

HÖGSKOLAN
TROLLHÄTTAN · UDDEVALLA

Funktioner för Interaktion blir en Attraktion

eller Vilka funktioner ska erbjudas på en portal.

Functions for Interaction becomes an Attraction

or What functions will be offered on a portal

C-uppsats i systemvetenskap 10p

Institutionen för Matematik och Informatik

Examinationsdatum: 2002-03-22

Författare: Annette Carlsson
Jonas Östlund

Handledare: Christian Östlund

Examinator: Kerstin Grundén

Uppdragsgivare: Volvo Information Technology AB

Handledare Volvo IT: Christer Granell

ABSTRACT

In this age we are living in now, the development is extremely fast and it has become possible for us to communicate, take part of or spread information with new media. The development of Internet has led to that there are functions, which support different kind of knowledge exchange. The organisations have brought Internet inside their walls and make an Intranet, where everybody who is a member of the organisation can exchange information, communicate and in that way share their knowledge. The purpose with this study is, for a principal, to find out what functions their customer want to have on a customer portal in a intranet. The study has shown that the customer really wants to have a portal, which is only for them. It shows that there are several functions that can be offered on a portal. We have during the search also found out that the functions often are connected to what kind of customer it is These functions will support the customer in their interaction with their supplier and it's services. We se the portal as an opportunity for the supplier to provide the customers with all the services they want.

Key words: intranet, portal, functions, usability, communication, knowledge management.

SAMMANFATTNING

I denna tidsålder som vi lever i nu, går utvecklingen oerhört snabbt och det har blivit möjligt för oss att kommunicera, ta del av information eller sprida information via helt nya medier. Internet medfört att det finns funktioner som stödjer olika typer av kunskapsutbyte. Företagen har tagit Internet innanför sina domäner och där skapat Intranät där alla inom företagen kan utbyta information, kommunicera och på så sätt dela med sig av sina kunskaper. Syftet med vår studie var att för en uppdragsgivare ta reda på vad deras kunder ville ha för funktioner på en kundportal. Studien visar att kunderna gärna vill ha en portal som enbart är till för dem, den visar också att det finns ett antal funktioner som de önskar erhålla på en portal. Vi har under studiens gång fått fram att funktionerna ofta är knutna till vilken typ av kund det är. Dessa funktioner ska bland annat stödja kundernas kommunikation med leverantör. De ska också göra det enklare för kund att få tag i det som de anser är relevant för dem. Vi ser portalen som en möjlighet för leverantör att erbjuda sina kunder en bättre service

Nyckelord: intranät, portal, funktioner, usability, kommunikation, Knowledge Management.

Innehållsförteckning

Inledning	1
1.1 BAKGRUND.....	2
1.1.1 Företaget	2
1.2 PROBLEMSTÄLLNING.....	3
1.3 SYFTE.....	3
1.4 AVGRÄNSNING.....	3
1.5 ARBETETS UPPBYGGNAD.....	4
2 Teori	4
2.1 KOMMUNIKATION.....	4
2.1.1 Organisationskultur	5
2.1.2 Informell kommunikation	5
2.2 TEKNISKA RAMAR.....	5
2.3 PORTALTYPEN.....	7
2.4 USABILITY.....	7
3. Metod	8
3.1 KVALITATIV ELLER KVANTITATIV.....	8
3.2 INFORMATIONSSAMLING.....	9
3.3 INTERVJUER.....	9
3.4 URVAL.....	10
3.5 DATAINSAMLING.....	10
3.6 KVALITETSKONTROLL.....	10
3.7 BORTFALL.....	11
3.8 GENOMFÖRANDE.....	11
3.9 ATT TOLKA INTERVJUER.....	12
4. Analys	12
4.1 FUNKTIONER SOM HANTERAR LEVERANTÖRENS ORGANISATION OCH KVALITÉER.....	13
4.3 FUNKTIONER FÖR STOPP OCH STÖRNINGAR.....	16
4.4 FUNKTIONER RUNT EKONOMI OCH PUBLIKA AVTAL.....	17
4.5 FUNKTIONER FÖR KONTAKT.....	17
5. Diskussion	19
5.1 KOMMUNIKATION.....	20
5.2 EKONOMI OCH PUBLIKA AVTAL.....	21
5.3 PRODUKTIONSAVBROTT.....	22
5.4 SYSTEM OCH PROCESS.....	22
5.5 LEVERANTÖRENS KOMPETENS.....	23
5.6 PRIORITERING.....	23
5.7 ANVÄNDBARHET.....	24
6.Slutsatser	24
6.1 VIDARE FORSKNING.....	24
7. Referenser	25
Bilaga 1: Intervjumanual	27

Inledning

I denna tidsålder som vi lever i nu, går utvecklingen oerhört snabbt och det har blivit möjligt för oss att kommunicera, ta del av information eller sprida information via helt nya medier. Vi lever nu mer i ett informationssamhälle än industrisamhälle (Eriksson, 1997). Internet har gjort det möjligt att på ett enkelt sätt kommunicera med folk runt hela jordklotet genom att skicka mail eller chatta via nätet. Det stödjer även andra funktioner som att vi kan köpa och sälja saker, vi kan hämta information, distribuera information, se på tv, m.m.. Alla funktioner som finns på Internet gör att vi på många sätt kan hämta kunskap för att sedan dela den med andra. Med allt det som Internet kan erbjuda gör att det ibland blir svårt att hitta just den funktion som vi söker, ofta finns den där men den kan vara svår att hitta. Att inte få tag i den önskade funktionen som leder dig till det du önskar, kan vara mycket frustrerande och detta är något som även företag märker av på sina intranät, där innehållet idag växer på ett okontrollerat sätt (Ricknäs, 2002). Informationen som finns på intranäten är viktig och det är för att man ska få kunskap om olika saker som den finns där, men det har blivit allt för mycket information. Hur ska man då få kontroll över allt som finns på intranäten. Kan man på något sätt strukturera upp funktionerna så att de finns samlade för olika grupper av människor. Vi behöver funktioner som stödjer informationshanteringen för att få kontroll över all information och vi behöver funktioner för att stödja interaktionen med andra aktörer.

Som ett resultat av att företag blir mer distribuerade och virtuella i sina organisationer, har ett behov av nya former för kommunikation och samarbete utvecklats (Olsson et al, 2000). Allt fler företag blir globaliserade dvs. de är utspridda på flera olika platser i världen. För att då kunna nå varandra så har det blivit så att allt fler företag använder sig av datoriserade lösningar för att kommunicera sinsemellan. På de senare åren har företag blivit mer beroende av den interna infrastrukturen som intranät, där tillgång på relevant information och kontakt med personer med relevant kunskap har blivit mycket viktigt (Olsson et al, 2000). Intranäten har blivit ryggraden för den interna kommunikationen i många organisationer (Bergquist & Ljungberg, 2000).

Möjligheten att varje anställd skulle kunna anslutas till ett nätverk genom en klient, borgade för att intranäten skulle vara den idealiska arenan där företagets medlemmar kunde mötas och dela kunskap snabbt och effektivt. De flesta företag idag använder sig av intranät för att kommunicera internt. Problemen är att det faktiska användandet är begränsat trots hög teknologi. Stenmark (2002) menar att orsaken till denna begränsning är huvudsakligen beroende på att de anställda har problem att hitta relevant information. Detta problem skylls på bristen av följdriktig/sammanhängande design och struktur, inkonsekvent språk och oklart ägarskap. Han menar vidare att de i stället för att dela kunskap på en nod till nod nivå, så har intranäten blivit en envägskommunikationskanal för kollektiv information. För att kunna dra nytta av intranätens potential så måste man på något sätt ändra på de begränsningar som idag råder.

Ett sätt att samla olika funktioner på en och samma plats är att erbjuda dessa på en portal. En portal är ett alternativt forum för kooperativt kunskapsdelande och informationsåtervinning (Olsson et al, 2000). Vad är då en portal? För att förstå det kanske man först måste definiera vad en webbsida är. Svenska Datatermgruppen definierar: *”Webbsida är den mängd information på en webbplats som man kan nå utan att gå vidare via en länk; motsvarar ofta så mycket man kan se på skärmen samtidigt eller genom att rulla bilden.”* Och definitionen av en portal lyder *” Portal är en webbsida med ingång till ett stort utbud av tjänster. En portal kan erbjuda söktjänster, möjlighet till urval av nyheter, gratis e-post, näthandel. Exempel på kända portaler är Yahoo, Netscape och Excite”*. Med en portal kan all information, både intern och extern, centraliseras. Avsikten med en portal är att informationen kan anpassas efter användarens roll i företaget. Portalen är ett sätt att effektivisera informationshanteringen på intranätet (Ricknäs, 2002).

Orlikowski (1992) menar att det är två organisatoriska element som är speciellt relevanta i påverkan av det effektiva användandet av GroupWare: människors medvetenhet eller mentala modeller om teknologi och deras arbete samt de strukturella egenskaperna i organisationen som policys, normer och belöningssystem. Groupware är program som underlättar för arbetsgrupper att organisera och hantera gemensam information.

För att förstå vilka funktioner som är relevanta för användaren så måste du helt enkelt fråga honom. Detta är en grundläggande metod för att ta reda på människors upplevelser (Wallén, 1996). Alla människor tänker och arbetar på sitt eget sätt och har sin egen åsikt i vad som är bäst för honom. För att vi i vårt yrkesliv ska kunna använda oss av den kunskapen vi har gäller det att fler kan få ta del av det vi kan, vår kunskap måste kunna föras vidare till andra. Vi måste också få ta del av andras kunskap för att utvecklas. När vi kommunicerar med varandra är ofta det bästa sättet att få tala med någon öga mot öga men om detta inte är möjligt så är det näst bästa valet att tala med någon på telefon. Det vi vill ha är en dialog där man omedelbart kan få svar på det man frågar om. En portal med olika funktioner skulle kunna medföra att man inte alltid behöver direktkontakt utan att man kan lösa vissa problem själv.

1.1 Bakgrund

Bakgrunden till detta arbete ligger hos vår uppdragsgivare som är en avdelning på Volvo Information Technology AB, vilket är kompetenscentret för IT tjänster inom Volvo Group. Vår uppdragsgivare sysslar med system och systemutveckling inom order-to delivery. De vill veta vilken information som deras kunder är intresserade av och vilka funktioner som kan stödja denna information på en portal.

1.1.1 Företaget

Volvo IT grundades 1966, under många år var de en del av en enhet i Volvokoncernen. 1998 blev Volvo IT ett eget bolag som delades upp i olika avdelningar över hela världen. Vår uppdragsgivare är Volvo IT avdelning 9656, denna avdelning var tidigare en IT avdelning inom Volvo Truck Corporation. IT- avdelningen har kompetens inom alla områden inom ett systems livscykel. IT- avdelningen vill nu utvidga sin kundkrets genom att även vända sig till kunder utanför Volvo koncernen. Det är viktigt att tillgodose kundens behov och att göra kunden medveten om vad de faktiskt betalar för. De vill marknadsföra sin specialkompetens

och sina tjänster och på ett bra sätt förse sina kunder med information om sig själva och de system och tjänster som de kan erbjuda. En webportal är ett sätt att åstadkomma detta. Problemet är att de inte vet vad det är för funktioner som kunden skulle vilja erhålla, och vilka av dessa funktioner som är passande att ha på en portal.

IT-avdelningens kunder, som idag finns inom Volvo Group med ett undantag, har alla tillgång till samma intranät och tanken är att portalen till att börja med endast ska finnas på intranätet. Villkoret för att få tillgång till intranätet är att man måste arbeta i något företag inom Volvo Group. Många av de anställda på IT-avdelningen har arbetat i produktionen och varit i monteringen av lastbilarna. Intentionen idag är att få alla kunder att använda en formell kanal för all kommunikation med IT-avdelningen, samtidigt som de inte vill förstöra det ömsesidiga förtroende som har byggts upp under många år.

1.2 Problemställning

För att kunna erbjuda kunden tillgång till en portal som kan uppfylla de behov kunden har så är det viktigt att kunden får vara med och tycka till. Uppdragsgivaren har idag inte någon bild av vilka funktioner som kunden kan vara intresserad av. Med utgångspunkt från detta har vi gjort en fallstudie hos ett antal av IT-företagets kunder, för att få svar på följande frågeställning: *Vilka funktioner i en portal har kunder inom tillverkningsindustrin behov av i interaktionen med en leverantör?*

1.3 Syfte

Syftet med denna studie är att hitta vilken funktion/funktioner som kund, inom tillverkningsindustrin efterfrågar på en portal, som ska tillhandahållas av ett IT-företag. Att få reda på hur kommunikationen mellan parterna fungerar idag och att ta reda på hur man kan strukturera funktionerna så att de kan presenteras på en portal för att underlätta interaktionen kund - leverantör i framtiden. Vi kommer att titta på om det finns möjligheter att knyta olika kategorier av information till de olika roller som finns hos målgruppen. Det är viktigt att den blir användbar för alla tänkbara kunder inte bara existerande kunder utan också för eventuella nya kunder.

1.4 Avgränsning

Vi kommer ej att studera hur man bäst designar en portal vi kommer bara se till vilka funktioner som bör vara med. Vi kommer ej heller närmare studera hur uppdragsgivarens interna organisation är uppbyggd och inte heller kundens organisation. Marknadsföring av kompetens och tjänster är troligtvis en stor del av en webportal men det kommer vi inte att studera i denna undersökning. Vi kommer endast att se om kunderna önskar en funktion för detta. Vår fokusering kommer att ligga på vilka funktioner som kan stödja informationsbehov och kommunikation.

1.5 Arbetets uppbyggnad.

Vi har delat upp arbetet i olika avsnitt där den första delen består i inledning och bakgrund till arbetet. Ett teoriavsnitt som ska utgöra ramverket för vår diskussion. Ett metodavsnitt som förklarar vårt tillvägagångssätt i studien och vilka metoder vi använt oss av. I analysdelen behandlas resultaten av intervjuerna. Och till slut en diskussion och slutsats.

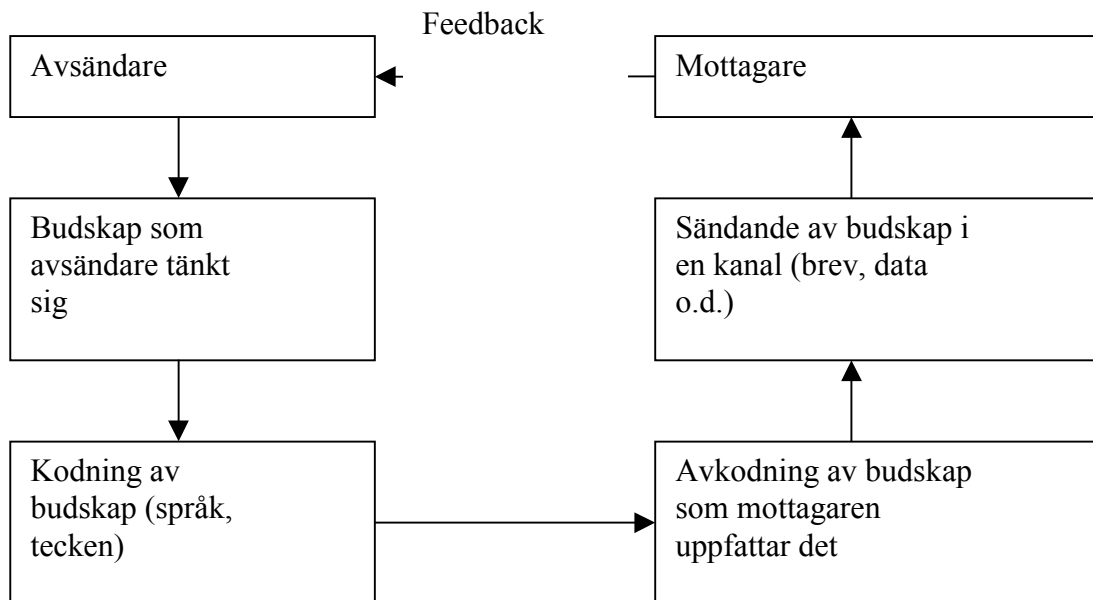
2 Teori

I nedanstående del kommer vi att ta upp de teorier som vi anser är relevanta för arbetet.

2.1 Kommunikation

Det är inte alltid så lätt att kommunicera inom en organisation eftersom det ofta finns olika nivåer på den kunskap och erfarenhet som man har inom en organisation. För att det ska bli en effektiv kommunikation så måste man ligga på samma nivå språkmässigt, och kunna tolka det som sägs i kommunikationen på rätt sätt. Effektiv kommunikation definieras vanligen som att mottagaren tolkar budskapet på ett sätt som väl motsvarar de intentioner som avsändaren hade (Thorsvik & Jacobsen, 1997/1998). För att förstå hur kommunikation fungerar är det av vikt att förstå kommunikationsgången. Inom organisationen så existerar kommunikation av alla dess olika slag och dessa blir då det underlag som besluten fattas på.

Kommunikationsprocessen följer figur 2:1 i fråga om faser:



Figur 2.1 Kommunikationsprocessen, (Thorsvik & Jacobsen, 1997/1998, sid 268)

2.1.1 Organisationskultur

Det finns ett antal olika organisationskulturer och det är ett allmänt antagande att kulturella faktorer har stor betydelse för hur anställda i en organisation tolkar information, händelser och aktiviteter, och hur de kommunicerar med varandra. En huvudpoäng är att människor kommunicerar bättre med medlemmar av samma kultur än medlemmar av andra kulturer (Tajfel & Turner, 1985). Ord kan ha olika betydelse för olika personer. Det är olika faktorer som inverkar på hur man tolkar ord. Social bakgrund och utbildning hör till de faktorer som inverkar starkast på hur vi använder språket, och vilken mening vi lägger i olika ord. En vanlig "Svensson" kan till exempel ha svårt att förstå de ord som en läkare använder när denne utövar sin profession. Just professioner är det klassiska exemplet på en social grupp som medvetet skapar en unik dialogsituation som fungerar utestängande gentemot personer som inte är medlemmar av professionen. Men också den horisontella och vertikala specialiseringen i organisationer kan ha till effekt att det utvecklas en speciell fackjargong knuten till uppgifter, utrustning och rutiner som kan vara svår att förstå för utomstående. Detta kan delvis förklara varför det är så svårt att etablera en meningsfull kommunikation mellan olika professions och arbetsgrupper (Thorsvik & Jacobsen, 1997/1998).

2.1.2 Informell kommunikation

I varje organisation finns ett komplicerat mönster av informell kommunikation. Information, idéer, åsikter, attityder och känslor kan gå i alla riktningar, överlappa det formella kommunikationsmönstret eller gå tvärs emot det. I många fall är denna kommunikation lika stabil som den formella, eftersom en gemensam kultur och sociala relationer gör att det informella nätverket förändras relativt litet över tiden (Thorsvik & Jacobsen, 1997/1998). När man skapat kontakter t.ex. på arbetsplatsen så är det lätt att man kontaktar den man känner för att få svar. Det är enkelt att ta tag i någon i fikarummet, i matsalen eller i korridoren för att få svar på frågor som finns obesvarade. Thorsvik och Jacobsen (1997/1998) anser att informell kommunikation ofta bygger på snabba kanaler som muntlig kommunikation, ansikte mot ansikte, medan den formella ofta utnyttjar "trögare" former som skriftliga rapporter, cirkulär och protokoll.

2.2 Tekniska ramar

Interaktion är samspelet mellan olika aktörer t.ex. på ett intranät. I och med att det är så många individer inblandade i en sådan form av interaktion gäller det att man håller sig på en nivå där alla kan förstå vad det handlar om. Intranäten som nu finns i var och vartannat företag har många fördelar. Det är inte för inte som allt fler anammar detta interaktiva sätt att utbyta information och kunskaper. Kommunikation och tillgång till information är viktigt i dagens arbetsliv där människor ofta jobbar på olika platser. Tack vare intranätet skapas ett forum som för människor samman inom företaget eller projektet. Olika människor har olika sätt att ta till sig ny teknik och kan därför ha olika åsikter om förändringar. Orlikowski (1992) anser att individer har olika mentala modeller eller ramar som referenser om hur världen ser ut, om sin organisation, arbete och så vidare, så kallade kognitiva element. Dessa ramar är individuella men tenderar att delas av andra. Människor agerar mot teknologin på grund av deras förståelse för den. Deras teknologiska ramar behöver förändras för att de ska anpassa sig

till en ny teknologi. För om människan inte uppskattar den nya teknologins villkor så kommer de att använda den mindre effektivt.

Hur ska man då behandla de funktioner som stödjer information? Stenmark (2002) menar att ett sätt att kategorisera är att skilja mellan strukturerad och ostrukturerad information. Ett annat sätt är att separera digitaliserad och icke digitaliserad information. Han menar vidare att den mesta informationen är ostrukturerad, konversation, e-post, fria textmeddelande och andra liknande media. Det mesta som vi kommer i kontakt med i arbetsmiljön innehåller information som är väldigt lite strukturerad. Tills helt nyligen var nästan all information icke digitaliserad och kom till oss verbalt eller på ett papper.

Knowledge-Management har många definitioner men ingen klar. Men om man översätter det ordagrant så betyder det kunskapshantering. Alltså hur man hanterar kunskap så att man kan ta del av den kunskap som finns t.ex. i en organisation. Om man ser på ett intranät ur ett Knowledge Management perspektiv så innebär det att organisationen i stort har möjlighet att bättre kunna använda sig av individens kunskaper i organisationen (Stenmark, 2002). Det handlar alltså om att ta till vara den kunskap som finns t.ex. inom en organisation. Stenmark (2002) föreslår en modell där intranätet som ett Knowledge Management instrument kan ses ur tre olika perspektiv, informationsperspektivet, medvetenhetsperspektivet och kommunikationsperspektivet. Vi kommer att kort redogöra för vad dessa perspektiv handlar om nedan.

- Informationsperspektivet: är det mest uppenbara perspektivet av ett intranät eftersom tillhandahållande av information är ett inbyggt särdrag i tekniken. Ur detta perspektiv kan intranätet förse organisationens medlemmar med tillgång till både strukturerad och ostrukturerad information.
- Medvetenhets perspektivet: Göra personer medvetna inte bara genom att utnyttja explicita länkar utan även, underförstått uttryckt, kopplingar för att binda upp organisationens medlemmar med information och personer som de kanske annars hade missat.
- Det kommunikativa perspektivet: Göra det möjligt för organisationens medlemmar att kollektivt tolka den tillgängliga informationen genom att använda varierande former av kanaler för kommunikation och förhandlingar. (Stenmark, 2002)

Att kommunicera med varandra kan ske på många olika sätt. Groupware är en benämning på tekniker som underlättar för arbetsgrupper att organisera och hantera gemensam information. Robertson et al (2000) menar att kunskapsarbetare endast spenderar tid på att lära sig och använda sig av Groupware teknologier, som t.ex. e-post om de vet att andra också är beredda att göra det. De menar också att om en uppgift är komplex så föredrar kunskaps arbetaren att använda sig av informationsrik, t.ex. ansikte mot ansikte, kommunikation hellre än att använda sig av e-post (Robertson et al, 2000).

2.3 Portaltyper

Portaler är idag så väletablerat att man uppdelar dem efter vilken kategori de tillhör. Kategorierna vi pratar om är främst Horisontella portaler, Ämnesportaler och Vertikala portaler, dessa är uppdelade efter upplägget av informationsstrukturen. De Horisontella portalerna har en mycket bred struktur men som ej går på djupet. Detta är också den portal som är vanligast förekommande på Internet. Ämnesportaler är specialiserade på ett ämne såsom en fotbollsklubb eller en båtklubb. Informationen är här ibland bearbetad för att passa in i portalens ämneskategori. En annan typ av portal som inte helt skiljer sig från Ämnesportalen är den Vertikala portalen. Strukturen är här att informationen är smal men går mycket djupt. Denna portal är vanligt förekommande bland företag som bland annat vill ge åtkomst till databaser och olika system. Ett vanligt förekommande namn för den Vertikala portalen är också "Enterprise portal". (IT-enheten, Umeå refererad av Dahlberg & Gunnarsson, 2001)

Den Vertikala portalen är ett utmärkt verktyg för att optimera informationsflöde i företag och även när det gäller stöd i beslutsfattandet, denna portal är idag väldigt stor i framförallt USA. Om man ska se till skillnaderna på en Internet portal och en företagsportal så är framförallt skillnaden i att till företagsportalen finns ofta chans till dubbelriktad kommunikation, vilket väldigt sällan finns på en vanlig standard portal på Internet. Företagsportalens främsta uppgifter blir sålunda att organisera och dela med sig av projektmaterial, rapporter, e-post, scheman och liknande. Givetvis ska denna information vara bra strukturerad för att lätt hittas på en portal, som den anställde ska kunna ha som startsida på sitt t.ex. Intranät.(Kilje, 1999)

2.4 Usability

Den närmaste översättningen av ordet usability på svenska är användbarhet men det eftersom det är ett ord som är allmänt vedertaget i forskningskretsar så kommer vi att i fortsättningen att använda oss av det engelska ordet. Göransson (2001) anser att usability är mer än något relaterat till användarinterfacet och grafiken i ett interaktivt system. Han menar att, för att uppnå usability så finns det ett behov av att lära känna den potentiella personens mål, dennes uppgift och sammanhanget i användandet. Detta med syftet för att utveckla ett användbart system.

Lotson (2002) tolkar usability som:

"..funktionen vare sig det gäller en tidningssida, en web plats, en kaffekanna eller ett par jeans ska vara så självklar att man inte ens tänker på den. Det estetiska får inte vara i vägen, det är usability"
(Lotsson, 2002 sid 17).

Hur fungerar folk när de läser en web sida. Det är ju viktigt att en portal kan tillgodose många människors behov, eftersom en portal är tänkt att användas av ett stort klientel. När folk besöker en web sida så är det enligt en undersökning av Morkes och Nielsen (1997) endast sexton procent av alla som läser en sida ord för ord, de flesta scannar, tittar snabbt, över sidan. Det är därför som det är viktigt att de mest viktiga delarna på en site är extra markerade (Morkes & Nielsen, 1997). Användare har väldigt olika åsikter på hur en portal ska se ut.

Väldigt ofta så beror det på hur nyfikna användarna är på nya funktioner. Det är också beroende på vilken erfarenhet som de har av dessa. (Dahlberg & Gunnarsson, 2001).

Det är viktigt att man på en portal endast tar med sådant som man vet är korrekt. När man väl lagt ut information så gäller det att alltid hålla den fräsch genom att ständigt hålla portalen uppdaterad så att det inte ligger kvar någon gammal information som inte längre är giltig. Enligt Stenmark (2000) ska inte en portal innehålla "falsk kunskap". Han menar att falsk kunskap är sådan kunskap som tidigare varit giltig men som på något sätt blivit föråldrad och att ingen då har uppmärksammat detta. Uppfattningen att redundant information hjälper kreativiteten, ökar också risken att bli översköld av värdelös information (Nonaka & Takeuchi, 1995).

3. Metod

När det gällde att ta fram metoder som passade denna typ av undersökning gällde det att granska litteraturen för att där få fram det som var bäst. För att kunna göra en analys av vilka funktioner som kunderna önskade erhålla, och därefter dela upp funktionerna efter hur viktiga de var. Var vi tvungna att kartlägga vilka kunderna är, vilken roll kunden har, hur kommunikationen sker idag mellan företaget och kunden.

3.1 Kvalitativ eller kvantitativ

Holme och Solvang (1997) anser att det inte finns någon direkt skillnad i valet mellan kvalitativa och kvantitativa metoder. Ibland kan det vara så att man kan välja båda metoderna, men det som blir avgörande i metodvalet kan bl.a. vara följande.

- Vill vi ha ett totalperspektiv eller en fullständig förståelse?
- Vill vi ställa upp hypoteser och nyansera tolkningar? Vill vi bygga upp teorier och skapa referensramar?
- Vill vi förstå olika sociala processer? (Holme & Solvang, 1997.)

Vi valde att ha en kvalitativ metodansats för att den metoden passar bäst för vårt syfte med undersökningen eftersom vi ville ha fram individernas åsikter, tankar och behov. En kvantitativ metod skulle medföra en mer generell sammanställning av åsikter och personers egna tankar skulle vara svåra att fånga upp.

Kvalitativa data och metoder har sin styrka i att de visar på totalsituationen. En sådan helhetsbild möjliggör en ökad förståelse för sociala processer och sammanhang. Den närkontakt sådana undersökningar skapar i förhållande till de undersökta enheterna öppnar också för en bättre uppfattning till den enskildes livssituation. Kvalitativa studier präglas av flexibilitet, kvantitativa av strukturering (Holme, Solvang, 1997).

Enligt Jacob Nielsen (2002) ska en fältstudie även innehålla observation av användarens uppförande i arbetssituationen, men på grund av att vi var tidsbegränsade så fanns det inte tid att studera målgruppen i deras dagliga arbete.

3.2 Informationsinsamling

För att få en förståelse för ämnesområdet och hur man går tillväga vid uppsatsskrivande gjorde vi en litteraturstudie, med hermeneutisk ansats eftersom vi var tvungna att tolka texterna, som innefattade böcker, artiklar, doktorsavhandlingar. Vi sökte även information hos elektroniska källor. Vi använde oss av flera sökmotorer, vi sökte på olika kombinationer av ord som Intranät, portaler, funktioner, knowledge management, usability.

Vid vårt första möte med vår uppdragsgivare så fick vi information hur verksamheten fungerar idag och vi fick en genomgång av vad vårt uppdrag skulle innebära, vi fick också tillgång till företagets intranät.

3.3 Intervjuer

Vi valde att utgå från Mc Crackens (1988) "Four step of inquiry" när vi planerade och genomförde arbetet med intervjuerna. Vad dessa fyra steg går ut på har vi i korthet återgivet nedan:

1. Läs in vad tidigare forskning på området säger. Den etablerar en första undersökning av det som ska ligga till grund för hur intervjun ska bli utförd. Den etablerar en inventering av de kategorier och relationer som intervjun måste undersöka vilket medför att det blir lättare att skapa en intervjumanual.
2. Gå igenom de kulturella kategorierna. Det ger en möjlighet att identifiera relationer och kulturer som inte täckts in av litteraturen. När de väl blivit identifierade kommer dessa att ligga som en basis för formuleringen av frågorna.
3. En noggrann konstruktion av intervjumanual. Genomför intervjuerna. Frågorna ska vara konstruerade på så sätt att de inte är ledande, det är viktigt att respondenten får berätta sin version. Intervjuerna ska genomföras i en miljö som gör att respondenten kan vara avslappnad och att man inleder med frågor som är lätta för respondenten att svara på t.ex. frågor om den egna rollen i företaget och vilka arbetsuppgifter som ingår. Det är också viktigt att man avsätter generöst med tid för intervjuerna.
4. Analysera intervjuerna. Försök att hitta mönster i intervjuerna och om det är möjligt att kategorisera dessa mönster.

Det första vi gjorde var att läsa in litteratur inom området information och om kommunikation i organisationer. Vi studerade artiklar som handlade om fallstudier där man använt sig av kvalitativa intervjuer. Utifrån den kunskap som vi fått av detta satte vi ihop en intervjumanual efter den frågeställningen vi hade.

Det vi ville ha klarlagt med intervjuerna var följande:

- Hur fungerar kommunikationen mellan kund - leverantör idag?
- Vilka funktioner är det kunden vill kunna erhålla på en portal?
- Har kunden tillgång till någon av dessa funktioner idag?
- Hur ser de kulturella banden ut, finns det mycket informella band kvar?

Vi ansåg att det var viktigt att vi måste få en förståelse för hur det fungerar mellan kund och leverantör i dagsläget, sett ur kundens synvinkel. Detta för att kunna förstå de behov som kunden har.

3.4 Urval

När vi gjorde urvalet av respondenter (de intervjuade) insåg vi att vi inte kunde göra en totalundersökning av alla kunder, detta på grund av begränsade resurser. Vi bestämde då att göra ett stratifierat urval och urvalet av kunder gjordes hos den största kundkategorin som var Volvo Truck Corporation (lastvagnstillverkningen), där ca 90 procent av avdelningens kunder fanns lokaliserade. IT-avdelningen har många kunder globalt men den delen av kunderna kunde vi alltså inte nå inom rimlig tid. Det finns naturligtvis en risk med detta. Det kan ju vara så att dessa kunder har andra behov av information än de som ingår i urvalet. Men vi var tvungna att göra ett urval och då fick det bli hos den största kundkretsen.

Vi hade identifierat fem olika roller hos kunderna och vi ville att åtminstone två från varje roll skulle delta i intervjuerna helst blandat både kvinnor och män. Vi har inte tagit hänsyn till ålder eller hur länge de varit anställda utan vi var bara intresserade av att få undersöka alla roller från de som jobbar direkt i produktionen till de som har det ekonomiska ansvaret. Det visade sig att kvinnor var kraftigt underrepresenterade och på grund av detta så deltog endast en kvinna i undersökningen.

I våra försök att täcka in alla rollerna lyckades vi inte riktigt. Det visade sig ofta att respondenterna hade en annan roll än den vi förväntades att de skulle ha och när vi summerade resultaten så fann vi att rollen som Slut användare var det ingen som hade. Men trots allt så hade vi sk Super användare och de får anses även representera rollen som Slut användare eftersom de har samma arbetsuppgifter med den skillnaden att en Superanvändare har större ansvar.

3.5 Datainsamling

Inom ramen för datainsamling så används främst primärdata samt sekundärdata. Primärdata står för den datan som vi samlar in genom våra intervjuer samt egna observationer, dvs den informationen som vi samlar in eller observerar första gången. Sekundärdata är den datan som vi i vårt fall kommer att ta del av vid genomsökning av, intranätet, samt genomgång av redan befintliga dokument rörande vårt område. I vår undersökning så kommer sekundärdatan att starkt dominera i början för att successivt övergå till insamling av primärdata.

3.6 Kvalitetskontroll

McCracken (1988) beskriver hur forskaren ska kunna erhålla kvalitet på forskarmaterialet. Svårigheten med kvalitetskontroll i en kvalitativ metod är att man inte kan bedöma den efter samma standard som finns för kvantitativa metod. Den kvalitativa forskningstraditionen har inte utvecklat alla kvalitetskontroller som de borde ha gjort. Han hänvisar till ett schema föreslaget av (Bunge, 1961) vars punkter vi visar nedan.

1. Det måste vara exakt så att inga onödiga tveksamheter föreligger.
2. Det måste vara ekonomisk, så att det tvingar oss att använda ett minimalt antal antagande och ändå förklara datan.
3. Det måste vara ömsesidigt koncist, så att inget påstående motsäger ett annat.
4. Det måste vara ytterligt koncist, så att det överensstämmer oberoende av vad vi vet om ämnet.
5. Det måste vara enhetligt, så att påståendena är organiserade på ett sätt att de innefattar det specifika generellt, förenlig där det är möjligt, diskriminerade där det är tvunget.
6. Det måste vara kraftfullt, så att det förklarar så mycket data som möjligt, utan uppoffrande av exakthet.
7. Det måste vara fruktsamt, så att det föreslår nya idéer och öppnar möjligheter till insikt.

Vi har försökt att följa dessa punkter för att göra den kvalitetskontroll som man ska göra.

3.7 Bortfall

När vi valde ut vilka som skulle ta del i vår undersökning så hade vi med i beräkningarna att alla som skulle bli tillfrågade inte skulle kunna ställa upp. Vi kontaktade därför fler av varje kategori än vad som var nödvändigt för undersökningen. Vi bestämde att efter det första mailet skulle det skickas ut ytterligare ett mail till de som inte svarat. Totalt var det fyra som inte kunde delta i våra intervjuer. Bortfallet kan förklaras så att två personer inte kunde delta p.g.a. tidsbrist och två svarade ej och orsaken till det vet vi ej. Men vi anser oss ändå ha täckt in de olika rollerna så att detta inte påverkar resultatet av intervjuerna.

3.8 Genomförande

För att kunna kartlägga kunderna och få reda på hur kommunikationen fungerar idag så arrangerade vi möten med varje teamleader (avdelningen är indelad i 5 team), vi använde oss också av intranätet för att hitta de olika rollerna som kunden kan ha. Vi identifierade fem huvudkategorier av kunder, det var Processägare, Systemägare, Systemansvarig, Super användare (arbetar i produktionen, ska vara första kontakt vid problem i tillverkningen) och Slutanvändare (de som använder sig av systemen i produktionen). Under mötena med teamleaders bad vi att de skulle ge oss namn på personer i de olika rollerna, detta för att sedan ha ett antal namn att utgå från när vi skulle välja ut de personer som skulle delta i intervjuerna. När de olika rollerna var identifierade och vi hade fått en lista med ett antal namn, anordnades ett möte med vår handledare. Syftet med detta möte var att, ur vår lista, välja ut de personer som skulle delta i intervjuerna. Det bestämdes att tretton personer skulle kontaktas, några från varje kategori.

De utvalda kontaktades, via e-post, för att erbjuda dem till att delta i våra intervjuer. E-posten innehöll en beskrivning om syftet med denna undersökning och det beskrev också vem vi var och varifrån vi kom. En intervjumanual med de övergripande frågorna skickades också med. För att få så bra svarsfrekvens som möjligt lät vi vår handledare på Volvo IT skicka ut mailet, detta för att de tillfrågade kanske skulle engagera sig mer om de fick en känd avsändare. En e-post adress där de kunde kontakta oss direkt skrevs in i mailet. Intervjuerna skulle ske under vecka 05 till vecka 07 år 2002. Utav tretton tillfrågade så kunde nio ställa upp på intervju. Det tillkom dock en person som inte tidigare blivit tillfrågad så totalt deltog tio stycken. Den personen som tillkom arbetade med PC system, medan de andra som var tillfrågade, använde

stordatorsystem. Detta ansåg vi vara värdefullt för att vi skulle få en så bred bild som möjligt av kunderna.

Vi bokade konferensrum som låg nära den sektor där de intervjuade arbetade, konferensrum som respondenterna var väl bekanta med. Intervjuerna spelades in på band och de varade mellan 30 och 75 minuter. Intervjuerna var semistrukturerade vilket innebär att respondenten delvis fick styra intervjun och att ordningen av frågorna inte hade någon större betydelse. Det vi gjorde var att vi i slutet av intervjun säkerställde att vi hade fått svar på alla frågegrupperna. Samma dag som intervjun utfördes så skrevs de ned på papper, vissa delar sammanfattades men den största delen av intervjun skrevs ut ord för ord

3.9 Att Tolka Intervjuer

Att tolka något kan ha en mängd olika innebörder och aspekter. McCracken, (1988) förklarar tolkandet så här:

"This is where the investigator must use the self as an instrument. The investigator must read interview testimony with a very careful eye both to what is in the data and what the data "sets off" in the self." (McCracken, 1988, sid 44).

Sinnesintryck, minnen, olika fakta sätts in i ett sammanhang och uppfattas som något meningsbärande som leder till handling (Wallén, 1996). Man kan säga att tolkningen är en kritisk fas i forsknings processen vi kan inte skydda oss från feltolkningar. När man ska tolka ett insamlat material kan vi inte få någon garanti för att det stämmer överens med de uppfattningar respondenterna hade. Vi kan inte heller få någon garanti för att vi klarar av att förmedla den förståelse vi skapat oss till en större publik (Holme & Solvang, 1997). När vi skulle tolka informationen så hade vi med oss den förförståelse som vi fått genom att prata med de på avdelningen, vi hade sökt igenom intranätet och vi hade under intervjuernas gång tolkat de sinnesintryck vi fått av respondenterna. Det är klart att man påverkas av detta och det är ju inte säkert att vi varit så mottagliga så att vi tolkat alla intryck på rätt sätt. Tolkningen sker mot bakgrund av avsändarens syfte och situation. Man bör undersöka om tal och kroppsspråk säger samma sak (Wallén, 1996).

4. Analys

Nedan kommer vi att analysera resultaten av intervjuerna som ingick i undersökningen. Här förklaras de funktioner som respondenterna ansåg var viktiga att ha med på en portal. Några av de frågor vi ställde i intervjuerna hade till syfte att för oss förstå respondentens språk och tankebanor.

Inledningsvis så ställdes frågor om deras nuvarande och tidigare befattningar samt ansvarsområden. Utav dessa frågor så har vi kunnat se ett samband i vilka funktioner som tillhör respektive roll, dvs. att ju längre upp i hierarkin man befinner sig desto mer vill man ha en funktion som kan koppla dig till den ekonomiska biten, samt ju längre ned man kommer i hierarkin så föll önskemålen allt oftare på användarfunktioner. Vi har alltså kunnat urskilja ett mönster att vissa funktioner är direkt knutna till olika roller, andra funktioner är mer generellt

för alla. Vi har grupperat funktionerna för att få en överblick över vilken typ av funktioner som finns av intresse.

4.1 Funktioner som hanterar leverantörens organisation och kvalitéer

Ett önskemål som förekom väldigt frekvent i intervjuerna var önskemål om en funktion som hanterar detta med organisationsstruktur hos leverantören, eller som en respondent sa:

”En enkel organisationsstruktur där man sen kan klicka sig ner mer och komma till någon rimlig, vettig, alltså med lite sunt förnuft hamna på något ansvar som man är ute efter.”(Systemansvarig)

Citatet ovan får symbolisera vad de flesta tyckte men det fanns också dom som verkligen försökte hitta rätt utan funktion, som t.ex.:

”När jag skulle skicka mail till någon på /.../ sist höll jag säkert på en halvtimme och fick inte ens fram rätt namn men jag fick i alla fall fram någon annan som skicka mailet dit.”(Superanvändare)

I intervjuerna framkom att det finns en funktion som stödjer e-post kommunikation men att den ibland är svår att använda när man inte riktigt vet vem man ska ha tag i. Intressant att nämna i sammanhanget kring denna funktion är att några respondenter vid ett flertal tillfällen letat efter denna typ av funktion men ej hittat den. Substituterat idag är att ringa runt eller gå via gamla informella kontakter för att komma rätt.

Det många har frågat efter, ja alla faktiskt, är något ställe där de kan få reda på vem det är som förvaltar systemen, vem de ska kontakta, var dessa finns, samt support och öppettider. *”Hemskt gärna med foton för jag e kass på folk och namn”*(Systemansvarig). Just det här med foton nämndes också vid ett flertal tillfällen då dom trodde det skulle främja till att kontakten skulle kännas mera personlig. Med andra ord att ha en bild av man pratar med. Några av de intervjuade såg dock risken i att lämna ut för många uppgifter om förvaltare såsom fysisk placering, telefonnummer, namn och övriga uppgifter. Deras argument till detta var att det skulle kunna leda till att radera det nedlagda arbetet, som bygger på att få användarna till att alltid vända sig till sin ”rätta” kontaktperson. Med rätt kontaktperson så avses den person som skall fungera som brandvägg mellan användare och förvaltning av systemet. Det vill säga den formella vägen.

Marknadsföring, några av respondenterna var till denna funktion så pass intresserade att dom vädrade åsikten om den utan att vi hade tagit upp ämnet. *”Kanske att IT skulle vara mer ... sälja sig själva så att säga, att dom här tjänsterna finns, det är inte alla som känner till att dom finns”*(Superanvändare). Sedan var det de som sökte funktion där de kunde få information om IT-avdelningens kvalitéer, kunskaper, och tjänster, vad de har att erbjuda dom som kunder. Det ska väl nu sägas att de olika funktionerna som rör området kring kunskap och vilken teknisk kompetens som finns tillgänglig, dessa var väldigt svåra att skiljas åt som funktioner i denna analys.

En sådan var också den om att kunna tillgodogöra sig de framtida planerna och vilka tekniska möjligheter som finns. En respondent summerade sitt tänkande angående dessa kompetensfunktioner med att göra oss införstådda i att det finns behov av att kunna se vilka

tekniska möjligheter det finns tillgång till, relativt lättillgängligt, eller som en annan sa *"Detta kanske skulle vara något för Volvo IT eller även för användaren som ser att WOW... här är någonting intressant för mitt system"*(Systemägare).

Några respondenter frågade efter en mera vidare funktion som skulle stödja dem i deras tankar angående kommande utveckling av system.

"Jag skulle kunna tänka mig att info kring vad som man har...har utvecklat andra applikationer i den här teknikplattformen inom Volvo IT någon annan stans lokalt eller där man kan se vad det finns för potentialer, senast inom området som t.ex. handburna terminaler, det här med mobiltelefoner med infrarött, du kan skicka SMS. Så jag kan se vad jag har för potential i systemet, hur kan jag utveckla den mer."(Systemägare)

Detta tolkade vi så att denna respondent önskade en funktion för att kunna ta del av tekniska kunskaper inom Volvo Group sfären. Några respondenter svarade att deras intresse låg lite mera på vilket teknisk plan man befinner sig på ute i världen, det vill säga var forskningen ligger idag vad gäller tekniska framsteg.

"Som en idé bank över det här har vi gjort. Den tekniska utvecklingen går så fort idag så du behöver ha någonstans idag var är vi idag, vad har vi för möjligheter om 2-3 år för det ger ju samtidigt möjligheten att ha diskussion med fabrikena och vad är era behov och samtidigt ha det i bakhuvudet vad den tekniska utvecklingen medger till en rimlig kostnad."(Systemägare)

Utav dessa funktioner angående teknisk utveckling som nämnts så var de olika nivåerna av närheten till tekniken väldigt relaterade till de olika rollerna som figurerade i intervjuerna. Framförallt så tilltalade Volvo IT avdelningens tekniska kunskaper användarna. När det sedan gäller systemägarna så låg intresset mer på att kunna ta del av vilka tekniker som finns att tillgå på ett mera strategiskt plan.

4.2 Funktioner runt produkter

En funktion som vädrades frekvent var den om flödet i produktionen sk flödesschema, detta beror delvis på att några respondenter ville ha den i syftet att kunna leda i ekonomiska funderingar som t.ex.: *"Det är väldigt mycket system runt omkring som jag kan vara intresserad av. Man vet ju inte alltid vart pengarna tar vägen."* (Superanvändare) eller som syftet att kunna ta del av den, för att förstå den, på ett mera operativt sätt i flöde av input output mellan systemen rent tekniskt.

"Men så finns det ju hundra system runt omkring som hämtar hit och dit men där vet jag ju inte hur det egentligen funkar. Utan där blir det ju att man får nosa reda på saker ibland."(Superanvändare)

Några respondenter har svarat att dom redan har tillgång till denna typ av funktion, och då genom väl etablerade kontakter hos avdelningen. *"...men där har jag ju etablerat så pass bra kontakt så att det är aldrig något problem, men det är en intern kommunikation mellan oss systemansvariga och förvaltare."*(Systemansvarig)

Sammanfattningsvis så ska sägas att vi kunde urskilja ett mönster av att denna funktion, framför allt berörde de som på något sätt kom i kontakt med system för produktion p.g.a. deras arbetsuppgifter. Vi har tolkat det så att en systemkarta är en mer övergripande bild av hur systemen är ihopkopplade och ett flödesschema är en lite mer ingående bild på hur flödena mellan systemen går. Det var svårt att helt särskilja vikten av att kunna tillgodogöra sig flöde och/eller en komplett systemkarta, speciellt då respondenterna ofta pratade om båda dessa funktioner i samma andetag. Det som skiljer dessa funktioner åt i intresse, är att för systemkartor fanns det ett större generellt intresse. Flödesscheman var det bara några få som var intresserade av.

”Just kartan över Produktion Göteborg hade varit väldigt bra att ha där, en systemkarta så att säga och den hade ju inte varit fel att ha där. Den vet jag att jag har jagat en gång och fått tag i och fått uppdaterad. Men där är det lite att man får jaga den via någon som har den så får man be Volvo IT se över den och uppdatera den.”(Processägare)

Vissa respondenter ville utav denna funktion få en väldigt överblickande systembild, medan några var mer intresserade på ett mera djupgående plan. *”...att man jobbar igenom och tydligare visar systemsamband och vilka snitt det ligger mellan system, det skulle man kunna tänka sig.”(Systemansvarig)*. Några antydde att man kanske inte har den tid som behövs för att använda denna funktion, det vill säga att man inte prioriterar den så högt när man har tidsaspekten att tänka på då man är i produktionen. En respondent tyckte att:

”... hade det naturligtvis varit bra att kunna presentera i olika sammanhang och på olika sätt, att man byggde upp någonting sådant gemensamt. Om VIT eller vi gör det, ja det är nog klokare om VIT gör det, jo det är det nog men att man på något sätt sammanställer en lite djupare bild av hur systemen hänger ihop och så.”(Systemansvarig)

Just det här med djupare bild går att tolka som både funktion för flöde eller karta men budskapet är i alla fall att kunna se om och i så fall var man dubblerar funktioner och tjänster runt omkring samt i systemen. Systemdokumentation är också en sådan punkt som de flesta respondenterna har haft åsikt om, framförallt så var de flesta av åsikten att systemdokumentationen till just deras system var bristfällig. *”Om man ska vara kritisk mot systemen om hur de är uppbyggda från början så är de väldigt dåligt dokumenterade ursprungligen.”(Systemägare)*. Det var blandade åsikter om systemdokumentationens fulla existens idag. Det har dock inte framkommit någon generell bild på om den redan finns fast bristfällig eller om den ej existerar åtkomligt, för på denna punkt så svarade några att dom tror den finns uppdaterad i några gamla pärmar någonstans, några visste inte om den fanns över huvud taget. Men respondenterna har ändå visat att dom har behov av en funktion som vägleder dom till sin systemdokumentation. *”...jag vill att vi ska ha en väldigt noggrann systemdokumentation”*(Systemägare)

Många var av åsikten att användarmanualer ska finnas lättillgängliga. Framförallt till att kunna ge en viss support till hur systemet fungerar, men också till att kunna ge en förståelse för de termer som ibland uppkommer då man ringer Helpdesken. Just detta med termer visade sig vara ett problem som ofta uppstod när man var i kontakt med Helpdesken. Att ha en funktion som hanterar åtkomst till användarmanualer visade sig vara önskvärt. *”Vi använder ju hur många system som helst, vet du inte var dom finns så är det väldigt svårt att få tag i dom. Ett bibliotek med användarmanualer hade ju varit kanon”*(Super användare). Några

nämnde användarmanualen som ett bra komplement i utbildnings syfte vid nyupplärning, men påpekade samtidigt att det var svårt att finna dem.

”..och NN han har tyvärr slutat nu han gjorde en användarmanual som vi använder i utbildningssyfte för användare av systemet och en sån grej skulle vara bra att ha på en portal så att användare ska kunna komma åt både systemdokumentation och användarmanualer.”(Superanvändare)

Vi har under intervjuerna frågat respondenterna hur de ser på det här med process, och det visade sig att synen på de olika processerna inom företaget var i princip utspritt på en 6-7 olika tolkningar, medan några inte förstod innebörden riktigt, som t.ex.: *”Nu blev det en väldigt svår fråga här, ...vilken process?”*(Systemansvarig). Detta med process, tolkade vi som att man har sin syn på den beroende på var i produktionen man befinner sig. En ytterligare orsak som påverkade de olika svaren var, att de som var direkt inblandade i det operativa arbetet såg sin process, medan de respondenter som hade ett mera strategiskt övergripande ansvar såg sin process. Denna process är sedan uppdelad i vad vi kallar subprocesser som de operativa ingår i.

4.3 Funktioner för stopp och störningar

Det har genom intervjuerna framkommit önskemål från framförallt ägare och ansvariga att för systemen ha någon funktion för att slippa agera mellanhand då det gäller driftsstörning, driftsstopp och övriga liknande driftsavbrott.

”... de är beroende av att systemet funkar så då får vi frågor om öppningstider, servicefönster, störnings frågor och så vidare. Så något som vore bra vore om allting istället för att allt länkas via mig ut till kunderna”(Systemägare).

(Med öppnings tider så avses i detta fall öppning av system som varit nedstängda.) Detta skulle leda till att minska de samtal med frågor av enklare karaktär som ägare och ansvariga får av användarna. När man sedan analyserar vad användarna tycker om denna funktion så visar det sig att de stödjer funktionen fullt ut, men de vill att funktionen ska söka upp användarna till systemen snarare än att behöva söka upp funktionen.

”Finns det ett systemunderhåll så ska det ju upp i klartext, det ska ju inte stå på en hemsida, det ska ju stå med datum och allting och det ska gå ut mail till avdelningarna, varför ska jag gå in och titta om jag inte behöver gå in och titta. Vi ska alltid jobba med minimum av insatser”(Systemansvarig)

Och med minimum av insatser så avses att det blir ett onödigt arbetsmoment som tar tid i ett redan tidspressat arbetsmoment *”Man kan ju flagga för det att vi har service den dan, men det viktiga är att man ska inte lära folk att gå in och läsa eller titta”* (Systemansvarig)

4.4 Funktioner runt ekonomi och publika avtal

Något som ungefär hälften av respondenterna har svarat är att de vill ha en funktion som har till avsikt att ge mer och lättare tillgång till budget och finansiella uppgifter. Tanken med detta är att kunna följa upp dessa löpande kontra sin budget. Kring denna funktion har vi dock lagt stor vikt vid att försöka tolka vikten av det, då vi faktiskt ställt dem frågan om de är intresserade av den typen av information. Vilket lätt kan medföra att man svarar ja på frågan för att vara säker på att man inte missar något väsentligt om man svarar nej.

”Vad som skulle vara bra är ju finansiella bitar därför att jag kan ju genom R3 vårt ekonomiredovisningssystem se var jag ligger någonstans –utfall – budget, jag har ju budget för det här systemet en del tar jag själv en del tar fabrikena och där finns det behov av att kunna ta del av hur jag ligger till där och hur man ligger till ifrån utvecklingsidan här på IT ...”
(Processägare).

Det var inte bara budget och finansiella bitar som respondenterna ville ha åtkomst till via en funktion, utan det visade sig att dom av dem som önskade sig funktion för detta också ville ha en funktion för avtal, både publika och icke publika. Vad gäller publika avtal så var även några av dem som inte klart antydde att de ville ha budget hanteringsfunktion intresserade. Många respondenter var inne och nosade på hur man kan få reda på hur riktlinjer samt avtal var formulerade, för att vidga sin förståelse vid diverse problem och krav. Detta framförallt då det inträffar problem, att man vill veta vad som är sagt och vad kan vi kräva just nu.

”Vi har ju pratat om det här med avtal och alla möjliga såna här frågor på webben, och det tycker jag är jättebra, det som är publikt och som man kan begära att folk kan titta på när dom behöver, det är jätteviktigt.”
(Systemansvarig)

En respondent ville ha en funktion för åtkomst till Account manager. En Account Manager är den som en kund kan vända sig till när han inte vet vart han ska. En Account Manager har också bl.a. hand om att skriva avtal och ekonomi. Visserligen så ansåg han att han själv hade full kontroll på detta område, men att andra kanske behövde åtkomst.

4.5 Funktioner för kontakt

Några av de intervjuade såg risken i en funktion som lämnar ut för många uppgifter om förvaltare såsom fysisk placering, telefonnummer, namn och övriga uppgifter. Deras argument till detta var att det skulle kunna främja till att radera det nedlagda arbetet som bygger på att få användarna till att alltid vända sig till sin ”rätta” kontaktperson. Med rätt kontaktperson så menas den person som skall fungera som brandvägg mellan användare och förvaltning av systemet.

”En portal kan ju vara bra internt för vi vill ju inte helst att folk ska ringa direkt till Volvo IT utan att jag ska agera som ett skydd för dom.”
(Systemägare)

”Ja inte deras personliga telefonnummer utan det tycker jag inte att dom ska, då får dom samtal i tid och otid” (Systemansvarig)

Vad som också visade sig viktigt, då framförallt bland användare av systemen, var att e-post och liknande kontaktvägar måste vara tydligare för att man skall förstå att man kommer rätt.

”...vilket telefonnummer som vi ska använda och vilket mail vi ska använda, och då ska det vara mailnamn som man kan förknippa med en grupp eller deras arbetsuppgifter, och inte så där kufiskt...” (Systemansvarig)

Med andra ord så har det framkommit från i princip alla respondenter att man är i behov av en funktion som är vägvisare både vad gäller kontakt med IT avdelningen och framförallt till att ge supportanvändare strikt vägledning samt identifierbara kommunikations vägar.

Vi har även haft frågor som rör kundens interna kommunikation, fast vi avgränsat oss mot detta. Tanken i det är att se om de i denna kommunikation vill ha stöd i form av en funktion för kommunikation dem emellan. Vi har bland annat frågat om hur intresset är till en debattboard. Det är som ett par respondenter svarar på frågan om detta alternativ:

”...men jag undrar hur många som använder sådant, har man tid”
(Systemansvarig)

”Ja det har vi sett i Outlook det finns ett debattboard, men vem fan orkar med det och hur roliga är dom, jag hinner inte med det” (Superanvändare).

”...jag tycker ändå att det finns ett värde av direktkontakt, precis som ni har valt att ha direktkontakt med mig” (Systemägare)

Några såg risken i att debattboarden kanske skulle ha svårt att komma igång, medan några trodde att den kommer att dö ut så småningom. När vi vidare under intervjun förklarade hur vi såg på det här med debattboard och hur man kan använda denna funktion så började de hålla med om att det kanske inte är en så dum idé i alla fall. Dessa positiva gensvar kan dock komma utav vårt upplägg i att förklara denna funktion. Det är därför svårt att dra slutsatser av denna del.

Forum för diskussion var en sådan fråga som gav svar som var blandade, några svarade att de har forum helt efter reglerna, det vill säga de riktlinjer som Volvo satt upp. Några andra svarade att ibland så har vi något möte om någonting hänt eller fel uppkommit. Ett par av respondenterna valde att svara att deras system är så pass driftsäkra att det ej behövs forum.

”Användarna och jag har sällan, vi har inget strukturerat forum för att diskutera förändringar, vilket väl, man kan ha åsikter om kanske det vore väl inte fel om vi hade det heller. Min uppfattning är nog ändå det att vi relativt väl har anpassat systemet efter de önskemål och krav som finns, men det finns säkert mer att göra” (Systemansvarig).

Funktion som hanterar FORUM. När förslag och beslut ska behandlas använder sig företaget i dag av något som de kallar FORUM. Det är den nya formella vägen för behandling av önskade förändringar tills beslut tas. Det skall nämnas att synen utav vad forum står för

varierade bland respondenterna. Våra funderingar här var att se om det fanns intresse till en funktion för att stödja dessa FORUMS möten. Framförallt för att föregå mötena med information om dagordning, idéer och liknande för att ge tid för funderingar och kalkyler i förväg. Respondenterna var väldigt vaga om hur de ställde sig till denna funktion, men att som en respondent ungefär uttryckte sig, I ett system så har vi flera hundra användare medan i ett annat system så är vi bara ett par användare. Av denna fundering så utläste vi att det kanske var intressant ibland till vissa system, som har många användare och samtidigt några möten som liknar dessa forum som nämnts.

Under våra intervjuer så framkom det att alla var mycket positiva till en portal. De flesta tyckte att det i dagsläget var svårt att hitta de olika IT- avdelningarnas produkter och tjänster. Att samla allt som alla kundkategorier önskade tillgång till på ett och samma ställe skulle medföra att det skulle bli lättare för kund att interagera med leverantör. Ett par citat från respondenterna

"Men som sagt jag är väldigt positiv till en portal. Man ska ju använda den nya tekniken så mycket som möjligt. Och tittar man på de användare som finns så är de ganska hungrig på information."
(Systemägare)

"Det är ju jättebra med en kundportal, då hade det blivit mycket mycket lättare och jag är ju ändå en av dom som har bra kontakt med dom där borta och träffar dom mycket. Men för den gemene användaren som har problem, strul och vem skall jag ringa"
(Processägare)

Det framkom dock att respondenterna ville ha en portal som hanterade alla avdelningar hos leverantören. De var egentligen inte intresserade av en portal bara från en avdelning eftersom de använder system från olika avdelningar.

5. Diskussion

När vi gjorde valet av kvalitativ metod gjordes det för att vi på individnivå ville veta vad respondenterna hade för åsikter om vilka funktioner som de önskade erhålla i interaktionen kund leverantör. Vi anser att det var ett bra metodval eftersom det har kommit fram mycket personliga åsikter under intervjuerna. Vi har också efter respondenternas sätt att agera under intervjuerna kunnat få en bättre totalbild av vad som var viktigt och vad som var mindre viktigt. Detta hade inte kommit fram på samma sätt om vi använt en kvantitativ metod. Och som Holme & Solvang (1997) säger så präglas den kvalitativa undersökningen av flexibilitet.

I nedanstående del för vi en diskussion där resultatet från vår undersökning betraktas i förhållande till teorin. Vi kommer först att ta upp vilka funktioner som kunden anser bör finnas med på den tänkta portalen. Vi kommer även att diskutera deras inbördes prioritet utefter hur lättillgängliga de bör vara.

5.1 Kommunikation

När det gäller kommunikationen i organisationen så anser vi att vi har fått fram att det är stor skillnad i hur man förstår varann och det är ju också något som stöds av både Thorsvik och Jacobsen (1997/1998) och även Tajfel och Turner (1985) när de säger att man kommunicerar bäst med personer av samma kultur eller med folk av samma profession. Vi anser därför att det är viktigt att de funktioner som ska kunna erhållas på en portal ska kunna förstås av alla som ska kunna använda portalen. Att det inte ska finnas några förkortningar eller ord som inte kan förstås av gemene man.

Något som Thorsvik och Jacobsen (1997/1998) tar upp är den formella och informella vägen för kommunikation. Visserligen så kan det vid första tanken kännas konstigt att nämna fotografier i detta sammanhang. Men det är samtidigt så att flertalet respondenter har frågat, efter just detta med fotografier på Volvo IT's personal. Anledningen är att man vill ha ett ansikte på personen man pratar med, och detta för att stödja helhets bilden i kommunikationen. För det är som Thorsvik och Jacobsen (1997/1998) säger att man måste acceptera informell kommunikation, det är en del av den naturliga processen. Det är här som fotografierna kommer in i bilden, för vi anser att detta är ett bra sätt att förmedla känslan av en snabb informell kontakt samtidigt som det faktiskt är den formella kontakten. Det har dock framkommit oro, både från de intervjuade på kundsidan och hos leverantören, över denna publicering som också innefattar namn, e-post och liknande. Det är oron att man ska låsa sig vid en speciell person, när man i själva verket ska kunna ta kontakt med vem som helst. Vi anser att om man ska ha detta så innebär det att man måste lägga stor vikt vid hur funktionen konstrueras. Den måste konstrueras så att man styr till vem man ska ringa. Vilket också kan innebära att man dirigeras tillbaka till en kontaktperson på den egna avdelningen.

Vid alla intervjuerna framkom det att det finns i huvudsak tre vägar att gå för att kontakta avdelningen, direkt kontakt, telefon eller mail. Det bör finnas en funktion på portalen som stödjer kommunikationen mellan kund och leverantör. Det finns i dag ett GroupWare som stödjer denna funktion och den är flitigt använd men för att göra det enkelt för kund så måste det finnas något stöd i portalen för denna typ av kommunikation. Robertson et al (2000) menar att det endast är när man vet att andra också använder sig av ett sådant som man själv använder det. Idag vet man att andra också är beredda att använda detta. Eftersom det redan finns en inarbetad funktion som hanterar detta, så anser vi att detta med att ha en funktion för kommunikation på portalen inte skulle innebära några problem.

Inom en organisation finns många vägar för kontakt. De informella band och ömsesidiga förtroende som byggts upp under många år är något som respondenterna och företaget ser som en fördel. Men alltefter som tiden går, anser vi, att dessa band kommer att sakta tunnas ut allt eftersom personer av en eller annan anledning försvinner från företaget. Det är samma sak med de som kommer nya till företaget, de har inte de informella kontakterna. Vi anser att det då blir viktigt att det finns en funktion som kan hantera den formella vägen för kontakt. Denna funktion som har till syfte att dirigera kommunikationen till rätt person eller supportadress, måste som sagt vara väldigt precis, samtidigt som den är anpassad språkligt till alla kategorier av användare.

En viktig funktion som är närbesläktad till ovan funktion är den om att presentera och dirigera i leverantörens organisationsstruktur. Alla de intervjuade ansåg sig behöva denna funktion. Detta samt vår intuition genom arbetets gång har gjort oss införstådda i nyttan med den. Att ha denna funktion anser vi är viktigt då vi försöker lägga vikt vid usability. Om man tittar på det ur Stenmarks (2002) medvetenhets perspektiv så är det just att göra människor medvetna om att för att få kunskap, så måste det finnas kopplingar till information och personer som finns i en organisation. Att göra människor medvetna om vilka personer som finns och vilken information som finns att tillgå är ett sätt att få kunskap. Vi anser därför att det är viktigt att man lätt ska kunna se vad det finns för folk att tillgå i en organisation.

Under intervjuerna så ingick en fråga där vi ville få reda på intresset för en funktion som kan göra det möjligt att interagera direkt på portalen genom t.ex. en debattboard. Vi fann att det fanns ett visst motstånd till detta, ofta kanske beroende av att respondenterna aldrig hade använt sig av någon sådan tidigare. Det var naturligtvis svårt för respondenterna att kunna ha åsikter om något som de aldrig använt. Vi anser att mycket av motståndet beror på att när man inte vet hur något fungerar så är man av naturen lite skeptisk. Orlikowskis (1992) teorier om människans mentala och tekniska ramar stödjer ju också våra åsikter. Hon menar att för att man ska kunna använda sig av någon ny teknik så krävs det att man får utbildning för att förstå och kunna använda sig av den nya tekniken.

När det sedan gäller Helpdesken som användarna har tillgång till så har det visat sig att kommunikationen inte alltid fungerar, detta ibland beroende på att man inte förstår varandra, man använder helt enkelt olika språk. Visserligen kan detta delvis förklaras med att det ibland är svårt att etablera kommunikation, mellan olika professions och arbetsgrupper som Thorsvik och Jacobsen (1997/1998) nämner. Men vi anser, även om det är utanför vårt område, att man måste bli medveten om detta problem, för att kunna ändra på detta. En respondent nämnde att Helpdesken har någon form av interaktiv anslagstavla, men att där händer det alltför ofta att ny information inte hunnit komma upp samt att gammal information kan ligga kvar för länge. Det är just detta som lätt kan bli problem här och detta är en av de saker som Stenmark (2000) benämner som "Falsk kunskap". Nonaka och Takeuchi (1995) tar upp detta med risken att bli översköld av värdelös information och uppfattning av redundant information och just detta är ett scenario som idag existerar på den interaktiva anslagstavlan.

5.2 Ekonomi och publika avtal

Funktioner som har till uppgift att stödja budgetuppföljning, avtal och förmedling av kontakt med Account managers. Dessa funktioner var det främst systemägare som var intresserade av. Särskilt för syftet att kunna följa budget kontra kostnad. Visserligen så fanns det intresse även bland användarna, men intresset var då riktat mot de riktlinjer samt avtal som finns kring systemen. Detta framförallt då det inträffar problem, att man vill veta vad som är sagt och vad de kan ställa för krav på leverantören.

5.3 Produktionsavbrott

En sak som framkom tydligt under intervjuerna var att funktionen som hanterar driftsstörning, driftsstopp och övriga liknande driftsavbrott hade en hög prioritet. Det är kanske inte så svårt att förstå, då detta påverkar dyra produktionsstopp samt medverkar till en negativ stress. Innehållet i funktionen ska vara att tillhandahålla information om dessa störningar som finns eller kommer, detta är alla överens om, även ägarna som har sitt intresse i att deras system kan användas på smidigaste sätt. Användarna vill att funktionen ska söka upp dem i form av e-post, telefon eller liknande, och detta i klartext. Detta är en funktion som redan existerar men som vi ser det så behöver den ständigt ses över för att förbättras. En respondent tillade här vikten av att inte behöva söka upp någon hemsida vid start av dagen, och nämner orden ”minimum med insatser”. Han menar att arbetsbördan redan är tillräcklig som den är, och syftar då till tiden detta moment skulle ta. Vår åsikt till denna funktion är helt i linje med användarna, särskilt när det gäller att undvika att starta dagen med att titta på en webbplats efter fel och stopp.

5.4 System och process

När vi under intervjuerna ventilerade ordet process så fick respondenterna olika associationer beroende på vilken roll de hade. Några var helt oförstående och frågade vad vi menade och andra svarade helt naturligt om sin roll i processen. När det gäller kommunikationen i organisationen så anser vi att vi har fått fram att det är stor skillnad i hur man förstår varandra. Det är ju också något som stöds av både Thorsvik och Jacobsen (1997/1998) och även Tajfel och Turner (1985) när de säger att man kommunicerar bäst med personer av samma kultur eller med folk av samma profession.

En funktion var den om flödet i produktionen, ett sk flödesschema. Denna funktion är väldigt närbesläktad med funktionerna som hanterar systemdokumentation, systemkarta och användarmanualer. Då många av respondenterna pratat om dessa i samma sammanhang under intervjuerna så har vi dragit slutsatsen att de bör ligga i en övergripande funktion som styr behovet av dessa. Respondenterna hade till dessa funktioner olika syften av användande som till exempel ekonomiska flöden, tekniska flöden och diverse input/output. Den av dessa funktioner som hade flest positiva röster var den som kan hantera användarmanualer då den inte bara användes vid diverse fel, utan också vid upplärning av nyrekryterade användare. Visserligen var det bara en respondent, som uttryckligen nämnde detta med upplärningssyftet, men det gav oss ändå insikten i vilken potential denna funktion kan besitta. Thorsvik och Jacobsen (1997/1998) kallar det för kodare/avkodare i deras kommunikations process, och det är här som vi anser att en funktion för användarmanualer, kan minska den språkförbistring som ibland uppstår vid kommunikationen mellan användare och helpdesk.

5.5 Leverantörens kompetens

Efterfrågan fanns av en funktion för att kunderna ska kunna veta vilken kompetens leverantören kan erbjuda dem. Den bör även stödja nya forskningsrön med teknikanknytning. Det som skiljer respondenterna åt vad gäller närheten till tekniken, var väldigt relaterat till de olika rollerna som figurerade i intervjuerna. Framförallt så tilltalade leverantörens kompetens och tekniska kunskaper användarna. När det sedan gäller systemägarna så låg intresset mer på att kunna ta del av vilka tekniker som finns att tillgå på ett mera strategiskt plan. Vi anser här att denna funktion kan komma att bli oerhört viktig i framtiden då leverantörens separation, från det företag som man förut var en del av, kommer att bli mer tydlig. Att sedan kunna upplysa kunderna om vad som även sker på forsknings nivå, anser vi vara bra för kunderna.

5.6 Prioritering

Att på något sätt prioritera vilka funktioner som är viktigare än andra är också en viktig bit i det hela. Vi har kommit fram till att vilken prioritet som man har om olika funktioner är helt beroende av vilken arbetsuppgift man har. Den som arbetar direkt i produktionen är beroende av att snabbt kunna använda sig av funktioner för att hindra att det blir stopp i produktionen. Den som arbetar på en högre nivå är mer beroende av strategisk information som mer rör planering och om de ekonomiska bitarna. Eftersom respondenterna ofta gick in på nivån på funktionerna anser vi att det är bra att på något sätt även belysa denna synvinkel. Vi har i figur 5.1 sammanställt en tabell där funktionerna prioriteras efter hur lättillgängliga respektive funktion bör vara.

Funktioner på en portal	Prioritet med avseende hur lätt respektive funktion ska kunna nås	
	låg	hög
Funktioner runt ekonomi och publika avtal	← ☆ →	→
Funktioner för kommunikation	←	☆ →
Funktioner för driftstopp och störningar	←	☆ →
Funktioner för information kring produkter	←	☆ →
Funktion för IT avdelningens marknadsföring.	← ☆ →	→
Funktion för att hitta i organisationsstrukturen	←	☆ →

Figur 5.1 Prioritering av funktioner

5.7 Användbarhet

Vi anser att för att uppnå usability på portalen så måste man utgå från den tänkta användarens situation och det stöds också av vad Göransson (2001) anser om Usability. Att man kan uppnå Usability genom att lära känna den potentiella personens mål, dennes uppgift och sammanhanget i användandet.

När det gäller hur människor läser på en websida så menar Nielsen (2002) att de flesta scannar över en sida för att hitta det de söker. Funktionerna måste vara enkla och lättförståeliga och vara lätta att hitta. Dahlberg och Gunnarsson (2001) menar att användarna ofta har olika åsikter på hur en portal ska se ut och att det beror på erfarenhet och hur nyfikna användarna är på nya funktioner. Vi har i vår studie kommit fram till att de funktioner som ska finnas på portalen bl.a. ska stödja både strukturerad och ostrukturerad information. Stenmark (2002) anser att det mest vanliga sättet att angripa detta är att låta datorer hantera strukturerad information. Ofta organiseras och struktureras informationen efter den som hanterar informationen och inte efter den verkliga användarens behov. Vi anser att vi utgått från den verkliga användarens behov eftersom vår undersökning är fokuserad på kategorin kunder

6. Slutsatser

Vi anser att det i vår studie framkommit att det finns ett stort behov av att samla funktioner för vår målgrupp på ett och samma ställe. Vi anser även att en portal är ett bra alternativ för detta. Det finns ett stort intresse för en portal hos kunderna. Många av de funktioner som vi kommit fram till bör finnas med på en portal, är funktioner som är direkt knutna till vilken arbetsuppgift man har. Vi har dragit slutsaten att följande funktioner behövs.

- Funktion för att hitta i organisationsstrukturen
- Funktion för kommunikation
- Funktion för information kring produkter
- Funktion för driftstopp och störningar
- Funktion för att hantera ekonomi och publika avtal
- Funktion för IT avdelningens marknadsföring.

En del av funktionerna är gemensamma för de olika rollerna. När vi gjorde vårt urval av respondenter så var det just för att fånga in alla tänkbara typer av kunder för att få en så bred bild som möjligt av olika kunders behov. Det är viktigt att använda ett språk som gör att alla kategorier av kunder kan förstå vilket område funktionerna på portalen stödjer.

6.1 Vidare forskning

Vidare forskning kan vara att studera vilken information och informations innehåll som funktionerna bör stödja. Vidare bör man utvidga vår forskning av vilka funktioner som kunden bör erhålla på en portal till att gälla hela leverantörens kundkrets.

7. Referenser

- Bergquist, M. & Ljungberg, J. (2000) *Communication: From management to organizing*. Kapitel 3 in Planet Internet. Braa, K., Sørensen, C., Dahlbom, B. (eds). Lund: Studentlitteratur.
- Bertel, T. (1996) Definitioner av knowledge management. http://www.km-forum.org/what_is.htm Senast besökt 02-03-18
- Dahlberg, K and Gunnarsson, M. (2001). *Portalgenres: For development and evaluation of design*. Examensarbete. Högskolan Trollhättan/Uddevalla. <http://www.examensarbete.udd.htu.se> Senast besökt: 02-02-15
- Eriksson, I (1997). *StartBok Intranet - strategi, taktik och teknik*. Göteborg: Graphic Systems AB
- Göransson, B. (2001) *Usability Design: A Framework for Designing Usable Interactive Systems in Practice*. IT Licentiate thesis. Uppsala University Department of Information Technology
- Holme, M. I., Solvang, B., (1997) *Forskningsmetodik: om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Studentlitteratur: Lund, andra upplagan.
- Kilje, J (1999) *Företagsportaler*. <http://www.oru.se/org/inst/esa/adb/adbpbk/rapporterht99/jonatank.doc> Senast besökt 02-04-02
- Lotson, A.(2002, januari, 18) Användbar och affordant. *Computer Sweden*. s 17
- McCracken, G (1988). *The long interview*, Sage University Paper Series on qualitative research methods Vol. 13 Beverly Hills, CA: Sage
- Morkes, J., Nielsen, J.(1997) Concise, Scannable, and Objective: How to write for the web. <http://www.useit.com/alertbox/9710a.html> Senast besökt: 02-03-10
- Nielsen J (2002) *Field Studies Done Right: Fast and Observational* Jacob Nielsen alertbox januari 20, 2002 <http://www.useit.com/alertbox/20020120.html> Senast besökt: 02-02-11
- Olsson, S., Bergquist, J. & Ljungberg, J. (2000) *Corporate Communities on a Intranet* Viktoria Institute Göteborg
- Orlikowski, W (1992) *Learning from Notes*. MIT Sloan School Working Paper #3428-92 Center for Coordination Science Technical Report #134 May 1992
- Ricknäs, M. (2002, mars, 1). Portalerna växer och tar revanch. *Computer Sweden*, CS-teknik, s 5.

Robertson, M., Sørensen C., Swan, J. (2000)*Facilitating Knowledge with GroupWare: A Case study of Knowledge Intensive Firm*. In Proceedings of HICSS-33, Maui, Hawaii.

Stenmark, D. (2000). *The Creative Intranet: Factors for Corporate Knowledge Creation*. Proceedings of IRIS 23. Laboratorium for Interaction

Stenmark D. (2002) *The new intranet*. Gothenburg Studies in Informatics report 21 march 2002 <http://w3.informatik.gu.se/~dixi/thesis/thesis.pdf>
Senast besökt: 2002-03-02

Svenska datatermgruppen. <http://www.nada.kth.se./dataterm/>
Senast besökt: 2002-03-07

Tajfel, H., Turner, J. C. (1985). *The Social Identity Theory of Intergroup Behavior* , Chicago: Nelson Hall

Thorsvik, J., Jacobsen, D. I. (1998). *Hur moderna organisationer fungerar*. (G. Sandin och A. Sandberg övers) Lund: Studentlitteratur (Orginalarbete publicerat 1997)

Wallén G (1996) " *Vetenskapsteori och forskningsmetodik* " Studentlitteratur: Lund, Sverige

Bilaga 1: Intervjumanual

INTERVJUMANUAL

Personlig bakgrund

- Hur lång anställningstid har du på Volvo?
- Vilken är din befattning?
- Hur länge har du haft den befattningen?
- *Vilka andra befattningar har du haft inom koncernen?*
- Vilken utbildning har du?
- Hur länge har du haft den befattning du har nu?
- Vad innebär den rollen vilka ansvarsområden har du?
- Utifrån dina ansvarsområden vilken information är intressant att få tillgång till?
 - Budget/ finansiella
 - Telnr, e-post adress till kontaktperson
 - Användarmanual
 - Teknisk information, systemkopplingar, flödesschema
 - Support
 - problemlösning
- Vilken datorvana har du?

Process/System

- Vilket/vilka system kommer du i kontakt med?
- I vilken process ingår dessa system?
- Hur lång tid har du använt respektive system tjänster?
- Vilken information är du främst intresserad av gällande system och process
 - tycker du informationen är tillräcklig? Eller vill du ha ytterligare information om systemen/processen som helhet?
- Hur skulle du i så fall vilja få den informationen?
- Vilka av Volvo IT's system/tjänster kommer du i kontakt med?
- Vilket system kräver mest kontakt med IT avdelningen?
- Vilka problem är vanligast?

Kontaktkanaler på IT avdelningen.

- När det är problem, är det enkelt att kontakta IT-avdelningen?
- Hur vet du vem du ska kontakta?
 - Hur sker kontakten?
 - Kan du alltid kontakta någon för att få hjälp?
 - Får du hjälp inom rimlig tid?
- *Anser du att det skulle kunna gå fortare?*
- Vet du vilken IT-avdelning som ansvarar för "dina" system?
- Vet du om att IT-avdelningen är indelad i olika team?
- *Vet du vilket team som du ska vända dig till när du behöver hjälp?*

Information

- Om du har förslag till förändring angående den process du ingår i, hur går du tillväga för att framföra ditt förslag?
- Hur har du tillgång till Volvo's intranät?
- Hur ofta använder du det?
- Tycker du att det går bra att läsa på skärmen eller föredrar du att skriva ut dokumenten?
- Hur sker kommunikationen mellan användarna av systemet? Finns det något sätt att kommunicera för att ge varandra tips och råd förutom den muntliga vägen? Ex Debattboard på intranätet.
- tror du att det skulle finnas ett behov av en sådan?
- Vilken information anser du bör finnas tillgänglig på intranätet?