningslinjerna och vad de håller på med.

### 4.3.7 Android app

Figuren nedan visar hur ofta Android appen används av personalen:

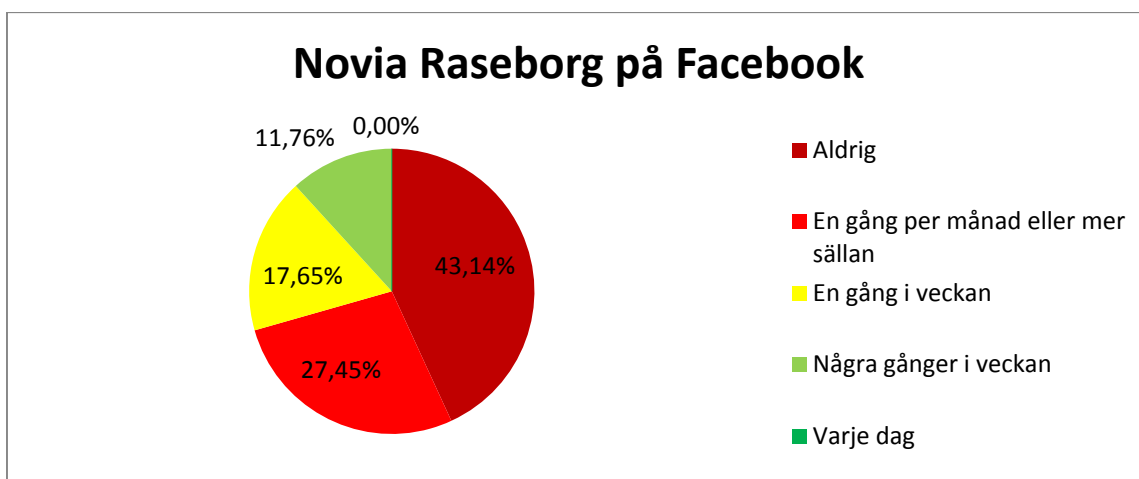


Figur 18. Cirkeldiagram av personalens android app statistik.

Det är inte så många som använder Android appen men de som har möjlighet har varit nöjda. Orsaken varför användningsprocenten är så låg är för att appen bara är tillgänglig för android telefoner och många önskar att den skulle utvecklas till andra operativsystem.

#### 4.3.8 Novia Raseborg på Facebook

Figuren nedan visar hur ofta personalen besöker Novia Raseborg på Facebook:

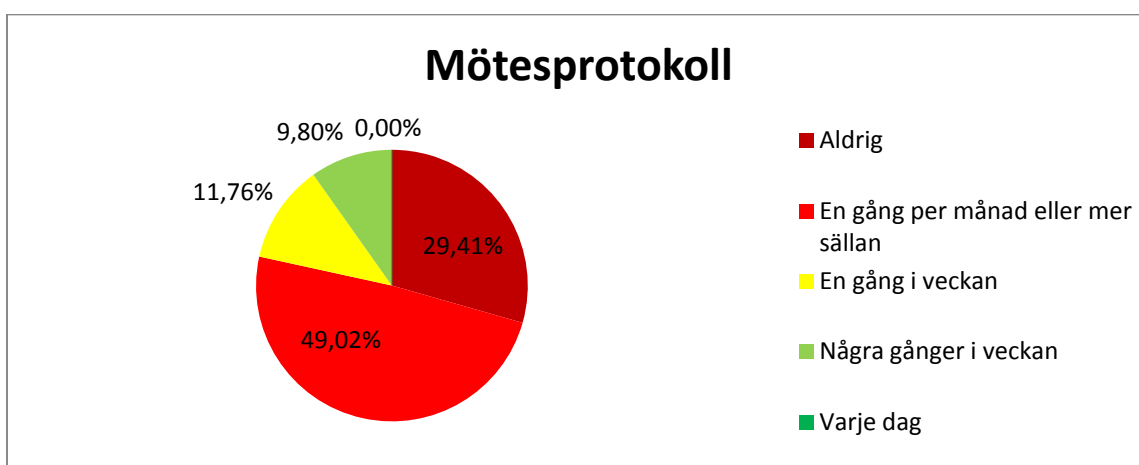


Figur 19. Cirkeldiagram av personalens statistik av Novia på Facebook.

Det fanns väldigt få kommentarer om Novia Raseborg på Facebook på enkäterna. Någons kommentar var att det inte intresserar att följa sociala medier.

#### 4.3.9 Mötesprotokoll

Figuren nedan visar hur ofta personalen läser mötesprotokoll på intranät:

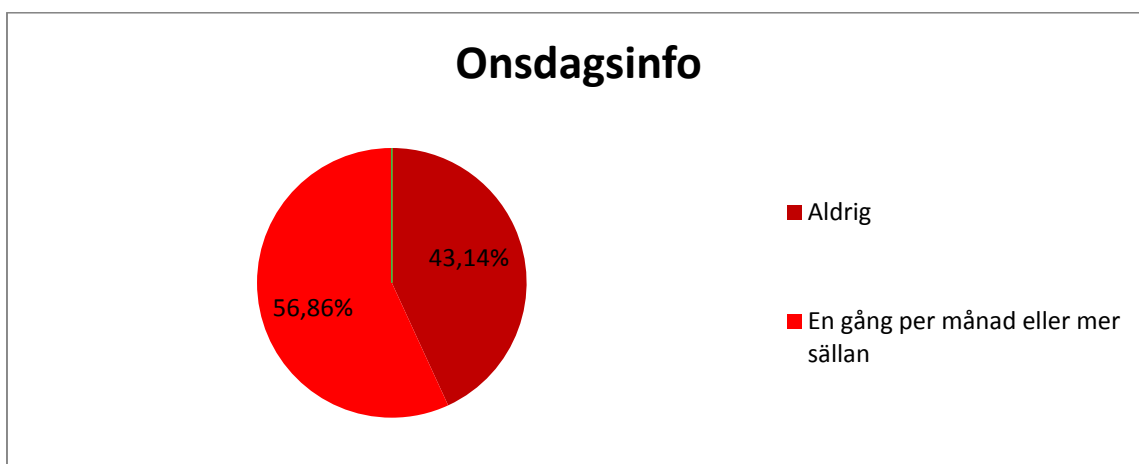


Figur 20. Cirkeldiagram av personalens mötesprotokoll statistik.

21,56 % har svarat att de läser mötesprotokoll varje vecka. Kommentarer från de öppna frågorna är att det skulle meddelas när nya protokoll har lags upp t.ex. via e-posten.

### 4.3.10 Onsdagsinfo

Figuren nedan visar hur ofta personalen deltar i onsdagsinfon:



Figur 21. Cirkeldiagram av personalens onsdagsinfo statistik.

56,86 % av alla anställda som svarat på enkäten deltar på onsdagsinfo tillfällena.

#### 4.4 Slutsatser av enkätundersökningen och de öppna frågorna

Med hjälp av enkätundersökning har vi fått statistik över hur ofta elever och personal använder de olika informationskanalerna vid YH Novia Raseborg och fått feedback på de olika kanalerna och vad som skulle kunna förbättras eller ändras för att informationskanalerna skulle kunna fungera bättre.

Det kommer inte som en överraskning att intranät och e-posten kommer på första plats när det kommer till hur mycket studerande och personal använder kanalerna. Det förutsätter att man använder de två kanalerna aktivt för att kunna studera och jobba vid YH Novia och därför har de två kanalerna fått en så hög användningsprocent. Många anser att e-posten är det enklaste och effektivaste sättet att kommunicera och dela information med varandra.

Intranät är en viktig kanal för både studerande och personal för att hitta information. Många anser att intranät är ganska klumpigt och att det är svårt att hitta vad man söker efter. Enligt de öppna frågorna på enkäterna känner inte studerande till vad för information som finns tillgänglig på intranät som t.ex. lärares scheman, tidtabeller för klassrum och skrivanvisningar för arbeten och mallar för dokument. Studerande har också kommenterat att de skulle vilja ha lättare åtkomst till läsordningar och information om olika kurser. Som det är nu anser studerande att det är väldigt svårt att hitta kurser som de skulle kunna vara intresserade av och när kurserna går på grund av att de inte får tillräckligt mycket information om dem.

Info TV:n har fått lite blandad kritik från både studerande och personal. Informationen på TV:n är saklig och koncist men många önskar också att det skulle visas mera aktuella händelser och att det skulle visas information om väder och temperatur ute. Det har kommit kommentarer om att info TV:n är väldigt dålig placerad vilket gör att man bara går förbi den och inte kan eller hinner stanna för att se igenom alla inlägg som kommer att visas. Det har kommit förslag om att flytta TV:n till en plats där en syns bättre och där det är möjligt att stanna och kolla igenom all information i lugn och ro.

Veckobladet på intranät var en av de kanaler som hade den största skillnaden mellan studerande och personal. Studerande anser inte att veckobladet är värt att läsa medan personalen läser det varje vecka. Kommentarer från studerande har varit att de inte känner till att det finns ett veckoblad på intranät eller att de inte anser informationen som intressant.

Aktuellt från IT på intranät är en av de kanaler som varken studerande eller personal lagt så mycket uppmärksamhet till. Kommentarer från enkäterna har varit att det inte ges tillräckligt mycket information om ändringar och avbrott gällande IT-avdelningen.

Anslagstavlorna används ganska aktivt av studerande. Främst använder studerande anslagstavlorna för att hålla sig uppdaterade om vad för evenemang och aktiviteter som ordnas i olika föreningar och på campus. Personalen använder däremot inte anslagstavlorna lika mycket.

Android appen har inte så hög användningsprocent men det beror på att de flesta inte har en Android telefon. Feedback från både studerande och personal har önskat att appen skulle utvecklas till andra operativsystem än bara Android. De som har möjlighet att använda appen har varit nöjda med den.

Noviums veckomail är kanske den kanal som fått mest negativ feedback. Många tycker att e-brevet är spam och önskar att det skulle sluta fylla deras e-post inkorg varje vecka.

Novia Raseborg på Facebook har inte fått så mycket feedback. Studerande använder inte kanalen så värst mycket medan personalen är lite aktivare med att se om det är något nytt som har lagts till på sidan.

Mötesprotokollen önskar personalen att det skulle meddelas när ett nytt protokoll har lagts upp på intranät. Det är svårt att hålla reda på när ett nytt protokoll har lagts till på sidan.

Övriga kommentarer från studeranden är att de skulle vilja ha mer information om vilka kurser som går när och mera information om själva kurserna.

Övriga kommentarer från personalen är att de skulle vilja ha mera information om vad som är aktuellt inom utbildningen och vad som händer vid campus och de olika utbildningslinjerna som t.ex. projekt. Personalen skulle också vilja ha mera information om kurser och fortbildning. Med tanke på städning av utrymmen skulle det vara bra med information om bokning av olika utrymmen på kvällar och veckoslut.

#### **4.5 Slutsatser av intervjuerna**

Med hjälp av intervjuerna har vi fått mer fördjupade svar om studerandens och personalens åsikter om skolans informationskanaler och interna kommunikation.

Åsikter om mängden information som studerande och personalen får har varit ganska tudelad. Studerande värkar inte vara så intresserad av att få för mycket information, och ibland kan det komma e-post som inte alls berör en, t.ex. då students listor missbrukas för reklam eller annan information som är irrelevant för 99 % av studeranden. Personalen tycker sen igen att det är viktigt att bli informerad om det mesta, fastän allt inte berör dem.

Vi fick fram samma resultat från intervjuerna som från enkäterna angående vilka informationskanaler som används mest. E-posten och intranät är de mest populära informationskanaler.

Då jag frågade om de tycker att det finns onödiga informationskanaler så tyckte de flesta att det är bra med många olika kanaler. WinhaWilles annonstavla används inte så mycket dock, åsikter om kanalen var att informationen där lika bra skulle kunna presenteras på intranät.

Informationen för de engelskspråkiga studerande är dålig, intranät har inte engelska översättningen helt färdig och det gör det jobbigt för dem att hitta informationen och så påverkar det handledningen för de engelskspråkiga studerande. Det är en ganska jobbig situation för de engelskspråkiga studerande då de är en minoritet i en svensk skola och viktig information inte finns översatt till engelska.

Då jag frågade om studerande och personalen får tillräckligt med information för att klara av sina studier/sitt jobb, så var den allmänna åsikten att man får tillräckligt med information, men vissa brister finns det i t.ex. årsplanerna som publiceras för utbildningsprogrammen, de är ibland bristfälliga då de publiceras och när de rättas till meddelas det inte om förändringarna åt studeranden. Sen statistik för hur studeranden klarar av studierna skulle gärna få finnas tillgängligt någonstans.

Det finns åsikter om att kommunikationen mellan studerande och lärare borde utvecklas, det gärna skulle få finnas en modernare informationskanal som är mera aktiv, där studerande och lärare kan kommunicera mera direkt med varandra.

Onsdagsinfotillfället som ordnas en gång i månaden har fått ganska mycket kritik. Respondenterna var eniga om att informationen där känns lite onödig eftersom man ofta får samma information på e-posten eller så kommer det upp på intranät. Onsdagsinfo är ett monolog möte och några tyckte att man borde utnyttja tillfället att framföra tankar och åsikter, andra tyckte att det är bra med monolog då mötet sker över en kaffepaus så mötet får inte räcka så länge.

Mötesprotokollet på intranät är i god användning, men bilagorna till mötesprotokollen är inte alltid tillgängliga. Sen finns det åsikter om att aktiebolagets styrelses protokoll gärna skulle få finnas på tillgängligt på intranät.

## 5 Avslutning

Resultatet av vårt arbete är statistik över hur mycket skolans olika informationskanaler är i användning och en forskning över studerandens och personalens åsikter om informationskanalerna och den interna kommunikationen.

Preliminärt tänkte vi endast samla in undersökningsdata med hjälp av enkäter, men under arbetets gång beslöt vi oss att också utföra intervjuer för att få mer fördjupade svar. P.g.a. det tog vår undersökning längre tid att utföra än vad vi beräknade då vi började på vårt

slutarbete, men efter att ha sett hur våra resultat blev, så är vi glada att vi tog beslutet att också göra en kvalitativ forskning.

Arbetsfördelningen hade vi inget problem med, eftersom vi använde två olika undersökningsmetoder så var det naturligt för oss att göra var sin undersökning.

Arbetet har varit lärorikt för oss båda, förutom att skriva långa texter så har vi lärt oss att göra intervjuer och analysera kvantitativ data.

Vi vill tacka alla respondenter som ställt upp, vår studiehandledare och handledare, Nina Hillo och Tomas Hammar för all hjälp och handledning, Charlotta Svenskberg för handledning på ExLabb timmarna och vår uppdragsgivare Heidi Barman-Geust för möjligheten att jobba på detta projekt.

## Källförteckning

Bryman, A. & Bell, E. (2003). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Malmö: Liber ekonomi.

Simonsson, C. (2008). *Nå fram till medarbetarna*. Malmö: Liber.

Patel, R. & Davidson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder*. (3. Uppl.) Lund: Studieliteratur

Erikson, P. (2008). *Planerad kommunikation*. (6. Uppl.) Malmö: Liber.

Heiden, M. & Johansson, C. & Simonsson, C. (2013). *Kommunikation i organisationer*. Stockholm: Liber.

Häggbloom, H. (2013). WinhaWille Information. Yrkehögskolan Novias Intranät. <https://intra.novia.fi/studier/winhawille/> (Hämtat: 27.11.2013).

Nyberg, R (2000). *Skriv vetenskapliga uppsatser och avhandlingar med stöd av IT och internet*. (4. Uppl.) Lund: Studieliteratur.

Burns, A. & Bush, R. (2005). *Marketing research online research applications*. (4. Uppl.) Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Wilson, A. (2006). *Marketing research an integrated approach*. (2. Uppl.) Prentice Hall.

Kvale, S. (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studieliteratur.

Holme, I & Solvang, B. (1991). *Forskningsmetodik. Om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Lund: Studieliteratur.

## Figurförteckning

Figur 1. Ambitionstrappa.....	18
Figur 2. Cirkeldiagram av studerandens intranät statistik. ....	30
Figur 3. Cirkeldiagram av studerandens e-post statistik. ....	31
Figur 4. Cirkeldiagram av studerandens info TV statistik.....	31
Figur 5. Cirkeldiagram av studerandens veckoblad statistik.....	32
Figur 6. Cirkeldiagram av studerandens aktuellt från IT statistik.....	33
Figur 7. Cirkeldiagram av studerandens statistik av anslagstavlor. ....	33
Figur 8. Cirkeldiagram av studerandens statistik av WinhaWilles annonstavla.....	34
Figur 9. Cirkeldiagram av studerandens statistik av android appen. ....	35
Figur 10. Cirkeldiagram av studerandens statistik av noviums veckomail.....	35
Figur 11. Cirkeldiagram av studerandens statistik av Novia på Facebook. ....	36
Figur 12. Cirkeldiagram av personalens intranät statistik.....	38
Figur 13. Cirkeldiagram av personalens e-post statistik. ....	38
Figur 14. Cirkeldiagram av personalens info TV statistik. ....	39
Figur 15. Cirkeldiagram av personalens veckoblad statistik. ....	40
Figur 16. Cirkeldiagram av personalens statistik av aktuellt från IT. ....	40
Figur 17. Cirkeldiagram av personalens statistik av anslagstavlor. ....	41
Figur 18. Cirkeldiagram av personalens android app statistik. ....	41
Figur 19. Cirkeldiagram av personalens statistik av Novia på Facebook. ....	42
Figur 20. Cirkeldiagram av personalens mötesprotokoll statistik.....	42
Figur 21. Cirkeldiagram av personalens onsdagsinfo statistik. ....	43

## Tabellförening

Tabell 1. Skillnader mellan kvalitativa och kvantitativa metoder. ....	4
Tabell 2. Skillnader mellan kvalitativa och kvantitativa metoder. ....	5
Tabell 3. Kategorisering av enkäternas svarsprocent. ....	7
Tabell 4. Processen för en kvantitativ undersökning. ....	7
Tabell 5. Beskrivning av de olika stegen i en surveyundersökning. ....	10
Tabell 6. Guide över vilken sorts information olika kanaler lämpar sig för. ....	16
Tabell 7. Tabell på hur ofta studerande använder informationskanaler. ....	29
Tabell 8. Tabell på hur ofta personalen använder informationskanaler.....	37