

# Brukarpaneler på webben

Verktyg och undersökningar

© Hjälpmedelsinstitutet (HI), 2007  
Författare: Margita Lundman  
URN:NBN:se:hi-2007-07357-pdf  
Best nr 07357-pdf

Publikationen är utgiven endast i elektronisk form och kan hämtas i pdf-format på HIs webbplats, [www.hi.se/publicerat](http://www.hi.se/publicerat). Den kan också beställas i alternativa format från HI.

# Brukarpaneler på webben

Verktyg och undersökningar

Margita Lundman

**Hjälpmedelsinstitutet**

## Innehåll

Inledning .....	1
Tillgången till datorer och Internet.....	1
Leverantörer och verktyg .....	2
Särskilda tillämpningar och panelundersökningar.....	7
System för klagomålshantering.....	8
Forskning om webbenkäter.....	10
Hur går det till? Praktiska frågor .....	13
Tillgängliga webbenkäter .....	15
Ett användbart enkätverktyg .....	17

## Inledning

Hjälpmedelsinstitutet, HI, har under tiden november 2006 – februari 2007 genomfört ett uppdrag från Post- och telestyrelsen, PTS. Syftet har varit att förbereda ett försök med systematisk dialog om IT, telekom och media med personer med funktionshinder. Genom att aktivt efterfråga användarnas synpunkter och önskemål kan ansvariga vid myndigheter, företag och hjälpmedelsverksamhet få ett värdefullt underlag för sin verksamhet. Användarna kan påverka utvecklingen av nya och förbättrade produkter och tjänster och de kan påverka hur IT-baserade hjälpmedel tillhandahålls. Webbaserade enkäter planeras för att samla information om brukarnas önskemål och synpunkter.

I denna rapport redovisas resultatet av en kartläggning av verktyg för webbenkäter. Vidare beskrivs erfarenheter av webbaserade brukarpaneler i olika sammanhang. En inledande diskussion om behovet av tillgängliga och användbara enkäter för målgrupper med olika funktionshinder förs också.

Materialet i rapporten togs ursprungligen fram som ett internt underlag i planeringen av försöket med brukarenkäter ovan. Det är vår förhoppning att resultaten av kartläggningen och de beskrivna erfarenheterna kan vara ett stöd för andra som i sin verksamhet vill genomföra brukarundersökningar som vänder sig till personer med funktionsnedsättning.

Webbenkäterna planeras även kompletteras med andra kanaler för att samla synpunkter och önskemål från funktionshindrade IT-användare. HI har inom ramen för uppdraget från PTS också genomfört en undersökning av behovet av andra kanaler för brukardialog om IT, telekom och media. Resultaten från denna undersökning återfinns i en särskild publikation på HIs webbplats<sup>1</sup>.

## Tillgången till datorer och Internet

En förutsättning för att webbenkäter ska kunna användas som kanal för att samla information om upplevda problem, önskemål, idéer och förslag från personer med funktionsnedsättning är naturligtvis att målgrupperna har tillgång till och kompetens om datorer och Internet.

Hjälpmedelsinstitutet har publicerat flera studier om tillgången till dator och Internet i hemmet bland personer med funktionsnedsättning<sup>2</sup>. I studierna jämförs tillgången hos olika grupper med funktionshinder med tillgången hos den övriga befolkningen. Uppgifterna har hämtats ur SCB:s årliga levnadsnivåundersökning, ULF. Tillgången 2004/2005 till dator i hemmet för båda grupperna framgår av Tabell 1 nedan. En jämförelse har gjorts mellan olika åldersgrupper.

---

<sup>1</sup> Se [www.hi.se/itfragan/projektet](http://www.hi.se/itfragan/projektet)

<sup>2</sup> Brundell, S. (2006). Dator och Internet i hemmet hos personer med funktionsnedsättning - en jämförelse över åren 1998/99, 2000/01, 2002/03 och 2004/05. Vällingby: Hjälpmedelsinstitutet.

Tabell 1. Tillgång till dator i hemmet bland grupper med respektive utan något funktionshinder efter åldersgrupp 2004/2005. Procent.

Åldersgrupper	Personer utan funktionshinder	Personer med något funktionshinder
16 – 44 år	90,9	89,6
45 – 64 år	85,4	75,0
65 – 84 år	42,8	31,9

Tillgång till Internet i hemmet för motsvarande tidsperiod framgår av tabellen nedan.

Tabell 2. Tillgång till Internet i hemmet bland grupper med respektive utan något funktionshinder efter åldersgrupp 2004/2005. Procent.

Åldersgrupper	Personer utan funktionshinder	Personer med något funktionshinder
16 – 44 år	83,3	81,0
45 – 64 år	79,4	67,3
65 – 84 år	35,4	22,8

Av tabellen framgår att med undantag för de äldre, så har en tämligen stor andel personer tillgång till Internet i hemmet. Det gäller såväl personer utan funktionsnedsättning som dem som har en funktionsnedsättning. Dessutom har vissa naturligtvis tillgång till Internet i andra sammanhang (på arbetsplatsen, i utbildningar), även om det inte finns exakta siffror på hur många de är. Man torde alltså kunna nå många, men inte alla, med webbenkäter. Det är dock viktigt att använda kompletterande kanaler. Webbenkäter (eller postala enkäter) passar inte för alla typer av frågor. Det är också uppenbart att i synnerhet de äldre inte kommer att nås om webbenkäter används som enda kanal.

## Leverantörer och verktyg

### Insamling av uppgifter

Vid urvalet av verktyg har HI konsulterat föreningen SMUF, Sveriges marknadsundersökningsköparens förening ([www.smuf.se](http://www.smuf.se)). Föreningen har rekommenderat ett antal leverantörer som tillhandahåller verktyg för webbpaneler. Vi har också rådgjort med andra beställare, exempelvis Konsumentverket som vid tidpunkten för utredningen nyligen upphandlat ett verktyg för webbaserade undersökningar. Vidare har vi kontaktat Vägverket som haft erfarenheter av webbenkäter till grupper av resenärer. Privata undersökningsföretag med erfarenhet av webbaserade paneler har bidragit med kompetens. Erfarenheterna från HIs egen verksamhet, bl.a. från projektet *Bättre tillsammans* liksom från arbetet med den egna webbplatsen, [www.hi.se](http://www.hi.se), har också beaktats.

Informationen om respektive leverantör och verktyg har inhämtats från leverantörernas webbplatser<sup>3</sup> och genom telefonintervjuer med leverantörerna.

<sup>3</sup> Informationen från webbplatserna samlades i december 2006

## Ett urval leverantörer och verktyg

Nedan följer kortfattad information om ett antal verktyg för webbenkäter och leverantörer som tillhandahåller sådana verktyg. Dessa verktyg och leverantörer bedömdes ha sådana egenskaper att de skulle kunna bli aktuella för de planerade undersökningarna med personer med funktionsnedsättning. Många av leverantörerna erbjuder också olika typer av konsultstöd för enkätundersökningar.

### Questback Sverige

[www.questback.se](http://www.questback.se)

QuestBack AS är ett norskt företag med verksamhet i Norge, Sverige, Danmark, Finland, Schweiz, Nederländerna, Österrike, Skottland, Italien, Frankrike och England. Det etablerades i januari 2000. Questback samarbetar med mer än 800 företag i olika branscher. Questbacks vision rör förbättrade relationer och kärnverksamheten är att i samarbete med kunderna förbättra och bevara olika relationer, antingen det handlar om kunder, egna medarbetare eller andra intressenter.

Kärnan i tjänsteutbudet är QuestBack®, ett webbaserat verktyg för att skapa och distribuera undersökningar, samt insamling och dataanalys.

Den särskilda fördel som företaget självt framhåller är att QuestBack är användarvänligt. Det uppges vara enkelt att utforma och distribuera webbaserade undersökningar till kunder, medarbetare, etc. Feedback erhålls omedelbart. Analyser genomförs på ett enkelt och intuitivt sätt. Resultaten presenteras direkt i översiktliga grafer. Färdiga rapporter tas enkelt fram i exempelvis PowerPoint, Word, Excel, PDF, HTML och SPSS. Verktuget erbjuder också en möjlighet att efter analysen genomföra anonyma uppföljningsundersökningar mot viktiga grupper och/eller enskilda intressenter.

Företaget erbjuder assistans vad avser genomförande av undersökningar. Det är också möjligt att använda verktuget för att självständigt genomföra undersökningar.

### QuickSearch Sweden AB

[www.quicksearch.se](http://www.quicksearch.se)

QuickSearch grundades 1997. Kundbasen uppgår till ca 200 kunder inom många olika branscher. Företaget har kontor i Stockholm, Halmstad och Lund. Huvudägare i Quicksearch Sweden AB är Marlund Consulting Group (MCG), ett konsultföretag vars affärsidé är att utveckla kvalitetssäkrings-system och management inom service- och tjänsteföretag. Företaget ingår i ett akademiskt nätverk bestående av Universitetet i Karlstad (Centrum för Tjänsteforskning), Internationella Handelshögskolan i Jönköping, Högskolan i Halmstad, Handelshögskolan i Göteborg, samt Stockholms Universitet. QuickSearch stödjer kunden i hela genomförandet, från att ta fram lämpliga undersökningsmodeller till genomförande, analys och återkoppling. Quicksearchs konsulter har bred erfarenhet av kvalitetsprocesser, dialogmetodik, statistik, management och beteendevetenskap.

Företaget har ett verktyg **QuickSearch Dialog Manager** för dem som har behov av att arbeta med egna enkäter. Med hjälp av Dialog Manager kan en-

käter skapas, skickas och analyseras. Företaget tillhandahåller också konsulttjänster för projektledning, undersökningar och analys.

Bland kunder är företag, exempelvis Volvo, SKF, samt myndigheter som Bolagsverket och Sida. Företag som Microsoft, First Hotels, SVT och Tetra Pak använder Dialog Manager för att föra en dialog med sina kunder och medarbetare.

Olika kurser erbjuds, exempelvis en ”prova på kurs”, i form av en endagsutbildning. Kursen handlar om metodik för undersökningar via webben samt om hur enkätverktyget praktiskt kan hanteras. Företaget tillhandahåller också fördjupning inom olika områden relaterade till utvärdering och analys, kvalitet och verksamhetsutveckling.

### DataInstitutet

[www.datainstitutet.se](http://www.datainstitutet.se)

DataInstitutet startade sin nuvarande verksamhet 1990. Ända sedan starten har företaget fokuserat på ett lättanvänt verktyg för enkätundersökningar samt smidiga lösningar för enkäthantering i allmänhet. I verksamheten ingår support, utbildning, konsultation och programmering.

DataInstitutet bestod vid tidpunkten för undersökningen av tre medarbetare, samarbetspartners och återförsäljare. Företaget finns i Bollebygd utanför Göteborg och har kunder över hela Norden.

Programvara har utvecklats i nära samarbete med kunderna och nyttjas idag av 1000-tals användare. Bland kunderna är Astra Zeneca, KPMG, Luftfartsverket, Stockholms läns landsting. Verktyget kallas **Business Intelligence**

### 7.5.

#### EPiServer

[www.episerver.se](http://www.episerver.se)

EPiServer är ett av flera publiceringsverktyg för webben. Verktyget används av HI för webbplatsen [www.hi.se](http://www.hi.se). EPiServer innehåller även ett verktyg för webbformulär. Verktyget bedöms i viss men begränsad utsträckning fungera för att administrera enkäter via Internet för brukarundersökningar med funktionshindrade personer. Det saknas möjligheter att utforma formulär i multimedia. Bearbetning av resultaten sker inte automatiskt utan måste göras manuellt. Verktyget medger inte att enskilda personer kan registreras och därmed få återkommande individuella enkäter.

Några olika tilläggsmoduler till EPiServer finns för att skapa s k communities, nätverk. Dels finns Community, utvecklad av företaget Dropit, dels finns StarCommunity, utvecklad av Netstar Products AB. Till Starcommunity hör ett enkätverktyg med viss funktionalitet.

#### CINT

[www.cint.se](http://www.cint.se)

[www.cint.com](http://www.cint.com)

CPX (Cint Panel Exchange på [www.cint.com](http://www.cint.com)) beskrivs som en ”vertikal marknadsplats för undersökningsföretag”. Den fungerar så att företag som endera har, eller vill skapa, undersökningspaneler, kan använda systemet för att administrera dessa, och samtidigt ”publicera” panelerna till presumtiva köpare i andra änden av systemet.

## Temo Synovate

[www.temo.se](http://www.temo.se)

Den del av företaget Synovate, tidigare Temo, som arbetar med marknadsundersökningar är Temo Synovate. Av särskilt intresse är att Synovate – som är det femte största undersökningsföretaget i världen – har erfarenheter av multimedia i enkäter. Av särskild relevans är också det faktum att Synovate har tillgång till ett statistiskt säkerställt urval svenska respondenter. Synovate Temo har erfarenheter av samarbete med bl.a. idéburna organisationer.

## RAM-paneler

[www.rampanel.com](http://www.rampanel.com)

RAM - Research och Analys av Media är ett Internetbaserat undersöknings- och analysystem utvecklat för att öka kunskapen om tidningar, tidskrifter och deras läsare. Mätssystemet bygger på att varje ingående tidning bygger sin egen unika läsarpanel och att löpande undersökningar utförs via Internet i dessa paneler. Varje tidning eller tidskrift som är ansluten till systemet undersöker och utreder via sin egen läsarpanel attityder till tidningen, dess läsbarhet och kommunikation. Sedan starten under våren 2002 har fler än 150 tidningar och tidskrifter anslutit sig till det webb-baserade systemet. Dessutom har RAM skapat en särskild verktygslåda för att täcka de övriga behov och frågeställningar som är typiska för tidningar och tidskrifter - men som normalt ligger utanför RAMs löpande mätningar av annonser och artiklar. De elektroniska läsarpanelerna kan med fördel användas för läsarundersökningar, varumärkesstudier, produktutveckling eller annat. Lansering av RAMs undersökningsmetoder skedde under 2004 och 2005 på flera marknader både i och utanför Norden. RAM ägs och drivs av **InfoData AB** och är tänkt fungera som ett vardagligt, grundläggande och affärskritiskt verktyg för analys och utveckling av tidnings- och tidskriftsmedia.

## United Minds

[www.unitedminds.se](http://www.unitedminds.se)

Ett kommunikationsföretag som för olika uppdragsgivares räkning skaffar kunskap om kunder och kunders drivkrafter, med syfte att skapa kommunikation och beslutsunderlag för affärsutveckling och positionering. Bland de paneler som United Minds har byggt upp är tidningen Vi i Villas Villapanelen, Vägverkets Trafikpanel och en kontorsbarometer för Vasakronan. United Minds har på uppdrag av HI genomfört intervjuer med nyckelpersoner för att utröna intresset för en brukardialog inom IT-området. United Minds har erfarenhet av att använda CINT, se ovan.

## E-space Communication AB

<http://www.e-space.se/>

E-space Communication AB har med testverktyget **Sitester** utvecklat en metod att utvärdera webbplatser, med möjligheter till branschvisa jämförelser. E-space grundades år 1998, och har sedan starten idag en kundkrets på över 200 större företag, myndigheter och organisationer, såväl i Sverige som internationellt. Frågebatteriet innehåller standardfrågor samt kundspecifika frågor. Frågor kan ställas på olika språk.

## Alstra AB

[www.alstra.se](http://www.alstra.se)

Företagets Alstras verktyg för enkäter kallas Survey Generator.

Med enkätverktyget genomförs undersökningar, utvärderingar, uppföljningar och registeruppdateringar online. Survey Generator är ett digitalt enkätverktyg som kan användas för att till exempel genomföra kund-, personal- och marknadsundersökningar. Enkäterna distribueras med e-post, på webbplatsen eller på intranätet. Survey Generator hanterar hela kedjan från informationsinsamling, hantering av respondenter och påminnelser till rapportgenerering. Resultatet av enkäten kan sedan följas i realtid.

Alstra, som grundades år 2000 bestod vid undersökningstillfället av nio anställda och har ca 100 kunder.

## Järvsö vårdinformatik

[www.jvinformatik.com](http://www.jvinformatik.com)

Järvsö vårdinformatik arbetar med informationsverktyg för äldre- och handikappomsorgen. **Pict-O-Stat** är ett datoriserat enkätverktyg för att utföra kvalitetsutvärderingar på enheter som bedriver daglig verksamhet enligt LSS. Programmet använder sig av grafiska Pictogramsymboler, fotografier och tal för att ställa frågor till personer som behöver stöd för att kunna tillgodogöra sig innebörden av en fråga i skriven text. Till verktyget hör ett bibliotek med färdiga frågor och symboler som kan används för att snabbt sätta samman och genomföra undersökningar.

## Netigate

<https://www.netigate.se>

Företagets undersökningsverktyg, Netigate, används för att genomföra undersökningar via Internet, genom hela processen från frågekonstruktion till analys och export av resultat. Användaren kan utforma sina egna undersökningar eller välja mellan en mängd färdiga frågor. Företaget är baserat i Stockholm och har bland sina kunder Swedbank, Alecta, Electrolux, Konsumentverket med flera.

## Övriga

Som framgår ovan finns det ett mycket stort antal verktyg för webbenkäter och leverantörer som tillhandahåller dessa, Verktygen erbjuds ofta i kombination med konsultstöd för undersökningar och analys. Nedan återges ytterligare några exempel. Dessa verktyg/leverantörer har bedömts intressanta, men har av olika skäl inte varit aktuella för fördjupad granskning.

Anasys AB (<http://www.anasys.se>)

Promomentum (<http://www.promomentum.com>)

Relationswise ([http://www.relationwise.se/produkt\\_survey\\_framsida.htm](http://www.relationwise.se/produkt_survey_framsida.htm))

Textalk (<http://textalk.se>) med verktyget Websurvey

Re:pdf (<http://www.re-pdf.com>) Gratistjänst

Mitthögskolan (<http://www.modsurvey.org>). Nedladdningsbart verktyg från Mitthögskolan

Zapera ([www.zapera.se](http://www.zapera.se))

## Särskilda tillämpningar och panelundersökningar

I avsnittet nedan redovisas erfarenheter av ett antal olika panelundersökningar. Undersökningarna har genomförts inom vitt skilda områden och med olika syften och ambitionsnivå. Här finns också exempel på utvecklingsprojekt.

### Brukarnas röster blir hörda med hjälp av webbenkäter

Integrationsverket har bland annat det övergripande ansvaret för att ny-anlända invandrare får stöd för sin integration i det svenska samhället. Alla flyktingar och invandrare som kommer till Sverige genomgår en introduktion till det svenska samhället. Integrationsverket beslöt sig 1999 för att genomföra en brukarorienterad undersökning för att få ökad kunskap om vad de som faktiskt genomgick introduktionen anser. Syftet var att fylla den kunskapslucka man hade när det gällde brukarnas uppfattning om introduktionen. Man valde att använda sig av Statistiska Centralbyråns kvalitetsmodell Nöjd-Kund-Index (NKI).

Integrationsverket fastnade för SPSS enkätundersökningslösning, SPSS Dimensions™. Verket insåg att enkätundersökningar via webben var den lösning som gav störst flexibilitet och troligen skulle ge flest ifyllda enkäter. Verket utvecklade en enkät tillsammans med några stora kommuner som publicerades på Internet med hjälp av SPSS Dimensions. Enkäten hanterar tretton olika språk, däribland arabiska, ryska, somali och svenska. Lösningen gör det möjligt för analytikern att snabbt översätta svaren och analysera resultaten på ett sammanhållet sätt. Integrationsverket har kunnat analysera närmare 1 000 svar fram till år 2004 och allt fler brukare fyller i enkäten.<sup>4</sup>

### Akademikerbarometern

Rapporten Akademikerbarometern 2006 2-2006<sup>5</sup> publicerad inför valet bygger på 1 009 svar från akademiker inom Synovate Temos webbpanel.

SACO presenterar sedan 2005 en serie kortare rapporter, *Akademikerbarometern*, som syftar till att kontinuerligt presentera nya, aktuella och intressanta uppgifter för den som vill införskaffa information om den växande gruppen akademiker i Sverige. Rapporterna berör frågor som akademikers arbetsituation och deras värderingar rörande bland annat lönebildning, tillväxt, utbildning samt de fackliga organisationerna.

Akademikerbarometern utformas i samarbete mellan analysföretaget Work4Tomorrow och SACO. Rapporterna baseras på en webbenkät riktad till högskole- och universitetsutbildade inom Synovate Temos webbpanel under perioden maj månad 2006. Panelen utgörs av ca 30 000 personer och är ett representativt urval av den svenska allmänheten on-line. Alla panelmedlemmar är rekryterade antingen via Synovate Temos telefon- eller postala omnibus. Rekryteringsbasen för Synovate Temos Internetpanel är riksrepresentativ.

---

<sup>4</sup> <http://www.spss.com/se/kundreferenser/integrationsverket.htm>

<sup>5</sup> <http://www.saco.se/templates/saco/document.asp?id=4590>

## En handikappanel

Utredningsinstitutet Handu genomförde år 2000 ett förberedande arbete med syfte att starta en "Handikapp-panel" för att komplettera sina olika undersökningar. Syftet var att skapa ett undersökningsverktyg som inte var bundet till medlemmar i handikapporganisationerna. Relativt långtgående diskussioner fördes bland annat med Konsumentverket och Sparbanken. Ägarna till Handu, handikapporganisationerna De Handikappades Riksförbund (DHR), Synskadades Riksförbund (SRF) och Sveriges Dövas Riksförbund (SDR) valde dock att vid den aktuella tidpunkten tillsammans med Hörsel-skadades Riksförbund (HRF) istället beställa en levnadsnivåundersökning. Man släppte då tanken på handikapppanelen. Vid Handu är man fortfarande mycket intresserad av en webbaserad handikappanel som metod för brukarundersökningar. Diskussioner pågår om att starta en ungdomspanel.

## Vägverkets trafikpanel

Vägverket, region Stockholm, har skapat en dialog med trafikanterna för att få kunskap om hur dessa uppfattar trafiken och trafikmiljön, vilka problem de har och vilka områden som Vägverket bör prioritera enligt trafikanterna. I Trafikpanelen kan den intresserade "snabbt, enkelt och återkommande förmedla sina åsikter om stockholmstrafiken". Den senaste trafikpanelen besvarades av 5717 personer (våren 2006). Resultaten från panelerna återfinns på Vägverkets webbplats<sup>6</sup>. Där kan också intresserade trafikanter anmäla sig till nästkommande panelundersökning. För genomförandet av panelundersökningarna anlitas företaget UnitedMinds.

## System för klagomålshantering

Besläktade med system för panelundersökningar är de system som finns för hantering av synpunkter och klagomål från kunder/medborgare.

### Enterprise IT-tjänster

[www.enterprise-it.se](http://www.enterprise-it.se)

För att underlätta dialogen med kommuninvånarna har Enterprise utvecklat Dialog – ett system för medborgardialog som enligt företagets information är "ett webbaserat system som på ett enkelt och lättadministrerat sätt hjälper er att hantera inte bara klagomål, utan även beröm och andra typer av synpunkter". DIALOG underlättar registreringen och uppföljningen av inkomna klagomål, beröm och synpunkter. Via systemet kan ni enkelt få fram statistik t ex på vilka typer av klagomål som är vanligast, vilka delar av organisationen som får mest/minst klagomål eller beröm samt hur lång tid det tar innan ärenden besvaras. DIALOG ger er ett effektivt verktyg för en samlad överblick och hantering av den dagliga dialogen med kommuninvånarna. DIALOG används av ett flertal kommuner.

### Lomma kommun

[www.lomma.se](http://www.lomma.se)

---

<sup>6</sup> [http://www.vv.se/templates/page3\\_\\_\\_12186.aspx](http://www.vv.se/templates/page3___12186.aspx)

Lomma kommun har utvecklat ett system med olika komponenter för dialogen med kommuninvånarna. Synpunkter, förslag, idéer, klagomål, problem och beröm kan uttryckas genom LUKAS, ”den nya och enkla vägen för alla att nå kommunen med synpunkter”. Synpunkter kan lämnas via hemsidan, svarskort, brev eller telefon. De samlas upp, registreras i en gemensam databas, klassificeras och skickas vidare till berörd förvaltning som skickar ut ett meddelande till uppgiftslämnaren (i de fall det finns avsändaruppgifter), om hur ärendet kommer att behandlas. LUKAS står för Lomma Uppmanar Kommuninvånarna Avge Synpunkter. Lomma Kommun nominerades till Årets Kvalitetskommun 2005. Kommunen har också en webbassistent, LOVISA, som kan svara på frågor. Både LUKAS och LOVISA ligger på kommunens webbplats. Det finns också fora för medborgardialog, Lommapanelen (diskussionsgrupper) och Lommadiologen (stormöten kring aktuella ämnen).

### Kungsbacka kommun

[www.kungsbacka.se](http://www.kungsbacka.se)

En funktion, KOMmentaren, ingår i kvalitetsarbetet i Kungsbacka kommun.

Kommentarer på kommunens verksamhet kan lämnas på flera olika sätt

- via enkelt formulär på webben
- genom tala med kommunanställda
- ringa (telefonsvarare efter kontorstid)
- genom e-post: [kommentaren@kungsbacka.se](mailto:kommentaren@kungsbacka.se)

Under 2004 tog man emot 2601 kommentarer.

Kungsbacka kommun har också utarbetat kvalitetsdeklarationer för sina verksamheter. Det finns bland annat en kvalitetsdeklaration för handikappomsorg/hjälpmiddel. Kommunen genomför kundundersökningar inom olika områden. Man deltog även i SCBs medborgarundersökning, se nedan.

### LPIT-metoden

LPIT är ett system för klagomålshantering som säljs av DO & Partner AB. L – Ledningens övertygelse. ”Klagomål som gåva”. Kunskap om klagomålshantering som ett strategiskt kvalitetsverktyg.

P – Policy, rutiner och system

I – Implementering. Förankra och motivera personalen genom storseminariet ”Klagomålshantering för alla”

T – Tillämpa och utvärdera. Dra nytta av klagomålen för ständiga förbättringar

Man använder ett IT-baserat klagomålshanteringssystem **eDok**.

DO & Partner AB bedriver kvalitetsinriktad konsultverksamhet. De har bl.a. anknytning till Centrum för tjänsteforskning CTF vid Karlstads Universitet.

### Hjälpmedelsinstitutets KundSyn

I samband med HIs kvalitetsarbete 1996 utformades ”KundSyn” ett system för att fånga in kunders synpunkter på HI. Syftet var att få feedback på verksamheten. Ett databassystem i såväl Dos- som Windowsversion skapades och en handbok utarbetades. Syftet var att alla anställda skulle kunna föra in kundsynpunkter som han/hon möter. Som kunder betraktades traditionella intressenter, dvs. staten, myndigheter, landstingen, kommuner, handikapp-

organisationer, enskilda brukare, hjälpmedelsföretag etc. Arbetet genomfördes som ett utvecklingsprojekt.

## Medborgarundersökningar

Av relevans i sammanhang är också det arbete som genomfördes av Statskontoret och Statistiska centralbyrån år 2002. Då gjordes en pilotundersökning om medborgarnas syn på offentlig förvaltning. Den följdes upp av ytterligare en undersökning 2003. Resultaten som har dokumenterats i rapporterna ”Att ta reda på vad folket tycker”<sup>7</sup> och ”Förvaltningen i medborgarnas ögon”<sup>8</sup> visar hur medborgarundersökningar kan utvecklas. Bland slutsatserna är att antalet frågor bör vara relativt begränsat och att frågorna i ökad utsträckning bör behandla områden som den svarande haft erfarenhet av.

## Forskning om webbenkäter

Det finns flera akademiska arbeten som handlar om webbaserade undersökningar. Bland uppsatser och avhandlingar återfinns bland annat nedanstående exempel.

*Om kostnadseffektiviteten hos sannolikhetsurvalsbaserade postenkäter med möjlighet att svara via webben*, avhandling av Peter Werner vid Linköpings Universitet, 2005. Arbetet handlar om hur webbenkäter kan utnyttjas i kombination med gängse datainsamlingsmetoder i en så kallad mixed-mode-ansats, där de potentiella respondenterna får välja mellan ett webb-formulär och ett vanligt pappersformulär. Att genomföra enkäter via webben är enkelt, snabbt och billigt, men resultatet blir ofta inte rättvisande på grund av att varje fjärde vuxen svensk saknar tillgång till Internet. Peter Werner har studerat om det går att utnyttja fördelarna med Internet utan att tappa i tillförlitlighet när man gör enkäter, och då kommit fram till att en kombination av webb- och pappersenkät är ett bra alternativ, både ekonomiskt och kvalitetsmässigt.

*Webbenkäter – tillförlitlig tillämpning?* av Cecilia Bäckström och Christina Nilsson, Mitthögskolan. Arbetet genomfördes 2002. Författarna har också genomfört ett projekt ”Mixed Mode – Att hantera skillnader mellan webbenkäter och pappersenkäter”. Syftet har varit att förklara och belysa skillnader i svaren mellan pappersenkäter och webbenkäter.

Marknadsundersökningar i kollektivtrafikbranschen har beskrivits av Lars Eriksson, Samot Research Group, Karlstads Universitet, 2006. De främsta skälen till att man gör marknadsundersökningar inom branschen är att man vill veta vad kunderna tycker om olika tjänster och att man vill veta mer om kundernas behov. Trafikföretag som bedriver kollektivtrafik använder sig av den s.k. Kollektivtrafikbarometern. Denna undersökning genomförs varje år av ett undersökningsföretag på uppdrag av Svenska Lokaltrafikföreningen (SLTF). Datainsamlingen görs i form av telefonintervjuer med ett urval av befolkningen; såväl resenärer som icke-resenärer deltar. Resvaneundersökningar med resdagbok och postala enkäter är andra exempel på undersök-

<sup>7</sup> [http://www.statskontoret.se/Statskontoret/Templates/PublicationPage\\_\\_\\_992.aspx](http://www.statskontoret.se/Statskontoret/Templates/PublicationPage___992.aspx)

<sup>8</sup> [http://www.statskontoret.se/Statskontoret/Templates/PublicationPage\\_\\_\\_954.aspx](http://www.statskontoret.se/Statskontoret/Templates/PublicationPage___954.aspx)

ningsmetoder. S.k. ombordundersökningar görs i form av enkätundersökningar som delas ut till resenärer under färd. Även fokusgrupper och webbaserade verktyg förekommer. Barometerdata kompletteras med andra marknadsundersökningar av engångskaraktär. Få undersökningar upprepas periodiskt. Flera av trafikföretagen har internetbaserade lösningar under införande eller under utveckling.

I USA har Rådet för Transportforskning (Transportation Research Board) låtit genomföra en omfattande sammanställning av information om webbaserade undersökningar inom den amerikanska transportsektorn. Resultatet av arbetet återfinns i rapporten *Web Based Survey Techniques* av Spitz, Niles och Adler (2006)<sup>9</sup>. Studien byggde på litteraturstudier samt uppgifter från 36 forskare från offentlig och privat transportsektor. Undersökningen omfattade också tre fallstudier där webbaserade undersökningar använts i stor skala. Cirka 60 % av de tillfrågade forskarna hade ingen erfarenhet av webbaserade undersökningsmetoder. Det primära skälet angavs vara att amerikanska resenärer har begränsad tillgång till Internet. Den begränsade tillgången till Internet i befolkningen angavs också generellt som den huvudsakliga begränsningen med webbaserade undersökningsmetoder. 70% av de svarande bedömer det sannolikt att de kommer att använda webbaserade metoder i framtiden. Rapporten innehåller råd om undersökningsmetodik och frågekonstruktion vid webbaserade undersökningar. Man konstaterar också att en av fördelarna med webbaserade undersökningar är att tillgänglighet till personer med funktionshinder kan skapas.

Vid Karolinska institutet, KI, Institutionen för medicinsk epidemiologi och biostatistik, pågår ett arbete under ledning av Katarina och Olle Bälter<sup>10</sup>. Manuell hantering av enkäter tar tid och kostar pengar. Man har därför initierat utveckling av webbaserade enkäter för forskningsändamål. Självrapporterad information om livsstilsfaktorer samlas in genom en webbaserad studie i en slumpmässigt utvald grupp människor. Interaktiva webbaserade enkäter används, vilket innebär att följdfrågor enbart visas för de svars personer som berörs av frågorna. Författarna drar slutsatsen att användandet av webbenkäter har gjort det möjligt att på ett kostnadseffektivt sätt genomföra nya typer av studier i stor skala, t.ex. att följa personer från dag till dag eller vecka till vecka. En annan fördel med webbenkäter är att man kan lägga in personlig återkoppling till deltagarna.

Bland exemplen på internationella undersökningar är arbeten av Holly Gunn (2002), Thomas Archer (2005), David Solomon (2001) och Jurek Kirakowski (2000). Holly Gunn som sammanställt resultaten från olika studier av webbaserade undersökningar<sup>11</sup>, redovisar bl.a. följande fördelar med webbaserade undersökningar, jämfört med postala pappersenkäter:

- relativt låg kostnad
- snabbare svar
- lättare att sända påminnelser
- lättare att genomföra analyser av data

---

<sup>9</sup> [gulliver.trb.org/publications/tcrp/tcrp\\_syn\\_69.pdf](http://gulliver.trb.org/publications/tcrp/tcrp_syn_69.pdf)

<sup>10</sup> [http://www.meb.ki.se/research/projects/balter\\_k/data\\_collection\\_se.html](http://www.meb.ki.se/research/projects/balter_k/data_collection_se.html)

<sup>11</sup> Gunn, Holly (2002). Web-based Surveys: Changing the Survey Process. First Monday, volume 7, number 12, December 2002 ([http://www.firstmonday.org/issues/issue7\\_12/gunn/](http://www.firstmonday.org/issues/issue7_12/gunn/))

- möjligheten att presentera frågor i slumpvis ordning
- möjligheten att erbjuda villkorliga hopp som är lättare att följa än i pappersenkäter.
- möjligheten att inkludera dynamiska instruktioner till vissa frågor (s.k. pop-up fönster)
- möjligheten att presentera svarsalternativ i rullgardinsmenyer
- möjligheten att använda multimedia
- möjligheten att skraddarsy enkäter för specifika målgrupper

Gunn redovisar också forskningsresultat som visar att webbaserade undersökningar ger mer tillförlitliga svar än telefonintervjuer.

Det finns också begränsningar med webbenkäter. Till begränsningarna hör variationen i täckning. Alla har inte tillgång till Internet. Även om ett hushåll har tillgång till Internet, är det inte säkert att alla hushållsmedlemmar i praktiken har tillgång till nätet. Till felkällorna hör också risken för bortfall. Ett antal undersökningar som genomfördes i Nordamerika i början av 2000-talet visade lägre svarsfrekvenser för webbaserade undersökningar än för postala undersökningar.

Bland övriga problem som diskuteras är:

- Frågeformulären ser inte exakt likadana ut i olika webbläsare och med olika datorskärmar. Det innebär att svarspersonerna inte får exakt samma bild av de frågor som ställs.
- Svarspersonernas datorkompetens kan variera. Brist på kompetens kan leda till misstag eller till att svarspersonen avstår från att svara.
- Det kan finnas risk för bristande datasäkerhet hos den server som används i undersökningen.
- Urvalet i en webbundersökning är inte slumpmässigt och det finns ingen metod att göra slumpmässiga urval ur allmänna e-postlistor.
- Svars personer kan känna oro inför det faktum att information om enskilda personers svarsbeteende kan samlas utan svarspersonernas vetskap.

Archer<sup>12</sup> beskriver vad man bör tänka på vid elektroniska undersökningar (där frågorna ställs via e-post eller i webbenkäter). Det är viktigt att motivera deltagarna, eftersom det är så lätt besluta sig för att inte delta. Deltagarna måste förstå att undersökningen är viktig. Det ska gå fort och vara lätt att fylla i en webbenkät. Frågeformulär ska vara korta och frågorna enkla. Frågor med öppna svar ska användas sparsamt. Svarstiden, liksom tiden mellan undersökning och påminnelse ska vara kortare än vid postala enkäter. Archer menar vidare att det är bra att betrakta frågeformuläret i en webbaserad undersökning som ett utkast till ett samtal. Det ska finnas ett naturligt flöde med tydliga övergångar mellan frågeformulärets olika delar.

---

12 Archer, Thomas M. (2005). Web-Based Surveys Basics. Mid-Western Educational Research Association Annual Conference, Columbus, Ohio, October, 2005  
<http://www.seacem.com/images/stories/newsletter/web%20based%20surveys%20basic%20s.pdf>

Även Dillman har publicerat råd och riktlinjer för Internetbaserade undersökningar som bygger på forskningserfarenheter från området<sup>13</sup>. Han har bland annat studerat kritiska moment. Många svars personer avbryter sitt deltagande redan vid första frågan i en webbenkät. Det är viktigt att den första frågan är intressant, lätt att svara på och att den berör alla som deltar i undersökningen. Erfarenheten visar också att komplicerade frågor där olika frågeställningar och svarsalternativ presenteras samtidigt kan medföra sådana svårigheter att svars personerna väljer att avbryta sitt deltagande. Likaså har det visat sig kunna vara kritiskt att be svars personer att uppge sina e-postadresser; information som kan uppfattas som känslig och personlig. Dillman menar också att man inte ska kräva att svars personer obligatoriskt måste avge ett svar för att komma vidare i enkäten. Risken att svars personen avbryter sitt deltagande är stor och bortfallet i svar på enskilda frågor får vägas mot denna risk.

Salomon<sup>14</sup> beskriver ungefär samma fördelar och problem med internetbaserade undersökningar som de tidigare nämnda författarna. Till fördelarna hör möjligheten att spara tid och kostnader, liksom möjligheten att undvika arbetskrävande manuell inmatning av svar med åtföljande risk för felinmatningar. Användandet av webbenkäter möjliggör att svaren automatiskt lagras i en databas för efterföljande analys. Variation i täckning, dvs. varierande tillgång till Internet eller ovana att använda Internet bland potentiella svars grupper utgör även enligt Salomon den primära felkällan. Faktorer som kan bidra till ökad svars frekvens är t.ex. användningen av personligt utformade följebrev och påminnelser. Även förhandsbesked om kommande undersökningar samt förenklade format för formulär kan bidra till att fler väljer att delta i undersökningarna.

Kirakowski har formulerat ett antal råd vid enkätundersökningar<sup>15</sup> inom området användbarhet (usability). Han betonar behovet av kunskap om undersökningsmetodik, kunskap om användningen av skattningsskalor och psykometriska metoder vid utformningen av undersökningarna, vare sig dessa administreras elektroniskt eller inte.

## Hur går det till? Praktiska frågor

Genomförande av webbaserade brukarpaneler är förknippade med vissa praktiska frågor såsom verktygsabonnemang, termer, ersättning till svars personer mm.

### Abonnera på verktyg

Leverantörerna av verktyg för webbundersökningar tillämpar olika principer. Vissa låter sina kunder abonnera på verktyget under en viss tid, exempelvis årsvis. Under denna tid kan kunden genomföra valfritt antal undersök-

---

<sup>13</sup> Dillman, D.A. (2000). *Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method*, John Wiley & Sons, Inc., New York, N.Y.

<sup>14</sup> Solomon, David J. (2001). Conducting web-based surveys. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 7(19). (<http://pareonline.net/getvn.asp?v=7&n=19>)

<sup>15</sup> Jurek Kirakowski (2000). *Questionnaires in Usability Engineering*. (<http://www.ucc.ie/hfrg/resources/qfaq1.html>)

ningar. Andra leverantörer låter kunden abonnera på verktyget för enskilda undersökningar. Kunden betalar då en verktygskostnad för varje undersökning. Självfallet förekommer det också att ansvariga för enkätundersökningar har installerat verktygen i sina egna datormiljöer.

## Uttryck

De uttryck som används är exempelvis internetpanel, webbpanel, e-dialog, åsiktspanel, läsarpanel. Deltagarna kallas panelister, respondenter, svarspersoner, uppgiftslämnare eller informanter.

## Belöningar

I många fall tillämpas inga belöningar för deltagande i webbpaneler. Att ha möjlighet till påverkan och inflytande anses vara belöning nog. I de fall ersättningar utbetalas tillämpas olika tillvägagångssätt. Några exempel återges nedan.

- Ersättningar ges i form av poäng. Dessa poäng kan sedan oftast växlas in till olika former av belöningar (RAM-paneler, Zapera Panelstore).
- Ersättning för svarstid (exempelvis 1 kr per svarsminut) förekommer också.
- Ersättning i form av erbjudande om möjligheten att delta i tävlingar.

## Frågefrekvens

Olika paneler tillämpar olika enkätfrekvenser:

Varje vecka – RAM-paneler

Varje kvartal – Vi i Villa panelen

Varje halvår – Vägverkets trafikantpanel

Regelbundet men relativt sällan – Akademikerbarometern

## När-var-hur?

Företaget Netigate har i oktober 2006 sammanställt information om när (veckodag, tid på dygnet) man bör skicka ut webbenkäter för att få hög svarsfrekvens, lämpligt antal påminnelser, etc<sup>16</sup>.

## Spridning av resultat

Resultaten sammanfattas naturligtvis i rapporter av olika slag. Det förekommer att resultatet görs tillgängligt via Internet direkt efter avslutad undersökning – RAM-paneler. En kort sammanfattning liksom en fullständig rapport av Trafikpanelen läggs ut på Vägverkets webbplats. Dagstidningar publicerar vanligtvis resultat av webbfrågor ("dagens webbfråga") på sin webbplats. Det gäller även vissa myndigheter, exempelvis Barnombudsmanen, BO, som ställer frågor till barn och ungdomar på nätet och publicerar svaren på sin webbplats.

---

<sup>16</sup> Intern PM, SMUF-seminarium 2006

## Tillgängliga webbenkäter

En viktig aspekt när det gäller webbaserade enkäter till personer med funktionshinder gäller tillgängligheten hos enkäterna.

Grundläggande krav på tillgänglighet har formulerats i Vervas nationella riktlinjer för offentliga webbplatser<sup>17</sup>.

Generell information om brukarundersökningar för målgrupper med funktionshinder finns bland annat i HI-rapporten *Om Brukarmedverkan vid utveckling och försörjning av IT* (Gauffin, Lundman & Udd, 2005)<sup>18</sup>. Information om webbenkäter till funktionshindrade målgrupper återfinns i rapporten *Digital delaktighet: Virtuella fokusgrupper med barn och ungdomar* av Henrik Ingrids vid HI (2006)<sup>19</sup>. I den sistnämnda rapporten finns även en redovisning av ett försök med virtuella fokusgrupper. Det genomfördes med hjälp av webbkamera och ett videokonferenssystem. Försöket genomfördes inom ramen för projektet *Bättre tillsammans*. I försöket som genomfördes under hösten 2005 deltog teckenspråkiga ungdomar, liksom ungdomar med grava läs- och skrivsvårigheter. Deltagarna interagerade genom videokonferens och deltog i gruppmöten via Internet från sin egen PC i hemmet eller skola. En enkel och billig webbkamera användes av var och en. Alla deltagare i gruppen kunde se varandra (och sig själva) på datorskärmen. Metoden fungerade väl för – i huvudsak uppgiftsorienterade - gruppdiskussioner i dessa sammanhang. Vid val av teknisk lösning blev frågan om enkelhet utslagsgivande; det skulle exempelvis vara enkelt att logga in enbart genom att klicka på en länk. Att skriva in komplexa lösenord vid inloggningen visade sig vara svårt för vissa av målgrupperna i undersökningen.

### E-dialog via teckenspråk

Det förekommer i allt ökande utsträckning att informationsmaterial presenteras på webben via teckenspråk. HIs webbplats har exempelvis sådana inslag, se [www.hi.se](http://www.hi.se). Ett annat exempel är Riksdagens webbplats, [www.riksdagen.se](http://www.riksdagen.se). Specialskolemyndigheten, SPM, har erfarenhet av teckenspråksanpassade webbenkäter till döva elever. Det finns flera leverantörer av filmade teckenspråkssekvenser för webben, se nedan.

Såvitt bekant finns idag inte något system som medger en ömsesidig internetbaserad dialog (frågor och svar) på teckenspråk.

Forskning om automatisk igenkänning av gester och tecken kan på sikt leda fram till system som möjliggör för svarspersoner i webbaserade undersökningar att avge sina svar på teckenspråk. Forskning om automatisk gestigenkänning pågår bland annat vid KTH i Stockholm. Tekniken medger idag automatisk igenkänning av enstaka gester. Försök med teckenkommunikation över webben har också gjorts inom EU. I detta sammanhang har man arbetat med automatisk igenkänning av en liten vokabulär med enstaka tecken. Det svenska företaget Omnitor hör till dem som har deltagit i pro-

---

<sup>17</sup> [http://www.verva.se/web/t/Page\\_\\_\\_\\_1154.aspx](http://www.verva.se/web/t/Page____1154.aspx)

<sup>18</sup> <http://www.hi.se/Global/pdf/2005/05349.pdf>

<sup>19</sup> <http://www.hi.se/Global/pdf/2006/05367.pdf>

jektarbetet. Det finns ytterligare forsknings- och utvecklingsbehov inom området. Ett av fem forskningsområden som utpekades som särskilt angelägna av utredningen "Översyn av teckenspråkets ställning" var till exempel "Teknikutveckling inom IT och mobiltelefoni som ger möjlighet till distanskommunikation på teckenspråk och till hämtning, lagring och uppspelning av information och nyheter på teckenspråk" (SOU 2006:54).

## E-dialog via tal

Vissa grupper har svårt att läsa och skriva och föredrar en muntlig dialog framför en skriftlig sådan. Det gäller allmänt för stora grupper i befolkningen och det gäller vissa grupper med funktionsnedsättning. Det är numera relativt vanligt att texter på webben presenteras via tal och det är möjligt att presentera frågor i en webbenkät via tal. Det finns idag leverantörer som kan erbjuda en talsvarstjänst för webbenkäter. Det innebär att bundna svar från svars personer automatiskt kan registreras och kännas igen med taligenkännings teknik. Såvitt bekant finns det dock inga system som automatiskt kan känna igen och registrera talade fria svar på öppna frågor i en webbenkät. Utvecklingen i framtiden kan på sikt ge möjlighet att erbjuda talade e-dialoger. Kunskap från området "Voice portals" (där användaren navigerar i stora informationsmängder med talade kommandon) bör t.ex. kunna vara intressant i sammanhanget.

Automatisk igenkänning av tal är ett mycket stort forsknings- och tillämpningsområde. I Sverige bedrivs forskningsarbete bland annat vid KTH, Centrum för talteknologi/TMH (tal, musik, hörsel).

## E-dialog "på lättläst" och med bildstöd

Vissa målgrupper, exempelvis personer med utvecklingsstörning och andra grupper med kognitiva funktionshinder liksom personer med grava tal-, språk- och kommunikationshinder kan ha nytta av bilder, pictogram, eller symboler, liksom anpassning av den språkliga nivån i en enkät för att förstå frågorna som ställs. Vissa personer med lindrig utvecklingsstörning har tillgång till dator och sådan vana och intresse av datoranvändning att det är sannolikt att de kan besvara en webbenkät självständigt (förutsatt att den är anpassad efter användarens symboltolkningsnivå). För vissa är det nödvändigt att få hjälp av en "resursperson" (assistent eller annan personal, anhörig, vän), både för att tolka frågorna och för att kunna svara på dessa.

Företaget Järvsö Vårdinformatik tillhandahåller som tidigare nämnts Pictogrambaserade enkäter för utvalda livsområden. Verkyget kallas Pict-O-Stat. En version behandlar området daglig verksamhet. Pict-O-Stat Boende är en kommande version av Pict-O-Stat anpassad för gruppboenden och enskilda boenden. Pict-O-Stat Boende tas fram i samarbete med Vård och omsorgskontoret i Norrköpings kommun.

## Leverantörer av anpassade enkäter

Exempel på leverantörer av teknik för anpassade enkäter återfinns nedan.

## Teckenspråksvideo till webbenkäter

Företag	Länk
döv.nu Sign IT AB	<a href="http://www.dov.nu">www.dov.nu</a>
MediaCuben AB	<a href="http://www.mediacuben.se">www.mediacuben.se</a>
Funka Nu AB	<a href="http://www.funkanu.se">www.funkanu.se</a>
Sveriges Dövas Riksförbund (SDR)	<a href="http://www.sdrf.se/sdr">http://www.sdrf.se/sdr</a>
Omnitor AB	<a href="http://www.omnitor.se">http://www.omnitor.se</a>

## Talstöd för webben (lyssna på instruktioner och frågor)

Företag	Tjänst
Insipio AB	SpeakIT, ReadIT <a href="http://www.insipio.com">www.insipio.com</a>
Phoneticom AB	Readspeaker <a href="http://www.phoneticom.se">www.phoneticom.se</a>

## Talsvarssystem för webbenkäter (svara på frågor med tal)

Företag	Länkar
Voxway	<a href="http://www.voxway.se">www.voxway.se</a>
Questback	<a href="http://www.questback.se">www.questback.se</a>

## Lättläst information

Företag/organisation	Länk
Centrum för lättläst	<a href="http://www.llstiftelsen.se">www.llstiftelsen.se</a>

## Ett användbart enkätverktyg

I samband med ovan redovisade genomgång av verktyg för webbenkäter har HI formulerat krav på funktionalitet hos webbenkäter som riktar till personer med funktionshinder. Dessutom har inUse AB på HIs uppdrag gjort en sammanställning av tillgänglighetskrav för webbenkäter. Kraven bygger på Vägledningen 24-timmarswebben – Nationella riktlinjer för utveckling av webbplatser i offentlig sektor. De båda kravlistorna tillställdes ett urval om sju av de leverantörer som beskrivits ovan. Användningstest med provenkäter som genererats med det verktyg som bäst bedömdes uppfylla kraven genomfördes under tiden maj – juni 2007. Representanter för fyra användargrupper (synsvaga, gravt synskadade/blinda, döva/teckenspråkiga personer samt personer med lindrig/måttlig utvecklingsstörning) deltog i användningstesten. Resultatet var positivt. Det testade verktyget fungerade väl. Samtliga testpersoner kunde i princip ta del av enkätfrågorna och besvara dem. Kravspecifikationerna och resultaten från användningstesten har publicerats på HIs webbplats<sup>20</sup>. I rapporten från användningstesterna finns också råd och riktlinjer för webbenkäter till personer med funktionsnedsättning<sup>21</sup>.

<sup>20</sup> <http://www.hi.se/global/Dokument/itfragan/Funktionskrav-for-verktyg.pdf>  
[http://www.hi.se/global/Dokument/itfragan/tillganglighetskrav-webbenkater\\_2.pdf](http://www.hi.se/global/Dokument/itfragan/tillganglighetskrav-webbenkater_2.pdf)

<sup>21</sup> <http://www.hi.se/Global/Dokument/itfragan/anvandningstestwebbenkater200706.pdf>

Genom att aktivt efterfråga användarnas synpunkter och önskemål kan ansvariga vid myndigheter, företag och hjälpmedelsverksamhet få värdefullt underlag för sin verksamhet. HI har under tiden 2006 - 2007 genomfört ett uppdrag åt Post- och telestyrelsen med syfte att förbereda försök med systematisk dialog om IT, telekom och media med funktionshindrade personer. En del av dialogen planeras genomföras med hjälp av regelbundna webbenkäter. I denna rapport redovisas resultatet av en kartläggning av verktyg för webbenkäter samt en utredning om erfarenheter av webbaserade brukarpaneler.

Hjälpmiddelsinstitutet på uppdrag av Post & Telestyrelsen



**POST & TELESTYRELSEN**

Hjälpmiddelsinstitutet är ett nationellt kunskapscentrum inom området hjälpmedel och tillgänglighet för människor med funktionsnedsättning.

Hjälpmiddelsinstitutet arbetar för full delaktighet och jämlikhet genom att medverka till bra hjälpmedel, en effektiv hjälpmedelsverksamhet och ett tillgängligt samhälle.

Hjälpmiddelsinstitutet arbetar med:

- provning och upphandling av hjälpmedel
- forskning och utveckling
- utredningsverksamhet
- utbildning och kompetensutveckling
- internationell verksamhet
- information

Hjälpmiddelsinstitutets huvudmän är staten och Sveriges Kommuner och Landsting.



**Hjälpmiddelsinstitutet**

Box 510, 162 15 Vällingby

Tfn 08-620 17 00

Fax 08-739 21 52

Texttfn 08-759 66 30

E-post [registrator@hi.se](mailto:registrator@hi.se)

Webbplats [www.hi.se](http://www.hi.se) Best nr 07357-pdf