



Teknik och samhälle
Datavetenskap

Examensarbete
15 högskolepoäng, grundnivå

En utvärdering av e-myndigheternas metoder för att minska den digitala klyftan

An evaluation about methods done by eGovernments
to diminish the digital divide

Kenny Okoro

Examen: Kandidatexamen 180 HP
Huvudämne: Data- och
informationsvetenskap
Program: Informationsarkitekts-
programmet
Datum för slutseminarium:

Handledare: Johan Gustavsson
Andrabadömare:
Examinator:

Sammanfattning

Idag har en majoritet av Sveriges medborgare goda tekniska färdigheter i hur modern teknologi används, och det är oftast utifrån deras nivå utvecklarna utgår ifrån vid framsteg av informationsteknologi. Det finns dock fortfarande personer som sällan eller aldrig använder modern teknologi då de saknar både kunskap eller tillgång. I denna uppsats lyfter studien fram bland annat den grupp som inte har fått en naturlig introduktion till informationsteknologin från t.ex. via skola eller arbetsliv, nämligen de äldre. I olika forskningar redogörs att vissa demografer i samhället är sämre på att använda informations-teknologin, trots uppväxten med det. Denna studie undersöker delegationens webbjiktlinjer som är avsedda för myndigheterna och deras förbättring av e-tjänsterna för att öka dess användbarhet. Genom att ha studerat tidigare forskningar, har empirisk datainsamling gjorts via intervjuer och enkätundersökningar hos kontaktpersoner inom verksamheternas IT-avdelningar. Studien har en kombination av kvalitativ och kvantitativ forskningsmetod med insamlad data från intervjuer och enkätundersökningar. Med hjälp av data belyser studien hur myndigheterna betraktar användbarheten, samt deras metoder för utvecklingen av deras e-tjänster utifrån förutsättningarna hos medborgarna.

Nyckelord: e-myndighet, webbutveckling, webbjiktlinjer, användbarhet, informations-teknologi, digitala klyftan

Abstract

A majority of today's Swedish population find themselves possess technical skills when using modern technology. This majority of the population are also the ones that are the target group when developing new information technology. There are still people who rarely or never use modern technology as they lack knowledge or accessibility. This study emphasizes a group who didn't go through any introduction of using computers at school or in working life, which are the elders. Further examinations of the research also shows there are different demographics in our society with poor skills using technology, even though they've been born and raised among it unlike the elders. The study also examines the guidelines from the delegation, directed to the government agencies in order to improve the usability of their e-services. Studies of former researches were made, empirical data collection occurred through interviews and questionnaires with people within IT-departments. My dissertation has a combination of qualitative and quantitative research methods and with collected data; I highlight their views on usability and describe the methods used by eGovernments for developing their e-services based from a citizen's perspective of condition.

Keywords: eGovernment, web development, guidelines, usability, information technology, the digital divide.

Innehållsförteckning

1. Introduktion	1
1.1 Bakgrund.....	1
1.2 Syfte.....	2
1.3 Frågeställning	2
1.4 Avgränsning.....	2
1.5 Disposition	2
2. Teori.....	3
2.1 E-förvaltning/E-myndighet.....	3
2.2 Demokrati och dagens samhällsförändring.....	3
2.3 Digitala klyftan.....	4
2.3.1 Kön – kvinnor	4
2.3.2 Ålder – de äldre	4
2.3.3 Utbildning – lågutbildade	5
2.3.4 Etnicitet – invandrare.....	5
2.3.5 Geografisk hemvist - glesbygd/landsbygd	5
2.3.6 Funktionshinder	5
2.4 E-delegationen.....	6
2.4.1 Webbriktlinjer	6
2.4.2 Avgränsning av webbriktlinjer	7
2.6 WCAG 2.0.....	8
2.7 Användbarhet och användbarhetstest	9
3. Metod	10
3.1 Hermeneutik.....	10
3.2 Litteraturstudie.....	11
3.2.1 Sekundärdata.....	11
3.3 Urval.....	11
3.4 Datainsamlingsmetoder.....	11
3.4.1. Kvalitativt.....	11
3.4.2 Intervju.....	12
3.5 Kvantitativt.....	12
3.5.1 Enkätundersökning.....	13
3.6 Metoddiskussion.....	13
4. Resultat.....	13
4.1 Studiens indelning av riktlinjer utifrån de identifierade grupperna och deras behov.....	13
4.2 Problemdiskussion	15
4.3 Myndigheternas värderingar av webbriktlinjerna	15
4.3.1 Skatteverkets enkätundersökning.....	16
4.3.2 Försäkringskassans enkätundersökning	18
4.3.3 Migrationsverkets enkätundersökning.....	20
4.4 Jämförelse mellan studiens och myndigheternas värderingar av riktlinjer.....	23
4.5 Resultat för antalet riktlinjer som uppfylldes utifrån studiens kriterier.....	24
4.6 Problemdiskussion	24
4.7 Intervju.....	25
5. Diskussion	29
6. Slutsats	30

1. Introduktion

1.1 Bakgrund

Det politiska initiativet om en e-förvaltning har sitt ursprung i USA med start i början av 1990-talet. Idéerna anammades av EU, liksom Sverige och har sedan dess drivits i Europa parallellt med utvecklingen i USA. Flera politiska initiativ presenterades under 1990-talet, men det var inte förrän 1999 som EU-kommissionen presenterade eEurope. Här kom för första gången begreppet "e" in i formuleringarna. Kommissionen presenterade eEurope Action Plan i juni 2000 där de ville att internettekniken skulle bli öppnare. Utgångspunkten var att medlemsstaterna inom EU och kommissionen skulle binda sig till att uppnå ett billigare, snabbare och säkrare internet, ökade kunskaper hos användarna och ökad internetanvändning (1, sid 31).

Idag är tillgången till informationstekniken mycket hög i Sverige och svenskarnas tillgång till datorer och internet är bland de högsta i världen enligt ett webbindex [2]. Informationsteknologi (IT) är ett samlingsbegrepp för de tekniska möjligheter som skapats genom framsteg inom datateknik och telekommunikation [22]. Svenskarna har datorer och internetuppkoppling i skolan, arbete och i hemmen. Dagens mobiler är ständigt uppkopplade mot internet som bidrar till ett oavbrutet informationsflöde [3]. Tillgången och användning av internet har bidragit till en norm. Att inte ha tillgång eller användning av internet är numera en avvikelse. Det finns dock hinder som indikerar att den snabba spridningen inte kommer att fortsätta av sig själv eftersom ekonomiska, demografiska, kulturella och geografiska faktorer motarbetar just detta [4].

För att minska detta hinder valde den svenska regeringen att komma med en proposition år 2009. I propositionen ville regeringen inrätta en E-delegation med avsikt att stärka utvecklingen av en tillgänglig e-förvaltning och skapa goda möjligheter för myndighetsövergripande samordning. Regeringen redovisade även arbetet med ett offentligt etos, det vill säga viljan att stärka de statsanställdas kunskaper om förståelse för de grundläggande värdena i demokrati, rättssäkerhet och effektivitet. Vidare redovisades arbetet med att stärka människors tillit till myndigheterna [5]. Utifrån regeringens proposition om förstärkt e-förvaltning gentemot medborgarna och den icke normativa avvikelsen att vissa medborgare inte har tillgång till dator- eller internetanvändning, vänder sig studien till den offentliga sektorns e-myndighetsutövande.

Skatteverket, Försäkringskassan, Centrala studiestödsnämnden, Migrationsverket och Jordbruksverket är myndigheter som den breda allmänheten ur Sveriges olika demografer kommer i kontakt med. Dessa myndigheter kommer att ligga som grund för min utvärdering i reflektionen gentemot medborgarnas strävan att ta del av e-förvaltningarnas användbarhet för bättre informationsspridning.

1.2 Syfte

Syftet med denna studie är att utifrån regeringens direktiv och forskningar om den digitala klyftan, utvärdera utvalda myndigheters insatser att minska klyftans gap. Uppsatsen belyser uppkomsten och begreppet digitala klyftan genom att spegla fenomenet mot demokratin. Studien undersöker dessutom användbarhetskraven ämnade för myndigheterna att uppfylla på sina e-tjänster, för att tillgodose fler av Sveriges befolkning. Med detta som bakgrund är syftet att utvärdera och undersöka de metoder och lösningar som myndigheterna använder. Som kriterier används E-delegationens riktlinjer, avsedda för att skapa användbara e-tjänster för de identifierade grupperna inom den digitala klyftan.

1.3 Frågeställning

- Vilka arbetsmetoder och verktyg används, samt hur värderas webbriktlinjerna av e-myndigheterna för utvecklingen av e-tjänsternas användbarhet, utifrån de identifierbara gruppernas behov inom den digitala klyftan?
- Kan myndigheten uppfylla användbarheten för enstaka gruppers behov?

1.4 Avgränsning

Enligt PSI-datakollen så existerar det 632 stycken offentliga myndigheter i Sverige [6], och i min studie har jag valt att avgränsa mig till att utvärdera Skatteverket, Migrationsverket, Centrala Studiestödsnämnden (CSN), Försäkringskassan och Jordbruksverket. Anledningen till mina val är att E-delegationens krav på myndigheterna har gett olika resultat i form av godkända och icke godkända valideringsresultat för respektive e-myndighets krav för öppna data [6]. En annan anledning är att de valda myndigheterna omfamnar fler av de identifierade grupperna. Ur ett sociologiskt perspektiv existerar det demokratiska och ekonomiska värden bortom den digitala klyftan. Den ena idén är knutet till fria marknader och det andra till politisk demokrati [7. sid 60]. Inom uppsatsen studieområde så har det ekonomiska perspektivet utelämnats och istället klargjort demokratin betydelse. Detta med anledningen att inte gå in allt för djupt i det sociologiska perspektivet, utan istället belysa det datavetenskapliga perspektivet i uppsatsen.

1.5 Disposition

I uppsatsens första avsnitt förklaras bakgrunden till e-förvaltningen. Därefter redogörs de identifierade grupperna inom digitala klyftan, E-delegationens webbriktlinjer avsedda för myndigheterna och begreppet användbarhet i teoriavsnittet. Med referenser till tidigare forskningar i uppsatsens teoridel görs datainsamlingar genom intervjuer och enkätundersökningar hos fyra olika myndigheter. Empirin presenteras och mäts i resultatdelen för att till slut analyseras genom att diskutera och besvara uppsatsens frågeställningar i studiens sista kapitel.

2. Teori

I detta avsnitt beskrivs teorier kring uppkomsten av digitala klyftan där även de identifierbara grupperna presenteras. Jag redogör begreppet användbarhet och beskriver myndigheternas uppgifter och krav gentemot medborgarna ur ett demokratiskt perspektiv, samt framställer webbkritiklinjerna avsedda för myndigheternas e-tjänster.

2.1 E-förvaltning/E-myndighet

Definitionen av e-myndighet är olika beroende på vem som uttrycker sig. Vissa definierar e-förvaltning endast i facktermer av möjligheten att leverera förvaltningstjänster och information via internet. Den definition kan anses begränsande då e-förvaltning ofta kopplas samman med begrepp e-tjänster och e-demokrati. Begreppet får då en bredare betydelse och avser inte endast förvaltningen, utan även medborgare, företag och samhället [9]. E-förvaltning är en förändring i sättet att se på IT i offentlig sektor. Förändringen handlar inte bara om ökad IT-användning, utan också om försök att lyfta upp frågor om IT-användning till en strategisk nivå. De strategiska funderingarna kommer dels som en reaktion på internets genombrott, dels som en följd av att dagens IT i företagsvärlden är av strategisk natur. Ytterligare en bakgrund är de omstruktureringar av myndigheters verksamhet som görs av ekonomiska skäl. Med detta åsyftas ett marknadstänkande där myndigheter tvingas visa goda ekonomiska resultat i konkurrens.

E-förvaltningen presenteras vanligen som användning av IT för att:
(1, sid. 27)

- Tillhandhålla enklare tillgång till information och tjänster från myndigheter.
- Öka kvaliteten på tjänsterna genom t.ex. snabbhet och fullständighet.
- Ge medborgare möjligheter till interaktion med myndigheter och demokratiska institutioner och därmed deltagande i demokratiska processer.

2.2 Demokrati och dagens samhällsförändring

Demokratins betydelse är folkmakt eller folkstyre. I ett politiskt system så är det regeringsmakten som företräder folkviljan. Regeringsmakten framkommer genom fria, allmänna och hemliga val där vissa medborgerliga rättigheter som yttrande- och föreningsfrihet är garanterade [10, sid 121]. Stora förändringar har skett i världen och i det svenska samhället med dess politiska system. Förändringarna inleds möjligen i global ekonomi som ingen enskild person eller sammanhållen grupp har någon kontroll över. Klyftorna mellan de rika och de fattiga länderna växer hela tiden. I det sociala systemet uppstår stora olikheter mellan människorna som en följd av ekonomins utveckling. Sverige har uppnått ett 2/3 samhälle vilket betyder att 1/3 av samhällsmedlemmarna är de arbetslösa, utomeuropeiska invandrarna, sjuka, handikappade, ensamstående mödrar osv. [7, Sid 43]. Denna samhällsförändring kan på liknande sätt speglas mot den digitala klyftan där bristen på användning av datorer och internet har identifierats inom kön, ålder, utbildning, etnicitet, geografisk hemvist och funktionshinder [8]. När det gäller omfattningen så har den digitala klyftan mellan rika och fattiga och mellan arbetare och tjänstemän till stor del försvunnit. Idag har nästa alla unga en smart mobil vilket innebär att avvikelserna är små i de åldersgrupperna. Klyftan är större bland medelålders vilket skiljer med låg utbildning till skillnad från andra utbildningsgrupper. De har i mycket mindre utsträckning än andra tillgång till en smart mobil och en surfplatta. Ännu tydligare är skillnaderna

bland pensionärer. Bland pensionärerna är de välutbildade med bra ekonomi som avskiljer ut sig från övriga [3].

Regeringen vill se en samhällsgemenskap där alla medborgare och invånare, kvinnor och män har goda möjligheter att förverkliga sin egen potential, utöva sina rättigheter samt fullgöra sina skyldigheter. Medborgarna ska ha ett så stort inflytande som möjligt över förhållanden som påverkar deras egen tillvaro, och de flesta människor kommer dagligen direkt eller indirekt i kontakt med någon del av den offentliga sektorn. I propositionen lyfts den viktiga innebörden att alla människor ska kunna kommunicera med myndigheter. Därmed måste myndigheterna bland annat utforma och anpassa sina webbplatser så att de blir tillgängliga för medborgare med till exempel funktionsnedsättningar. Varje myndighet har ett ansvar för utvecklingen av sin egen service [5. sid 31].

2.3 Digitala klyftan

Detta fenomen är ett uttryck som börjat användas de senaste åren. Det handlar om dem som exempelvis inte blir datoranvändare i samma takt som många andra. Det är just detta som beskrivs som avvikande bland medborgarna i samhället. Det finns en kulturell klyfta eftersom kulturella faktorer som ålder, utbildning och nationellt ursprung inte tycks vara kopplat till ekonomiska faktorer [1]. Digitala klyftan beskrivs vanligen i Sverige som tillgång till datorer eller bredband, vilket antas fördelas ojämnt mellan traditionellt "svaga" och "starka" grupper vilket kan anses vara en teknik eller klassfråga. Det handlar om kunskap att använda tekniken, och då inte så mycket att peka och klicka som att förstå och hantera informationen. Att ingå i ett nätverk kan istället vara det som är mer betydelsefullt och då spelar utbildning, bostadsort, socialt nätverk etc. en viktigare roll än ekonomisk situation [1].

2.3.1 Kön – kvinnor

Skillnaderna var stora i mitten på 90-talet mellan olika grupper i samhället. Olle Findahl, professor i media och kommunikationsvetenskap menar att det var främst tjänstemännen och kontorsarbetare som vara vana med att arbeta med internet. Internet var inget som barn och ungdomar använde och det var stora skillnader mellan män och kvinnor på den tiden [3]. Den digitala klyftan mellan män och kvinnor har enligt Andersson [4] minskat, att kvinnorna sedan 1995 till 2001 har nått en mer jämlik användning av internet. Hinder som kvinnorna upplever är att de upplever att internet är komplicerat, för långsamt eller att det uppstår tekniska problem. Dessutom reagerar fler kvinnor på att internet innehåller rasistiska eller andra diskriminerande innehåll med pornografiskt material. En annan anledning till hinder är att datorn oftast är upptagen av en man eller barn. Detta påvisar att de traditionella könsrollerna fortfarande existerar och att kvinnan utför den större delen av sysslorna i hemmet [4].

2.3.2 Ålder – de äldre

Ungdomar är i Sverige den grupp som har störst tillgång och använder sig mest av dator och internet. I Sverige är alla åldersgrupper ganska jämnt fördelade bland användarna med pensionärerna som undantaget. De flesta individer hos de äldre hade dessutom lämnat arbetslivet och barnen hade flyttat hemifrån innan datorer och internetutvecklingen avancerade. Andersson påvisar även de hinder som de äldre stöter på som är att de inte ser någon nytta och saknar intresse i användandet. Andra hinder är att de ser brister hos systemen, dvs. att IT verkar för krångligt och att IT är

för dyrt [4]. Findahl nämner att pensionärernas yrkesbakgrund spelar roll i hur mycket dem använder internet. Nästan alla pensionärer med hög utbildning och inkomst använder internet jämfört med omkring 40 procent bland de med låg inkomst och låg utbildning [3].

2.3.3 Utbildning – lågutbildade

Andersson påstår att utbildning och inkomst är avgörande faktorer för hur stor omfattning användaren hanterar internet [4]. Findahl påstår att en högre utbildad person har en betydande faktor för hur hög sannolikheten är att personen använder internet [3]. En tendens som syns i Sverige är att människor som lever i hushåll med hög inkomst men som har låg utbildning visar sig ha lägre internetanvändning än de som lever i hushåll med låg inkomst men som har en hög utbildningsnivå. Personer med både hög inkomst och hög utbildning använder dock internet mest. Några hinder som gruppen stöter på är kostnaden för införskaffandet av dator och kostnaden att vara uppkopplad vilket medför löpande kostnader. Ett annat hinder är saknaden av introduktionen till internet [4].

2.3.4 Etnicitet – invandrare

Det finns ca 1,4 miljoner utrikesfödda i Sverige vilket är ca 15 % av befolkningen. De flesta kommer från Finland, följt av Irak och Jugoslavien som vanligaste födelseland. Det finns en spridning av de språkliga svårigheterna för personer med så olika förutsättningar, utbildning och ålder vid flytten från hemlandet [18].

2.3.5 Geografisk hemvist - glesbygd/landsbygd

Enligt en rapport av Bredbandskarta [20] är det riksdagen och regeringen som sätter mål och bestämmer om regler och finansiering för bredbandsutbyggnad i Sverige. November 2009 beslutade regeringen ett bredbandsmål att minst 90 % av alla hushåll och företag ska ha tillgång till bredband på minst 100 Mbit/s år 2020. År 2011 publicerade länsstyrelsen en artikel att det hade uppstått en stor digital klyftan i Sverige mellan stad och landsbygd när det gäller tillgång till snabbt bredband. Länsstyrelser och regioner gjorde en skrivelse till regeringen och föreslog att staten skulle skjuta till tre miljarder kronor i stöd till utbyggnad av fiber till landsbygden [15]. Andersson antyder att användandet av internet är generellt högre i Sveriges storstäder [4]. Ett hinder för glesbygden är den bristande tillgången till IT-infrastruktur. Tillgången är dvs. högst i städer som Stockholm, Göteborg och Malmö för att sedan minska allteftersom befolkningstätheten minskar. Enligt Bredbandskarta är det ett litet antal områden som saknar tillgång till bredband [20]. Småkommunernas verksamhet gjorde ett yttrande om *SOU 2014:21 – Bredband för Sverige in i framtiden* angående målet att år 2015 ha nått 40 % av alla hushåll och företag. Landsbygden hade endast tagit del av 10 % av utbyggandet medan resterande hade byggts ut i tätorterna [24]. Bredbandsutbygget pågår än idag.

2.3.6 Funktionshinder

Andersson förklarar att funktionshinder är de svårigheter som påverkar människan till följd av en skada, och som inte kan utföra en aktivitet på samma sätt eller inom de gränser som anses normalt. Ett jämförande mellan funktionshindrade och icke funktionshindrade påvisar stora skillnader i internetanvändning. Snittåldern bör läggas i åtanke hos de funktionshindrade då åldern är högre då de flesta som ingår i denna kategori är äldre pensionärer. Hinder som funktionshindrade exempelvis kan

stöta på är att en webbsida inte tillgodoser användarens fysiska eller psykiska förutsättningar att hantera webbsidan [4].

2.4 E-delegationen

E-delegationen är ett utskott under näringsdepartementet som på regeringens direktiv har uppgiften att vidareutveckla e-utvecklingen inom offentlig sektor. Utskottet har idag tolv olika arbetsområden. Några exempel på arbetsområden är att arbeta med sociala medier. Delegationen fick i uppdrag av regeringen att utforma riktlinjer för myndigheternas hantering av sociala medier. Ett annat arbetsområde är vidareutnyttjande av offentlig information, det så kallade PSI-direktivet. Delegationen arbetar med att ta initiativ till att koppla ihop förstudier och projekt samt ge direktiv som leder till förvaltningsgemensamma tjänster gällande IT-standarder inom vård och omsorg. För att undvika dubbelarbete så identifierar dem även gemensamma beröringspunkter. Ett annat arbetsområde är att de ser till att myndigheternas olika datasystem ska kunna fungera tillsammans och kommunicera med varandra. Det arbetsområde som denna studie belyser är E-delegationens riktlinjer för webbutveckling som är avsedda för Sveriges e-myndigheter [13].

2.4.1 Webbriktlinjer

E-delegationen har utformat totalt 111 stycken webbriktlinjer som är avsedda för myndigheterna att följa. Varje riktlinje har en prioritet inom ett eller flera olika teman, principer och taggar som visas i tabell 1 [21].

Tabell 1

Kategori	Underkategori
Prioritet: Riktlinjerna är indelade i rangordnade prioritetsordningar.	<ul style="list-style-type: none">• 1• 2• 3
Tema: Ett sätt att hitta i vägledningen är att utgå från teman som tagits fram.	<ul style="list-style-type: none">• Användbarhet och användarcentrerat arbetssätt• Bevaring och gallring• Inköpare och beställare• Skriva texter• Standarder för webbplatser• Tillgänglighet
Principer: Vägledningen utgår från sex grundläggande principer. Dessa gäller i arbetet med både interna och externa webbaserade applikationer.	<ul style="list-style-type: none">• Användbar• Effektiv• Förtroendeingivande• Tekniskt oberoende• Tillgänglig• Åtkomlig över tid
Målgrupp	<ul style="list-style-type: none">• Offentlig sektor• Privat sektor

Taggar:	<ul style="list-style-type: none"> • Formulär • Klarspråk • Stilmallar • Flerspråkighet • Länkar • Register • Sök • Databas
----------------	---

Källa: Vägledning för webbutveckling [21]

2.4.2 Avgränsning av webbriktlinjer

För att lättare hantera antalet riktlinjer avgränsades olika delområden som var oväsentliga för min studie och dess syfte. I studien analyserades riktlinjerna som klassificerades som prioritet 1, teman valdes som fokuserade på besökarens möte med e-tjänsten och dess användbarhet. Som målgrupp valdes dem inom den offentliga sektorn, det vill säga allmänheten. Taggarna valdes utifrån besökarens behov att kunna navigera sig runt på e-tjänsten (Tabell 2).

Tabell 2

Kategori	Underkategori
Prioritet:	<ul style="list-style-type: none"> • 1.
Tema:	<ul style="list-style-type: none"> • Användbarhet och användarcentrerat arbetssätt • Standarder för webbplatser • Tillgänglighet
Principer:	<ul style="list-style-type: none"> • Användbar • Effektiv • Förtroendeingivande • Tekniskt oberoende • Tillgänglig • Åtkomlig över tid
Målgrupp:	<ul style="list-style-type: none"> • Offentlig sektor
Taggar:	<ul style="list-style-type: none"> • Formulär • Klarspråk • Stilmallar • Flerspråkighet • Länkar • Sök

Källa: Vägledning för webbutveckling [21]

Efter filtrering och urval av riktlinjerna bland kategorierna minskade antalet till totalt 28 stycken. Riktlinjerna är följande:

- **R1.** Följ WCAG 2.0 nivå AA
- **R2.** Ge begripliga felmeddelanden
- **R8.** Bestäm målgrupper och syften för webbtexterna
- **R10.** Ge all information på begriplig svenska
- **R11.** Kombinera skrift med ljud, bild och film
- **R13.** Ge information på svenskt teckenspråk
- **R14.** Ge information på de nationella minoritetsspråken
- **R15.** Ge information på engelska och andra språk
- **R25.** Förvaltningsorganisationen och dess kunskap ska stå i proportion till webbplatsens storlek och ambitioner
- **R27.** Hjälp användarna att hitta på webbplatsen
- **R31.** Länka alla sidor till startsidan
- **R34.** Gör länkar, klickbara ytor och menyer användbara för alla
- **R50.** Minimera antalet fält i formulär
- **R52.** Fyll i formulär med kända uppgifter
- **R53.** Gruppera formulärets fält
- **R55.** Skapa tydliga och klickbara fältetiketter
- **R57.** Låt användarna fylla i information i valfritt format
- **R58.** Använd standardutseendet på formulärens element
- **R60.** Gör tydliga användbara knappar
- **R61.** Gör tydliga och informativa rubriker
- **R63.** Visa var i en process användaren befinner sig
- **R64.** Skriv lättbegripliga texter
- **R65.** Använd ord och termer konsekvent
- **R66.** Skriv datum och andra sifferuppgifter konsekvent
- **R77.** Ge tydlig återkoppling i e-tjänster
- **R78.** Brödsmulor eller sökstigar i e-tjänster
- **R92.** Webbplatsen ska kunna användas även utan stilmallar
- **R101.** Markera tydligt vilka fält som är obligatoriska

2.6 WCAG 2.0

WCAG är en förkortning och står för Web Content Accessibility Guidelines som innehåller referenser för att göra webbinnehåll mer tillgängligt för ett större antal människor med olika typer av funktionsnedsättningar. Funktionsnedsättningarna de fokuserar sig på är människor med synnedsättningar, hörselnedsättning, inlärnings-svårigheter, kognitiva funktionsnedsättningar, begränsad rörlighet, talsvårigheter, ljuskänslighet och kombinationer av dessa. Med riktlinjerna att tillgodose användarna med att minimera nedsättningarna, är syftet att gör webbinnehållet mer användbart för användare i allmänhet. WCAG 2.0 har tagits fram genom W3C:s arbetsprocess i samarbete med enskilda individer och organisationer över hela världen. Syftet med samarbetet var att leverera en gemensam standard för webbtillgänglighet som uppfyller enskilda individers, organisationers och myndigheters behov på internationell nivå. Enskilda individer och organisationer som använder WCAG upplever stor variation. Webbdesigners, webbutvecklare, beslutsfattare, lärare och studenter har olika behov i deras interaktion med riktlinjerna hos WCAG. Det har erbjudits flera nivåer av vägledning [16]:

Principer - Det finns fyra principer som utgör grunder för webbtillgänglighet vilka är möjligheten att uppfatta, hantera, begripa och dess robusthet. Dessa principer ska definiera hur man gör webbinnehållet mer tillgängligt.

Riktlinjer - Under de fyra principerna finns det tolv riktlinjer som utgör exempel på de huvudsakliga målen som utvecklaren ska jobba mot för att göra innehåll mer tillgänglig för användare med olika funktionsnedsättningar. Riktlinjerna är inte mätbara, men erbjuder det ramverk och stöd som behövs för att utvecklarna ska förstå framgångskriterierna.

Framgångskriterier - För att mäta riktlinjerna finns det även framgångskriterier när krav och tester för överenskommelser är nödvändiga. Det kan handla om designspecifisering, inköp, lagstiftning och upprättande av kontrakt. För att tillgodose behoven hos olika grupper och olika situationer finns det tre nivåer att förhålla sig till: A (lägsta nivån), AA och AAA (högsta nivån).

Tillräckliga och rekommenderade tekniker - Arbetsgruppen har också dokumenterat olika tekniker när det handlar om tillräckliga och rekommenderade tekniker. De rekommenderade teknikerna går utöver vad som krävs för att uppfylla respektive framgångskriterium och ger utvecklare möjlighet att uppfylla riktlinjerna bättre [16].

2.7 Användbarhet och användbarhetstest

Definitionen av användbarhet är en kvalitet hos interaktiva produkter. En produkt har hög användbarhet när den uppfyller beställarens och användarens förväntningar [12]. Användbarhet i praktiken handlar om att på enkelt sätt säkerställa att de webbplatser, system eller mobilapplikationer som du arbetar med blir enkla att använda och leder till de effekter som du vill få ut av dem [15]. För att lyckas med ett webbsystem måste efterfrågan kännas till på informationen som ska ges ut. Vilka människor kommer att använda dessa tjänster? Vilken kunskap om organisationen har de, vilken har de inte? I vilka situationer kommer de till vår webb? Vad söker de då? Hur söker de? Dessa är exempel på frågor som bör besvaras för att kunna utforma tjänsterna på ett effektivt sätt [11]. För att mäta användbarhet används oftast metoden användbarhetstest som är en kostnadseffektiv teknik att fånga hur väl en produkt fungerar i en konkret användningssituation. Testet ska helst utföras i en realistisk miljö och helst i användarens vardag. Genom att låta användare utföra realistiska uppgifter identifieras eventuella problem som kommer att uppstå när produkten ska användas. I detta stadie finns då möjligheten att åtgärda problemen och därmed utveckla en bättre tjänst eller produkt [12].

Förutsättningarna för att beskriva något som användbart kräver vissa kvalitetsegenskaper [11].

Tabell 3

Drift	Korrekthet - Gör den vad jag vill? Tillförlitlighet - Fungerar den rätt varje gång Säkerhet - Kan den effektivt skydda min data? Effektivitet - Löser den mina uppgifter snabbt? Tillgänglighet - Kan jag komma åt den när jag vill? Användbarhet - Kan den lösa mina uppgifter? Lätthet - Är den lätt att arbeta med?
Underhåll	Felkorrigeringar - Kan jag rätta till det? Flexibilitet - Kan jag ändra den? Testbarhet - Kan jag testa den?
Omläggning	Flyttbarhet - Kan jag använda den på andra plattformar? Återanvändning - Kan jag använda delar av den för andra ändamål? Anpassning - Kan den samarbeta med andra system?

Källa: Molich, R. [11]

3. Metod

Följande avsnitt beskriver de tillvägagångssätt samt motivering för de metodval som gjorts för studiens datainsamling. Denna undersökning innehåller både en kvalitativ och kvantitativ studie och pendlar mellan att vara induktiv och deduktiv ansats. De olika metoderna har valts för att få fram relevant information för det annars vida begreppet digitala klyftan.

3.1 Hermeneutik

Uppsatsen utgår från en hermeneutisk forskningsmetod där det hermeneutiska beskriver arbetssättet för en tolkningsteori där förståelse, tolkning och mening är centrala begrepp. Hermeneutik är både en filosofi om förståelsens villkor och en benämning för en forskningsansats med tolkning som analysredskap. Forskningsfrågor som formuleras i termer av "Vad betyder den här företeelsen för den här gruppen av människor" lämpar sig ofta för en hermeneutisk forskningsansats. Den moderna hermeneutiken avser att tolka och förstå hur människors liv och existens kommer till uttryck i det talade och skrivna språket. "Den digitala klyftan" är det begrepp som genomsyrar uppsatsen och är den hermeneutiska vetenskapsinriktningen som utgår från ändamålet i människors livsmöten, dvs. att deras motiv realiseras i handlingar, språk och gester [19]. Mina slutsatser baseras på underlag från sekundärdata.

3.2 Litteraturstudie

Insamlingen av data för studien innehåller sekundärdata. Sekundärdata har hämtats från litteraturstudier, det vill säga innehåll från vetenskapliga artiklar och tidigare forskningar.

3.2.1 Sekundärdata

Sekundärdata bygger på primära källor från tidigare forskningar och utvecklar, kommenterar eller kritiserar det ursprungliga materialet. Teorin i studien redogörs, vars syfte är att undersöka e-förvaltningarnas tillvägagångssätt att minska den digitala klyftan. Teorin från tidigare forskningar i uppsatsen används som sekundärkälla för att redogöra resultatet från empirin [14].

3.3 Urval

Av Sveriges totalt 632 olika myndigheter att undersöka valdes 5 av dem. Myndigheterna valdes med utgångspunkten, att sannolikheten för de identifierade grupperna inom den digitala klyftan, någon gång kommer i kontakt med myndigheten baserat på den demografiska tillhörigheten. Skatteverket valdes på grund av att myndigheten når ut till alla målgrupper i samhället som är folkbokförda i Sverige och betalar skatt till staten [28]. Försäkringskassan ansvarar för en stor del av de offentliga trygghetssystemen i Sverige. Försäkringskassan utreder och fattar beslut för 40 olika ersättningar och betalar ut 200 miljarder kr per år, varav hälften går till sjuka och personer med funktionsnedsättning, vilket denna studie belyser [29]. CSN är en myndighet som betalar ut det svenska studiestödet, dvs. bidrag och lån till dem som studerar i Sverige och utomlands [30]. Den största målgruppen bland de studerande innefattar till större del yngre människor [4]. Varje år betalar CSN ut ca 23 miljarder kr till närmare 900 000 personer som studerar. De flesta barn oberoende föräldrarnas utbildning eller inkomst använder internet. Det gäller även tillgång till smarta mobiler där 80-90 procent av barn och unga mellan 2-25 år har en smart mobil [3]. Att belysa de yngre som i större utsträckning flyttar till större städer för studier och deras betydande användning av IT, ger en kontrast mot de grupper som har problem med användningen av informationsteknologin. De identifierade grupperna innefattar de äldre, funktionshindrade, lågutbildade, invandrarna och dem på landsbygden utifrån den digitala klyftan. Migrationsverket, jordbruksverket och försäkringskassan figureerar därför som en kontrast mot CSN. För att komma i kontakt med kontaktpersoner inom respektive myndighet gjordes research på deras webbsidor. Vid respons så hänvisades jag till någon annan kontaktperson som visade sig vara mer lämpad att samarbeta och besvara studiens frågeställningar.

3.4 Datainsamlingsmetoder

3.4.1. Kvalitativt

Kvalitativa metoder används främst för att få en djupare förståelse för målgruppen, eller där intervjuaren inte riktigt vet vilken information från målgruppen som kan vara intressant. Det kan vara så att den organisation som genomför undersökningen tror att en viss sak är viktigt i exempelvis utvecklandet av en tjänst och vill fråga om detta, men egentligen är det något annat som är viktigt för målgruppen. Genom en kvalitativ metod är chansen större att denna information kommer fram än vid användandet av en kvantitativ metod. Kvalitativ metod ger målgruppen större frihet än när en kvantitativ metod används. Exempelvis genom en intervju eller genom en fokusgrupp kan personen besvara eller diskutera de aktuella frågorna [14].

3.4.2 Intervju

Med intervjuer är syftet att få kunskap om undersökningspersonens verksamhetsområde. För att nå ett gott intervjuresultat ska syfte och problemområde vara klarlagda före undersökningens början. Undersökningens syfte bör dessutom klargöras innan frågan ställs till respondenten. Beroende på forskningen kan intervjun utarbetas med intervjudelstagaren som informant eller respondent. Som informant ska informanter berätta om tillkomsten av avdelningens filosofiska mål och hur de efterlevs. De ger alltså information om faktiska förhållanden, uppfattningar om andras åsikter. En respondentintervju ger mer direkt information om en individs egna känslor, åsikter och uppfattningar. I praktiken kan samma person vara både informant och respondent [14].

Det finns olika sätt att genomföra intervjuer. En standardiserad intervju är väl planerad så att intervjuaren inte har möjlighet att variera situationen från en intervjuperson till en annan. Frågorna ställs alltså i exakt samma ordning och med samma formulering. Med hög grad av strukturering är frågorna formulerade så att de uppfattas på likartat sätt av de olika intervjupersonerna. Den lägre gradens strukturering innebär att den intervjuade kan tolka frågorna fritt beroende på sina egna erfarenheter, värderingar och önsksningar [14].

Studiens förhållande till intervjuerna med myndigheterna hade en låg standardisering vilket resulterade till en ostrukturerad intervju. Anledningen till detta var att få fler intressanta infallsvinklar, då intervjuerna kunde hållas öppna vilket bidrog till följdfrågor. På så sätt kunde likheterna redovisas mellan myndigheternas förhållande till riktlinjerna, men också skillnaderna genom att observera överraskande svar som kunde ge en unik uppfattning om myndigheternas metoder och betraktelsesätt.

Låg grad av standardiserade intervjufrågor med låg grad av strukturering

För att forska inom den offentliga sektorn vände jag mig till Skatteverkets, Försäkringskassans, CSN:s, Migrationsverkets, Jordbruksverkets verksamhetsområden för deras e-tjänster. Vid kommunikation med kontaktpersonerna förklarades följande undersökningsområde:

- *Jag är intresserad av mätmetoderna som ni använder för att på så sätt öka användbarheten för besökarna för e-tjänsten. Jag är intresserad av rapporter, metoder, statistik, kodning och tillvägagångssätt som visar planerandet till en konstruktiv webbtjänst för medborgarna.*

För att diskutera och utvärdera uppsatsens andra frågeställning ställdes följande fråga till myndigheternas kontaktpersoner:

- *Vilka anser myndigheten är den fundamentala målgruppen utifrån myndighetens ändamål för dess e-tjänster?*

3.5 Kvantitativt

Som kvantitativ insamlingsmetod handlar det oftast om offentlig statistik, laboratorievärden, enkät- eller intervjuundersökningar. Den kvantitativa insamlingsmetoden karaktäriseras av att vara standardiserad, strukturerat, uppgifter om kvantitet (hur många, hur mycket) och slumpmässiga [14].

3.5.1 Enkätundersökning

En enkätundersökning utformades för datainsamling av vilka riktlinjer som myndigheterna ansåg vara viktiga för deras besökare samt vilka riktlinjer de tyckte att myndighetens e-tjänster uppfyllde. Enkätundersökningen fick stå för den höga graden av standardiserade intervjufrågor med hög grad av strukturering och svarar på uppsatsens andra frågeställning.

3.6 Metoddiskussion

Då min uppsats står på en hermeneutisk grund krävs det en mer omfattande undersökning för att besvara studiens frågeställningar. För att besvara uppsatsens första frågeställning användes en kvalitativ metod med hjälp av intervjuer hos kontaktpersoner för respektive myndighet. För att besvara uppsatsens andra frågeställning användes en kvantitativ metod för en strukturerad mätning av myndigheternas användning av webbriktlinjerna. På grund av kontaktbrist med en myndighet uteslöts denna och använde mig av dem som varit tillgängliga. Brister som uppkommit i kontakt med myndigheterna i denna studie bedöms påverka resultatet till en liten grad att andra eller kompletterande metodval inte använts, men inte i den grad att resultatet är osannolikt.

4. Resultat

För att senare i studien besvara uppsatsen frågeställningar fastställs utsträckningen av datainsamlingen från de kvantitativa och kvalitativa metoderna i detta avsnitt. Den kvantitativa metoden mäter studiens enkätundersökning och den kvalitativa redogör insamlingen av intervjuerna hos kontaktpersonerna för de olika myndigheterna.

4.1 Studiens indelning av riktlinjer utifrån de identifierade grupperna och deras behov

Utifrån studien kring de definierbara målgrupperna inom den digitala klyftan värderas och prioriteras riktlinjerna ur ett subjektivt ställningstagande för de olika målgrupperna. Urvalen av riktlinjerna baseras på de typiska hinder som grupperna stöter på vid interaktion med informationsteknologin och dess användbarhet. Då myndigheterna vänder sig till allmänheten och har ett utövande som riktar sig till alla samhällsgrupper [5], utgår studien från att vissa riktlinjer är bättre anpassade för olika målgrupper. En avgränsning till fem riktlinjer har gjorts per målgrupp. Motiveringen till valen beror på de hinder som grupperna stöter på baserat på deras hinder och förutsättningar (se avsnitt 2.3). Nedan visas en tabell som visar de utvalda riktlinjerna som har prioriterats i studien för varje identifierad grupp:

Tabell 4

Riktlinje	Äldre	Etnicitet	Funkt.hind.	Kön	Utb.	Geo.hemv.
R1	R1		R1			
R2	R2	R2				
R8		R8				
R11			R11			
R15		R15				
R27	R27		R27			
R60	R60		R60			
R61		R61				
R63	R63					
R64		R64				
R101			R101			

Nedan förklaras innebörden för de utvalda riktlinjerna från tabell 4 som enligt E-delegationen ska tillämpas av myndigheterna:

R1. WCAG 2.0 nivå AA

Denna riktlinje är till för att göra webbtjänsten tillgänglig för en bred mottagargrupp, inklusive personer med olika typer av funktionsnedsättningar vilket till stor del innefattar den äldre befolkningen. Riktlinjen maximerar värdet på de resurser som myndigheten lägger på webbutvecklingen och ökar möjligheten för alla att delta i samhället på lika villkor [21].

R2. Ge begripliga felmeddelanden

Användare bör bli hjälpta när det blir fel. Välformulerade felmeddelanden ger användarna möjlig utväg att fylla i så felfritt som möjligt. Detta minskar risken för användarna att bli irriterade när systemet inte förstår eller kan tolka den felaktiga inmatade informationen [21].

R8. Bestäm målgrupper och syften för webbtexterna

Riktlinjen förklarar att webbsidan ska göra klart för användaren vad användaren ska göra efter att läst varje text. Texten ska anpassas till de som ska läsa den så att de uppfattar att de ha kommit rätt så att de effektivt kan utföra sina mål [21].

R11. Kombinera skrift med ljud, bild och film

Denna riktlinje underlättar för personer med olika typer av lässvårigheter eller personer med synnedsättning som behöver information i talad form. Att kombinera skriven text med ljud, bild och film för informationen mer tillgänglig och lättare att förstå för alla [21].

R15. Ge information på engelska och andra språk

Det finns dem som inte har svenska som modersmål och behöver få informationen på sitt eget språk. Detta är speciellt viktigt för nyanlända invandrare som inte behärskar svenska. Detta gäller även grupper som pratar de nationella minoritetsspråken i Sverige (finska, tornedalsfinska/mieänkieli, samiska, romani och jiddisch) [21].

R27. Hjälp användarna att hitta på webbplatsen

För att användarna enkelt ska kunna hitta den informationen de är ute efter behöver de hjälp med att förstå hur webbplatsens navigationsfunktioner används. Användaren behöver tydligt och visuellt se var på webbplatsen hon vistas på [21].

R60. Gör tydliga användbara knappar

Denna riktlinje förklarar att knappar ska vara lätta att förstå och använda och att bör namnge knapparna tydligt [21].

R61. Gör tydliga och informativa rubriker

Tydliga rubriker ser till att läsaren hitta i texten, vilket är särskilt viktigt för personer med synnedsättningar som använder skärmläsare. Längden på rubrikerna ska vara lagom långa och sammanfatta sidan [21].

R63. Visa var i en process användaren befinner sig

När användaren tar sig igenom en process bör webbsidan visa besökaren tydligt var de befinner sig, t.ex. om de gör en anmälan eller beställning i flera olika steg. Om inte detta efterföljs riskerar användaren att bli frustrerad och välja att avbryta processen [21].

R64. Skriv lättbegripliga texter

Webbsidans textinnehåll bör skrivas på så enkelt och begripligt språk som möjligt för att nå ut till en bredare massa [21].

R101. Markera tydligt vilka fält som är obligatoriska

Användaren som besöker webbsidan bör bli informerad vilka fält i ett formulär som är obligatoriska för att minska att onödigt tid läggs på rättning av felaktiga eller ofullständiga ifylld data [21].

4.2 Problemdiskussion

De identifierade målgrupperna som redogörs i uppsatsen har som tidigare beskrivits definierats i forskning på området, bland annat av Andersson [4] och Grönlund [1]. Detta sätt att kategorisera användare av informationsteknologi har använts för att analysera användbarhet, med syftet att redogöra för olika samhällsgruppers svårigheter med att utnyttja myndigheters e-tjänster. Detta sätt att kategorisera är dock inte helt oproblematiskt. I sociologisk forskning används begreppet intersektionalitet [22] för att förstå hur olika kategorier av individer skär igenom varandra. En individ är exempelvis inte enbart en kvinna (könskategori), utan kan även vara låg- eller högutbildad (utbildningskategori), bo i storstad eller på landsbygden (geografisk hemvist) och så vidare. Vidare finns det olika förutsättningar för att mäta användbarhet beroende på vilken kategori som undersöks. Avseende funktionshinder, exempelvis nedsatt syn, kan användbarhet mätas i förhållande till kontrast på webbsidan. Det framstår som svårare att koppla specifika riktlinjer till kategorierna utbildningsnivå, geografisk hemvist eller kön. Jag har i analysen av materialet haft svårt att hitta riktlinjer som specifikt avser tillgodose dessa målgruppers behov. Enligt min förståelse kan detta bero på ett antal olika anledningar. Antingen är dessa målgrupper så differentierade att det är omöjligt att ta fram riktlinjer som tillgodoser målgruppernas skiftande behov. Ett annat alternativ är att behovet inte kan tillgodoses av e-tjänsterna, exempelvis rörande bristfällig internetanslutning i glesbygden. Eller så har riktlinjerna helt enkelt inte anpassats efter just dessa målgrupper.

4.3 Myndigheternas värderingar av webbriktlinjerna

Kommande tabeller är sammanställningar som visar kontaktpersonernas värderingar av riktlinjerna för myndigheternas e-tjänster. Varje riktlinje har graderats mellan 1 till 5. 1 är lägsta prioritet (sämst) och 5 är högsta prioritet (bäst). Enkätundersökningen är uppdelad i tre kolumner varav första kolumn är uppdelad i fem rader, där varje rad anger ett värde mellan 1 till 5. I andra kolumnen redogörs vilka riktlinjer som kontaktpersonerna valde att gradera utifrån värdet av prioritet som anges i första kolumnen. Denna kolumn skildrar *hur väl myndigheten uppfyller riktlinjen*. I den tredje kolumnen graderas riktlinjerna också utifrån värdet från första kolumnen, men

skildrar istället *hur viktig riktlinjen är för myndighetens besökare*. Under varje myndighets enkätundersökningstabell visas en tabell. I tabellen visas kontaktpersons valda riktlinjer som sorterats ut utifrån de fem prioriterade riktlinjerna för varje identifierad grupp enligt avsnitt 4.1 (*tabell 4*) i uppsatsen. Tabellen återger kontaktpersonernas egna värden, men har sorterats in i de olika målgrupperna. Detta görs för att tydligt se hur många av myndigheternas prioriterade riktlinjer som överensstämmer med studiens ställningstagande gällande målgruppernas behov som redogörs i *tabell 12* avsnitt 4.5.

4.3.1 Skatteverkets enkätundersökning

Tabell 5

Grad	Gradera (1-5) hur myndigheten uppfyller riktlinjen	Gradera (1-5) hur viktig riktlinjen är för myndighetens besökare
5	R8. Bestäm målgrupper och syften för webbtexterna R27. Hjälp användarna att hitta på webbplatsen R31. Länka alla sidor till startsidan R34. Gör länkar, klickbara ytor och menyer användbara för alla R50. Minimera antalet fält i formulär R61. Gör tydliga och informativa rubriker R63. Visa var i en process användaren befinner sig R64. Skriv lättbegripliga texter R65. Använd ord och termer konsekvent R66. Skriv datum och andra sifferuppgifter konsekvent R101. Markera tydligt vilka fält som är obligatoriska	R1. Följ WCAG 2.0 nivå AA R2. Ge begripliga felmeddelanden R8. Bestäm målgrupper och syften för webbtexterna R10. Ge all information på begriplig svenska R27. Hjälp användarna att hitta på webbplatsen R31. Länka alla sidor till startsidan R34. Gör länkar, klickbara ytor och menyer användbara för alla R50. Minimera antalet fält i formulär R60. Gör tydliga användbara knappar R61. Gör tydliga och informativa rubriker R63. Visa var i en process användaren befinner sig R64. Skriv lättbegripliga texter R65. Använd ord och termer konsekvent R66. Skriv datum och andra sifferuppgifter konsekvent R77. Ge tydlig återkoppling i e-tjänster R78. Brödsmulor eller sökstigar i e-tjänster R92. Webbplatsen ska kunna användas även utan stilmallar R101. Markera tydligt vilka fält som är obligatoriska
4	R60. Gör tydliga användbara knappar R77. Ge tydlig återkoppling i e-tjänster R78. Brödsmulor eller sökstigar i e-tjänster	R25. Förvaltningsorganisationen och dess kunskap ska stå i proportion till webbplatsens storlek och ambitioner R53. Gruppera formulärets fält R55. Skapa tydliga och

		klickbara fältetiketter R57. Låt användarna fylla i information i valfritt format
3	R1. Följ WCAG 2.0 nivå AA R2. Ge begripliga felmeddelanden R10. Ge all information på begriplig svenska R11. Kombinera skrift med ljud, bild och film R25. Förvaltningsorganisationen och dess kunskap ska stå i proportion till webbplatsens storlek och ambitioner R52. Fyll i formulär med kända uppgifter R53. Gruppera formulärets fält R57. Låt användarna fylla i information i valfritt format	R11. Kombinera skrift med ljud, bild och film R13. Ge information på svenskt teckenspråk R14. Ge information på de nationella minoritetsspråken R15. Ge information på engelska och andra språk R52. Fyll i formulär med kända uppgifter R58. Använd standardutseendet på formulärens element
2	R13. Ge information på svenskt teckenspråk R14. Ge information på de nationella minoritetsspråken R15. Ge information på engelska och andra språk R58. Använd standardutseendet på formulärens element	
1	R55. Skapa tydliga och klickbara fältetiketter	

Nedan visas kontaktpersonens prioriteringar av riktlinjerna på hur Skatteverket **uppfyller** dem, utifrån studiens prioriteringar för vad som anses mer relevanta för målgrupperna. (Se avsnitt 4.1)

Tabell 6

Grad	Äldre	Etnicitet	Funktionshinder	Kön	Utbildning	Geo.hem.
5	R27. Hjälpa användarna att hitta på webbplatsen R63. Visa var i en process användaren befinner sig	R8. Bestäm målgrupper och syften för webbtexterna R61. Gör tydliga och informativa rubriker R64. Skriv lättbegripliga texter	R27. Hjälpa användarna att hitta på webbplatsen R101. Markera tydligt vilka fält som är obligatoriska			
4	R60. Gör tydliga användbara knappar		R60. Gör tydliga användbara knappar			

3	R1. Följ WCAG 2.0 nivå AA R2. Ge begripliga felmeddelanden	R2. Ge begripliga felmeddelanden	R1. Följ WCAG 2.0 nivå AA R11. Kombinera skrift med ljud, bild och film			
2		R15. Ge information på engelska och andra språk				
1						

4.3.2 Försäkringskassans enkätundersökning

Tabell 7

Grad	Gradera (1-5) hur myndigheten uppfyller riktlinjen	Gradera (1-5) hur viktig riktlinjen myndighetens besökare
5	R8. Bestäm målgrupper och syften för webbtexterna R10. Ge all information på begriplig svenska R25. Förvaltningsorganisationen och dess kunskap ska stå i proportion till webbplatsens storlek och ambitioner R31. Länka alla sidor till startsidan R63. Visa var i en process användaren befinner sig R64. Skriv lättbegripliga texter R65. Använd ord och termer konsekvent R66. Skriv datum och andra sifferuppsatser konsekvent	R2. Ge begripliga felmeddelanden R8. Bestäm målgrupper och syften för webbtexterna R10. Ge all information på begriplig svenska R25. Förvaltningsorganisationen och dess kunskap ska stå i proportion till webbplatsens storlek och ambitioner R27. Hjälp användarna att hitta på webbplatsen R31. Länka alla sidor till startsidan R34. Gör länkar, klickbara ytor och menyer användbara för alla R50. Minimera antalet fält i formulär R52. Fyll i formulär med kända uppgifter R53. Gruppera formulärets fält R58. Använd standardutseendet på formulärens element R60. Gör tydliga användbara knappar R61. Gör tydliga och informativa rubriker R63. Visa var i en process användaren befinner sig R64. Skriv lättbegripliga texter R65. Använd ord och termer konsekvent R66. Skriv datum och andra sifferuppsatser konsekvent R77. Ge tydlig återkoppling i e-

		tjänster R78. Brödsmulor eller sökstigar i e-tjänster R101. Markera tydligt vilka fält som är obligatoriska
4	R2. Ge begripliga felmeddelanden R15. Ge information på engelska och andra språk R27. Hjälp användarna att hitta på webbplatsen R34. Gör länkar, klickbara ytor och menyer användbara för alla R50. Minimera antalet fält i formulär R52. Fyll i formulär med kända uppgifter R53. Gruppera formulärets fält R55. Skapa tydliga och klickbara fältetiketter R58. Använd standardutseendet på formulärens element R60. Gör tydliga användbara knappar R61. Gör tydliga och informativa rubriker R77. Ge tydlig återkoppling i e-tjänster R101. Markera tydligt vilka fält som är obligatoriska	R13. Ge information på svenskt teckenspråk R15. Ge information på engelska och andra språk R55. Skapa tydliga och klickbara fältetiketter
3	R1. Följ WCAG 2.0 nivå AA R11. Kombinera skrift med ljud, bild och film R13. Ge information på svenskt teckenspråk R14. Ge information på de nationella minoritetsspråken R57. Låt användarna fylla i information i valfritt format R78. Brödsmulor eller sökstigar i e-tjänster R92. Webbplatsen ska kunna användas även utan stilmallar	R1. Följ WCAG 2.0 nivå AA R11. Kombinera skrift med ljud, bild och film R14. Ge information på de nationella minoritetsspråken R57. Låt användarna fylla i information i valfritt format R92. Webbplatsen ska kunna användas även utan stilmallar
2		
1		

Nedan visas kontaktpersonens prioriteringar av riktlinjerna på hur Försäkringskassan **uppfyller** dem, utifrån studiens prioriteringar för vad som anses mer relevanta för målgrupperna. (Se avsnitt 4.1)

Tabell 8

Grad	Äldre	Etnicitet	Funktionshinder	Kön	Utb.	Geo.hem
5	R63. Visa var i en process användaren befinner sig	R8. Bestäm målgrupper och syften för webbtexterna R64. Skriv lättbegripliga texter				
4	R2. Ge begripliga felmeddelanden R27. Hjälpt användarna att hitta på webbplatsen R60. Gör tydliga användbara knappar	R2. Ge begripliga felmeddelanden R15. Ge information på engelska och andra språk R61. Gör tydliga och informativa rubriker	R27. Hjälpt användarna att hitta R60. Gör tydliga användbara knappar R101. Markera tydligt vilka fält som är obligatoriska			
3	R1. Följ WCAG 2.0 nivå AA		R1. Följ WCAG 2.0 nivå AA R11. Kombinera skrift med ljud, bild och film			
2						
1						

4.3.3 Migrationsverkets enkätundersökning

Tabell 9

Grad	Gradera (1-5) hur myndigheten uppfyller riktlinjen	Gradera (1-5) hur viktig riktlinjen är för myndighetens besökare
5	R8. Bestäm målgrupper och syften för webbtexterna R15. Ge information på engelska och andra språk R27. Hjälpt användarna att hitta på webbplatsen R31. Länka alla sidor till startsidan R34. Gör länkar, klickbara ytor och menyer användbara för alla R53. Gruppera formulärets fält R55. Skapa tydliga och klickbara fältetiketter R61. Gör tydliga och informativa rubriker R64. Skriv lättbegripliga texter R65. Använd ord och termer konsekvent	R10. Ge all information på begriplig svenska R15. Ge information på engelska och andra språk R63. Visa var i en process användaren befinner sig R64. Skriv lättbegripliga texter R77. Ge tydlig återkoppling i e-tjänster

	<p>R66. Skriv datum och andra sifferuppgifter konsekvent</p> <p>R101. Markera tydligt vilka fält som är obligatoriska</p>	
4	<p>R1. Följ WCAG 2.0 nivå AA</p> <p>R10. Ge all information på begriplig svenska</p> <p>R50. Minimera antalet fält i formulär</p> <p>R60. Gör tydliga användbara knappar</p> <p>R63. Visa var i en process användaren befinner sig</p>	<p>R1. Följ WCAG 2.0 nivå AA</p> <p>R2. Ge begripliga felmeddelanden</p> <p>R8. Bestäm målgrupper och syften för webbtexterna</p> <p>R11. Kombinera skrift med ljud, bild och film</p> <p>R25. Förvaltningsorganisationen och dess kunskap ska stå i proportion till webbplatsens storlek och ambitioner</p> <p>R27. Hjälpa användarna att hitta på webbplatsen</p> <p>R31. Länka alla sidor till startsidan</p> <p>R34. Gör länkar, klickbara ytor och menyer användbara för alla</p> <p>R50. Minimera antalet fält i formulär</p> <p>R52. Fyll i formulär med kända uppgifter</p> <p>R53. Gruppera formulärets fält</p> <p>R55. Skapa tydliga och klickbara fältetiketter</p> <p>R57. Låt användarna fylla i information i valfritt format</p> <p>R58. Använd standardutseendet på formulärens element</p> <p>R60. Gör tydliga användbara knappar</p> <p>R61. Gör tydliga och informativa rubriker</p> <p>R65. Använd ord och termer konsekvent</p> <p>R66. Skriv datum och andra sifferuppgifter konsekvent</p> <p>R78. Brödsmulor eller sökstigar i e-tjänster</p> <p>R92. Webbplatsen ska kunna användas även utan stilmallar</p> <p>R101. Markera tydligt vilka fält som är obligatoriska</p>
3	<p>R2. Ge begripliga felmeddelanden</p> <p>R25. Förvaltningsorganisationen och dess kunskap ska stå i proportion till webbplatsens storlek och ambitioner</p> <p>R57. Låt användarna fylla i information i valfritt format</p> <p>R77. Ge tydlig återkoppling i e-tjänster</p>	

2	R11. Kombinera skrift med ljud, bild och film R14. Ge information på de nationella minoritetsspråken R78. Brödsmulor eller sökstigar i e-tjänster	R13. Ge information på svenskt teckenspråk R14. Ge information på de nationella minoritetsspråken
1	R13. Ge information på svenskt teckenspråk R52. Fyll i formulär med kända uppgifter	

Nedan visas kontaktpersonens prioriteringar av riktlinjerna på hur Migrationsverket **uppfyller** dem, utifrån studiens prioriteringar för vad som anses mer relevanta för målgrupperna. (Se avsnitt 4.1)

Tabell 10

Grad	Äldre	Etnicitet	Funktionshinder	Kön	Utbildning	Geo.hemv
5	R27. Hjälpa användarna att hitta på webbplatsen	R8. Bestäm målgrupper och syften för webbtexterna R15. Ge information på engelska och andra språk R61. Gör tydliga och informativa rubriker R64. Skriv lättbegripliga texter	R27. Hjälpa användarna att hitta på webbplatsen R101. Markera tydligt vilka fält som är obligatoriska			
4	R1. Följ WCAG 2.0 nivå AA R60. Gör tydliga användbara knappar R63. Visa var i en process		R1. Följ WCAG 2.0 nivå AA R60. Gör tydliga användbara knappar			

	använd aren befinne r sig					
3	R2. Ge begripli ga felmedd elanden	R2. Ge begripli ga felmedd elanden				
2			R11. Kombinera med ljud, bild och film			
1						

4.4 Jämförelse mellan studiens och myndigheternas värderingar av riktlinjer

Här görs en jämförelse om myndigheterna lever upp till kriterierna för studiens prioriteringar av riktlinjerna per grupp (se avsnitt 4.1). En avgränsning har gjorts att endast myndigheternas angivna värden av grad 4 och 5 från enkätundersökningarna redovisas. Detta för att redogöra vilka behov hos gruppernas som prioriterats högst av myndigheterna. Första kolumnen presenterar studiens prioriteringar för varje grupp, för att sedan jämföra dem med de resterande kolumnerna med myndigheternas prioriteringar.

Tabell 11

Studios prioriteringar	Skatteverket	F.kassan	CSN	M.verket	J.verket
Äldre:					
R1				1	
R2		2			
R27	27	27		27	
R60	60	60		60	
R63	63	63		63	
Etnicitet:					
R2		2			
R8	8	8		8	
R15		15		15	
R61	61	61		61	
R64	64	64		64	
Funkt.hind:					
R1				1	
R11					
R27	27	27		27	
R60	60	60		60	
R101	101	101		101	
Kön:					
Utbildning:					
Geo.hemv:					

4.5 Resultat för antalet riktlinjer som uppfylldes utifrån studiens kriterier

I nedanstående visas en sammanställning av myndigheternas topp 4 och 5 graderingar utifrån andelen riktlinjerna som fastställdes i *avsnitt 4.1* för varje målgrupp.

Tabell 12

	Äldre	Etnicitet	Funkt.hind.	Kön	Utb	Geo.hem v.
Skatteverket	3 av 5	3 av 5	3 av 5			
Försäkringskassan	4 av 5	5 av 5	3 av 5			
CSN						
Migrationsverket	4 av 5	4 av 5	4 av 5			
Jordbruksverket						

4.6 Problemdiskussion

När jag sökte upp myndigheterna för att komma i kontakt med någon som kunde hjälpa till att besvara uppsatsens frågeställningar blev jag hänvisad från den ena personen till den andra. Jag ville komma i kontakt med en utvecklare med kännedom om användbarheten på myndighetens e-tjänst och fick till slut hjälp av kontaktpersoner som var villiga att hjälpa till. Något som kan lyftas fram är kontaktpersonernas subjektiva åsikter kring riktlinjerna i enkätundersökningen. Svaren hade kunnat se annorlunda ut beroende på vem av deras kollegor inom IT-verksamheterna som hade svarat på undersökningen. Som ett alternativ till svaren på enkätundersökningarna hade extern bedömare, t.ex. en intresseorganisation kunnat gradera riktlinjerna för ett mer objektivi avståndsforhållande. Svaren på enkätundersökningarna hade kanske gett ett annorlunda perspektiv på riktlinjerna, jämfört med myndigheterna och kontaktpersonernas subjektiva omdömen. Migrationsverket hade varit i kontakt intresseorganisationen Funka Nu AB som hade genomfört ett acceptanstest och användbarhetstest av myndighetens webbsida och efterlämnat ett dokument med analyser och användbarhetstester. Jag tog därmed kontakt med författaren av dokumentet och frågade om liknande tester hos andra myndigheter hade gjorts och som gick att ta del av. Det visade sig att Funka Nu AB hade genomfört liknande test hos Försäkringskassan. Underlaget och dess resultat ägdes av Försäkringskassan och att det var de själva som skulle ta ställning till att dela med sig av informationen enligt Funka Nu AB. Funka Nu AB kunde därmed inte lämna ut dokumentationen. Ett annat problem var responsen från CSN som jag hade haft god kontakt med och fått genomföra en fullständig intervju med, men enkätundersökningen besvarades inte och ingen hänvisning till någon som var kapabel att svara inom rimlig tid gjordes. Jordbruksverket tillkom sent i studien som ett försök att breda ut undersökningen för att få ett omfång för målgruppen på glesbygden. Trots flertaliga försök att komma i kontakt med en tjänsteman fick jag ingen respons i tid att redovisa i uppsatsen.

4.7 Intervju

I detta delavsnitt sammanställs intervjuerna som gjordes med kontaktpersonerna inom respektive myndighet. Frågorna som ställdes hade låg grad av standardiserade frågor och låg strukturering vilket ledde till att samtalen med kontaktpersonerna resulterade i öppna diskussioner. Att ställa följdfrågor medförde intressanta infallsvinklar då myndigheterna arbetar på olika sätt. Vid kontakt med myndigheterna presenterades studiens frågeställningar och önskan att få ta del av myndigheternas mätmetoder som användes för att öka användbarheten på myndighetens e-tjänster. Huvudområdena som berördes under samtalen var målgrupper, enkäter, användbarhetstester, statistik, verktyg och arbetsmetoder.

Kontaktpersoner och deras befattning inom myndigheterna:

Skatteverket: webbanalytiker/strateg

Försäkringskassan: product manager

Migrationsverket: webbstrateg/kommunikatör

CSN: verksamhetsutvecklare

Målgrupper

På skatteverket.se finns tre grova uppdelningar av målgrupper. Det är privatpersoner, företag/organisationer och "proffs" (byråer och skattekonsulter) som är intresserade av rättsinformation. Att peka ut en fundamental målgrupp är svårt då alla kommer i kontakt med Skatteverket. Informationen inom myndigheten ska däremot nå ut till en väldigt stor och bred målgrupp.

Försäkringskassan har väsentliga kundgrupper som är samhället, regeringen, riksdagen, privatpersoner som gör begäran på socialförsäkringskassans ersättningar och partners. De digitala kanalerna speglar dessa och behoven ska mötas hos alla dessa grupper. T.ex. ska arbetsförmedlingen lämna in information om kunders arbetsmarknadspolitiska program, men läkare ska också skicka in läkarintyg som en del av den processen. Försäkringskassan räknar därmed dessa också som kunder.

På migrationsverket utgår de från att målgruppens syfte med att besöka webbplatsen och/eller använda tjänsten är att ta reda på om de kan ansöka om uppehållstillstånd via webben, vad som krävs och vad som sker praktiskt. De riktar in sig på personer som vill komma till Sverige för att arbeta, studera eller för att besöka och leva med sin familj, samt personer som vill söka skydd eller svenskt medborgarskap i Sverige. Sekundärt riktar de sig till personer som stödjer dessa människor. En grundförutsättning för Migrationsverket att skriva tydliga texter i en användbar tjänst och att avsändaren har klart för sig vem det är som ska läsa texterna, vad verksamheten vill uppnå med tjänsten och vad användarnas syfte med att använda tjänsten. För att tjänsten ska kunna ge nytta till verksamheten, och uppfylla användarnas mål, ska sökande och referenter så enkelt som möjligt kunna förstå hur ansökningsprocessen ser ut och var de befinner sig i den, om de kan göra ansökan via webben, vad som krävs av dem i så fall och hur de ska fylla i ansökan.

Statistik

Skatteverket har målet att "bredda e-väggen" och att det ska vara lätt att göra rätt, samt lätt för besökaren att hitta och förstå informationen på webbsidan. För att samla in statistik så används webbanalysprogram för att samla in statistik. De är intresserade av att se "flöden", utläsa hur besökaren rör sig över webbplatsen, vad besökaren försöker finna efter i sökmotorn tillsammans med t.ex. nedladdade blanketter och broschyrer som anses vara viktiga.

Rapporter hos skatteverket tar fram statistik på:

- Mest besökta frågor och svar på webbplatsen
- Mest nedladdade blanketter och broschyrer
- Besök under området "other languages"
- Mest besökta sidor under respektive flik/område
- Vilka tider besöks e-tjänsterna
- Vilka sökord som ger träff (och som inte ger träff) i sökmotorn
- Vilka sidor besökarna står på när de börjar använda sökmotorn
- och vad de söker efter.

Rapporter hos CSN tar fram statistik på:

- Mest besökta frågor och svar
- Mest besökta tjänster i Mina sidor
- Vilka tider besöks e-tjänsterna
- Startside, respektive utgångssida (exit page) för besökarna.

Verktyg och arbetsmetoder

Skatteverket

Hos skatteverket används verktyget *Google Analytics* för insamling av statistik. Myndigheten väljer dessutom att anonymisera de sista tecknen i besökarnas IP-adresser innan informationen skickas till analysprogrammet. Andra verktyg som används när det gäller webbenkäter är publiceringsverktyget *Sitevision*. *Crazy Egg* är ett annat webbaserat verktyg för att skapa Heat Maps och visuellt se hur besökaren tittar och klickar på enskilda sidor (bilaga1). Statistik är den stående punkt som skatteverket utgår ifrån under webbteamsmöten då gruppen undersöker ett specifikt ämne de vill titta på. Statistikinformation ligger också som grund för det redaktionella arbetet, t.ex. som att framhäva populära blanketter/broschyrer på startsidorna. För att hålla en god tillgänglighet kontrolleras vilka timmar e-tjänsterna besöks. Det ligger då till grund för att besluta hur skatteupplysningen ska hållas öppet eller under vilka tider som supporten ska hållas öppen.

Med hjälp av statistiken har de kunnat optimera webbsidan. Under 2013 kom nästan 60% av besökarna in via främst Google. Skatteverket vill säkerställa att en besökare skulle fortsätta sitt besök och navigera sig vidare. För att uppnå detta hade myndigheten några år tillbaka minskat på antal nyheter som visades på startsidan och som istället flyttades ner till sidfoten. På grund av detta ökade lästa nyheter och pressmeddelanden. Flyttningen ner till sidfoten berodde på att besökarnas syfte var att uträtta sina ärenden och inte läsa nyheter. Detta medförde att de istället kunde utnyttja startsidan med genvägar till tjänster och information som efterfrågas.

10-12% av besökarna på skatteverkets.se använder webbplatsen sökmotor. Genom att undersöka sökord och var besökaren befinner sig kan redaktörerna på så sätt förtydliga tester och lägga till relaterad information på sidan. Redaktörerna tar hänsyn till vanliga eller ovanliga mönster i besökarens beteende på hemsidan och korregerar webbsidans innehåll. Något som också tas i hänsyn är medias påverkan på besökarnas beteende som t.ex. nya ord som inte tidigare har använts, men som Aftonbladet har kommit på som. På så sätt anpassar redaktörerna sig till snabba ändringar i vardagen som sker utom skatteverkets kontroll.

Rapporter om vilka webbläsare, mobila enheter och versioner av webbläsare ta också fram och som är till för IT-avdelningen. De vill komplettera testlabbet med utrustningen som motsvarar besökarnas så att kännedomen finns att e-tjänsterna

fungerar bra (bilaga3) (bilaga4). På grund av den ökade mobiltrafiken görs webbsidan *responsiv* (bilaga6). Att en webbsida är responsiv innebär att webbplatsen anpassar sig efter storleken på besökarens skärm. Innehållet är samma men förändrar layout mellan dator, mobil och läsplatta [25]. Ett sätt att underlätta för besökarna är att skapa så kallade *personas*, dvs. typanvändare som representerar en användargrupp med liknande behov och beteenden (bilaga5).

Försäkringskassan

Försäkringskassan använder sig av *Lean* som är en organisationell strategi som används som en generell styrning och organisering av verksamheten. Med denna strategi arbetar de flödesbaserat och målet är att flödet ska utgå från kunden än själva produktionen [22]. Försäkringskassan har ännu inte uppnått målet men de genomgick en omorganisation för att utgå från en flödorienterad styrning snarare än en produktionsbaserad styrning. De försöker identifiera kundens flöde och utifrån detta identifiera nuläge, nyläge och önskat läge (termer inom Lean). Försäkringskassan har anlitat Transformator Design (www.transformatordesign.se/tjanster) för att skapa möjligheten med hjälp av service design. Baserat på detta har personas, kundresor, kundbehov m.m. identifierats och dokumenterats. Som projektmodell använder försäkringskassan Pej1 (företag inom effekt-och projektstyrning) och *effektstyrning*. Effektstyrning är en projektmetod som sätter det avsedda målet med projektet i fokus. Detta innebär att kundens behov *mappas* mot en önskvärd effekt. För varje effekt ska effektmål specificeras och effekthemtagningen beslutas. Efterhemtagning innebär att de utarbetar en plan för hur effekten ska nås, hur den ska mätas och vem som följer upp. Under projektet använder Försäkringskassan *Lean* och *Agila metoder* och framförallt anpassad *Scrum* för att arbeta iterativt och inkrementellt. Agil projektutveckling är anpassning till förändrade krav under ett projekt [23].

Försäkringskassan ska tidigare ha arbetat med Vattenfall men att de istället övergick till att utgå från klickbara prototyper som har gerillatestats och genomförts användarstudier på. Vattenfall är en systemutvecklingsprocess vars framsteg är ett flöde nedåt genom olika faser: förberedelse, etablering, analys, design, konstruktion, test, produktionssättning och underhåll [23]. De har som mål att sedan införa A/B-testning/multivarianttestning i framtiden. A/B tester används när två eller flera modeller av samma webbsida finns. Då testas vilka av sidorna som genererar bäst resultat utifrån dess ändamål [27]. Försäkringskassan nämner att de använder webbanalysverktyg från *Adobe* eftersom *Google Analytics* inte är lagligt i offentlig sektor för att följa upp insatser. De använder sig också av webbenkäter för att följa upp kundsynpunkter som genomförs fyra gånger om året av analysavdelningen. Just nu så arbetas det fram en *RACI-modell* för ägande och uppföljningsplan. En RACI-modell är ett verktyg som används för att identifiera roller och ansvar under en organisatorisk förändringsprocess. RACI står för Responsible (utförandeansvarig), Accountable (ansvarig), Consulted (bör konsulteras) och Informed (bör informeras) [26]. Den uppföljningen är sedan en del av deras förbättringsmöten enligt Lean.

Centrala studiestödsnämnden

CSN använder statistiken om vanliga frågor i det redaktionella arbetet vilket bidrar till vilka frågor som ska visas på startsida. En särskild arbetsgrupp samordnar vilka vanliga frågor som ställs i telefon och via e-post för att kunna besvaras på webbsidan. Detta arbetssätt har bidragit till minskat antal kundkontakter via telefon.

Utifrån när webbsidan har som flest besökare planeras det tekniska underhållet. CSN väljer att genomföra underhållet när trafiken är som lägst. Webbsidan har besökare från hela världen men majoriteten av besöken sker dock från Sverige under dagtid.

CSN har valt att inte jobba aktivt med sökmotoroptimering, varken mot t.ex. *Google.se* eller med den interna sökmotorn på webbsidan då de valt att prioritera ned detta då resurserna inte räckt till. CSN har en egenutvecklad loggning för Mina sidor som för in data i deras warehouse. Detta eftersom alla användare som loggar in i Mina sidor har ett unikt csn-nummer som följs upp i användningen av tjänsterna utifrån ålder, kön,

bostadsort och andra basfakta som redan finns om besökaren i deras handläggningssystem. Utifrån antalet besök via mobila enheter beslutade CSN att mobilanpassa ett antal tjänster i Mina sidor och dessutom lanserades en mobilapplikation år 2013. Verktyg som används av CSN för att ta fram deras statistiker heter *Webtrends*. Förutom statistik tas det även fram information vilka operativsystem och versioner av webbläsare som används. Detta hjälper dem vid testning. CSN.se ska fungera i moderna webbläsare och äldre webbläsare ska visa samma innehåll, men utan formgivningen. När det gäller inloggningen med e-legitimation gäller utgivarnas rekommendationer. Enkätverktyget som CSN använder sig av heter *Webropol*.

Migrationsverket

För statistikinsamling används *Google Analytics*. Migrationsverket använde sig av tillgänglighetsplan med målet att öka möjligheten för personer med funktionsnedsättning att kommunicera med myndigheten och ta del av information och tjänster. Målen var att ge ut information i olika format, göra texterna mer tillgängliga, öka webbsidans tillgänglighet, göra informationen lättare att hitta och samverka om tillgänglighet (skapa referensgrupp med handikapporganisationer och delta i tillgänglighetsfrågor). Den tekniska utrustningen som användes under användbarhetstestet hos Migrationsverket hette *Tobii X1 Eye Tracker* (bilaga 8).

Enkäter/Användningstester

På skatteverket.se publiceras enkäter med jämna mellanrum på webbsidan för att få information på hur användaren upplever vissa områden eller tjänster. Användaren kan t.ex. komma åt ett formulär som ligger längst ned sökresultatsidan som frågar om besökaren hittade vad hon sökte efter. Klickar besökaren på "Nej" så får den chansen att skriva en förklaring till vad det är som eftersöks (bilaga 2).

CSN använder sig av enkäter, dels på egen hand eller extern hjälp. Det senare främst för att bli jämförd med liknande organisation. Syftet med enkäterna är olika, ibland mäts bemötandet och upplevd service. Då är det CSN:s enhet för uppföljning och statistik som står som beställare. Andra gånger vill de ha svar på frågor inför utvecklandet av en e-tjänst och då är det aktuella projektet som är beställaren.

Migrationsverket har använt sig av ett externt företag som heter Funka Nu AB [17] som har genomfört både acceptanstest och användartester på migrationsverket.se. Acceptanstestet är en checklista för att testa webbsidans validitet för dess kodkvalitet. Testet utgår från riktlinjer från WCAG 2.0 och E-delegationen där riktlinjerna bedöms om de uppfylls eller ej, samt ger beskrivningar och kommentarer (bilaga 7). Användartestet bestod av att granska hur Migrationsverkets webbplats fungerade för användare med hjälp Eye Tracking (bilaga 8).

Utmaningar

Skatteverket nämner att de bland annat behöver göra mer kvalitativa medborgarundersökningar som är rapporter som webbteamet borde bli duktigare på att använda sig av. Den statistiken skulle vara intressant att titta på. Skatteverket vill att antalet telefonsamtal ska minskas.

Hos försäkringskassan så förutsätter regeringen, riksdagen och departement att regleringsbrev, lagar, förordningar, föreskrifter etc. efterlevs. Detta innebär att lagar gällande tillgänglighet, informationssäkerhet, personuppgifter, sekretess etc. måste uppfyllas.

CSN nämner att utmaningen är att prioritera rätt bland allt som bör följas upp och agera där efter. CSN poängterar att de under hösten kommer att ta extern hjälp för att ta fram bl.a. en effektkarta som visar på syfte med CSN:s webbplats och e-tjänster. *En kartläggning av deras mest prioriterade målgrupper samt åtgärder för hur CSN kan*

uppfylla målgruppernas behov att följa upp dessa. Viktiga aspekter i uppdraget är krav på användbarhet och tillgänglighet.

Övrigt

Det finns även flera krav som skatteverket har på sig och några av dem är språklagen, eller t.ex. lagen om cookies. E-delegationens webbkritiklinjer är också vad de försöker efterfölja och Skatteverket försöker arbeta för att deras hemsida ska validera enligt WC3 och WCAG. CSN:s besökare är välkomna att lämna förbättringsförslag angående vadsomhelst via e-postadress till en funktionsbrevlåda som finns under Kontakta oss.

5. Diskussion

I diskussionsdelen kopplar jag resultatet till teorin och diskuterar myndigheternas metoder att förbättra sina e-tjänster. Gör myndigheterna tillräckligt för dem som ingår i den digitala klyftan?

Syftet med enkätundersökningen var att konstatera de olika myndigheternas prioriteringar av E-delegationens webbkritiklinjer. Dessa prioriteringar reflekterades mot de identifierade gruppernas behov av användbarhet och tillgänglighet på e-tjänsterna, enligt tidigare forskning om den digitala klyftan. Resultaten från enkätundersökningarna visade att myndigheterna levde upp till att tillgodose 60 - 100% av kraven angivna för de olika grupperna. I avsnitt 4.1 valde jag att avgränsa mig till att använda 5 olika riktlinjer som jag bedömde vara mest betydelsefulla för varje grupp. Resultatet hade kunnat se annorlunda om urvalet av riktlinjer hade varit fler. Något som också bör diskuteras är de angivna graderna 1 till 5 som kontaktpersonerna hade som värden att prioritera riktlinjerna. Nu i efterhand hade det varit bättre om de t.ex. hade kunnat gradera riktlinjerna mellan 1-8 eller 1-10. Fem är odelbart vilket innebär en risk att vilja gardera sig med värdet 3. Det hade gett ett tydligare resultat utan ett medianvärde då undersökningen hade visat att personen lutar sig åt ett håll.

Utifrån resultatet klargörs att myndigheterna är medvetna om hur avgörande en god användbarhet och tillgänglighet är på deras e-tjänster. Som en motpol till myndighetsutövandet, kan exempelvis en privat webbsida göra urval av riktlinjer för att nå ut till en enhetlig målgrupp med specifika behov. Däremot är det svårare för en myndighet att dela upp riktlinjer utifrån specifika målgrupper då deras uppdrag är att tillgodose allmänheten som inte går att klassificera som homogen. Med det sagt så har vissa myndigheter en kärngrupp med specifika behov. Migrationsverket bör uppfylla de riktlinjer som tar hänsyn till dem med brister i det svenska språket, och erbjuda fler språkalternativ, till skillnad från övriga myndigheter. I enkätundersökningsresultaten visas dessutom ett mönster i överskridande antalet riktlinjer för hur viktig riktlinjen är för myndighetens besökare, jämfört med de riktlinjer de anser sig uppfylla. Det kan alltså tydas som att myndigheterna har en ödmjuk betraktning till sina e-tjänster, det vill säga att det finns rum till förbättring.

Syftet med intervjuerna hos myndigheterna var att på en djupare nivå kunna reflektera enkätundersökningsresultatet mot tidigare forskning och verkligheten hos dem som utvecklar e-tjänsterna. Mina val av myndigheter grundade sig dels av min personliga interaktion med några av dem, men också utifrån forskningen om digitala klyftan. De identifierbara grupperna ledde till att jag kopplade gruppernas behov till de myndigheter som hade utövandet att tillgodose dem. Detta blev min utgångspunkt som senare visade sig vara annorlunda hos myndigheterna som belyste ett bredare perspektiv av målgrupper än vad som var väntat. Då min utgångspunkt var att belysa en specifik målgrupp för myndigheten i enkätundersökningarna, ändrades dess

innebörd till att istället utgå från myndighetens uppfattning om vilka deras grundläggande målgrupper var.

Myndigheternas arbetssätt ser olika ut och ett utdrag från intervjun med CSN lyder som följande: "Användning av tjänsterna utifrån ålder, kön, bostadsort och andra basfakta som redan finns om besökaren används". CSN förklarar i intervjun att de använder sig av användarens csn-nummer för att få fakta om besökaren. Myndigheterna använder sig alltså av ett liknande system för att dela in sina användare i grupperingar för att effektivisera hanteringen av sina e-tjänster. Något gemensamt för myndigheterna är att de gör statistikmätningar för att veta hur besökaren rör sig på e-tjänsterna. Som myndighet får identiteten inte röjas hos en besökare vilket innebär att IP-adressen hos användaren anonymiseras. På grund av intervjuns frågeställningar fick jag olika svar och tolkningar på arbetssätt och metoder. Kontaktpersonen hos Försäkringskassan var den enda som inriktade sig på att förklara deras arbetsmetoder utifrån ett arbetsstrategiskt perspektiv. Det kunde ha att göra med yrkesrollen som product manager. Övriga myndigheter bemötte frågorna med att redogöra statistik, tekniska verktyg och metoder, samt resultat från användbarhetstester.

Migrationsverket och Försäkringskassan hade beställt acceptanstester och användbarhetstester via Funka Nu AB enligt företaget själva. Migrationsverket skickade testerna för att gynna min studie, men Försäkringskassan nämnde inget om att några tester hade gjorts av andra organisationer trots min önskan att ta del av användbarhetstester. Detta väckte en fråga i mig om testerna gjordes av Funka Nu AB, som möjligtvis ägs av Försäkringskassan, är en offentlig handling som allmänheten har rätt till eller om det inte gäller om det är privata företag som är upphovsmakarna till testet. Att Försäkringskassan inte skickade testerna kan lika gärna ha varit att jag inte var tillräckligt tydlig med vad jag eftersökte. En intressant synpunkt från migrationsverket var att de i framtiden kommer att samverka om tillgänglighet, att de kommer att skapa en referensgrupp med handikapporganisationer och delta i tillgänglighetsfrågor. En annan synpunkt är CSN:s framtida planer att kartlägga deras mest prioriterade målgrupper samt åtgärder för hur CSN kan uppfylla målgruppernas behov. Trots svårigheterna att kategorisera målgrupperna finns det ändå en medvetenhet hos myndigheterna, att det finns människor som har det svårare att bruka IT av olika anledningar.

Då IT-utvecklingen hela tiden går framåt resulterar det i att befolkningen mer eller mindre blir tvungna att använda sig av datorer och internet. Myndigheterna lägger ner tid på att öka användbarheten och tillgängligheten, vilket enligt CSN har bidragit till minskat antal kundkontakter via telefon. Detta märks tydligt i utvecklingen i kontakten med olika kundtjänster. E-tjänster och informationssystem utvecklas vilket resulterar i nya systemkrav, där exempelvis datorer krävs på bättre prestanda. Befolkningen behöver precis som datorerna, oavsett målgrupp, också hålla igång prestandan, det vill säga kunskapen att kunna ta del av de tjänster och produkter som erbjuds i nutid och framtid.

6. Slutsats

För att förklara min slutsats behövs syftet förklaras åter igen. Denna uppsats berör den digitala klyftan var ändamål i studien är att redogöra myndigheternas insatser att minska klyftans gap. Vad jag menar är hur de identifierade grupperna inom den digitala klyftan, som har problem att bruka informationsteknologin, kan hantera användbarheten på myndigheternas e-tjänster. Därför har jag undersökt hur myndigheterna hanterar E-delegationens webbriktlinjer på deras e-tjänster för att tillgodose Sveriges befolkning. För att undersöka detta gjordes en enkätundersökning

där jag valde ut de mest prioriterade riktlinjerna. Enkätundersökningen skickades ut till utvalda myndigheter att besvara vilka riktlinjer de i vilken grad ansåg sig uppfylla. Med intervjuer hos de olika myndigheterna och deras svar på enkätundersökningarna framställdes ett resultat som har analyserats, vilket är påföljden till kommande slutsats:

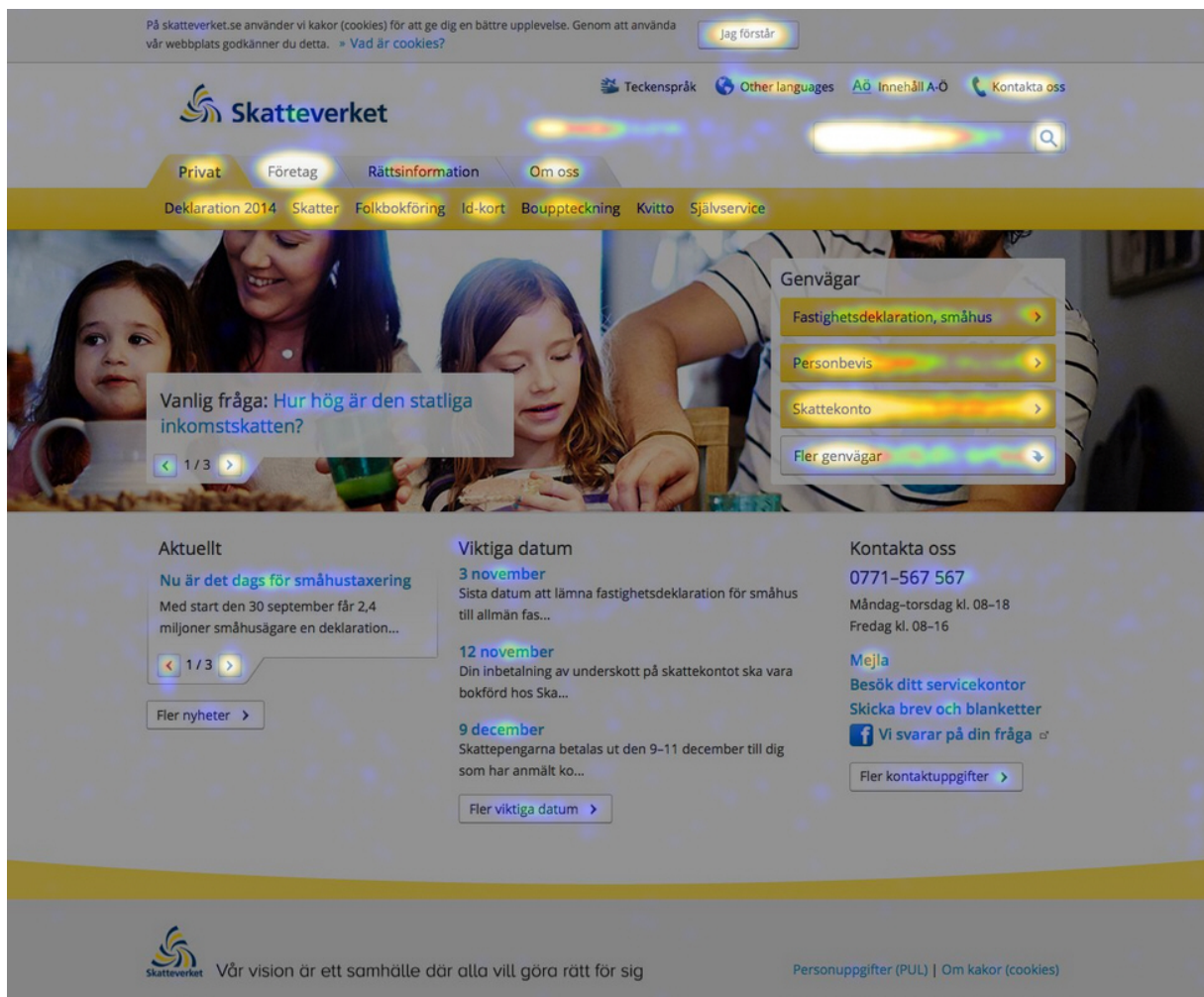
Som svar på uppsatsens andra frågeställning "*kan myndigheten uppfylla användbarheten för enskilda gruppers behov ur den digitala klyftan?*", utgår jag från intervjuunderlaget och enkätundersökningarna att det är svårt eller ohållbart som myndighet att dela upp riktlinjerna efter de identifierade grupperna. Anledningen till detta är att varje målgrupp inte är homogen utan innehåller individer med olika behov, det vill säga att alla riktlinjer kan beröra alla målgrupper. Det är möjligt att tillhöra alla målgrupper samtidigt om vederbörande till exempel är en äldre kvinna som kommer från ett annat land, som bor på landet och har någon funktionsnedsättning och är lågutbildad. För att tillgodose en grupps olika behov krävs det att som myndighet uppfyller samtliga webbriktlinjer. Enligt analys av min studie är min slutsats att det går att applicera riktlinjer utifrån målgruppernas behov, men att som myndighet ur ett demokratiskt perspektiv inte kan tillåtas ha ett myndighetsutövande som endast riktar sig mot enskilda målgrupper. Alla demografer i Sverige måste upplysas, vilket därmed även gäller de identifierade drabbade grupperna inom den digitala klyftan. Myndigheterna har som krav enligt propositionen att tillgodose alla målgrupper, och studiens resultat redogör att de utvalda myndigheterna uppnår goda resultat. Då det enligt digitala klyftan finns identifierbara grupper vill jag därmed också påvisa att det finns olika kärngrupper inom myndigheterna med olika behov än andra. Studien redogör att vissa webbriktlinjer har olika rättmätighet att uppfyllas hos myndigheterna. Exempelvis bör Migrationsverket hantera sina besökare (uppehållstillståndssökande) med att tillgodose dem med fler språkmöjligheter än svenska och engelska, till skillnad från övriga myndigheter. Studiens resultat klargör att 60-100% av de mest prioriterade webbriktlinjerna uppnåddes utifrån myndigheternas egna svar på enkätundersökningarna.

Källhänvisning

- [1] Grönlund Å, Ranerup A (red). Elektronisk förvaltning, elektronisk demokrati, visioner, verklighet, vidareutveckling. 2001
- [2] Webindex (internet) Schweiz: World Wide Web Foundation, 2013. Läst: 2014-11-20. Tillgänglig: <https://thewebindex.org/data/index/>
- [3] Findahl, O. *Svenskarna och Internet*. (2013). Internetstatistik 2013. Läst 2014-11-20. Tillgänglig: <https://www.iis.se/docs/SOI2013.pdf> (rapport)
- [4] Andersson, A. *Digitala klyftor - förr, nu och i framtiden*. Regeringskansliet. 2003.) Läst: 2014-11-19.
Tillgänglig: <http://www.regeringen.se/content/1/c6/01/17/51/2b88bddd.pdf>
- [5] Odell, M. Regeringens proposition 2009/10:175. Läst: 2014-11-19. Tillgänglig: <http://www.regeringen.se/content/1/c6/14/22/72/63610a6e.pdf>
- [6] PSI-datakollen (internet) Sverige: Vinnova och E-delegationen. Läst: 2014-11-19. Tillgänglig: <http://www.psidatakollen.se>
- [7] Lundqvist, L. Medborgardemokrati och eliterna, 2001.
- [8] Regeringen (internet) Läst: 2014-11-19.
Tillgänglig: <http://www.regeringen.se/content/1/c6/01/17/51/2b88bddd.pdf>
- [9] Vinnova (internet) Sverige: Vinnova. Läst: 2014-11-19.
Tillgänglig: <http://www.vinnova.se/upload/EPiStorePDF/vr-06-04.pdf>
- [10] Lund, T. Persson, M. Förverkliga demokrati och skapa rättvisa. Forum Syd. 2008
- [11] Molich, R. Översatt av Franzen T. Webbdesign med fokus på användbarhet. 2002
- [12] Dominques, I. Berndtsson J. Användbarhet i praktiken. 2010. Läst: 2014-11-19.
Tillgänglig: http://anvandbarhet.se/bok:vad_ar_anvandbarhet
- [13] Warstrand L. Sverige: E-delegationen. Läst: 2014-11-19
Tillgänglig: <http://www.edelegationen.se/Om-oss/Kort-om-E-delegationen/>
- [14] Olsson H, Sörensen S. Forskningsprocessen, kvalitativa och kvantitativa perspektiv. 3:e upplagan 2011.
- [15] Länsstyrelsen. Sverige: Länsstyrelsen. Läst: 2015-01-05. Tillgänglig: <http://www.lansstyrelsen.se/orebro/Sv/nyheter/2011/Pages/digital-klyftan-mellan-stad-och-land.aspx>
- [16] Caldwell, B. Cooper, M. Guarino Reid, L. Vanderheiden, G. Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0 USA: W3C. Läst: 2014-11-19. Tillgänglig: <http://www.w3.org/Translations/WCAG20-sv/#intro>
- [17] Funka Nu (internet) Sverige: Funka Nu AB. Läst: 2014-11-19.
Tillgänglig: <http://www.funkanu.com>

- [18] Blackne, A. Användartester: Migrationsverket. Funka Nu AB. 2014
Tillgänglig:
<http://www.funkanu.com/sv/Vara-uppdrag/Vara-kunder/Kunder-berattar/Migrationsverket-anlitade-Funka-for-att-genomfora-anvandartester-med-hjalp-av-eye-tracking/>
- [19] Nyström, M. Hermeneutik. 2007 Göteborgs Universitet. Läst: 2014-11-19.
Tillgänglig: <http://infovoice.se/fou/bok/kvalmet/10000012.shtml>
- [20] PTS Bredbandskartan. (internet) Sverige: PTS. Läst: 2014-11-19
Tillgänglig: <http://bredbandskartan.pts.se/Bredbandsstrategier/>
- [21] Vägledning för webbutveckling. (internet) Sverige: E-delegationen. Läst: 2014-11-20. Tillgänglig: <http://webbriktlinjer.se/riktlinjer/>
- [22] Ne.se (internet) Sverige: Nationalencyklopedin. Läst: 2014-11-20. Tillgänglig:
<http://www.ne.se/>
- [23] Leffingwell, D. Agile software requirements, Lean Requirements Practices, for teams. Programs and the enterprise. Reinertsen. D. 2010
(e-book)
- [24] Lindroth, P. Eskelinen, Hilkka. Läst: 2015-01-05. Tillgänglig:
<http://www.smakom.se/wp-content/uploads/2014/09/SOU-2014-21-Bredband-1-sept-14.pdf>
- [25] Söderberg, M. (internet) Sverige: Daytona. Läst: 2014-11-20. Tillgänglig:
<http://www.daytona.se/responsiv-webbdesign>
- [26] Hornsten-Gran, J. (internet) Sverige: I-Procure. Läst: 2014-11-20. Tillgänglig:
<http://www.i-procure.se/raci-modellen/>
- [27] May & Barrow. (internet) Sverige: May & Barrow. Läst: 2014-11-20. Tillgänglig:
<http://www.mayandbarrow.com/ab-test-med-google-analytics/>
- [28] Skatteverket.se (internet) Sverige: Skatteverket. Läst 2015-01-03. Tillgänglig:
<http://www.skatteverket.se/omoss/omskatteverket.4.65fc817e1077c25b832800015922.html>
- [29] Fk.se (internet) Sverige: Försäkringskassan. Läst 2015-01-03. Tillgänglig:
<http://www.forsakringskassan.se/omfk>
- [30] CSN.se (internet) Sverige: Centrala studiestödsnämnden) Läst 2015-01-03.
Tillgänglig: <http://www.csn.se/om-csn>

Bilagor



bilaga1

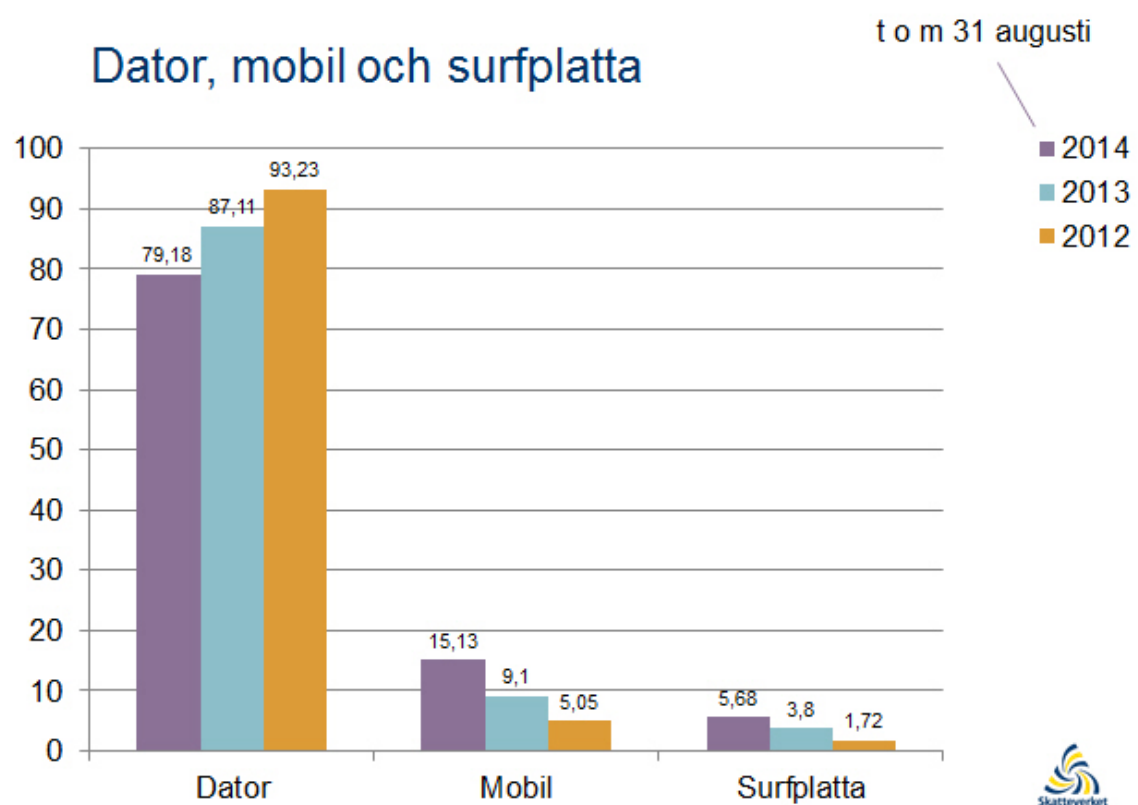
Hittade du vad du sökte?	Ja	Nej
--------------------------	----	-----

Tråkigt att du inte hittade vad du sökte efter.

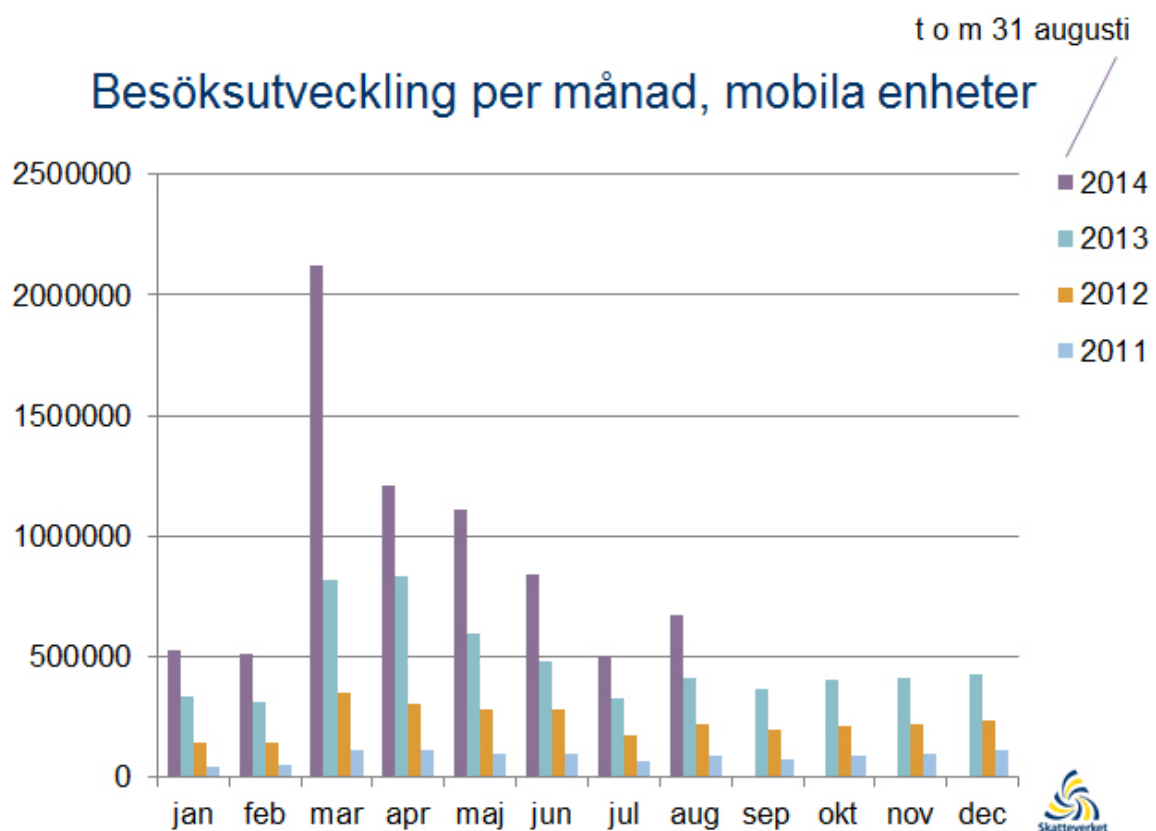
Vilket resultat förväntade du dig?

Skicka

bilaga2



bilaga3



bilaga4

Personas (våra typanvändare)



Johanna

Ny som skattebetalare, men inte så intresserad

”Det är många skatteord, och jag är inte så bra på sånt...”



Peter

Småföretagare som vill sköta allt korrekt

”Man ska väl inte behöva vara skattejurist för att kunna göra rätt...”



Eva

Ekonom som ofta hämtar uppgifter och läser på

”Det är inte alltid så lätt att veta vilken broschyr uppgiften finns...”



Erik

Skattekonsult som måste hålla sig uppdaterad

”Börjar med lagtexter först, sedan hur det är beskrivet i handledningarna...”



bilaga 5




bilaga6

T3a Webbplatsen är fullt användbar och läsbar vid förstoring

Problem

- Text på knappen och i sökfältet på startsidan kapas vid 200% zoom.



Check your application

Check if your application has been registered or if a decision has been made.

Enter your reference

bilaga 7



bilaga 8

Intervju och enkätundersökning.

Hej!

Tack för din respons senast vi hade kontakt. Här kommer en uppföljning på min undersökning kring myndigheten e-tjänst.

Del 1.

I min uppsats belyser jag de identifierade målgrupperna som ingår i den digitala klyftan som framkommit i tidigare forskningar: äldre, funktionshindrade, invandrare, lågutbildade, geografisk hemvist (folk i landsbygden) och kön (kvinnor).

I min studie kring dessa grupper redogör jag de problem som kan uppstå vid användandet av en webbsida, och i detta fall myndigheternas e-tjänster.

Myndigheternas utövande bidrar till att specifika grupper i samhället söker sig till myndigheten. T.ex. så vänder sig de **äldre** till pensionsmyndigheten, nyanlända **invandrare** till migrationsverket, **studenter** till CSN, m.m.

Fråga: Jag undrar vilka ni anser är er fundamentala målgrupp utifrån myndighetens ändamål?

Svar:

Del 2.

E-delegationen som är Näringsdepartementets utskott har tagit fram webbriktlinjer som är avsedda för myndigheterna. Det finns totalt 111 stycken webbriktlinjer som jag har valt att avgränsa till 28 i antal. Avgränsningen och mina val av riktlinjer grundar sig i att jag valt att fokusera på användbarhet och tillgänglighet på myndighetens e-tjänst utifrån standarder beskrivna av E-delegationen. (webbriktlinjer.se/riktlinjer)

Observera den bifogade enkätundersökningen i detta mejl.

Dokumentet innehåller en matristabell där jag har redogör de 28 riktlinjerna. För varje riktlinje är jag intresserad av att veta:

1. I vilken grad ni anser att er webbplats uppfyller samtliga riktlinjer.
2. Hur viktigt ni anser att de olika riktlinjerna är för era besökare.

Syftet med enkätundersökningen är att sammanställa ett resultat, och utifrån det hitta vilka riktlinjer som prioriteras högst inför myndigheternas målgrupper.

Undersökningen är att du ska gradera hur "din" myndighets webbsida prioriterar E-delegationens riktlinjer. Gradera riktlinjerna mellan värdena **1-5** grundat på hur högt myndigheten prioriterar dem utifrån era målgrupper (1 är låg prioritet och 5 är hög prioritet). Se exemplet nedan.

Exempel:

(Pensionsmyndigheten)	Gradera (1-5) hur Pensionsmyndigheten.se uppfyller samtliga riktlinjer	Gradera (1-5) hur viktiga riktlinjerna är för era besökare
R60. Gör tydliga användbara knappar	5	5
R11. Kombinera skrift med ljud, bild och film	3	5
R34. Gör länkar, klickbara ytor och menyer användbara för alla	4	5
R15. Ge information på engelska och andra språk	2	3
R77. Ge tydlig återkoppling i e-tjänster	2	1
R2. Ge begripliga felmeddelanden	5	5
R57. Låt användarna fylla i information i valfritt format	2	5

Glöm ej att spara dokumentet, bifoga och skicka tillbaka till min mejladress

Del 2.

Gradera riktlinjerna nedan mellan värdena **1-5** grundat på hur högt myndigheten prioriterar dem utifrån era målgrupper (1 är låg prioritet och 5 är hög prioritet).

För varje riktlinje finns det en kort sammanfattad beskrivning på webbriktlinjer.se/riktlinjer

Myndighet	Gradera (1-5) hur Skatteverket.se uppfyller samtliga riktlinjer	Gradera (1-5) hur viktiga riktlinjerna är för era besökare
R1. Följ WCAG 2.0 nivå AA		
R2. Ge begripliga felmeddelanden		
R8. Bestäm målgrupper och syften för webbtexterna		
R10. Ge all information på begriplig svenska		
R11. Kombinera skrift med ljud, bild och film		
R13. Ge information på svenskt teckenspråk		
R14. Ge information på de nationella minoritetsspråken		
R15. Ge information på engelska och andra språk		
R25. Förvaltningsorganisationen och dess kunskap ska stå i proportion till webbplatsens storlek och ambitioner		
R27. Hjälpa användarna att hitta på webbplatsen		
R31. Länka alla sidor till startsidan		
R34. Gör länkar, klickbara ytor och menyer användbara för alla		
R50. Minimera antalet fält i formulär		
R52. Fyll i formulär med kända uppgifter		
R53. Gruppera formulärets fält		
R55. Skapa tydliga och klickbara fältetiketter		

R57. Låt användarna fylla i information i valfritt format		
R58. Använd standardutseendet på formulärens element		
R60. Gör tydliga användbara knappar		
R61. Gör tydliga och informativa rubriker		
R63. Visa var i en process användaren befinner sig		
R64. Skriv lättbegripliga texter		
R65. Använd ord och konsekvent		
R66. Skriv datum och sifferuppgifter konsekvent		
R77. Ge tydlig återkoppling i e-tjänster		
R78. Brödsmulor eller sökstigar i e-tjänster		
R92. Webbplatsen ska kunna användas även utan stilmallar		
R101. Markera tydligt vilka fält som är obligatoriska		

Glöm ej att spara dokumentet, bifoga och skicka tillbaka till min mejladress

Vänliga hälsningar,
Kenny

Intervju

Skatteverket

Ber om ursäkt att det tagit lite tid, ibland är det lite knepigt att få tiden att räcka till. Jag tänkte att jag i alla fall ska börja skriva vad vi sysslar med, när det gäller just arbetsmetoder och vad vi gör för att försöka möta våra besökares behov. Då kommer vi i alla fall vidare, och du kanske kommer på flera frågor och funderingar. Det är många delar som liksom hänger ihop, och det är möjligt att det här mailet blir lite ostrukturerat. Jag hoppas att du får ut något av det ändå. Mitt ansvarsområde handlar främst om webbstatistik, webbanalys och en del sökmotorarbete. Mycket av den information som jag får fram ligger sedan till grund för det redaktionella arbetet på webbplatsen (skatteverket.se).

Skatteverket har bl.a. som ett övergripande mål att "breda e-vägen" men också att "det ska vara lätt att göra rätt". Vår webbplats ska liksom vara navet i vår kommunikation, men då är det som sagt också väldigt viktigt att man som besökare

faktiskt också hittar och förhoppningsvis också förstår vår information.

Statistik

Idag använder vi Google Analytics för att samla in statistik från skatteverket.se. Vi anonymiserar de sista tecknen i besökarnas IP-adresser, innan informationen skickas till Google Analytics. På det viset kan vi aldrig se och spåra enskilda besökare. Det vi är intresserad av är att se "flöden". Om det går att utläsa hur man rör sig över webbplatsen, vad man söker efter i sökmotorn tillsammans med t ex nedladdade blanketter och broschyrer. Vi tar bl a fram rapporter som visar:

- Mest besökta frågor och svar på webbplatsen
- Mest nedladdade blanketter och broschyrer
- Besök under området "Other languages"
- Mest besökta sidor under respektive flik/område
- Vilka tider man besöker våra e-tjänster
- Vilka sökord som ger träff (och som inte ger träff) i sökmotorn
- Vilka sidor våra besökare står på när man börjar använda sökmotorn, och vad man då söker efter

Det här är rapporter som ligger till grund för det redaktionella arbetet, som att t ex lyfta populära blanketter/broschyrer på någon av våra startsidor. Att titta på under vilka timmar våra e-tjänster besöks kan t ex ligga som grund för beslut om hur vår Skatteupplysning ska hålla öppet, eller under vilka tider vår e-tjänstsupport ska hålla öppet.

Förutom kvartalsvisa redovisningar på avdelningsmöten och något enstaka möte för ledningsgruppen, så försöker vi ha "statistik" som en stående punkt på våra webbteamsmöten. Där tittar vi närmare på något område som jag har valt ut, om inte någon av redaktörerna arbetar med något speciellt som dom vill ha hjälp att kika på. Det kan vara allt från den gångna veckans mest besökta frågor och svar, dom mest använda sökorden som inte ger träff i vår sökmotor eller bara en genomgång av rapporter i själva verktyget.

Under 2013 hade vi lite drygt 44 miljoner besök på webbplatsen. Nästan 60 % av vår trafik kom via sökmotorer och då främst Google. Vid 36 % av besöken såg man aldrig vår startside. 36 % hos oss innebär ungefär 16 miljoner besök. Hur hanterar vi att startsidan inte längre är startside för alla besökare? Vi har koll på vilka sidor som är startsidor och kan jobba med att optimera dem. Vi vill ju säkerställa att en besökare kan fortsätta sitt besök och navigera vidare. Redan när sajten gjordes om för några år sedan så skalade vi bort en massa nyheter, startsidan tömdes på en stor del av innehållet, som istället flyttades till sidfoten. På det sättet så har antalet lästa nyheter och pressmeddelanden ökat. Tror inte att man går till oss för att läsa nyheter. Handlar mer om att man har ett ärende som man vill utföra. Då har vi istället kunnat utnyttja sidan för genvägar till tjänster och information som efterfrågas.

Ca 10-12 % av våra besökare använder webbplatsens sökmotor. Genom att titta på sökord, och var man befinner sig när man börjar söka, så kan förhoppningsvis våra redaktörer arbeta för att förtydliga texter och även lägga till "relaterad" information. Ser vi t ex att många som besöker våra deklarationssidor, börjar använda sökmotorn och leta efter någon specifik blankett, så gör vi vad vi kan för att lyfta upp den informationen redan på sidan. Sökningar som av olika anledningar inte ger träff, granskar vi för att se hur vi kan trimma funktionen ytterligare. Det kan handla om felstavningar som vi lägger in som synonymer eller metadata, så att de också ger träff. Ganska ofta kan det vara sökningar på ord eller fraser som handlar om information som inte finns hos Skatteverket. Då skapar vi unika och "dolda" sidor vars enda syfte är att ge en träff i sökmotorn... en besökare som då söker efter t ex

”taxeringskalender” på vår webbplats, kan få en liten hänvisning om att det inte är Skatteverket som tar fram den. På det här sättet försöker vi också följa ”nya” sökord som helt plötsligt börjar användas. I höstas hade vi t ex helt plötsligt en massa sökningar på ”skattesnurra”, det var Aftonbladet som hade hittat på ett nytt namn för vårt skatteuträkningsprogram. Då kunde vi snabbt lägga in ordet som nyckelord/synonym så att våra besökare hittade rätt.

Vi tar också fram en del rapporter till kollegorna på it-avdelningen. Då är det främst rapporter om vilka webbläsare, mobila enheter och versioner av webbläsare som används. Allt för att vi ska kunna komplettera vårt lilla testlabb med utrustning som motsvarar våra besökares, så att vi vet att våra uträknings- och e-tjänster fungerar som de ska. (bilaga3) (bilaga4)

Förutom att vi gör mer direkta korrigeringar av webbplatsen utifrån statistiken, så ligger den också till grund för att skapa våra personor. En slags typanvändare som representerar en användargrupp med liknande behov och beteenden. Ett sätt att undvika självcentrerad design och kommunicera användarbehov på ett lättsmält sätt. (bilaga5)

Den stora ökningen av mobiltrafik till webbplatsen som vi sett, ledde förresten också fram till vår nya ”responsiva” sajt, som lanserades i mitten av december förra året. (bilaga6)

Enkäter/användningstester

Med jämna mellanrum publicerar vi enkäter på webbplatsen för att bättre få reda på hur användaren upplever vissa områden eller tjänster. Ett exempel är t ex det formulär som ligger längst ned på vår sökresultatsida (<http://www.skatteverket.se/4.64a656d113f4c7597011b3.html?query=blanketter&searchTab=0>). Där frågar vi helt enkelt om man hittade vad man sökte? Klickar man ”Nej” så får man chansen att skriva in en förklaring till vad man letade efter. Överlag så märker vi att väldigt många av våra besökare är snälla och vill hjälpa till. Vi får in väldigt många bra kommentarer den vägen. Bifogar en skärmbild som heter ”formular-sokresultatsida.jpg” (bilaga2)

Ett annat exempel är den typ av enkät som vi lägger upp då vi vill vidareutveckla någon av våra tjänster. F n har vi en enkät som visas då man besöker sidan för ”Skattejämkning för skolungdom” (<http://www.skatteverket.se/4.46ae6b26141980f1e2d4b79.html>). Då är vi intresserade av att komma i kontakt med besökare som kan tänka sig att besöka oss för att testa en ny version av tjänsten.

Verktyg

Som jag nämnt tidigare så använder vi Google Analytics för statistiken. När det gäller webbenkäterna så använder vi en enkel enkätmodul i Sitevision (vårt publiceringsverktyg). Till detta använder vi också ett webbaserat verktyg som heter Crazyegg, där vi kan skapa heatmaps, och mer visuellt se hur man som besökare klickar på enskilda sidor. Den bifogade filen ”heatmap, foretag.jpg” visar t ex hur 50 000 besökare klickade under lite drygt 21 timmar den 25-26 september. (bilaga1)

Utmaningar

Det vi försöker titta på nu under hösten, är hur vi ska få ihop statistik på ett bra sätt från alla kanaler. I Skatteupplysningen kategoriserar man inkommen e-post och telefonsamtal. Den statistiken kan vara intressant för webben att titta på. Ser att många ringer/mailar runt specifika frågor eller områden, så bör vi snabbt se till att

lyfta det på webben. Vi ser ju gärna att antalet telefonsamtal till oss minskar.

Vi har en speciell analysenhet som bl a gör mer kvalitativa medborgarundersökningar. Det är också rapporter som vi i webbteamet borde bli duktigare på att använda oss av. Ett exempel är undersökningen "Medborgarnas synpunkter på skattesystemet, skattefusket och Skatteverkets kontroll" som gjordes våren 2012. Jag bifogar den också i detta mail.

Övrigt

I ett av dina tidigare mail skrev du bl a om vilka krav vi har på oss. Det finns flera... allt från språklagen, till t ex lagen om Cookies. Vi försöker också följa de krav som ställs i e-delegationens webbkritiklinjer (<http://webbkritiklinjer.se>). En av våra redaktörer arbetar faktiskt nu med en översyn av vilka riktlinjer vi faktiskt uppfyller, och var vi brister och behöver fokusera framtida arbete. Rent tekniskt pratar vi sällan om t ex vilka webbläsare webbplatsen ska fungera för. Vi försöker istället arbeta för att sajten ska validera enligt W3C och att vi genom att följa e-delegationens riktlinjer, också ska följa WCAG (<http://www.w3.org/Translations/WCAG20-sv>).

Försäkringskassan

Vad gör Försäkringskassan för att möta kundernas behov i digitala kanaler och hur följer ni upp detta?

En grundpelare för Försäkringskassan är att vi arbetar värdebaserat och utifrån kundens behov. Men vad innebär det?

Försäkringskassan har tre huvudsakliga kundgrupper: samhället/regeringen/riksdagen, privatpersoner som gör anspråk på socialförsäkringskassans ersättningar och partners. Våra digitala kanaler speglar detta och vi ska möta behoven från alla dessa grupper

Allmänheten har rätt att ta del av allmän och offentlig information, till exempel statistik, utredningar och publikationer. Regering, riksdag och departement förutsätter att vi lever upp till regleringsbrev, lagar, förordningar, föreskrifter etc vilket till exempel innebär att vi måste följa gällande lagar om tillgänglighet, informationssäkerhet, personuppgifter, sekretess, etc men inte minst socialbalken. Partners inkluderar både andra myndigheter och organisationer som tillsammans med Försäkringskassan lever upp till socialbalken. Till exempel ska arbetsförmedlingen lämna in information om kunders arbetsmarknadspolitiska program men läkare ska också skicka in läkarintyg som en del av den processen. Det är viktigt att poängtera att alla dessa räknar Försäkringskassan som kunder men eftersom processen att möta behov avviker för dessa grupper kommer jag att avgränsa mig till gruppen privatpersoner

Försäkringskassan har tolkat sitt regleringsbrev och utifrån denna formulerat en vision: Ett samhälle där människor känner en trygghet när livet tar en vändning. Det innebär specifikt att ge finansiell trygghet genom socialförsäkringen men också att samordna resurser för att medverka till att sjukskrivna återgår till arbetslivet. Som ett tredje uppdrag betalar också Försäkringskassan ersättningar för förmåner som regleras i andra myndigheters lagstiftning: Försäkringskassan sköter till exempel utbetalningarna från Pensionsmyndigheten men ansvarar också för handläggning och utbetalning av aktivitetsstöd, som är en ersättning till personer som genomgår ett arbetsmarknadspolitiskt program från Arbetsförmedlingen.

Försäkringskassan har baserat på sin vision fastställt en organisationell strategi, Lean, som används som principiellt och generell styrning och organisering av

verksamheten. Detta beskrivs mycket bra i <http://www.innovationsradet.se/wp/wp-content/uploads/2012/02/Lean-och-systemsyn-i-stat-och-kommun1.pdf>

Denna strategi innebär att man arbetar flödesbaserat och målet är att flödet ska utgå från kunden snarare än produktionen. Försäkringskassan är ännu inte där men genomgick för mindre än ett år sedan en omorganisation för att utgå från en flödeorienterad styrning snarare än en produktionsbaserad styrning.

De digitala kanalerna är en faktor i detta men ska alltså ses i sitt kontext: målet är att optimera flödet och möta övergripande mål och detta är ett viktigt ställningstagande för att Försäkringskassan ska kunna möta kundernas behov: om vi inte utgår från det kompletta flödet utifrån kundernas perspektiv kommer vi inte att möta behoven.

Det första steget blir därför att identifiera kundens flöde och utifrån detta identifiera nuläge, nyläge och önskat läge (igen detta är termer från Lean). Försäkringskassan har vid flera tillfällen anlitat Transformator design <http://www.transformatordesign.se/tjanster/> för att facilitera detta arbete med hjälp av service design. Baserat på detta har personas, kundresor, kundbehov, etc identifierats och dokumenterats.

När sedan initiativ ska göras förenklar jag nu bilden och koncentrerar mig på större initiativ. Som de flesta andra myndigheter och organisationer har vi en projektmodell. Försäkringskassan använder Pejl och effekttstyrning. Detta innebär att kundens behov ska mappas mot en önskvärd effekt. (Andra interna effekter mäts och följs också upp). För varje effekt ska effektmål specificeras och effekthemtagningen ska beslutas. Med effekthemtagning innebär att man ska utarbeta en plan för hur effekten ska nås, hur den ska mätas och vem som följer upp.

Under projektet använder Försäkringskassan Lean och agila metoder (framför allt anpassad scrum) för att arbeta iterativt och inkrementellt). Anpassning till förändrade krav under ett projekt [23].

Försäkringskassan har tidigare arbetat med traditionell vattenfall men i vårt senaste projekt som vi påbörjade för 2 månader sedan har vi istället utgått från klickbara prototyper som vi både gerillatestat och genomfört kompletta användarstudier på, från första veckan i projektet. Vi har som mål att införa någon form av A/B-testning/multivarianttestning men detta är på sikt.

Efter produktionssättning följer vi upp och vi använder webbanalysverktyg (Adobe eftersom Google Analytics inte är lagligt i offentlig sektor) för att följa upp insatser. Som jag skickade dig förut arbetar vi nu fram en RACI-modell för ägande och uppföljningsplan. Denna uppföljning är sedan en del av våra förbättringsmöten enligt Lean.

Vi använder också webbenkät för att kontinuerligt följa upp kundsynpunkter och vi genomför 4 ggr om året en statistiskt säkerställd kundundersökning genom vår analysavdelning.

4.1.4 CSN

Vi använder ett verktyg som heter Webtrends för att samla in statistik från csn.se och Mina sidor. Varje månad tar vi ut rapporter över bland annat:

- Mest besökta frågor och svar
- Mest besökta tjänster i Mina sidor
- Vilka tider man besöker våra e-tjänster
- Startsida respektive utgångssida (exitpage) för våra besökare

Vi har även en egenutvecklad loggning för Mina sidor som vi för in i vårt data warehouse. Eftersom alla användare som logga in i Mina sidor har ett unikt csn-nummer kan vi följa upp användningen av tjänsterna utifrån ålder, kön, bostadsort och andra basfakta som vi redan har om besökaren i vårt handläggningssystem.

Statistiken om vanliga frågor använder vi aktivt i det redaktionella arbetet, det bidrar till vilka frågor som ska visas på vår startsida. Vi har en särskild arbetsgrupp som samordnar vilka vanliga frågor som ställs i telefon och via e-post för att vi även ska kunna besvara dessa på webbplatsen. Detta arbetssätt har bidragit till minskat antal kundkontakter via telefon.

Utifrån när vi har många besök planerar vi in det tekniska underhållet. Det vill vi genomföra när trafiken är låg. Vi har besökare från hela världen så de besöker oss alla tider på dygnet. Majoriteten av besöken sker dock från Sverige under dagtid.

Vi jobbar inte aktivt med sökmotoroptimering, varken mot t.ex. Google.se eller med vår interna sökmotor på csn.se. Vi har tyvärr fått prioritera ned detta då resurserna inte räckt till.

Under 2013 hade vi ca 12 miljoner besök på csn.se. Tjänsterna i Mina sidor användes 10 miljoner gånger. Ca 27 procent av besökarna 2013 använde mobila enheter. Hittills under 2014 är siffran uppe i 42 procent. Den ökande mobila trafiken ledde till att vi mobilanapassade ett antal tjänster i Mina sidor och lanserade en app under 2013.

Dessa siffror tar vi fram med hjälp av webtrends. Där hittar vi också svar på vilka operativsystem och versioner av webbläsare som används. Detta hjälper oss med vilka versioner vi ska använda när vi testar. Vår hållning är att csn.se ska fungera i moderna webbläsare. Äldre webbläsare ska visa samma innehåll, men utan formgivningen. När det gäller inloggning med e-leg gäller utgivarnas rekommendationer.

Enkäter/användningstester

Vi använder oss ibland av enkäter, dels på egen hand dels med extern hjälp. Det senare främst för att bli jämförd med liknande organisationer. Syftet med enkäterna är olika, ibland mäter vi bemötande och upplevd service. Då är det vår enhet för uppföljning och statistik som står som beställare. Andra gånger vill vi ha svar på frågor inför utvecklandet av en e-tjänst och då är det aktuella projektet som är beställare. Vårt eget enkätverktyg heter Webropol.

Övrigt

Våra besökare är välkomna att lämna förbättringsförslag till oss. Det kan gälla vad som helst. E-postadress till en funktionsbrevlåda finns under Kontakta oss.

Utmaningen är att prioritera rätt bland allt som bör följas upp och agera där efter. Under hösten kommer vi att ta extern hjälp för att ta fram bl.a. en effektkarta som visar på syfte med CSN:s webbplats och e-tjänster, en kartläggning av våra mest prioriterade målgrupper samt åtgärder för hur CSN kan uppfylla målgruppernas behov och följa upp dessa. Viktiga aspekter i uppdraget är krav på användbarhet och tillgänglighet.

i resultatet redovisar jag vad myndigheterna gör för att förbättra sina e-tjänster utifrån mina intervjuer

Resultat från enkätundersökningen

Gradera (1-5) hur myndigheten **uppfyller** riktlinjen

Grad	Skatteverket	Försäkringskassan	CSN	Migrationsverket	Jordbruksverket
5	12	8	X	12	X
4	3	13	X	5	X
3	8	7	X	4	X
2	4	0	X	3	X
1	1	0	X	2	X

Gradera (1-5) hur viktig riktlinjen är för myndighetens **besökare**

Grad	Skatteverket	Försäkringskassan	CSN	Migrationsverket	Jordbruksverket
5	18	20	X	5	X
4	4	3	X	21	X
3	6	5	X	0	X
2	0	0	X	2	X
1	0	0	X	0	X