



Fakulteten för Ekonomi, Kommunikation och IT
Medie- och kommunikationsvetenskap C

Susanne Ekmark och Kristina Noreen

Internkommunikationen inom Region Värmland

En studie om behovet och uppfattningen av internkommunikationen inom Region Värmland.

Internal Communication at Region Värmland
A study of the needs and the opinions of the internal communication at Region Värmland

C-uppsats 15 poäng
Informationsprogrammet

Datum/Termin: 2009-01-22/ HT 2008

Handledare: Jan- Ove Eriksson

Examinator: Jakob Svensson

Abstract:

This essay concerns the internal communication at Region Värmland. We got this assignment from Hedvig Bergenheim who is the executive of internal communication at Region Värmland. The purpose with this essay is to investigate the needs, the functions and the opinions of the internal communications from the point of view of the employees.

Our main questions were:

- Which are the needs of the internal communications at Region Värmland?
- How do the employees experience the internal communication functions at Region Värmland?
- Which are the best internal information channels?
- Does the internal communication give the employees a feeling of companionship?

From the results, which we have analyzed from our main questions, we found out that the general opinion of the employees is that the internal communications function well, even if there are wishes of improvements of certain areas. The information which seemed hardest to get was the information about the specific units and information from the management. The main parts of the employees are well informed but not on the information about re-organizations manners and the operational plan. The employees thought that the lack of time and too much information makes it difficult to sustain the constant internal information within the organisation. Referring to the information channels the employees prefer the oral communication that comes from meetings, because it creates best companionship about what happens in the organisation. Most of the employees use the e-mail as an information channel about their own unit. The knowledge about the staff magazine "Insikt" was relatively poor among the staff of the folk schools.

We used a quantitative survey to reach our results. The implements of our total investigation embodied a population of 305 employees within the secretariat, the resource centre and the folk schools. The answering frequency becomes 46 % with 139 answered surveys. The material was used to answer our questions together with different scholar's point of views and earlier research within the area of internal communication.

Sammanfattning

Uppsatsen handlar om internkommunikationen inom Region Värmland och vår studie bygger på ett uppdrag från informationschefen Hedvig Bergenheim. Syftet med undersökningen var att beskriva och analysera behovet av internkommunikationen inom organisationen samt hur den fungerar och uppfattas bland de anställda.

Våra huvudsakliga frågeställningar var:

- Vilket behov har de anställda inom Region Värmland av internkommunikation?
- Vilken uppfattning har de anställda om internkommunikationens funktion?
- Vilka interna informationskanaler anser de anställda fungera bäst?
- Anser de anställda att interinformation ger dem en känsla av delaktighet i organisationens verksamhet?

Utifrån resultatet från våra huvudsakliga frågeställningar har vi analyserat att internkommunikationen generellt fungerar ganska bra, även om det finns önskemål om förbättringar inom vissa områden. Den information som ansågs svårast att få grepp om var information om andra enheter inom organisationen och från ledningen. Flertalet av de anställda inom organisationen är välinformerade men inte gällande verksamhetsplan och information om omorganiseringar. De anställda anser att för lite tid och för mycket information är svårigheten för kontinuerlig uppdatering av de interna händelserna inom organisationen. Gällande informationskanaler så föredrar de anställda personlig kommunikation i form av möten eftersom det skapar bäst delaktighet av vad som sker inom organisationen. E-post används av flertalet för att tillhandahålla information om vad som sker inom den egna enheten. Kännedomen om personalbladet ”Insikt” var förhållandevis svagt bland de anställda inom folkhögskolorna.

Vi använde oss av en kvantitativ enkätundersökning för att få fram resultaten. Vi genomförde en totalundersökning där populationen uppgick till 305 anställda inom kansli, resurscentra och folkhögskolor. Svarefrekvensen blev 46 % med 139 svarade enkäter. Materialet användes för att besvara syftet och frågeställningarna tillsammans med olika forskares teorier om internkommunikation.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Syfte	1
1.3 Problemformuleringar och frågeställningar	2
1.4 Avgränsning	2
1.5 Disposition	2
2. Region Värmland	3
2.1 Region Värmlands organisation	3
2.2 Region Värmlands arbetsområden	4
2.2.1 Resurscentra	5
2.2.2 Folkhögskolor	5
2.3 Verksamhetsplan	5
2.3.1 Uppdrag	6
2.3.2 Vision	6
2.3.3 Mål	6
2.4 Interna kommunikationskanaler	7
3. Teoretiska utgångspunkter	8
3.1 Organisationskommunikation	8
3.1.1 Formell och informell kommunikation	8
3.2 Internkommunikation – vad är det?	9
3.3 Internkommunikation – varför behövs den?	9
3.4 Mål med kommunikationen	13
3.4.1 Kommunikationspolicy	13
3.4.2 Kommunikationsstrategi	14
3.4.3 Kommunikationsplan	14
3.5 Planerad kommunikation	14
3.6 Interna informationskanaler	15
3.6.1 Skriftliga informationskanaler	15
3.6.2 Elektroniska informationskanaler	15
3.6.3 Muntliga informationskanaler	16
3.7 Teorisammanfattning	16

4. Metod	17
4.1 Bakgrund	17
4.2 Undersökningens genomförande	17
4.3 Utformning av missivbrev och enkätformulär	17
4.4 Population	18
4.5 Metodproblem	19
4.6 Externt och internt bortfall	19
4.7 Reliabilitet och validitet	20
5. Resultat	21
5.1 Respondenter	21
5.2 Uppfattning och behov av interninformation	22
5.3 Informationskanaler	26
5.4 Bra ambassadörer för organisationen	30
5.5 Chefer och anställda	34
6. Analys och diskussion	36
6.1 Respondenter	36
6.2 Uppfattning och behov av interninformation	36
6.3 Informationskanaler	37
6.4 Bra ambassadörer för organisationen	38
6.5 Chefer och anställda	39
7. Slutsats	40
7.1 Slutsats	40
8. Förändringsförslag	42
8.1 Författarnas förändringsförslag	42
8.2 Respondenternas förändringsförslag	42
9. Källor	43
9.1 Litteratur	43
9.2 Övriga källor	43
Bilagor	
1. Missivbrev	
2. Enkät	
3. Tabeller	
4. Region Värmlands resurscentra	
5. Organisationsschema	

Kapitel 1 - Inledning

I följande kapitel förklarar vi vårt syfte med uppsatsen och redogör för våra problem - formuleringar och frågeställningar samt avgränsningar inom området intern - kommunikationen inom Region Värmland.

1.1 Bakgrund

Vi lever i en alltmer komplicerad värld där globalisering, teknologi och den ständiga förändringsprocessen i samhället bidragit till ett ökat informationsflöde. Kommunikation existerar överallt, i hemmet och på arbetsplatsen, i stora och små organisationer. Att hitta bra kommunikationsvägar mellan företagsledning och medarbetare alstrar motivation, delaktighet och ett ökat ansvarstagande hos de anställda. Att ha kännedom om företagets mål och vision ger en ökad förståelse för det egna bidraget i företaget. En organisations interna kommunikation är lika viktig som den externa kommunikationen då det är av största vikt att båda fungerar tillfredställande om man vill uppnå effektivitet och lönsamhet i organisationen.

Anledningen till att vi valt att undersöka internkommunikationen inom Region Värmland var att vi blev intresserade av hur internkommunikation fungerar inom en stor organisation. Vi tog kontakt med informationschefen Hedvig Bergenheim på Region Värmland och vi fick ett uppdrag som bestod av att undersöka behovet av internkommunikation samt hur den uppfattas bland de anställda inom organisationen. Region Värmland är en stor och komplex organisation där arbetsplatserna är utspridda inom flera olika enheter och verksamheter.

1.2 Syfte

Vårt syfte med uppsatsen är att undersöka de anställdas behov av internkommunikation inom Region Värmland. I detta syfte ingår också att undersöka hur internkommunikationen uppfattas bland de anställda inom olika verksamhetsområden och om det finns någon skillnad mellan behoven av information på dessa olika enheter.

1.3 Problemformuleringar och frågeställningar

För att få svar på våra centrala frågor hur funktionen och behovet var av interninformation inom Region Värmland, har vi analyserat resultatet från vissa huvudsakliga frågeställningar. Vi önskar även få en överblick hur de anställda uppfattar ledningens kommunikationsförmåga i den interna kommunikationsprocessen. Ger den en känsla av delaktighet och gemensam förståelse för organisationens mål och vision. Vi ville även undersöka vilka informationskanaler som anses fungera bäst, samt kartlägga vilken respons och reaktion som uppstår när arbetsrelaterad information först når de anställda via medierna.

Våra huvudsakliga frågeställningar är:

- Vilket behov har de anställda inom Region Värmland av internkommunikation?
- Vilken uppfattning har de anställda om internkommunikationens funktion?
- Vilka interna informationskanaler anser de anställda fungerar bäst?
- Anser de anställda att interninformation ger dem en känsla av delaktighet i organisationens verksamhet?

1.4 Avgränsning

Med vår undersökning av internkommunikationen på Region Värmland har vi avgränsat vår population till de anställda inom kansliet, folkhögskolorna och resurscentra. Vi avser inte att undersöka vad de förtroendevalda inom kommunen anser om Region Värmlands internkommunikation. Med interninformation menar vi den information som sprids från informationsenheten till de anställda inom kansli, resurscentra och folkhögskolor.

1.5 Disposition

Det första kapitlet i vår uppsats innehåller syfte, frågeställningar, problemformuleringar samt avgränsningar. I kapitel två presenteras och beskrivs Region Värmlands organisation som sedan följs av ett teorikapitel. Den består av teorianknytningar som vi finner relevanta för vår studie. Metodavsnittet återfinns i kapitel fyra där vi beskriver vilken metod vi använt oss av för insamling av data. I kapitel fem och sex redovisar vi resultaten från vårt undersökningsmaterial i statistiska tabeller samt analyserar och jämför data gentemot teorianknytningar och våra ursprungliga problemformuleringar i en slutsats. Vi avslutar uppsatsen med en sammanfattning av förändringsförslag till Region Värmland.

Kapitel 2 – Region Värmland

I följande kapitel presenterar vi organisationen Region Värmland samt beskriver dess arbetsområden, verksamhetsplan, mål och vision samt interna kommunikationskanaler. Kapitlet baseras på uppgifter från Region Värmlands Verksamhetsplan 2009, från hemsidan www.regionvarmland.se (2008-12-16) samt från samtal med informationschefen Hedvig Bergenheim.

2.1 Region Värmlands organisation

Region Värmland är en utvecklingsorganisation som arbetar med regionala samt internationella frågor som rör Värmlands läns tillväxt och utveckling. Organisationen fungerar som en samverkan mellan Värmlands landsting och länets 16 kommuner. Syftet med ett fördjupat samarbete är att utveckla länets attraktivitet och konkurrenskraftighet som ska locka företag och människor att etablera och bosätta sig i Värmland. Region Värmlands grundtanke är att Värmland blir starkare när alla går samman och ledstjärnorna i arbetet är:

- * Samverkan
- * Helhetssyn
- * Internationalisering
- * Hållbar utveckling
- * Jämställdhet
- * Integration

Region Värmland är en organisation med många olika verksamheter och de arbetar utifrån ett antal olika arbetsområden. Antalet anställda inom organisationen är 305 personer varav 63 arbetar på kansliet i Karlstad. Region Värmlands styrelse består av 13 politiker från Värmland. Det sitter 49 personer i fullmäktige och de väljs av de värmländska kommunernas/landstingets respektive fullmäktige. Region Värmland inklusive resurscentra och folkhögskolor omsätter ca 300 miljoner per år. Region Värmland finansieras med medel från landstinget, kommuner, staten och EU.

2.2 Region Värmlands arbetsområden

Region Värmland arbetar utifrån följande åtta arbetsområden:

Internationella frågor, Region Värmland arbetar för att utveckla regionens strategiska internationella verksamhet, bland annat genom att synliggöra de möjligheter som EU-medlemskapet erbjuder. De arbetar utifrån tre aspekter; internationellt samarbete, omvärldsbevakning och kunskapsutveckling samt påverkan och profilering.

Kommunikation och infrastruktur, Region Värmland har ansvar för utvecklingen av kommunikationen mellan olika aktörer på marknaden när det gäller infrastrukturen. De arbetar även aktivt med lobbning i olika frågor inom detta område. De arbetar exempelvis aktivt med bredbandsutbyggnaden i regionen och är med i diskussioner runt vägbyggen och Karlstads Flygplats.

Kultur och fritid, Region Värmland ansvarar för kulturpolitiken på regional nivå och har upprättat en strategi och arbetsplan för den långsiktiga utvecklingen inom kulturområdet i Värmland. Kultur- och fritidspolitikerna skall även i framtiden bidra till en positiv syn på Värmland. Dessutom beviljar Region Värmland olika bidrag till projekt och evenemang, som vidare bidrar till utveckling och tillväxt inom kultur- och fritidsområdet. De har också ett strategiskt ansvar för att samordna, stödja och utveckla de kreativa näringarna.

Näringsliv, arbetsmarknad och turism, Region Värmland arbetar för att marknadsföra regionen som nationell och internationell etableringsplats. De utför analyser och omvärldsspaning för att ha kontroll på vad som händer i världen, och anpassar sedan sitt arbete efter det. Region Värmland har inrättat en nytt resurscentra, som har i uppdrag att arbeta för utvecklingen av turismen i regionen.

Vård, omsorg och folkhälsa, Region Värmland arbetar för att förstå och verka för att vård- och omsorgsarbetet i regionen skall bli så bra som möjligt. De försöker också skapa nya mötesplatser mellan olika intressenter och vårdgivare. De senaste årens utveckling inom vårdsektorn där det tillkommit aktörer på marknaden ställer höga krav på samverkan.

Miljö och hållbar utveckling, Region Värmland arbetar efter att ha ett målinriktat miljötänkande som gynnar regionen på lång sikt, och att det leder till en hållbar utveckling.

Utbildning och kompetens, Region Värmland arbetar för att regionen skall kunna erbjuda kompetent arbetskraft. De samverkar med företag och offentliga organisationer för att hitta vägar som leder till kompetenshöjning inom arbetslivet.

Information och marknadsföring, Region Värmland arbetar aktivt med lobbyning och marknadsföring för att stärka Värmlands varumärke och position på marknaden.

2.2.1 Resurscentra

De olika arbetsområdena kallas för resurscentra. Dessa driver sin egen verksamhet och egna frågor inom sitt speciella område. (För mer information angående resurscentra, se bilaga 4)

- **Dans i Värmland**
- **Energikontor Värmland**
- **Film i Värmland**
- **Länsbiblioteket**
- **Mediecenter**
- **Slöjd i Värmland**
- **Ung kultur**
- **Visit Värmland**
- **Värmlands Arkiv**

2.2.2 Folkhögskolor

De förut landstingsägda folkhögskolorna har nu övertagits av Region Värmland. Det finns idag folkhögskolor på fem platser i regionen. De finns i Ingesund, Klarälvdalen, Kristinehamn, Kyrkerud och Molkom.

2.3 Verksamhetsplan

Region Värmland är från år 2007 ett samverkansorgan vars regeringsuppdrag innebär att organisationen ska arbeta med en hållbar regional tillväxt. Region Värmland fungerar som landstinget och kommunernas gemensamma företrädare i frågor som rör regional utveckling, samt är ansvariga för samordningen av insatserna.

2.3.1 Uppdrag

”Region Värmland är en utvecklingsorganisation. Uppdraget är att arbeta med regional utveckling för en tillväxt i Värmland som är ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbar. Vi gör detta genom att initiera, stödja, samordna och leda regionala utvecklingsprocesser.”

(Verksamhetsplan 2009:2)

Kärnuppdraget skall vara väl förankrat i organisationen och även fungera som vägledning för verksamheten. Nationella strategier och förordningar i uppdraget påverkar och reglerar verksamheten.

2.3.2 Vision

Visionen ska fungera som en utmaning för alla anställdas ambitionsvilja att genomföra organisationens uppdrag. Uppdragen ska inte bara genomföras, utan Region Värmland skall även ligga steget före...

”Alltid steget före... detta innebär att vi alltid ska sträva efter att ligga i framkant, ha god framförhållning och spana framåtriktat och nyfiket.” (Verksamhetsplan 2009:4)

2.3.3 Mål

Region Värmland använder sig av en systematisk metod som kallas *Balanserad styrning* för att säkerställa att uppdragen ska genomföras med kvalitet och effektivitet. För att lyckas med detta använder Region Värmland något som kallas *”balanserat styrkort”*. Där finns strategiska mål och instruktioner dokumenterade för hur man ska nå mål och den vision som finns för organisationen. Målsättningen med att använda sig av Balanserad styrning är att det ska fungera som ett ledningsinstrument samt innehålla en tydlig koppling till det regionala utvecklingsprogrammet Värmland Växer, till verksamhetsplan och budget. Fokus ska läggas på det gemensamma uppdraget och stimulera till samverkan och delaktighet. För att utvecklas i visionens riktning är samverkan och samförstånd mellan olika grupperingar, delar och traditioner inom organisationen väsentlig. Andra viktiga faktorer och förutsättningar för modellen *”balanserat styrkort”* är dialog, delaktighet och tillit inom verksamheten samt mellan den och dess ledning.

2.4 Interna kommunikationskanaler

Region Värmland använder sig idag av följande interna kommunikationskanaler:

- E-post, där man har ordnade adresslistor och gör massutskick.
- Insikt, är Region Värmlands nätbaserade personalblad. Den finns på Region Värmlands hemsida under fliken internt och den utkommer en gång/ månad fr.o.m. november 2008.
- Pressmeddelanden, samtidigt som pressmeddelanden publiceras får de anställda kännedom om det via e-post. Viktiga pressmeddelanden läggs ut under rubriken nyheter på hemsidan, samt under fliken press.
- Möten, man har veckomöten där alla i personalen är välkomna att delta. Samt att man har personalmöten ute på de olika enheterna.
- www.regionvarmland.se. Här presenteras Region Värmlands verksamhet i sin helhet och det finns även en länk med intern information.

Kapitel 3 - Teoretiska utgångspunkter

I teorikapitlet redogör vi för några av de vetenskapliga kunskaper som forskare har producerat inom området internkommunikation, och som vi finner relevant för vår undersökning.

3.1 Organisationskommunikation

”Kommunikation är det kitt som håller organisationerna samman” (Strid, 1999:45).

Organisationsmedlemmarnas interna kommunikation innebär den formella och informella kommunikationen som existerar i en organisation. Den interna och den externa kommunikationen är ömsesidigt beroende av varandra och det är ibland svårt att dra en gräns för vad som är extern och intern information. Globaliseringen är en faktor bakom den ökade användningen av information – och kommunikationsteknik som i sin tur har bidragit till en hårdare konkurrenssituation inom kommunikationsflödet. (Heide m.fl. 2005:40)

3.1.1 Formell och informell kommunikation

Kommunikationsproblem är ett vanligt förekommande fenomen i stora organisationer. Information har en tendens att ändra form och innehåll när den passerar olika nivåer i en hierarkisk organisation. (Larsson, 2001:17) I stora organisationer är sannolikheten hög att den blir specialiserad och uppdelad. Vissa enheter och avdelningar blir sammansvetsade och vissa helt avskilda. Detta kan orsaka att vissa grupper isoleras, helheten försvinner och man förstår varandra sämre. (Strid, 1999:44) Kommunikationsforskare ansåg tidigare att kommunikationen var linjär och mekanisk. Uppfattningen var att olika signaler i form av budskap, känslor och attityder förmedlas mellan sändare och mottagare. I senare teorier talas det inte längre om sändare eller mottagare utan man ser kommunikation som en gemensam aktivitet, där det sker en interaktion mellan deltagarna. Här blir kontakten cirkulär och syftet med kommunikationen är att nå ömsesidig förståelse mellan människor. Den formella och den informella kommunikationen är två olika former av kommunikation som sker inom organisationer. Den formella kommunikationen är producerad information som sker från ledningen till medarbetarna. Interaktionen som sker spontant mellan medarbetarna kallas för informell kommunikation. (Larsson, 2001:26) Många frågor besvaras av den formella informationen men naturligtvis inte alla. Medarbetarna vänder sig ofta till de informella

ledarna för att komplettera informationsbehovet. Genom att ta reda på vilka frågor som cirkulerar bland medarbetarna kan man återkoppla med rätt information till rätt mottagare och därmed undvika ryktesspridningar. (Strid, 1999:42) Båda formerna av kommunikation är beroende av och kompletterar varandra, eftersom ingen av formerna enskilt uppfyller den anställdes behov av information. En så kallad djungeltelegraf utvecklas fort mellan medarbetarna om inte de formella kanalerna tillgodoser de anställda med kontinuerlig, korrekt och behövlig information. (Larsson, 2001:68)

3.2 Internkommunikation – vad är det?

”Kommunikation kan beskrivas som processen för människors kontakt med varandra”
(Larsson, 2001:26).

Internkommunikation kan definieras som ett informationsflöde som sker mellan ledning och medarbetare samt emellan de anställda inom en organisation. Den kan ses som ett effektivt styrmedel vars syfte är att skapa en god balans inom organisationen. Genom att involvera alla anställda i kommunikationen får man medarbetarna att känna delaktighet, motivation, engagemang och målinriktning. För att organisationen ska kunna hålla en god extern kommunikation med omvärlden förutsätter detta att den interna kommunikationen inom organisationen fungerar. En förankring av den interna kommunikationen är av betydelse då alla medarbetare är externa ambassadörer för sin organisation. (Falkheimer, 2001:94)

3.3 Internkommunikation – varför behövs den?

”Den som inte har information kan inte ta ansvar. Den som har information kan inte undvika att ta ansvar” (Eriksson, 2007:64).

I dagens informationssamhälle råder ett enormt informationsflöde och detta har bidragit till att det blivit allt viktigare att utforma och strukturera rätt information till rätt mottagare. Det handlar inte om att öka informationsutbudet utan istället se till att mottagaren uppmärksammar, förstår och har användning av den information som mottas. (Strid, 1999:5) Den interna kommunikationen och kontakterna inom en organisation sker i flera riktningar och genom många olika nätverksbindningar.

Det finns fyra olika typer av kommunikationsströmmar:

- **Nedåtriktad.** Information från ledning till de anställda.
- **Uppåtriktad.** Medarbetarnas återkoppling av reaktioner, synpunkter och upplysningar till ledningen.
- **Horisontell.** Mellan de anställda inom en enhet, eller olika enheter på samma nivå.
- **Tvärgående.** Information som utbyts mellan medarbetare på olika enheter och på olika nivåer.

Om medarbetarna anser sig få för lite information så är inte lösningen att öka mängden information utan man måste producera rätt information till rätt mottagare på rätt sätt och vid rätt tid. (Larsson, 2001:73) Det ställs höga krav på en organisations internkommunikation. Det är komplicerat att få en fungerande kommunikationsrelation med den nyanställda som kommer direkt från gymnasiet, den universitetsbildade samt den gamla trotjänaren som arbetat många år i organisationen. Beroende på vilka fakta som ska förmedlas så skiljer sig internkommunikationen mycket åt. Den interna dialogen kan delas in i olika typer för att underlätta arbetet för alla inblandade parter. (Eriksson, 2007:68) Om man lyckas få en samverkan mellan dessa uppnås bästa effekt (Falkheimer, 2001:103).

De olika typerna av interninformation är:

- **Arbetsinformation.** Den information som krävs för att medarbetarna kan sköta sina dagliga arbetsuppgifter.
- **Nyhets- och lägeskommunikation.** Information om vad som hänt och vad som kommer att hända i organisationen är angeläget för att medarbetarna ska kunna sköta sina uppgifter effektivt. Information kan ske via personalblad, möten eller andra informationskanaler. Nyhetskommunikation berör alla enheter.
- **Styr- och förändringskommunikation.** Information om mål, planer, riktlinjer, budget behövs för att leda verksamheten mot uppsatta mål. Vid större omstruktureringar behövs ordinarie kanaler kompletteras med projektbaserade kanaler som tas i bruk under begränsad tid. Om det finns ett uttryckt behov av information så har en projektbaserad informationskanal stor betydelse för hur medarbetarna uppfattar organisationen och dess färdriktning.

- **Värderings- och kulturkommunikation.** Här finns information om organisationens attityder som etik, medarbetarsyn och inställning till samhällsansvar och miljöfrågor.
- **Informell kommunikation.** Den väsentliga kommunikationen dyker oftast upp via arbetskamrater på lunchen, kafferasten eller i korridoren och den informella kommunikationen är varken styrd eller planerad. Att fånga upp medarbetarnas tankar kan vara svårt för de informationsansvariga i företaget men mycket betydelsefull. (Eriksson, 2007:69, Larsson, 2001: 78)

Några argument som finns för att man bör satsa på den interna kommunikationen är att effektiviteten höjs om medarbetarna är involverade i organisationens mål och helhetssyn. Om den interna kommunikationen är god förbättras ledningens styrning. Genom en användning av tvåvägskommunikation kan problem lyftas fram och lösas på ett bättre sätt. Välinformerade medarbetare blir delaktiga och mer motiverade. Vidare gynnar detta samarbetet och gör dem förberedda inför eventuella krishändelser och andra förändringsprocesser. Den interna kommunikationen främjar även de externa kontakterna med omvärlden. (Falkheimer 2001:103) Kommunikation är viktig för att få kunskap, förståelse och acceptans om organisationens mål och därmed översätta målen till handling. Grundförutsättningen för en organisations funktion och existens är dess kommunikation (Heide m.fl. 2005:17).

En effektiv intern kommunikation är nödvändig för en organisations överlevnad därför att:

- **Den ger medarbetarna överblick** om organisationen och om omvärlden. Internkommunikationen ska omfatta ett helhetsperspektiv, dels för att den anställda ska förstå vikten av sitt bidrag till resultatet, dels att den ska gynna den anställdes agerande sitt dagliga arbete.
- **Den skapar enighet om mål.** En förutsättning för att medarbetarna ska känna en delaktighet inom organisationen är att det förs en kontinuerlig dialog angående organisationens nulägesituation, framtidsplan och mål.
- **Den ger ett bättre beslutsunderlag.** Tillgången till rätt information ökar medarbetarnas kunskaper och kompetens. Det som sägs externt ska förstås internt av de egna medarbetarna. Avgörandet för att utforma en bra intern kommunikation är att det finns kanaler för återkoppling inåt – uppåt i organisationen.

- **Den ska skapa motivation och vi-anda.** Motivationen hos medarbetarna ökar om de överblickar ett helhetsperspektiv. Förståelse om den egna prestationsrollen, vad den bidrar till sammanhanget och organisationen i helhet.
- **Den ska underlätta samarbete.** Ett effektivt informationssystem ska skapas för få en betydelsefull förbindelse mellan organisationens olika enheter och dess medarbetare.
- **Den ska motverka ryktesspridning.** Rykten uppkommer exempelvis när organisationen genomgår förändringar i kombination med bristfällig information. Detta ökar medarbetarnas oro och osäkerhetskänsla.
- **Den ska underlätta delegering.** En förutsättning för att kunna följa med i dagens snabba förändringstakt är att ge medarbetarna ökat ansvar. Om beslutstaganden kan tas långt ut i organisationen ges ett klartecken till ökad intern kommunikation.
- **Den ska minska personalomsättningen.** Genom att använda personalomsättnings - kostnader till att investera i en ökad intern kommunikation gynnas den konstruktiva dialogen. Personlig utveckling och belöning är kriterier som ökar trivseln på arbetsplatsen och som i sin tur får medarbetarna att stanna kvar inom organisationen.
- **Den ska underlätta rekrytering.** Medarbetare som är välinformerade om organisationen har bättre förutsättningar för att bli en bra ambassadör för företaget. Kunskaper om organisationen bidrar till ökad motivation och delaktighet hos medarbetaren som i sin tur kan förmedla en korrekt och positiv bild av arbetsplatsen.
- **Den ska bidra till personlig utveckling.** Meningsfulla uppgifter bidrar till den personliga utvecklingen hos medarbetaren. Kunskap som fås genom den interna kommunikationen bidrar till en större vilja till inläring och utveckling samt bättre förmåga till problemlösning och helhetssyn.
- **Den ska skapa en förändringskompetens.** Intern kommunikationen ska underlätta för hanteringen av oväntade förändringar, och öka förståelsen bland medarbetarna angående den snabba föränderliga omvärlden. Man bör delge medarbetarna om att strategier behöver förändras, och vissa åtgärder snabbt behöver tas. Detta är mycket viktigt då ingen verksamhet lever i en statisk omvärld.
- **Den ska bidra till att nå bättre resultat och öka lönsamheten.** Intern kommunikationen är viktig för att förbättra resultatet inom organisationen. Informationsåtgärden och informationsinsatsen ska ha ett syfte och får inte bli ett självändamål i sig. (Eriksson, 2007: 64f)

3.4 Mål med kommunikationen

När en informationsinsats görs måste man ha ett mål för insatsen. Annars går den inte att planera och genomföra på ett bra sätt. Målformuleringen måste vara koncis och tydlig och ha en förankring i helheten, i organisationens övriga kommunikativa instrument och aktiviteter. Innan organisationen beslutar sig för en informationsåtgärd måste man kontrollera att det finns ett behov av en informationsinsats. Frågor som *om informationen behövs* och *varför den behövs* bör ställas innan man genomför insatsen. Man ska undvika att genomföra informationsåtgärder ur en ren traditions- och slentrianmässig aspekt. Organisationen bör konkretisera målformuleringarna inom de olika nivåerna i en arbetsprocess. Dessa utgörs av organisationens fyra grundläggande målbegrepp:

- **Affärsidé** – som specificerar organisationens arbetsfält
- **Vision** – organisationens föreställning om framtiden, vart organisationen vill sträva
- **Mål** – organisationens prestationsnivå, vad organisationen vill uppnå
- **Strategi** – organisationens grundläggande former och metoder som används för att uppnå sina mål. (Larsson, 2001:92ff)

För att uppnå en effektivitet i kommunikationen måste den koordineras. Ledningen måste vara enig om mål och ha en tydlig strategi för att kunna förverkliga dem. Begreppen för planering av kommunikation kallas för kommunikationspolicy, kommunikationsstrategi och kommunikationsplan. (Eriksson, 2007:154)

3.4.1 Kommunikationspolicy

En organisations kommunikationspolicy kan definieras som *”samlade riktlinjer för hur arbetet med kommunikationen ska bedrivas i organisationen samt principer för fördelning av ansvar”* (Eriksson, 2007:154). Policyn beskriver vilka ledord som ska gälla och hur arbetet ska utföras under en längre tid då de inte är kopplade till specifika åtgärder eller årsplaner. Kommunikationspolicyn innehåller även principer för ansvar och befogenheter i kommunikationsfrågor och fördelningen av dessa i organisationen. Policyn är ett internt uppslagsverk som ska fungera som en hjälpreda för dem som arbetar med informationsfrågor och den ska även bidra till att minska risken för kommunikationsmisstag i organisationen. Kommunikationspolicyn har en påverkan på organisationens kultur. Den syn ledningen har av exempelvis kommunikationens betydelse som styrmedel för att nå organisationens mål

avspeglar sedan i övriga delar av organisationen. De informationsansvariga får därmed en uppbackning i deras vardagliga arbete. Om en organisation saknar en kommunikationspolicy riskeras en tillämpning av olika principer för dialog i med och motgång. Detta medför att agerandet inte blir konsekvent och organisationen kan uppfattas som velig. En säkerhetsåtgärd är att ha en genomtänkt kommunikationspolicy där man inte behöver fundera över uppläggnings- och principer i olika situationer. (Eriksson, 2007:155)

3.4.2 Kommunikationsstrategi

En kommunikationsstrategi måste vara inriktad på framtiden. Strategin kan bli vägledande i utformningen av den interna och externa dialogen och man kan identifiera kommande förändringsbehov. Kommunikationsstrategi identifieras som *”det långsiktiga tillvägagångssättet för att med kommunikation bidra till att uppnå organisationens övergripande mål”* (Eriksson, 2007:154). Kommunikationsstrategin ska förankras i såväl ledning som i fältorganisationen och den har som syfte att åstadkomma konkurrensfördelar för organisationen (Eriksson, 2007:163f).

3.4.3 Kommunikationsplan

Med kommunikationsplan avses *”definierade mål och åtgärder för kommunikationen med utvalda målgrupper under en avgränsad tidsperiod med en viss ekonomisk ram”* (Eriksson, 2007:154). Organisationen omformulerar vision och mål i en strategi och konkretiserar detta i en kommunikationsplan. Informationsavdelningen eller motsvarande funktion är ansvarig för att ta fram en kommunikationsplan. Den ska vara avstämd med organisationens marknads- och försäljningsplaner samt vara förankrad i ledningen tillsammans med budget. Kommunikationsplanen görs lämpligen på ett års sikt och fungerar som ett led i organisationens arbete för att nå övergripande mål. (Eriksson, 2007: 166f)

3.5 Planerad kommunikation

Planerad kommunikation är en benämning för det formella informationsarbetet som fungerar som ett målinriktat strategiskt ledningsinstrument för den interna och externa informationen. Syftet med planerad kommunikation är att få människor att utnyttja vissa tjänster eller agera efter vissa idéer, det vill säga, att skapa beteendemål. Planerad kommunikation återfinns exempelvis i organisationens verksamhetsplan. (Larsson, 2001:13 & 102)

3.6 Interna informationskanaler

Det finns många informationsvägar inom en organisation. Man kan skilja mellan direkta/personliga informationsvägar som sker muntligt via chefer, arbetskamrater och informationsmöten och de indirekta/opersonliga informationsvägar som sker skriftligen eller via elektronisk teknik. Massmedia, personaltidningar, anslagstavlor är exempel på indirekta informationsvägar. (Strid, 1999:53) De olika metoderna/ kanalerna har både för- och nackdelar och funderingar om vilken kanal som är bäst kvarstår. Bästa kanal beror på vilket ämne man vill informera om. Man använder sig av olika informationsvägar gällande begreppen beslut, deltagande och acceptans. Skriftliga meddelanden kan inte ersätta den direkta kommunikationen utan fungerar endast som ett komplement. Ledningen får inte ha en övertro till den skriftliga informationen eftersom den måste tolkas och sättas in i ett sammanhang av mottagaren. (Strid, 1999:91)

3.6.1 Skriftliga informationskanaler

Den skriftliga kanalen når ut till många olika platser inom organisationen och mottagaren kan själv välja när den konsumeras. De skriftliga kanalerna är lämpliga när fakta dokumenteras och förmedlas men är ett sämre instrument för möjligheten till dubbelriktad dialog. Det är viktigt att kombinera skriftliga och elektroniska medier eftersom alltför långa texter kan uppfattas som olämpligt att läsa via dator. (Eriksson, 2007:71)

3.6.2 Elektroniska informationskanaler

Det finns många olika elektroniska kanaler såsom e-post, intranät, video- telefonkonferens, intern – radio och tv, bloggar, radio, film, telefax med mera. De kanaler som erbjuder en direkt dialog kallas för interaktiva medier. Användningen av intranät och e-post har ökat explosionsartat inom dagens organisationer. Intranätet är praktiskt men det är inte en lösning på alla behov. Alla individer söker och använder information på olika sätt och det bästa sättet är att arbeta med parallella kanaler för att tillgodose medarbetarnas olika krav. Svagheter för de elektroniska medierna är att det kan vara svårt för alla medarbetare i en organisation att få löpande tillgång till en dator. När det gäller omfattande information är en tryckt och en elektronisk version av faktamaterialet att föredra. (Eriksson, 2007:73)

3.6.3 Muntliga informationskanaler

Planerade eller informella möten, konferenser, utbildningar och seminarier tillhör de muntliga kanalerna. De muntliga mötena innebär en möjlighet till förtydliganden där medarbetaren har en chans att få sin fråga besvarad och sin åsikt framförd. Det finns ett stort behov att prata ut och diskutera mål och mening inom organisationerna. De informationsansvariga har därmed ett viktigt och stort ansvar att utveckla både chefers och medarbetares förmåga till muntlig dialog i mötesverksamheten. (Eriksson, 2007:73)

3.7 Teorisammanfattning

Inom en organisation är den interna kommunikationens funktion av största betydelse. En god intern kommunikation skapar balans och ger medarbetarna en känsla av delaktighet i organisationens uppdrag och mål. Internkommunikationen ska skapa motivation och en vilja som ger medarbetaren en förståelse om den egna prestationsrollen. Medarbetare som är välinformerade om organisationen har bättre förutsättningar för att bli en bra ambassadör för företaget. Även effektiviteten höjs om medarbetarna är involverade i organisationens mål och helhetssyn. I en organisation förekommer både formell och informell information. Båda formerna är beroende av varandra men för att undvika ryktesspridningar gäller det för ledningen att lyssna till vilka frågor som cirkulerar bland medarbetarna, och återkoppla med rätt information till rätt mottagare. Att rätt information når rätt mottagare är en nödvändighet i det ständigt ökade informationsflödet och att arbeta med parallella informationskanaler är det bästa sättet att tillgodo se medarbetarnas olika krav. Det skriftliga budskapet är bra ur många aspekter men den kan inte ersätta den direkta kommunikationen, utan kan fungera som ett komplement till den. Möten är ett bra forum för dialog och ger möjlighet till förtydliganden. För att uppnå en effektivitet i den interna kommunikationen måste den samordnas. Detta görs bäst i en organisations kommunikationspolicy, kommunikationsstrategi samt i en kommunikationsplan. Genom en organisations planerade kommunikation (som återfinns i organisationens verksamhetsplan) kan ledningen strukturera ett ledningsinstrument som kan få medarbetarna att agera efter vissa strukturerade idéer, det vill säga att skapa vissa beteendemål hos medarbetarna.

Kapitel 4 – Metod

I följande kapitel beskriver vi undersökningens genomförande, val av population, metodproblem, externt och internt bortfall samt reliabilitet och validitet.

4.1 Bakgrund

Vårt uppsatsarbete började med att vi studerade olika teorier för att få en djupare kunskap inom ämnet internkommunikation. För att få en helhetsbild av Region Värmland har vi studerat organisationens uppbyggnad samt dess verksamhetsplan. Vi har haft två personliga möten och kontinuerlig mailkontakt med Region Värmlands informationschef Hedvig Bergenheim, som gett oss uppdraget, samt administratörerna Mona Björn och Sofia Nibblen - Berndtsson som hjälpt oss med distributionen av enkäterna. Vi har valt att utföra en kvantitativ metod eftersom vi ville få fram ett resultat av de anställdas generella uppfattning och behov av internkommunikationen inom Region Värmland. Den kvantitativa metoden kombinerar en traditionell teknik som innebär att man samlar information genom att fråga ut människor och en modern teknik för att generalisera datamaterialet i tabeller (Ekström/Larsson 2000:79).

4.2 Undersökningens genomförande

En syftesformulering med studien bör vara klar innan ett mätinstrument skapas och insamling av data påbörjas. Mätinstrumentet ska fungera som ett instrument som mäter det man avser att mäta. (Trost, 2007:11) När studiens syfte och problemställning var formulerad och klar, konstruerade vi vårt mätinstrument för undersökningen. Från allra första början var vi inställda på att utföra en kvalitativ undersökning med intervjuer. Detta för att få en djupare kunskap om de anställdas behov och uppfattning av internkommunikationen inom organisationen. Men vi insåg ganska snabbt att det skulle vara svårt att göra ett urval av de 305 anställda som arbetar inom organisationen. Vi ansåg att det skulle krävas mer än 15-20 intervjuer för att undersökningen skulle vara hållbar i tanke på validitet och reliabilitet. Nästa tanke i vår genomförandeprocess var att vi skulle göra en triangulering, det vill säga att kombinera den kvantitativa undersökningen med djupintervjuer av några få utvalda. Vi valde till sist att genomföra en enkätundersökning som vi kompletterade med öppna frågor, detta för att ge respondenterna en möjlighet att uttrycka egna önskemål och djupare åsikter. Innan enkäten fick sin slutgiltiga utformning bollades frågorna fram och tillbaka med vår

uppdragsgivare. Utifrån enkäterna generaliserades datamaterialet med hjälp av statistikprogrammet SPSS. Studiens resultat utlästes från statistiska bearbetningar från konstruerade korstabeller.

4.3 Utformning av missivbrev och enkätformulär

Vi genomförde en strukturerad datainsamling som innebar att frågorna i enkäten bestod av färdigstrukturerade frågor, det vill säga att frågorna är desamma för alla respondenter. Frågeformuläret innehöll även några öppna frågor som innebar att svarsmöjligheterna lämnades öppna. Den sista frågan i enkäten gav möjlighet till att kommentera övriga synpunkter. (Trost, 2007:59) Till vårt enkätformulär bifogades ett missivbrev där vi förklarade syftet med undersökningen, hur den skulle behandlas och vilka vi var som genomförde den. Vi skrev dock inte hur eller vad resultaten ska användas till utan detta överlåter vi till uppdragsgivaren. I missivbrevet utlovades svarspersonerna anonymitet som innebar att enskilda svar aldrig kan kopplas samman med resultaten. Lösningen med påminnelserna blev att skicka ut ett massmail till samtliga, som omfattades av undersökningen, genom Region Värmlands mailregister. Några dagar senare kompletterades mailpåminnelsen med ett skriftligt utskick till alla enheter som svarat mindre än 50 %. I vår enkät använde vi oss av begreppet interninformation och vi har förtydligat för respondenten vad vi menar med interkommunikation överst på frågeformuläret för att undvika missförstånd.

4.4 Population

Ett av huvudargumenten för att genomföra den kvantitativa metoden är att generaliseringsmöjligheten är relativt god. Avsikten med metoden är att kunna uttala sig om förhållanden som gäller för en större grupp, att generalisera från det urval man har gjort till en population. Man tillåter en relativt liten grupp att representera en större population. (Ekström/Larsson 2000:80) Vi diskuterade ett urval i samråd med Region Värmlands informationschef Hedvig Bergenheim. Slutligen bestämde vi oss för att inte göra något urval alls. Vi presenterade istället ett förslag att genomföra en totalundersökning, med avsikt att tillfråga alla anställda inom Region Värmland. Det vill säga en population om sammanlagt 305 personer som arbetar inom kansli, resurscentra och folkhögskolor. Vår svarsfrekvens låg på 121 av 305 efter mailpåminnelsen. Med vår slutliga skriftliga påminnelse några dagar senare önskade vi att motivera de allra tveksammaste till att fylla i enkäten. Svarsfrekvensen uppnådde slutligen till 139 respondenter.

4.5 Metodproblem

Ett metodproblem som återfinns inom all forskning är kopplingen mellan empiri och teori.

Det första är att man önskar finna mätbara indikationer på de begrepp man vill studera (operationalisering) och det andra är vilka slutsatser man kan dra av resultaten.

(Ekström/Larsson 2000:79) I kvantitativa metoder framställs oftast resultat i statistisk form, exempelvis i form av siffror, tabeller och diagram. Man undersöker mer på bredden än på djupet och får lite information om många undersökningsenheter. Trots att man ofta rekommenderar att man ska undvika öppna frågor, så valde vi konstruera två sådana frågor där inga svarsalternativ angivits samt fyra följdfrågor där vi ber respondenterna att motivera sitt svarsalternativ. Detta gjorde vi för att öka möjligheten för svarspersonerna att skriva djupare förklaringar till vissa frågor, vilket har uppskattats av en del av respondenterna. Vissa avläsningsproblem på grund av svårtolkade svarsalternativ och dålig handstil uppstod när vi behandlade materialet. Vi har även noterat att ett visst internt bortfall har skett av de öppna frågorna och anledningen till det kan vara att vissa anser det besvärligt att formulera sig skriftligt samt att det tar tid. För att undvika dessa problem kan de öppna frågorna minimeras till endast en öppen fråga i enkätformuläret. (Trost, 2000:76)

4.6 Externt och internt bortfall

När man talar om externt bortfall finns två olika varianter, de som inte svarar på grund av tidsbrist, ointresse eller ovilja samt det naturliga bortfallet som innebär de som aldrig borde ha fått enkäten. Det kan handla om exempelvis personer som är sjukskrivna eller på semester.(Ekström/Larsson, 2000:87f) Vi noterade att några personer på kansliet hade semester när vi samlade in vårt datamaterial och att utskicket av den skriftliga påminnelsen krockade med en pågående konferensresa för vissa anställda. Detta kan ha påverkat svarsfrekvensen. Vissa frågor i enkäten har hoppats över och detta kallas för ett internt bortfall. Det interna bortfallet kan bero på många orsaker men främst på att frågorna kan upplevas för komplicerade eller för personliga. Den vanliga hanteringen med personer som inte har svarat på vissa frågor är att plocka bort dem under analysfasen. (Ekström/Larsson, 2000:88) Vi har upptäckt att en stor andel av våra svarspersoner inte har rangordnat svarsalternativen på fråga nummer 11. Detta kan bero på tidsbrist, ointresse eller att svaranden har ansett att frågan var svår att rangordna i fem olika skalor. Enligt svarspersonerna kan flera informationskanaler vara lika viktiga och då kan de inte rangordna dem. Vi skulle istället ha angett viktighetsgraden i en femgradig skala från ”mycket bra” till ”mycket dålig” för att undvika detta. Vi medger att det inte har varit lätt att hantera det interna bortfallet när vi

analyserat datamaterialet. Svarsfrekvensen brukar vanligtvis ligga mellan 50 – 75 % gällande enkätundersökningar (Trost, 2007:137). Vi skickade ut 305 enkäter och fick tillbaka 139. 166 enkäter besvarades inte och utgör då ett bortfall på 54 %. Vår svarsfrekvens i undersökningen blir därmed 46 %. Naturligtvis önskade vi att få in ett större datamaterial för att uppnå en högre svarsfrekvens. Vi anser dock att vår svarsfrekvens kan ge en ganska så bra bild av de anställdas behov och uppfattning om internkommunikationen inom Region Värmland.

4.7 Reliabilitet och validitet

Reliabilitet betyder tillförlitlighet och innebär att mätningen av undersökningen ska vara stabil oavsett situation, tidsaspekt eller svarspersonens humör när svarsalternativen fylls i. Man talar om fyra komponenter inom begreppet reliabilitet. Det första är *kongruens* som handlar om likhet mellan frågor som avses mäta samma sak. Det andra är *precision* som hänger samman med hur den svarande kryssar i rutorna i ett enkätformulär samt hur svaren registreras. Det tredje är *objektivitet* som innebär att samma sak registreras likadant av olika registrerare. Det fjärde är *konstans* som tar upp tidsaspekten och förutsätter att attityd eller fenomen inte ändrar sig. Validitet innebär giltighet och innebär att mätinstrumentet eller frågan skall mäta det den är avsedd för att mäta. (Trost 2000:64) En undersöknings hållbarhet ryms inom reliabiliteten och validiteten. Detta innebär att man undersökt det man avsett och angivit att undersöka och säkerställer att man bearbetar materialet på ett genomtänkt korrekt urval, har väsentliga frågeställningar, fullständigt material och slutligen god analys. (Ekström/Larsson, 2000:73) Om frågorna består av negationer eller krångliga ord kan frågan missuppfattas och man får en ganska låg grad av reliabilitet. Vi har försökt att använda oss av enkla satser och begripliga ord, eftersom vi ville att enkätfrågorna skulle vara lättbegripliga för svarspersonerna och för att öka våra chanser till att uppnå en hög grad av reliabilitet i undersökningen. (Trost, 2000:65) En fråga vi ställde oss var, hur vet vi att vårt insamlade material är tillräckligt omfattande? En regel är att man slutar sitt undersökningsarbete när det inte framkommer något nytt av de tillkommande respondenterna. (Ekström/Larsson, 2000:73) Vi ansåg att en mail- och en skriftlig påminnelse var tillfredsställande i relation till tidsaspekten för undersökningen.

Kapitel 5 - Resultat

Vi har valt att dela in resultaten under fyra huvudrubriker som baseras utifrån våra frågeställningar. Vi redovisar resultaten från enkätundersökningen i form av korstabeller där en skriftlig förklaring ges under respektive tabell. I resultatkapitlet återfinns även respondenternas egna svar från de öppna frågorna. Resultaten från vissa tabeller har endast behandlats skriftligt i kapitlet, detta för att enkelt kunna utläsa de resultat som berör våra frågeställningar.

5.1 Respondenterna

Sammanlagt så skickades 305 enkäter ut varav 139 besvarades. Enkätens första del bestod av bakgrundsvariabler angående de anställdas kön, ålder, verksamhetsenhet och chefsbefattning. Vi har sammanställt resultaten av frågorna från korstabeller. Av resultaten framgår då vilka av enheterna, kansli, resurscentra och folkhögskolor, som svarat på frågorna

Tabell 1.

Vi ville veta hur kön och åldersfördelningen såg ut inom Region Värmland, av tabellen här nedan framgår resultatet av frågan.

Fråga 1 & 2	Ålder					Total
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-äldre	
Könsfördelning Man	0	3	10	15	14	42
	0 %	7,1 %	23,8 %	35,7 %	33,3 %	100,0 %
kvinnor	2	14	21	29	28	94
	2,1 %	14,9 %	22,3 %	30,9 %	29,8 %	100,0 %
Total	2	17	31	44	42	136
	1,5 %	12,5 %	22,8 %	32,4 %	30,9 %	100,0 %

136 respondenter svarade på denna fråga. Som framgår av tabellen så är det 42 respondenter som är män, och 94 respondenter som är kvinnor. Den största åldersgruppen är den mellan 45-54 år. Den minsta åldersgruppen är den mellan 18-24, där det endast är två kvinnor och inga män som svarat på enkäten.

Tabell 2.

Vi ville veta vilken högsta utbildning de tillfrågade respondenterna hade inom Region Värmland.

Resultatet framgår av tabellen nedanför.

Fråga 3 och 5	Vilken högsta avslutad utbildning har du?				Total
	Grundskola	Gymnasium	Universitet	Annat	
Var arbetar du? Kansli	2	4	17	2	25
	8,0 %	16,0 %	68,0 %	8,0 %	100,0 %
Folkhögskola	6	14	58	8	86
	7,0 %	16,3 %	67,4 %	9,3 %	100,0 %
Resurscentra	1	4	21	1	27
	3,7 %	14,8 %	77,8 %	3,7 %	100,0 %
Total	9	22	96	11	138
	6,5 %	15,9 %	69,6 %	8,0 %	100,0 %

138 respondenter har svarat på frågan. 69,6 % har universitetsutbildning. Endast 6,5 % har grundskoleutbildning.

5.2 Uppfattning och behov av interninformation

Följande frågor i enkäten handlade om uppfattning och behov av interninformation inom Region Värmland. Vi inleder varje tabell med en förklaring om vad frågan avser undersöka.

Tabell 3.

För att få reda på hur insatta de anställda var i Region Värmlands organisation och dess olika enheter ställde vi följande fråga och korsade den med var de arbetade. Resultatet framgår av tabellen som följer.

Fråga nr: 6	Hur väl insatt är du Region Värmlands organisation och dess olika enheter?				Total
	Mycket insatt	Ganska insatt	Mindre insatt	Inte alls insatt	
Var arbetar du? Kansli	10	13	2	0	25
	40,0 %	52,0 %	8,0 %	0 %	100,0 %
Folkhögskola	5	35	40	7	87
	5,7 %	40,2 %	46,0 %	8,0 %	100,0 %
Resurscentra	3	17	7	0	27
	11,1 %	63,0 %	25,9 %	0 %	100,0 %
Total	18	65	49	7	139
	12,9 %	46,8 %	35,3 %	5,0 %	100,0 %

På denna fråga har alla respondenter svarat. Utifrån tabellen kan man avläsa att totalt 46,8 % har svarat att de är ganska insatta, och mer än hälften som arbetar på kansliet tycker att de är det. Det framgår också av tabellen att man valt att svara mindre insatt på folkhögskolorna, närmare bestämt 46 % av de anställda där.

Tabell 4.

Här ställde vi frågan om hur de anställda tycker att interinformationen fungerar inom Region Värmland. På denna fråga hade respondenten även möjlighet att komplettera med egna synpunkter, dessa redovisas under denna tabell.

Fråga 8.	Hur anser du att interinformationen fungerar inom Region Värmland?					Total
	Mycket bra	Ganska bra	Både bra och dåligt	Ganska dåligt	Mycket dåligt	
Var arbetar du? Kansli	1	4	13	3	4	25
	4,0 %	16,0 %	52,0 %	12,0 %	16,0 %	100,0 %
Folkhögskola	1	21	41	15	3	81
	1,2 %	25,9 %	50,6 %	18,5 %	3,7 %	100,0 %
Resurscentra	0	8	12	5	2	27
	0 %	29,6 %	44,4 %	18,5 %	7,4 %	100,0 %
Total	2	33	66	23	9	133
	1,5 %	24,8 %	49,6 %	17,3 %	6,8 %	100,0 %

Av tabellen här ovan kan man utläsa att 49,6 % tycker att interinformationen är både bra och dålig, samt att endast 1,5 % tycker att den är mycket bra.

Ytterligare tillägg från kansliet och resurscentra:

14 respondenter har gjort ett tillägg på denna fråga. Ingen av dessa har angett svaret mycket bra. Få har svarat ganska bra och tycker pressmeddelanden ger relevant information. Några har svarat både bra och dåligt. De tycker att det finns förbättringspotential för den interna informationen samt att de saknar intranät. De tycker att informationsspridningen är ryckig och önskar få en bättre struktur. Man får exempelvis information om personalförändringar av arbetskollegorna i korridoren. Några har svarat ganska dåligt och tycker att det cirkulerar för mycket e-post, som saknar tydlig avsändare och relevant information. Vissa har kryssat mycket dåligt, och en tycker att vissa saker aldrig når dem.

Ytterligare tillägg från folkhögskolorna:

På fråga nr 8 har 18 respondenter från folkhögskolorna kompletterat med skriftliga svar. Några respondenter har kryssat i svarsalternativet, både bra och dåligt. De har kompletterat frågan med att skriva att sökandet efter information på hemsidan försvåras på grund tidsbrist och brist på intresse. Några respondenter skriver att den väsentliga informationen inte når ut till folkhögskolorna eftersom den viktiga informationen drunknar i allt det andra. Vissa har antecknat vet ej, och skälet de angett till detta, är att de inte tar del av informationen så ofta. De är dåligt insatta och är osäkra om vad interninformation verkligen innebär. Ett skäl som också anges till att informationen inte nått fram är på grund av nyanställning. Sammanfattningsvis så beskrivs informationsflödet som stort och att det är svårt att tillägna sig den väsentliga informationen eftersom tidsbrist och intresset bromsar dem.

Tabell 5.

Här frågade vi om respondenterna fick den information om Region Värmlands verksamhet som de ansågs sig behöva.

Fråga 9	Får du information om Region Värmlands verksamhet så ofta du anser dig behöva?				Total
	Ja, ofta	Ja, ibland	Ja, men sällan	Nej, aldrig	
Var arbetar du? Kansli	7	8	10	0	25
	28,0 %	32,0 %	40,0 %	0 %	100,0 %
Folkhögskola	19	36	24	5	84
	22,6 %	42,9 %	28,6 %	6,0 %	100,0 %
Resurscentra	10	13	4	0	27
	37,0 %	48,1 %	14,8 %	0 %	100,0 %
Total	36	57	38	5	136
	26,5 %	41,9 %	27,9 %	3,7 %	100,0 %

136 respondenter svarade på denna fråga. Av tabellen ovan kan man utläsa att 41,9 % har svarat ja, ibland, och endast 3,7 % har svarat nej, aldrig.

Tabell 6.

Med den här frågan ville vi veta, hur stor del av informationen om Region Värmlands verksamhet de anställda har användning för i sitt arbete.

Fråga 10.	Hur stor del av informationen om Region Värmlands verksamhet har du användning för i ditt arbete?				Total
	All information	En större del	En mindre del	Ingen alls	
Var arbetar du? Kansli	4	15	4	0	23
	17,4 %	65,2 %	17,4 %	0 %	100,0 %
Folkhögskola	4	14	58	10	86
	4,7 %	16,3 %	67,4 %	11,6 %	100,0 %
Resurscentra	1	7	18	0	26
	3,8 %	26,9 %	69,2 %	0 %	100,0 %
Total	9	36	80	10	135
	6,7 %	26,7 %	59,3 %	7,4 %	100,0 %

På den här frågan var det 135 respondenter som svarat. Av tabellen ovan kan man utläsa att 59,3 % har svarat att de har användning av en mindre del av all information om Region Värmlands verksamhet i sitt arbete. 6,7 % har svarat att de har användning av all information.

Tabell 7.

I denna fråga avsåg vi att ta reda på om det hänt att de anställda fått information via massmedia, innan de fått det på sin arbetsplats.

Fråga nr 17.	Har det hänt att du har fått arbetsrelaterad information från massmedier innan du fått den informationen på ditt arbete?			Total
	Nej	Ja	Vet ej	
Var arbetar du? Kansli	10	14	1	25
	40,0 %	56,0 %	4,0 %	100,0 %
Folkhögskola	64	10	13	87
	73,6 %	11,5 %	14,9 %	100,0 %
Resurscentra	11	9	6	26
	42,3 %	34,6 %	23,1 %	100,0 %
Total	85	33	20	138
	61,6 %	23,9 %	14,5 %	100,0 %

138 respondenter svarade på frågan, 61,6 % svarade nej och 14,5 % svarade vet inte.

På denna fråga var det nio respondenter som kompletterade med skriftliga kommentarer. Ett fåtal av respondenterna menade att de fick medierelaterad information från någon av kollegorna på kafferasten eller i korridoren.

Kansliet och resurscentra:

”Ja, vid tillsättning av biträdande regiondirektör, samt förre infochefens avgång”.

”Ja. Snarare regel än undantag. Man får känslan av att det är locket på eller förbehållet en inre krets”.

”Ja. Tycker att det är konstigt att man inte informerar internt först.”

Folkhögskolorna:

6 respondenter har kompletterat med ett skriftligt svar på fråga nr 17. Vissa har uttryckt att det inte gör någonting att få arbetsrelaterad information från massmedia innan de informeras internt. Andra känner sig överhoppade och gillar inte alls att läsa om beslut och andra arbetsrelaterade nyheter i medierna först.

Fråga 18. Detta var en helt öppen fråga där vi ville ge respondenterna en möjlighet att få skriva om de önskade mer information om någonting inom Region Värmland. Nedan följer svaren.

Kansliet och resurscentrerna:

På denna fråga var det fjorton respondenter som uttryckte sina synpunkter. De anställda vill ha mer information om vad som händer ute på de olika arbetsområdena inom organisationen. Många menar att de inte vet vad som händer mer än på sin egen arbetsplats. Man är även intresserad av att få veta vad de olika projekten inom Region Värmland handlar om.

”Vad står ledningen för i vissa verksamhetsfrågor. Internrutiner. Presentation av vad vi gör, olika projekt osv.”

”Hur läget är för regionen i stort, inför ev. sammanslagning med Västra Götaland. Vad sker med våra tjänster?”

Folkhögskolorna:

På fråga nr 18 har 14 respondenter lagt till skriftliga svar. Några önskar mer information om omorganisationen av Kyrkerud och Ingesunds folkhögskolor samt om vård, omsorg, folkbildning och landsbygdsutveckling inom regionen. Några anser att det behövs mer information om Region Värmlands olika enheter, vad som händer och sker och hur samarbetet ska möjliggöras. Några har även uttryckt ett önskemål om en förbättring av folkhögskolans interna informationssystem. Någon anser att informationen är fullt tillräcklig och menar att det inte behövs mer information med risk för att drunkna i alla detaljer. En nyanställd påpekar att hon/han inte har någon klar uppfattning om de informationskanaler som finns inom Region Värmland.

5.3 Informationskanaler

Här nedan följer några frågor som behandlade vilka informationskanaler som de anställda inom Region Värmland ansåg fungera bäst.

Fråga 11. Vi har valt att redovisa denna fråga skriftligt, för att framställa en enkel avläsning av resultatet. Det är 85 respondenter av totalt 139, som har svarat på denna fråga. Man fick rangordna Region Värmlands informationskanaler på en skala från 1-5, där ett var den kanal man ansåg vara bäst. Här nedan presenteras resultatet för frågan (För att se resultatet i tabellform, se bilaga 3).

Rang 1 – (Bästa informationskanal): 40,9 % har svarat att möten är den bästa informationskanalen. 33,3 % tyckte att e-post var den bästa kanalen.

Rang 2 (Näst bästa informationskanal): 33,3 % har svarat att e-post är den näst bästa informationskanalen. 23,7 % svarade att Insikt var det näst bästa alternativet. 21,5 % svarade att det var webben.

Rang 3 (Tredje bästa informationskanal): 27,9 % har svarat att Insikt var den tredje bästa informationskanalen. 22,1 % ansåg att det var webben. 19,8 % svarade e-post .

Rang 4 (Näst sämsta informationskanal): 30,6 % har svarat att pressmeddelanden är den näst sämsta informationskanalen. 23,5 % har svarat möten och 16,5 % har svarat webben.

Rang 5 (Sämsta informationskanal): 40,7 % har svarat att pressmeddelande är den sämsta informationskanalen.

Tabell 8.

I denna fråga ville vi veta hur ofta man använder sig av de olika informationskanalerna. Resultatet framgår av tabellerna som här följer (för att se fullständiga tabeller, se bilaga 3).

Personalblad/Insikt

Fråga nr 12		Antal	Procent
Valid	Några ggr/vecka	2	1,4
	En gång/vecka	5	3,6
	Några ggr/mån	49	35,3
	Mer sällan	47	33,8
	Aldrig	30	21,6
	Total	133	95,7
Missing	System	6	4,3
Total		139	100,0

Totalt svarade 133 respondenter på frågan och 35,3 % svarade att de tog del av Insikt några gånger/månad.

Tabell 9.

Möten

Fråga nr 12		Antal	Procent
Valid	Dagligen	4	2,9
	Några ggr/vecka	13	9,4
	En gång/vecka	11	7,9
	Några ggr/mån	43	30,9
	Mer sällan	46	33,1
	Aldrig	18	12,9
	Total	135	97,1
Missing	System	4	2,9
Total		139	100,0

Totalt svarade 135 respondenter på frågan och 33,1 % svarade att de tog del av möten mer sällan.

Tabell 10.
E-post

Fråga nr 12		Antal	Procent
Valid	Dagligen	25	18,0
	Några ggr/vecka	21	15,1
	En gång/vecka	18	12,9
	Några ggr/mån	31	22,3
	Mer sällan	23	16,5
	Aldrig	14	10,1
	Total	132	95,0
Missing	System	7	5,0
Total		139	100,0

132 respondenter svarade på frågan, och 22,3 % använder sig av e-post några gånger/månad.

Tabell 11.
Pressmeddelande/medier

Fråga nr 12		Antal	Procent
Valid	Dagligen	7	5,0
	Några ggr/vecka	15	10,8
	En gång/vecka	21	15,1
	Några ggr/mån	38	27,3
	Mer sällan	39	28,1
	Aldrig	13	9,4
	Total	133	95,7
Missing	System	6	4,3
Total		139	100,0

133 respondenter svarade på denna fråga, 28,1 % svarade att de använder sig av pressmeddelanden mer sällan.

Tabell 12.
Webben

Fråga nr 12		Antal	Procent
Valid	Dagligen	20	14,4
	Några ggr/vecka	18	12,9
	En gång/vecka	19	13,7
	Några ggr/mån	31	22,3
	Mer sällan	23	16,5
	Aldrig	22	15,8
	Total	133	95,7
Missing	System	6	4,3
Total		139	100,0

133 respondenter svarade på denna fråga, 22,3 % svarar att de använder webben några gånger/månad.

Fråga 13. Frågan bestod i att svara på om de tycker att någon informationskanal behöver förbättras och respondenterna gavs möjlighet att kommentera detta skriftligt.

Kansliet och resurscentra:

22 respondenter har gjort tillägg på denna fråga. Här har nära hälften haft synpunkter på personalbladet *Insikt*, som är både bra och mindre bra. Det positiva är att de tycker att *Insikt* har utvecklats och blivit bättre. Det som är sämre är att det skrivs för mycket om kansliet och att den inte kommer ut tillräckligt ofta. De tycker också att man borde ha en papperskopia av *Insikt*. Nästan hälften har synpunkter på möten. Här är det många som tycker att de är för få och ostrukturerade möten. Den information som ges är inte alltid relevant, samt att det är svårt att få föra fram egna åsikter. En del tycker också att det är för många möten och framför en önskan om mer struktur och ordning. Här citeras några skriftliga svar angående möten:

"Vid vårt enhetsmöte vore det värdefullt om inte bara chefen informerades, det är av stort intresse att kortfattat få senaste nytt även från övriga i gruppen".

"Månadsmötena för all personal verkar inte ha hög prioritet".

"Muntlig information på de månadsvisa infomötena förs ibland aldrig ut via andra kanaler".

"Mer mötestillfällen, får reda på info i korridoren".

"Bättre informationsmöten: se till att även folkhögskolorna får den info "huset" får".

"Informationspersonalen bör göra studiebesök på varje basenhet för att skapa sig kunskap om resp. arbetsområde inom Region Värmland".

Ett flertal har även synpunkter på e-posten. De flesta tycker att det är alldeles för mycket meddelanden som är i omlopp och att det oftast inte är relevant information som sprids. De flesta efterfrågar en bättre struktur. Ett citat om e-post:

"Här finns verkligen potential men samtidigt en risk med för mycket information. NN skickar extremt många tunga mejl som inte berör mig".

Vad det gäller pressmeddelanden så var det ett fåtal som hade synpunkter på dem. Här är några citat rörande dem.

"Pressmeddelanden, är ju främst ett sätt att lyfta verksamheten utåt. I regel är frågorna redan kända, åtminstone för mig".

"Detta är inte en infokanal för de anställda, det är ett sätt att försöka få uppmärksamhet i medier!!"

Man hade också en möjlighet att välja annat alternativ i frågeställningen. Här var det fem som svarade att man vill ha ett intranät medan en person var skeptisk till det.

"Ge oss ett intranät ASAP. Det bästa är om nyheter publiceras kontinuerligt och ämnesindelade med möjlighet att välja vilka ämnen man vill prenumerera på".

Folkhögskolorna:

Av 26 respondenter som har lagt till skriftliga svar på fråga nr 13 har flertalet av dem önskemålet att personalbladet *Insikt* ska skickas som e-post, alternativt lättare att hitta och ville ha ”en blänkare när nya numret kommer”. Många har angett att de varken har sett eller hört talas om personalbladet över huvud taget. Citerar:

”Vad är detta? Har aldrig sett *insikt*. Hur gör man för att få tag i den?”

”*Insikt*, har aldrig sett den, genom att skicka ut den kanske? ”

”*Insikt*, Vi bör få den, har hittills inte sett den”

Angående möten har många önskat att dessa ska bli fler, exempelvis en gång/månad och att få träffa ledningen för Region Värmland en gång/år. Skälen de angett till att varför de önskar få fler möten är att det är kontaktskapande och ett bra forum för dialog. Någon har uttryckt ett önskemål om att webben ska uppdateras med lättillgängliga protokoll för att avläsa beslut. Ett förslag finns om att nyhetsbrev ska skickas ut via e-post och gör att undvika oväsentlig information, rikta e-posten till rätt mottagare. Det finns även ett önskemål om att ett intranät ska införskaffas. Vissa uttrycker att de är nöjda med de informationskanaler som finns och anser sig få den information de behöver.

5.4 Bra ambassadörer för organisationen

Vi vill genom våra frågeställningar få reda på om den interna informationen ger de anställda en känsla av delaktighet av det som sker inom organisationen samt om de uppfattar sig som bra ambassadörer för organisationen. Här presenteras resultat svaren från fråga 7, 14, 15, 16 och 19 i enkäten.

Tabell 13.

För att få reda på hur väl insatta de anställda var i Region Värmlands verksamhetsplan, ställde vi följande fråga. Resultatet framgår av följande tabell.

Fråga nr 7:	Hur väl känner du till Region Värmlands verksamhetsplan?					Total
	Mycket bra	Ganska bra	Både bra och dåligt	Ganska dåligt	Mycket dåligt	
Var arbetar du? Kansli	6	11	7	1	0	25
	24,0 %	44,0 %	28,0 %	4,0 %	0 %	100,0 %
Folkhögskola	4	28	17	32	6	87
	4,6 %	32,2 %	19,5 %	36,8 %	6,9 %	100,0 %
Resurscentra	4	8	9	5	1	27
	14,8 %	29,6 %	33,3 %	18,5 %	3,7 %	100,0 %
Total	14	47	33	38	7	139
	10,1 %	33,8 %	23,7 %	27,3 %	5,0 %	100,0 %

Samtliga respondenter har svarat på denna fråga och som framgår av tabellen så har 33,8% svarat ganska bra, endast 5 % har svarat mycket dåligt.

Tabell 14.

Här ville vi veta om den interna informationen ger respondenterna en känsla av delaktighet i det som sker inom Region Värmland.

Fråga nr 14.	Ger den interna informationen dig en känsla av delaktighet i det som sker inom Region Värmland?						Total
	Instämmer helt	Instämmer delvis	Tveksam	Tar delvis avstånd	Tar helt avstånd	Vet ej	
Var arbetar du? Kansli	4	11	5	2	2	0	24
	16,7 %	45,8 %	20,8 %	8,3 %	8,3 %	0 %	100,0 %
Folkhögskola	7	34	31	1	7	7	87
	8,0 %	39,1 %	35,6 %	1,1 %	8,0 %	8,0 %	100,0 %
Resurscentra	2	14	10	1	0	0	27
	7,4 %	51,9 %	37,0 %	3,7 %	0 %	0 %	100,0 %
Total	13	59	46	4	9	7	138
	9,4 %	42,8 %	33,3 %	2,9 %	6,5 %	5,1 %	100,0 %

138 respondenter svarade på denna fråga. Det var 42,8 % som svarade att de instämmer delvis och endast 2,9 % som svarade att de tar delvis avstånd.

Tabell 15.

I denna fråga ville vi veta hur respondenterna såg på informationsspridningen från ledningen och om de tyckte att den fungerar på ett tillfredsställande sätt.

Fråga 15.	Anser du att den interna informationsspridningen från ledningen fungerar på ett tillfredsställande sätt?						Total
	Instämmer helt	Instämmer delvis	Tveksam	Tar delvis avstånd	Tar helt avstånd	Vet ej	
Var arbetar du? Kansli	0	12	5	3	2	3	25
	0 %	48,0 %	20,0 %	12,0 %	8,0 %	12,0 %	100,0 %
Folkhögskola	5	33	27	3	5	14	87
	5,7 %	37,9 %	31,0 %	3,4 %	5,7 %	16,1 %	100,0 %
Resurscentra	1	18	4	2	2	0	27
	3,7 %	66,7 %	14,8 %	7,4 %	7,4 %	0 %	100,0 %
Total	6	63	36	8	9	17	139
	4,3 %	45,3 %	25,9 %	5,8 %	6,5 %	12,2 %	100,0 %

Alla respondenter svarade på denna fråga och 45,3 % instämmer delvis, endast 4,3 % instämmer helt. På denna fråga kunde respondenten även få lämna egna kommentarer, här nedan följer en sammanfattning av dessa.

Kansliet och resurscentra:

På den här frågan var det 11 respondenter som skrev en kommentarer. Närmare hälften kryssade, instämmer delvis. Ett flertal respondenter kryssade, tar delvis avstånd och menade att mycket information sprids i korridoren och ingen annanstans. Några få respondenter

kryssade, tar helt avstånd, och var missnöjda med hur ledningen sprider sin information. Citerade kommentarer:

”Det sköts så bra det går. För samtliga resurscentra är dock troligen de egna kontakterna mot resp. verksamhetsområde egentligen viktigare för verksamheten än huvudmännen”.

”Bra informationsstruktur inom enheten men dåligt i ett vidare perspektiv”.

”Mycket går väl via enhetscheferna, men kanske ledningen kunde bli mer tydlig vad den står för”.

”Mycket prat innan det informeras, om det görs över huvudtaget”.

Folkhögskolorna:

10 respondenter har kompletterat med ett skriftligt svar på fråga nr 15. Av dessa har några uttryckt en tveksamhet till vad det förväntas av dem och av ledningen. Några menar att det informeras dåligt om aktuella händelser som sker inom skolorna. Många är generellt tveksamma om informationsspridningen fungerar bra eller ej och anger oregelbundenhet som ett skäl.

Tabell 16.

I denna fråga ville vi veta om respondenterna tyckte att de hade möjligheter att fram föra sina åsikter till ledningsgruppen inom Region Värmland.

Fråga nr 16.	Hur fungerar möjligheterna för dig att föra fram egna åsikter till ledningsgruppen inom Region Värmland?					Total
	Mycket bra	Ganska bra	Varken bra eller dåligt	Ganska dåligt	Mycket dåligt	
Var arbetar du? Kansli	7	2	7	2	6	24
	29,2 %	8,3 %	29,2 %	8,3 %	25,0 %	100,0 %
Folkhögskola	5	14	42	7	12	80
	6,3 %	17,5 %	52,5 %	8,8 %	15,0 %	100,0 %
Resurscentra	2	7	12	3	2	26
	7,7 %	26,9 %	46,2 %	11,5 %	7,7 %	100,0 %
Total	14	23	61	12	20	130
	10,8 %	17,7 %	46,9 %	9,2 %	15,4 %	100,0 %

130 respondenter svarade på denna fråga. 46,9 % svarade varken bra eller dåligt och endast 9, 2 % svarade ganska dåligt.

Tabell 17.

I denna fråga vill vi veta om respondenterna upplevde att de får tillräckligt med information för att kunna vara en bra ambassadör för Region Värmland

Fråga 19.	Upplever du att du får tillräckligt med information för att kunna vara en bra ambassadör för Region Värmland?						Total
	Instämmer helt	Instämmer delvis	Tveksam	Tar delvis avstånd	Tar helt avstånd	Vet ej	
Var arbetar du? Kansli	5	9	5	3	1	0	23
	21,7 %	39,1 %	21,7 %	13,0 %	4,3 %	0 %	100,0 %
Folkhögskola	6	27	32	5	9	6	85
	7,1 %	31,8 %	37,6 %	5,9 %	10,6 %	7,1 %	100,0 %
Resurscentra	0	17	6	0	3	1	27
	0 %	63,0 %	22,2 %	0 %	11,1 %	3,7 %	100,0 %
Total	11	53	43	8	13	7	135
	8,1 %	39,3 %	31,9 %	5,9 %	9,6 %	5,2 %	100,0 %

135 respondenter svarade på frågan. 39,3 % svarade att de instämmer delvis. 9,6 % av respondenterna har svarat att de tar helt avstånd.

Övriga synpunkter och kommentarer från kansliet och resurscentra:

Den sista frågan i vår enkät var helt öppen för egna synpunkter och kommentarer. Tio respondenter lämnade kommentarer på denna fråga. Några skrev att det är upp till den anställde att söka information, men flera kände sig inte motiverade till detta.

”Verksamheten är komplex och varje resurscentra är så starka i sig att det inte alltid är naturligt att propagera för Region Värmland”.

”En hel del info finns ju tillgänglig, som insikt, webben och nämndens protokoll. Men jag känner mig inte så motiverad att ta del av det, känner att det inte berör mig”.

Övriga synpunkter och kommentarer från folkhögskolorna:

Här blandas både ris och ros. Vissa anser att det är helt upp till varje anställd och menar att man har ett eget ansvar att skaffa sig den information som man behöver. De tillägger dock betydelsen om att bli upplyst om viktig information, så att den inte förbises av misstag. Citerar vissa inslag för att framställa bredden av synpunkter som har skrivits.

”Att ha bytt huvudman till RV har blivit ett lyft för oss på folkhögskolorna. Äntligen blir vi sedda och hörda samt uppmärksammade, mycket positivt”.

”Region Värmland skulle lika gärna kunna heta Region Karlstad! Vi som arbetar och lever utanför Karlstad området känner oss, som alltid förbisedda. Skärpning!”

”Det är STOR skillnad att vara folkhögskolan inom RV i jämförelse med landstinget. Vi blir sedda och lyssnade på och det betyder mycket!”

”Region Värmland är så mycket mer än just den omfattande överbyggnaden i Karlstad. Det geografiska avståndet skulle kanske innebära en mera gemensam verksamhet ute på fältet i vardagen.”

”Är nyanställd och har mycket dålig insyn i vad RV innebär.”

5.5 Chefer och anställda

Nedan följer resultat från våra undersökningsfrågor gällande de anställdas uppfattning om internkommunikationen inom Region Värmland. Utifrån våra korstabeller särskiljs svaren från chef respektive medarbetare inom organisationen. Vi undersökte detta för att analysera om det fanns någon skillnad av uppfattningen om internkommunikationen.

Tabell 18.

Fråga nr 7.	Hur väl känner du till Region Värmlands verksamhetsplan?					Total
	Mycket bra	Ganska bra	Både bra och dåligt	Ganska dåligt	Mycket dåligt	
Har du någon chefsbefattning? Ja	9	11	3	5	0	28
	32,1 %	39,3 %	10,7 %	17,9 %	0 %	100,0 %
Nej	5	36	30	33	7	111
	4,5 %	32,4 %	27,0 %	29,7 %	6,3 %	100,0 %
Total	14	47	33	38	7	139
	10,1 %	33,8 %	23,7 %	27,3 %	5,0 %	100,0 %

Samtliga 139 respondenter har svarat på denna fråga, varav 28 hade en chefsbefattning. Bland dem som har chefsbefattning är det 39,3 % som tycker att de känner till verksamhetsplanen ganska bra.

Tabell 19.

Fråga nr 8.	Hur anser du att interninformationen fungerar inom Region Värmland?					Total
	Mycket bra	Ganska bra	Både bra och dåligt	Ganska dåligt	Mycket dåligt	
Har du någon chefsbefattning? Ja	0	5	15	5	2	27
	0 %	18,5 %	55,6 %	18,5 %	7,4 %	100,0 %
Nej	1	29	51	18	7	106
	9 %	27,4 %	48,1 %	17,0 %	6,6 %	100,0 %
Total	1	34	66	23	9	133
	8 %	25,6 %	49,6 %	17,3 %	6,8 %	100,0 %

På den här frågan var det 133 respondenter som svarade, varav 27 hade en chefsbefattning. 55,6 % av respondenterna med chefsbefattning svarade att de ansåg att interninformationen var både bra och dålig.

Tabell 20.

Fråga 17.	Upplever du att du får tillräckligt med information för att kunna vara en bra ambassadör för Region Värmland?						Total
	Instämmer helt	Instämmer delvis	Tveksam	Tar delvis avstånd	Tar helt avstånd	Vet ej	
Har du någon chefsbefattning? Ja	4	15	7	1	0	0	27
	14,8 %	55,6 %	25,9 %	3,7 %	0 %	0 %	100,0 %
Nej	7	38	36	7	13	7	108
	6,5 %	35,2 %	33,3 %	6,5 %	12,0 %	6,5 %	100,0 %
Total	11	53	43	8	13	7	135
	8,1 %	39,3 %	31,9 %	5,9 %	9,6 %	5,2 %	100,0 %

På denna fråga var det 135 respondenter som svarade på frågan, var av 27 hade en chefsbefattning. 55,6 % av respondenterna med chefsbefattning svarade, instämmer delvis på att de var bra ambassadörer för Region Värmland.

Kapitel 6 – Analys och diskussion

I det här kapitlet analyserar vi resultaten och anknyter dessa utifrån våra frågeställningar som vi har presenterat i första kapitlet. Syftet är att försöka besvara våra frågeställningar med hjälp av resultaten från undersökningen tillsammans med de teoriansknytningar som finns med i teoriavsnittet.

6.1 Respondenter

Enligt vår undersökning har närmare 70 % av respondenterna universitetsutbildning. Utifrån resultaten av ålders- och könsfördelningen var det 42 män och 94 kvinnor som svarade på enkäten. Den största åldersgruppen av respondenterna var mellan 45-54 år. I en organisation ställs det höga krav på internkommunikationen. Det är komplicerat att få en fungerande kommunikationsrelation med medarbetare ur olika ålders- och erfarenhetsmässiga aspekter (3.2 Internkommunikation – varför behövs den?). Vissa anställda inom en organisation kan komma direkt ifrån en universitetsutbildning, medan andra har arbetat inom organisationen i flera år. All information tolkas och sätts in i olika sammanhang av varje mottagare och det är av största vikt att organisationens målformulering är koncis och tydlig. Att presentera organisationens affärsidé, vision, mål och strategi är av betydelse för att inlemma medarbetarna i organisationens grundläggande målbegrepp (3.5 Mål med kommunikationen). Utifrån resultaten framgår att nyanställda inom organisationen har en viss avsaknad av introduktion av såväl verksamhetsplan som informationskanaler.

6.2 Uppfattning och behov av interninformation

Genom våra frågeställningar ville vi veta hur insatta de anställda var i verksamheten och vilken uppfattning de har om interninformationens funktion. Vi ville även veta hur ofta de anställda tar del av informationen, samt om de har användning av informationen i sitt dagliga arbete. Slutligen ville vi veta om de har fått arbetsrelaterad information från medierna. Analyserna är knutna till tabellerna 2-6 i resultatkapitlet.

Undersökningen visar att kansliets uppfattning av den interna kommunikationen fungerar relativt bra, även om det finns åsikter om förbättringar inom vissa områden. Nästan hälften av de anställda inom kansliet anser sig vara ganska så insatta i organisationen, men de finner att de får information rörande organisationens verksamhet allt för sällan. De tycker att de har användning för en större del av den interna information som sprids i det dagliga arbetet och mer än hälften upplever att de har fått arbetsrelaterad information via massmedierna. Enligt kvalitativa svar framgår det att det fanns en viss irritation över att informationen når

medarbetarna via medierna först. Utifrån undersökningen har vi förstått att de anställda tar till sig information på olika sätt, där vissa tar mer ansvar för informationsutbudet än andra. Vissa deltar på möten medan andra avstår. Det beror troligtvis på att de anställda inom "huset" har lättare att delta på veckomötena än de andra som har sin arbetsplats på andra ställen. Resultaten från resurscentra visar att mer än hälften av de anställda är ganska insatta i organisationens verksamhet. Så gott som hälften anser att interninformation fungerar både bra och dåligt. Större delen av de anställda anser att de får tillräckligt med information, men att de har olika behov av interninformation i det dagliga arbetet. Detta beror antagligen på att man arbetar inom olika arbetsområden, där en viss del av informationen angående Region Värmlands verksamhet inte anses beröra dem. Näst intill hälften av de anställda inom folkhögskolorna anser att de inte är insatta i Region Värmlands organisation. Angående funktionen av den interna informationen anser hälften att den fungerar både bra och dåligt. Orsaker till att den fungerar dåligt är att de anser att den väsentliga informationen som berör dem, har risk för att drunkna i allt annat informationsflöde. Tidsbrist och även brist på intresse är andra faktorer som har angetts. En större del av de anställda har angett att de inte har så mycket behov av den interna informationen i sitt dagliga arbete. Anledningen till det svaga resultatet kan vara att deras intresse främst är fokuserat kring deras arbetsuppgifter inom skolmiljön samt att Region Värmland nyligen blivit deras huvudmän. Faktorer som även kan ha inverkat på resultatet kan vara dålig kännedom om Region Värmlands hemsida, organisationens informationskanaler samt dess verksamhetsplan.

6.3 Informationskanaler

Genom våra frågeställningar ville vi veta vilka informationskanaler som ansågs vara bäst, vilka som användes mest frekvent, samt om någon kanal borde förbättras. Analyserna är knutna till fråga 11 och 13 samt till tabellerna 7-11 i resultatkapitlet.

Vilka som anses som de bästa informationskanalerna beror på vilket ämne man ska informera om. Möten innebär en möjlighet till förtydliganden bland medarbetarna i organisationen eftersom det är kontaktskapande och ett bra forum för dialog (3.6 Informationskanaler). Undersökningen visar att möten upplevs som den bästa informationskanalen, tätt följt av e-post. Kritik har riktats till båda kanalerna där en del anser att det är för många möten som saknar dagordning och struktur. En del anser att det är alldeles för få möten överhuvudtaget. Detta beror antagligen på var i länet de anställda arbetar. Gällande e-post så upplever de anställda att informationsflödet är stort och ostrukturerat. En del menar att den väsentliga

informationen som berör deras egen verksamhet/enhet riskerar att drunkna i allt informationsflöde. Här gäller det att utforma rätt information, till rätt mottagare, vid rätt tidpunkt (3.2 Intern-kommunikation – varför behövs den?). Insikt är ett uppskattat personalblad som läses av de flesta, av dem som känner till den. Flertalet av de anställda på folkhögskolorna har ingen aning om att den existerar. Citerar ett svar (fråga 13 Resultatkapitlet) ” *Vad är detta? Har aldrig sett insikt. Hur gör man för att få tag i den?* ”

6.4 Bra ambassadörer för organisationen

Vi ville veta hur väl de anställda kände till organisationens verksamhetsplan och hur informationsspridningen från ledningen uppfattas. Vi ville även veta om de anställda ansåg det lätt att framföra egna åsikter till ledningen och om den interna informationen ger en känsla av delaktighet av det som sker inom organisationen. Slutligen ville vi få en överblick om de uppfattar sig själva som goda ambassadörer för Region Värmland.

Välinformerade medarbetare blir ansvarsbenägna och motiverade och gör dem förberedda inför eventuella krishändelser och andra förändringsprocesser (3.2 Internkommunikation – varför behövs den?). Verksamhetsplanen fungerar som ett ledningsinstrument med syfte att skapa beteendemål hos medarbetarna (3.4 Planerad kommunikation). Av resultatet kan vi utläsa att respondenterna på kansliet känner till verksamhetsplanen ganska bra.

Folkhögskolorna har däremot angett att de känner till den ganska dåligt och detta kan bero på att de inte har kännedom om den. De anställda på resurscentra har angett både bra och dåligt i svaret, och det kan bero på att vissa delar av verksamhetsplanen är mer igenkännliga än andra. 43 % anser till viss del att den interna informationen ger en känsla av delaktighet av det som sker inom organisationen medan 33 % är tveksamma. Ledningen är ansvarig för att internkommunikationen fungerar inom en organisation, eftersom det är ett effektivt medel för att skapa en god balans (3.1 Internkommunikation – vad är det?). Nästan hälften av respondenterna tycker att den interna informationsspridningen från ledningen fungerar delvis tillfredställande. Däremot är 1/3 av respondenterna på folkhögskolorna tveksamma till att den fungerar. Detta kan bero på de inte är tillräckligt insatta i organisationen eftersom Region Värmland är relativt nya huvudmän för folkhögskolorna. Få tycker att det är lätt att föra fram egna åsikter till ledningsgruppen och detta kan bero på att arbetsområdena är utspridda i regionen. Att vara väl insatt i den interna kommunikationen är av betydelse då alla anställda fungerar som ambassadörer för organisationen (3.1 Internkommunikation – vad är det?).

Vår undersökning visar att 39 % instämmer till viss del, att de är bra ambassadörer. Dock är en stor andel (32 %) av de anställda, tveksamma. Vi tror att om man inte har tillgång eller kännedom om organisationens verksamhetsplan som innefattar mål, vision och uppdrag, så är det svårt att vara en god ambassadör för företaget.

6.5 Chefer och anställda

Vår undersökning visar att anställda i chefsposition (32 %) har en mycket bra översikt av Region Värmlands verksamhetsplan. Det finns även en viss del av respondenterna (18 %) som inte anser sig vara så insatta i verksamhetsplanen. Verksamhetsplanen fungerar som ett instrument för ledningen att få människor att utnyttja vissa tjänster eller agera efter vissa idéer (3.4 Planerad kommunikation). Vi anser att det är viktigt att man som chef är väl insatt i organisationens uppdrag, vision och mål för att kunna sprida detta vidare till sina medarbetare. Mer än hälften av respondenterna med chefsbefattning tycker att den interna kommunikationen fungerar både bra och dåligt. Av resultatet i undersökningen har vi funnit att det fanns önskemål om förbättringar inom vissa områden medan andra fungerar tillfredställande. Mer än hälften av cheferna instämmer delvis i att de är bra ambassadörer för organisationen. Det finns dock en viss tveksamhet från vissa respondenter i denna fråga. Detta tolkar vi som att om man inte är insatt i verksamheten så är det svårt att vara en bra marknadsförare av organisationen.

7 - Slutsats

Här presenterar vi vår slutsats som vi har anknutit från våra frågeställningar från första kapitlet och från våra teoretiska utgångspunkter från kapitel tre.

7.1 Slutsats

Utifrån resultatet från våra huvudsakliga frågeställningar har vi analyserat att internkommunikationen fungerar relativt bra, enligt de anställda inom Region Värmland. Det har dock framkommit vissa önskemål om förbättringar inom vissa områden. Ett effektivt informationssystem ska skapas för att få en betydelsefull förbindelse mellan organisationens olika enheter och dess medarbetare. Det är angeläget att informera om vad som hänt och vad som kommer att hända i organisationen. Detta kan ske genom informationsblad, möten eller andra informationskanaler (3.2 Internkommunikation – varför behövs den?). Utifrån vår undersökning framkom det att det önskades mer information om varandras enheter och om kommande och fattade beslut. En kommunikationsstrategi kan identifiera kommande förändringsbehov inom en organisation (3.4.2 Kommunikationsstrategi). De anställda uttryckte ett önskemål om mer information angående de förändringsprocesser som sker inom organisationen, samt inom enheterna och den egna arbetssituationen.

Att utveckla både chefers och medarbetarnas förmåga till muntlig dialog i mötesverksamheten är ett viktigt och stort ansvar för de informationsansvariga (3.6.3 Muntliga kanaler). Möten ansågs som den bästa informationskanalen, efterföljt av e-post. Fler strukturerade möten efterfrågades samt en riktad information via e-posten. Ett intranät efterfrågades samt en förbättring av känslan av gemenskap inom organisationen. Genom att skapa fler möten där alla medarbetare inom organisationen välkomnas att delta, kan vi – känslan öka. Detta gäller främst önskemål från de anställda ifrån folkhögskolorna. Utifrån undersökningens resultat drar vi slutsatsen att de främst ser Region Värmland som sina huvudmän och att de inte känner sig delaktiga i organisationens i övriga delar. För att åtgärda denna uppfattning bör en handlingsplan upprättas. En högre motivation och ansvarsbenägenhet till den egna arbetsprestationen kan ökas genom att arrangera olika aktivitetsformer för de anställda inom organisationen. För att introducera nyanställda till organisationen kan ett välstrukturerat informationsformulär angående företagspresentation, verksamhetsplan samt informationskanaler utformas. Eftersom kommunikation är en grundförutsättning för en

organisationens existens och funktion skulle ett presentationsformulär av organisationen och dess uppdrag kunna skickas ut till samtliga anställda inom Region Värmland. Motivationen hos medarbetarna ökar om de överblickar ett helhetsperspektiv (3.2 Internkommunikation – varför behövs den?). Eller sett i ett vidare perspektiv, varför inte sammankalla alla anställda till ett stort informationsmöte, i syfte att ge alla anställda samma chans till att tillgodogöra sig vad organisationens internkommunikation och Region Värmland står för. I det eventuella stormötet eller ett presentationsformulär kan den interna kommunikationen belysas och förklaras närmre, vad den egentligen innebär för organisationen i sin helhet och för varje enskild medarbetare specifikt. Sammanfattningsvis så bidrar en effektiv intern kommunikation till att den ger medarbetarna en överblick om organisationen och dess omvärld, vilket resulterar i att den anställda förstår vikten av sitt eget arbete. Den skapar enighet om mål och ger ett bättre beslutsunderlag samt att den skapar en motivation och vi andas (3.3 Internkommunikation – varför behövs den). Den interna informationen underlättar samarbetet mellan enheterna samt motverkar ryktesspridning i exempelvis, korridorerna (3.1.1 Formell och informell kommunikation). Slutligen bidrar den interna kommunikationen till organisationens lönsamhet och effektivitet, exempelvis genom minskad personalomsättning och genom att den anställda får en förståelse om den egna prestationsrollen och sitt bidrag till organisationen (3.2 Internkommunikation – varför behövs den?).

Som informationschefen Hedvig Bergenheim uttryckte så är det nuvarande informationsflödet inom organisationen stort. Vi har utifrån vår undersökning noterat att svarsfrekvensen från kansliet var relativt lågt i förhållande till antalet anställda och utskickade enkäter. Vår slutsats angående detta kan vara att vår enkät, förutom faktorer som frånvaro och tidsbrist, har försvunnit i det stora informationsflödet som råder.

8 - Förändringsförslag

Förändringsförslagen presenteras utifrån våra egna reflektioner och utifrån respondenternas önskemål, som framgått från resultaten i vår undersökning.

8.1 Författarnas förändringsförslag

Svarsfrekvensen från enkäterna visar att framförallt folkhögskolorna, men även de andra enheterna behöver ett förtydligande av Region Värmlands verksamhetsplan. De behöver även en introduktion över vilka informationskanaler som gäller för att kunna ta del av vad som sker inom verksamheten. Det har vid flera tillfällen i undersökningen poängterats att man önskar få tillgång till fler muntliga mötesformer. För att öka vi - känslan inom organisationen behövs gemensamma aktiviteter, samt fler möten som gäller för alla anställda. Flertalet anställda önskar att få lättillgänglig ”riktad” information, eftersom informationsflödet är så stort.

Intranätet är praktiskt men det är inte en lösning på alla behov (3.6.2 Elektroniska kanaler).

Vid introduceringen av det kommande intranätet bör alla medarbetare få en utförlig utbildning av användandet av kanalen. Detta kan ske genom att en kommunikationsplan utformas där det skapas fasta rutiner på hur man håller sig uppdaterad om vad som händer i organisationen. På så sätt kan de anställda öka sina kunskaper och bli bra ambassadörer för Region Värmland.

(3.4.3 Kommunikationsplan)

8.2 Respondenternas förändringsförslag

De anställda önskar få fler strukturerade möten med ledning och enhetscheferna. De vill även veta vad ledningen står för i vissa verksamhetsfrågor. Information önskas om pågående och kommande projekt, gällande alla enheter inte endast där man arbetar. Man vill att personalen på informationsenheten gör studiebesök på varje basenhet för att skapa sig en djupare kunskap om respektive arbetsområde inom Region Värmland. Som nyanställd önskar man få en övergripande presentation av organisationen och vilka informationskanaler som berör den anställde. När ett intranät införs är önskemålet att nyheter publiceras kontinuerligt och ämnesindelad med möjlighet att välja vilka ämnen man vill prenumerera på.

9.1 Litteratur

Ekström, Mats, Larsson, Larsåke (2000) *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Lund
Studentlitteratur

Eriksson, Peter (2007) *Planerad kommunikation*, Upplaga 5:1. Kristianstad Boktryckeri
AB

Falkheimer, Jesper (2001) *Medier och kommunikation – en introduktion*, Lund.
Studentlitteratur

Hartman, Sven (2003) *Skrivhandledning för examensarbeten och rapporter*
Bokförlaget: Natur och kultur

Heide, Mats, Johansson, Catrin, Simonsen, Charlotte (2005) *Kommunikation och
organisation*. Liber

Larsson, Larsåke (2001) *Tillämpad Kommunikationsvetenskap*. Studentlitteratur

Strid, Jan (1999) *Internkommunikation inom organisationer, företag och myndigheter*.
Studentlitteratur

Trost, Jan (2007) *Enkätboken*, Upplaga 3:1.
Studentlitteratur

9.2 Övriga källor

www.regionvarmland.se (2008-12-16)

Region Värmlands Verksamhetsplan 2009

Möten samt mail kontakt med Hedvig Bergenheim, informationschef, Region Värmland

Bilagor:

1. Missivbrev
2. Enkät
3. Tabeller
4. Region Värmlands resurscentra
5. Organisationsschema Region Värmland

Bilaga 1: Missivbrev

Hej!

Vi är två studerande på informationsprogrammet vid Karlstad Universitet som skriver en C-uppsats i ämnet medie- och kommunikationsvetenskap. Vi har fått i uppdrag av informations - chef Hedvig Bergenheim att undersöka behovet av internkommunikationen inom Region Värmland.

Vår uppsats kommer att bygga på en enkätundersökning, och vi är därför i stort behov av din hjälp med att fylla i enkäten som bifogas. Vi garanterar att svaren blir konfidentiellt behandlade, då det är endast vi som kommer att öppna ditt brev. Ingen annan kommer att kunna ta del av informationen. Slutresultaten kommer att sammanställas i tabeller och diagram där enskilda svar inte kan utläsas.

Vänligen besvara enkäten så fort som möjligt, dock senast den 28 november. Skicka tillbaka enkäten till nedanstående adress eller lägg i vårt för undersökningens utsedda postfack på kansliet, Region Värmland. Facket är märkt med Kristina & Susanne.

Om du har några funderingar om enkäten tveka inte att kontakta oss!

Med vänliga hälsningar

Susanne Ekmark 070-482 67 34 susanne.ekmark@spray.se
Kristina Noreen 070-415 14 69 kristina_noreen@hotmail.com

Adress:
Susanne Ekmark
Kristina Noreen
Region Värmland
Box 1022
651 15 Karlstad

Bilaga 2: Enkät

Enkätfrågor angående Region Värmlands internkommunikation

Med internkommunikation menar vi den information som du internt får om Region Värmlands verksamhet i ditt dagliga arbete.

1. Kön: Man Kvinna

2. Ålder: _____

3. Var arbetar du?

Kansli Folkhögskola Rersurscentra

4. Har du någon chefsbefattning? (enhetschef, verksamhetsledare eller rektor)

Ja Nej

5. Vilken högsta avslutad utbildning har du?

Grundskola Gymnasium Universitet/Högskola Annat

6. Hur väl insatt är du i Region Värmlands organisation och dess olika enheter?

Mycket insatt Ganska insatt Mindre insatt Inte alls insatt

7. Hur väl känner du till Region Värmlands verksamhetsplan? (I verksamhetsplanen finns organisationens värdegrund, vision, uppdrag och strategiska mål beskrivet)

Mycket bra Ganska bra Både bra och dåligt Ganska dåligt Mycket dåligt

8. Hur anser du att interninformationen fungerar inom Region Värmland?

Mycket bra Ganska bra Både bra och dåligt Ganska dåligt Mycket dåligt

Egna kommentarer:

13. Anser du att någon informationskanal behöver förändras? (Om ja, motivera hur!)

Personalblad/Insikt

Möten

E-post

Pressmeddelanden

Annan:

14. Ger den interna informationen dig en känsla av delaktighet i det som sker inom Region Värmland?

Instämmer helt

Instämmer delvis

Tveksam

Tar delvis avstånd

Tar helt avstånd

Vet ej

15. Anser du att den interna informationsspridningen från ledningen fungerar på ett tillfredställande sätt? (Om inte, motivera gärna)

Instämmer helt

Instämmer delvis

Tveksam

Tar delvis avstånd

Tar helt avstånd

Vet ej

Kommentar:

16. Hur fungerar möjligheterna för dig att föra fram egna åsikter till ledningsgruppen inom Region Värmland?

Mycket bra Ganska bra Varken bra eller dåligt Ganska dåligt Mycket dåligt

17. Har det hänt att du har fått arbetsrelaterad information från massmedier innan du fått den informationen på ditt arbete? (Om ja, skriv gärna en kommentar om din reaktion).

Nej

Ja

Vet ej

18. Jag skulle vilja ha mer information om:

19. Upplever du att du får tillräckligt med intern information för att kunna vara en bra "ambassadör" för Region Värmland?

Instämmer helt

Instämmer delvis

Tveksam

Tar delvis avstånd

Tar helt avstånd

Vet ej

Övriga synpunkter och kommentarer:

Tack för din medverkan!

**Med vänliga hälsningar
Susanne Ekmark och Kristina Noreen**

Bilaga 3: Tabeller

Fråga 11: Rang 1, bästa informationskanal

		Vilken/vilka kanaler tycker du fungerar bäst för att få information om Region Värmlands verksamhet?					Total
		Rang 1					
		Insikt	Möten	E-post	Pressmed /media	Webb	
Var arbetar du?	Kansli	1	11	1	2	5	20
		5,0 %	55,0 %	5,0 %	10,0 %	25,0 %	100,0 %
	Folkhögskola	5	16	12	3	10	46
		10,9 %	34,8 %	26,1 %	6,5 %	21,7 %	100,0 %
	Resurscentra	3	9	5	0	5	22
		13,6 %	40,9 %	22,7 %	0 %	22,7 %	100,0 %
Total		9	36	18	5	20	88
		10,2 %	40,9 %	20,5 %	5,7 %	22,7 %	100,0 %

Rang 2:

		Vilken/vilka kanaler tycker du fungerar bäst för att få information om Region Värmlands verksamhet?					Total
		Rang 2					
		Insikt	Möten	E-post	Pressmed /media	Webb	
Var arbetar du?	Kansli	9	2	3	0	6	20
		45,0 %	10,0 %	15,0 %	0 %	30,0 %	100,0 %
	Folkhögskola	9	10	18	0	9	46
		19,6 %	21,7 %	39,1 %	0 %	19,6 %	100,0 %
	Resurscentra	4	2	9	2	5	22
		18,2 %	9,1 %	40,9 %	9,1 %	22,7 %	100,0 %
Total		22	14	30	2	20	88
		25,0 %	15,9 %	34,1 %	2,3 %	22,7 %	100,0 %

Rang 3:

		Vilken/vilka kanaler tycker du fungerar bäst för att få information om Region Värmlands verksamhet?					Total
		Rang 3					
		Insikt	Möten	E-post	Pressmed /media	Webb	
Var arbetar du?	Kansli	7	2	5	0	5	19
		36,8 %	10,5 %	26,3 %	0 %	26,3 %	100,0 %
	Folkhögskola	9	6	8	11	11	45
		20,0 %	13,3 %	17,8 %	24,4 %	24,4 %	100,0 %
	Resurscentra	8	3	4	4	3	22
		36,4 %	13,6 %	18,2 %	18,2 %	13,6 %	100,0 %
Total		24	11	17	15	19	86
		27,9 %	12,8 %	19,8 %	17,4 %	22,1 %	100,0 %

Rang 4:

		Vilken/vilka kanaler tycker du fungerar bäst för att få information om Region Värmlands verksamhet? Rang 4					Total
		Insikt	Möten	E-post	Pressmed /media	Webb	
Var arbetar du?	Kansli	1	3	6	7	2	19
		5,3 %	15,8 %	31,6 %	36,8 %	10,5 %	100,0 %
	Folkhögskola	5	12	4	15	8	44
		11,4 %	27,3 %	9,1 %	34,1 %	18,2 %	100,0 %
	Resurscentra	6	5	3	4	4	22
		27,3 %	22,7 %	13,6 %	18,2 %	18,2 %	100,0 %
Total		12	20	13	26	14	85
		14,1 %	23,5 %	15,3 %	30,6 %	16,5 %	100,0 %

Rang 5:

		Vilken/vilka kanaler tycker du fungerar bäst för att få information om Region Värmlands verksamhet? Rang 5					Total
		Insikt	Möten	E-post	Pressmed /media	Webb	
Var arbetar du?	Kansli	1	1	4	10	3	19
		5,3 %	5,3 %	21,1 %	52,6 %	15,8 %	100,0 %
	Folkhögskola	12	2	2	13	15	44
		27,3 %	4,5 %	4,5 %	29,5 %	34,1 %	100,0 %
	Resurscentra	1	4	1	12	4	22
		4,5 %	18,2 %	4,5 %	54,5 %	18,2 %	100,0 %
Total		14	7	7	35	22	85
		16,5 %	8,2 %	8,2 %	41,2 %	25,9 %	100,0 %

Fråga 12

		Hur ofta tar du del av informationen från personalblad/Insikt?					Total
		Några ggr/vecka	En gång/vecka	Några ggr/mån	Mer sällan	Aldrig	
Var arbetar du?	Kansli	0	1	18	4	0	23
		0 %	4,3 %	78,3 %	17,4 %	0 %	100,0 %
	Folkhögskola	0	3	20	31	29	83
		0 %	3,6 %	24,1 %	37,3 %	34,9 %	100,0 %
	Resurscentra	2	1	11	12	1	27
		7,4 %	3,7 %	40,7 %	44,4 %	3,7 %	100,0 %
Total		2	5	49	47	30	133
		1,5 %	3,8 %	36,8 %	35,3 %	22,6 %	100,0 %

		Hur ofta tar du del av informationen från möten?					Total	
		Dagligen	Några ggr/vecka	En gång/vecka	Några ggr/mån	Mer sällan		Aldrig
Var arbetar du?	Kansli	2	6	3	10	3	0	24
		8,3 %	25,0 %	12,5 %	41,7 %	12,5 %	0 %	100,0 %
	Folkhögskola	0	6	6	22	34	16	84
		0 %	7,1 %	7,1 %	26,2 %	40,5 %	19,0 %	100,0 %
	Resurscentra	2	1	2	11	9	2	27
		7,4 %	3,7 %	7,4 %	40,7 %	33,3 %	7,4 %	100,0 %
Total		4	13	11	43	46	18	135
		3,0 %	9,6 %	8,1 %	31,9 %	34,1 %	13,3 %	100,0 %

		Hur ofta tar du del av informationen från e-post?					Total	
		Dagligen	Några ggr/vecka	En gång/vecka	Några ggr/mån	Mer sällan		Aldrig
Var arbetar du?	Kansli	10	6	0	3	4	0	23
		43,5 %	26,1 %	0 %	13,0 %	17,4 %	0 %	100,0 %
	Folkhögskola	8	7	12	22	19	14	82
		9,8 %	8,5 %	14,6 %	26,8 %	23,2 %	17,1 %	100,0 %
	Resurscentra	7	8	6	6	0	0	27
		25,9 %	29,6 %	22,2 %	22,2 %	0 %	0 %	100,0 %
Total		25	21	18	31	23	14	132
		18,9 %	15,9 %	13,6 %	23,5 %	17,4 %	10,6 %	100,0 %

		Hur ofta tar du del av informationen från pressmed/medier?					Total	
		Dagligen	Några ggr/vecka	En gång/vecka	Några ggr/mån	Mer sällan		Aldrig
Var arbetar du?	Kansli	4	9	1	7	3	0	24
		16,7 %	37,5 %	4,2 %	29,2 %	12,5 %	0 %	100,0 %
	Folkhögskola	1	2	11	22	33	13	82
		1,2 %	2,4 %	13,4 %	26,8 %	40,2 %	15,9 %	100,0 %
	Resurscentra	2	4	9	9	3	0	27
		7,4 %	14,8 %	33,3 %	33,3 %	11,1 %	0 %	100,0 %
Total		7	15	21	38	39	13	133
		5,3 %	11,3 %	15,8 %	28,6 %	29,3 %	9,8 %	100,0 %

		Hur ofta tar du del av informationen från webben?					Total	
		Dagligen	Några ggr/vecka	En gång/vecka	Några ggr/mån	Mer sällan		Aldrig
Var arbetar du?	Kansli	12	5	2	5	0	0	24
		50,0 %	20,8 %	8,3 %	20,8 %	0 %	0 %	100,0 %
	Folkhögskola	3	3	12	21	22	21	82
		3,7 %	3,7 %	14,6 %	25,6 %	26,8 %	25,6 %	100,0 %
	Resurscentra	5	10	5	5	1	1	27
		18,5 %	37,0 %	18,5 %	18,5 %	3,7 %	3,7 %	100,0 %
Total		20	18	19	31	23	22	133
		15,0 %	13,5 %	14,3 %	23,3 %	17,3 %	16,5 %	100,0 %

Fråga 13

		Anser du att någon informationskanal behöver förändras? Personalblad/insikt.		Total
		Ja	Nej	
Var arbetar du?	Kansli	6	19	25
		24,0 %	76,0 %	100,0 %
	Folkhögskola	16	70	86
		18,6 %	81,4 %	100,0 %
	Resurscentra	6	21	27
		22,2 %	77,8 %	100,0 %
Total		28	110	138
		20,3 %	79,7 %	100,0 %

		Anser du att någon informationskanal behöver förändras? Möten.		Total
		Ja	Nej	
Var arbetar du?	Kansli	10	15	25
		40,0 %	60,0 %	100,0 %
	Folkhögskola	8	78	86
		9,3 %	90,7 %	100,0 %
	Resurscentra	7	20	27
		25,9 %	74,1 %	100,0 %
Total		25	113	138
		18,1 %	81,9 %	100,0 %

		Anser du att någon informationskanal behöver förändras? E-post.		Total
		Ja	Nej	
Var arbetar du?	Kansli	8	17	25
		32,0 %	68,0 %	100,0 %
	Folkhögskola	8	78	86
		9,3 %	90,7 %	100,0 %
	Resurscentra	4	23	27
		14,8 %	85,2 %	100,0 %
Total		20	118	138
		14,5 %	85,5 %	100,0 %

		Anser du att någon informationskanal behöver förändras? Pressmeddelanden.		Total
		Ja	Nej	
Var arbetar du?	Kansli	2	23	25
		8,0 %	92,0 %	100,0 %
	Folkhögskola	3	83	86
		3,5 %	96,5 %	100,0 %
	Resurscentra	3	24	27
		11,1 %	88,9 %	100,0 %
Total		8	130	138
		5,8 %	94,2 %	100,0 %

Bilaga 4: Region Värmlands resurscentra

- **Dans i Värmland** -är ett regionalt resurscentrum som verkar för att dansen ska bli tillgänglig för alla invånare i Värmland. Med kontinuerliga pedagogiska verksamheter som dansläger, seminarier och föreställningar arbetar de för att öka kännedomen och kunskapen om dans.
- **Energikontor i Värmland** - är ett kunskapscentrum för energifrågor i länet. Här finns rådgivning, planering och affärsutveckling för energieffektivisering för företagare och organisationer.
- **Film i Värmland** – är ett ledande resurs- och utvecklingscentrum inom filmområdet. Här arbetar man med filmen som kulturform, som näringsgren samt inom skolan i ämnet film- och media. Ett dynamiskt filmklimat i regionen eftersträvas där man ska initiera, stödja och utveckla verksamheten i ett nära samarbete med filmarbetare, produktionsbolag, biografer, skolor och föreningsliv.
- **Länsbiblioteket** -arbetar för att främja, utreda och komplettera länets lokala biblioteksverksamhet. De arbetar med information, rådgivning och utveckling och arrangerar bland annat konferenser, temadagar och studiedagar för länets kulturpolitiker och bibliotekspersonal.
- **Mediecenter**– fungerar som en mediabank kommunerna i Värmland. Mediecenter tillhandahåller avgiftsfritt samtliga radio/tv- program från UR samt inköpt dvd/video för alla, från barnomsorg till vuxenfortbildning i länet.
- **Slöjd i Värmland**– arbetar med att den regionala hemslöjdsverksamheten ska leva vidare både som kulturyttring och näringsgren. Detta sker genom utvecklingsprojekt, rådgivning och upplysande verksamhet, främst i länet men även i samarbete över läns- och riksgrensarna.
- **Ung kultur**– arbetar med att stödja barns och ungdomars skapande och utövande av egna kulturuttryck samt att de ska få uppleva ett rikt professionellt kulturutbud. Att utveckla ett starkt kontaktnät med kommuner, skolor och föreningar i Värmland samt att förankra rätten till barn och ungdomars kulturverksamhet politiskt i Landsting och kommuner är andra uppgifter.
- **Visit Värmland**– är ett resurscentrum som ansvarar för marknadsföring, utvecklingsprojekt, utbildning och samordningen av turismnäringen i Värmland.
- **Värmlands arkiv**– är ett regionalt näringslivsarkiv vars uppdrag är att hålla den statliga och kommunala sektorns arkiv i länet. Arkivbestånden hålls tillgängliga för forskning i Arkivcentrum i Värmland i samverkan med Folkrörelsernas arkiv för Värmland, Karlstad kommunarkiv, Landstingsarkivet i Värmland samt Emigrantregistret

Bilaga 5. Region Värmlands organisationsschema

Region Värmlands organisationschema

