

Rapport avseende brukarundersökning för Miljökontoret i Karlskoga kommun

	Dokumentnamn Rapport_Miljökontoret	Sida 2
Upprättad av Impera Kommunikation	Till Malin Isaksson Miljökontoret	Datum 2006-12-21

Innehållsförteckning:

1. SAMMANFATTNING	3
1.1. MÅLGRUPP 1. VÄRMEPUMPSANMÄLAN.....	3
1.2. MÅLGRUPP 2. FÖRETAG	3
2. INLEDNING.....	5
3. MÅLGRUPPER	5
4. TILLVÄGAGÅNGSSÄTT FÖR GENOMFÖRANDE	5
5. RESULTAT	6
5.1. MÅLGRUPP 1. VÄRMEPUMPSANMÄLAN.....	6
5.2. MÅLGRUPP 2. FÖRETAG	10
6. RESULTATETS TILLFÖRLITLIGHET	13
6.1. URVALSFEL	13
6.2. BORTFALL	13
6.3. MÄTFEL	14

	Dokumentnamn Rapport_Miljökontoret	Sida 3
Upprättad av Impera Kommunikation	Till Malin Isaksson Miljökontoret	Datum 2006-12-21

1. Sammanfattning

1.1. Målgrupp 1. Värmepumpsanmälan

I målgrupp 1 har 52 % angivit ett positivt betyg då det gäller helhetsintrycket av Miljökontoret och endast 3 % har gett ett negativt betyg, snittbetyget hamnade på 4,55 på den sexgradiska skalan. Medelbetyget på fråga om man på Miljökontoret alltid kunnat ge svar på var i processen ärendet befann sig landade på 4,82. På frågan om man även fick svar på övriga frågor blev medelbetyget 4,73 och där hade 13 % svarat med ett negativt betyg. På frågan om intrycket av personalen var vänliga, mötte respondenten respekt och om personalen var för kunnig blev medelbetygen 5,0.

Då det gäller utformningen av blanketterna för anmälan blev snittbetyget på 4,73 med 66 % som avgivit ett positiva betyg. Det är dock en del som anser att det är mycket krångligt. Miljökontoret upplevs av de allra flesta som tillräckligt snabba i sin handläggning och på denna fråga har 73 % avgett ett positivt betyg.

En väldigt liten andel (1 %) av respondenterna har upplevt att handläggningstiden fått några negativa konsekvenser.

73 % gav ett positivt svar då det gällde om man ansåg att det framgick vad beslutet grundade sig. 62 % av respondenterna svarade positivt på om språket i beslutet gick att förstå. Men det har ändå framkommit en del negativa kommentarer från respondenter som upplever att det var otydligt och att språket i beslutet var stelt och krystat.

Det är främst brev som använts för att kontakta Miljökontoret och i andra hand telefon. Det är heller inte helt ovanligt att man personligen besökt Miljökontoret och en del har låtit entreprenören sköta kontakten med Miljökontoret.

När det gäller hur man uppfattar Miljökontorets uppgift så har 64 % svarat "Myndighet för miljö och hälsa". Respondenterna upplever dock inte att Miljökontoret är synlig i samhällsdebatten kring miljö och hälsa endast 11 % har svarat positivt på om de anser att Miljökontoret är synliga i samhällsdebatten och hela 30% har svarat negativt. Ett av de vanligaste förbättringsförslagen är just att Miljökontoret borde göra sig mer synliga.

1.2. Målgrupp 2. Företag

Då det gäller helhetsintryck har svaren fördelat sig med fördelat sig med 35,5 % positiva, 49,5 % neutrala och resterande 15 % negativa med ett medelbetyg på 3,94.

52 % tycker att det är lätt att komma i kontakt med sin handläggare och 47 % har svarat positivt på om de anser att de har en bra relation till handläggaren. Relationen till handläggaren har förbättrats för trots att 13 % tyckte att relationen blivit sämre så upplevde 44 % att relationen blivit bättre. Respondenterna ger personalen ett

	Dokumentnamn Rapport_Miljökontoret	Sida 4
Upprättad av Impera Kommunikation	Till Malin Isaksson Miljökontoret	Datum 2006-12-21

märkbart högre betyg för sin vänlighet och respektfulla inställning än för hur insatta de är i respondenterna verksamhet, konsekvens i besluten och kontinuiteten i kontakterna. Alltså sett högre betyg för bemötande än för och hantering av ärenden.

När det gäller besluten så anser 24,5 % av respondenterna att det framgår tydligt vad de grundar sig på, 50 % har gett ett neutralt betyg och 25,5 % har gett negativt betyg. Beträffande handläggningstiden så har 43 % gett ett positivt betyg och 41 % svarade med ett neutralt betyg samt 16 % gett ett negativt betyg.

Av de tillfrågade var det 15 % som ansåg att handläggningstiden medfört negativa konsekvenser för dom.

Kontakten med miljökontoret upprätthålls i huvudsak genom telefon, följt av brev, personliga möten och e-post. 76,5 % ansåg att Miljökontorets och miljönämnden är en myndighet för miljö och hälsa och 15,5 % ser Miljökontoret som ”verkställande av åtgärder”. Resterande 8 % ansåg att ”Inspiratör för miljö och hälsa” stämde bäst med Miljökontorets uppgift. Liksom i målgrupp 1 så upplevde respondenterna inte att Miljökontoret är synlig i samhällsdebatten kring miljö och hälsa. Bara 14% gav ett positivt betyg och 54 % var neutrala och 32 % negativa

Bland förbättringsförslagen nämndes bl.a.

Vara mer ute i samhället synas mer, få mer mediatid, debattprogram osv. Skicka ut mer information om vad som händer inom området för de företag som är berörda.

Ändra synsättet på sin yrkesroll, mer konsult än kontrollant. Alla strävar ju åt samma håll, att leverera säker mat.

När de är ute och gör kontrollerar så måste information om vad som är fel komma fram på plats istället gör att senare skicka en rapport.

	Dokumentnamn Rapport_Miljökontoret	Sida 5
Upprättad av Impera Kommunikation	Till Malin Isaksson Miljökontoret	Datum 2006-12-21

2. Inledning

Impera fick under hösten 2006 i uppdrag av Miljökontoret i Karlskoga kommun att genomföra en undersökning med ett urval av grupper som betjänats av Miljökontoret under året. Syftet med undersökningen var att få en bild av hur man upplevde kontakten med Miljökontoret och hur man upplever Miljökontorets roll i samhället. Undersökningen riktade sig till två olika målgrupper som skulle tillfrågas, privatpersoner samt företag. Miljökontoret ville med detta få ett underlag för att utvärdera om man nått verksamhetsmålen för det gångna året.

3. Målgrupper

De två olika målgrupper som kontaktades var följande:

1. Den första målgruppen bestod av de personer som under 2006 gjort en anmälan om att installera värmepumpanläggning. Denna målgrupp bestod av 146 personer. Dessa anmälningar hade till största delen gjorts av privatpersoner men i några fall hade de gjorts av den firma som anlåtats för att utföra installationen av värmepumpanläggningen.
2. Den andra målgruppen består av de 126 företag som har en mer långvarig kontakt med Miljökontoret och fått besök av Miljökontoret eller som har sökt och/eller fått tillstånd tilldelat från miljökontoret under året. Denna målgrupp bestod av verksamheter hade tillsyn av Miljökontoret efter miljöbalken eller livsmedelslagstiftningen.

4. Tillvägagångssätt för genomförande

Frågebatteriets utformning

Impera hade sedan tidigare ett frågebatteri framtaget för en liknade undersökning som genomfördes för Örebro kommun. Utifrån resonemang med Malin Isaksson på Karlskoga kommun kom vi fram till att använda dessa frågor även för Miljökontoret i Karlskoga.

Telefonintervjuer

För att nå respondenterna i bägge målgrupperna använde vi oss av telefonintervjuer som genomfördes av Imperas egen personal. Intervjuerna gjordes med hjälp av datorstöd för att underlätta bearbetningen och för att underlätta dokumenteringen av respondenternas svar. För målgrupp 1 mottog vi kontaktuppgifterna till 146 respondenter. Dessa innehöll en handfull dubletter (personerna själva angav att de redan svarat) och något företag där det angivna telefonnumret var felaktigt/hade upphört och inte heller återfanns vid sökning på www.eniro.se eller www.hitta.se. Av de resterande respondenterna genererades 102 svar. 17 personer ville inte ställa

Dokumentnamn Rapport_Miljökontoret		Sida 6
Upprättad av Impera Kommunikation	Till Malin Isaksson Miljökontoret	Datum 2006-12-21

upp och tre som inte kunde nå trots upp till tio försök vid olika tidpunkt. 103 svarande av 146 brukare ger oss en svarsfrekvens på 71%.

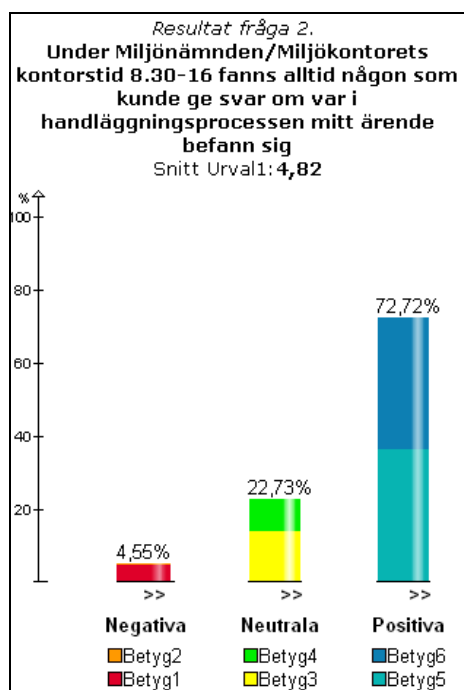
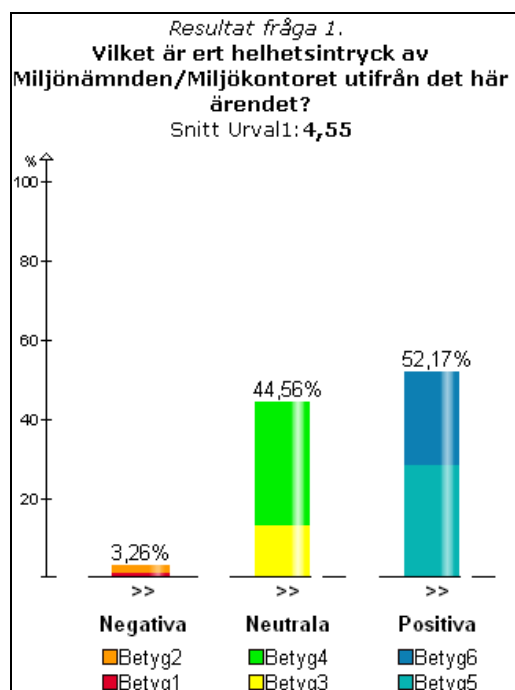
Även för målgrupp 2 fanns några numret som upphört, bland de resterande möjliga respondenterna genomförde vi 83 intervjuer av de 126 objekt som utgjorde målgruppen. 15 personer avböjde att delta i undersökningen och upprepade försök (ca 10 försök på varje) gjordes att få en intervju med de övriga respondenterna men utan framgång. 83 svarande av 126 ger oss en svarsfrekvens på 66 %.

5. Resultat

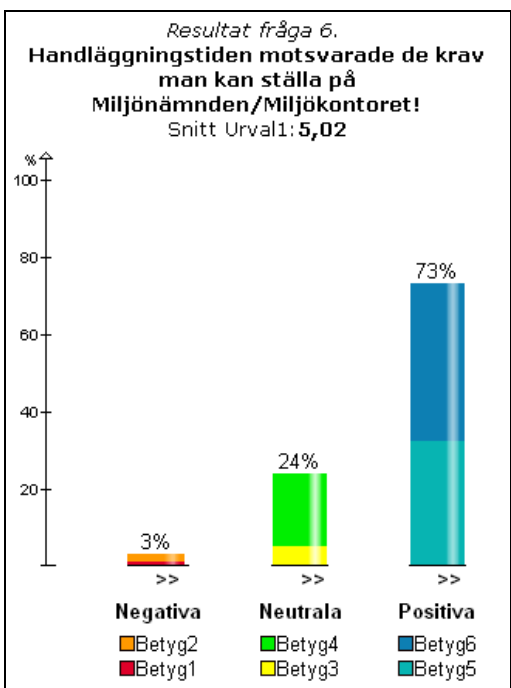
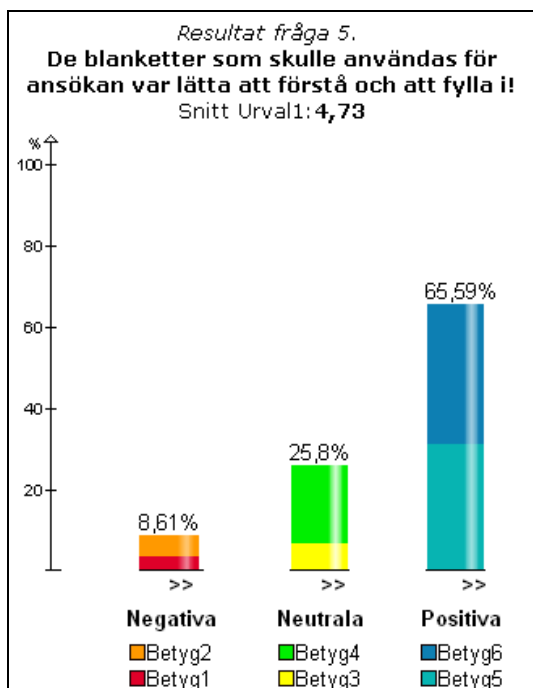
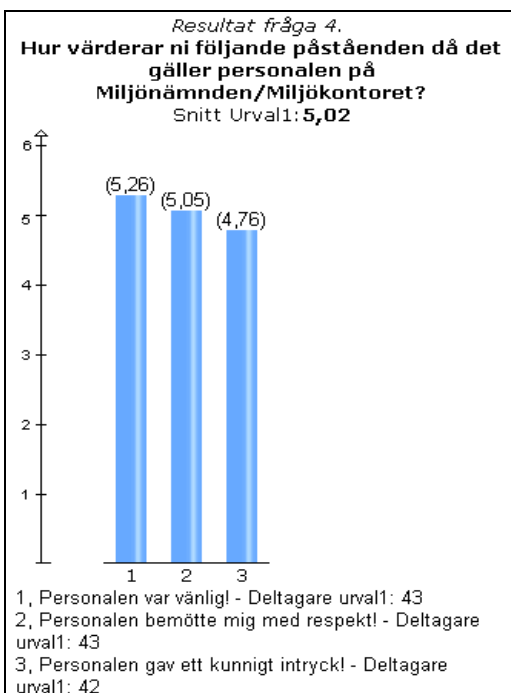
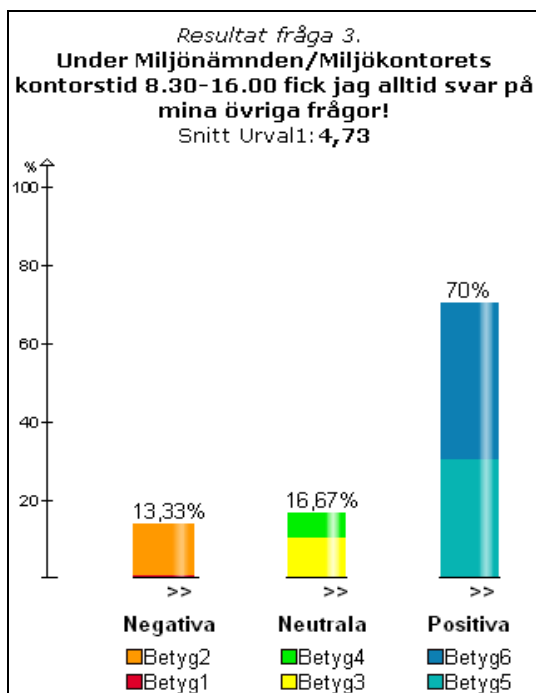
Resultatet av undersökningen kommer att redovisas nedan i form av stapeldiagram och ett urval av de kommentarer och motiveringar som givits till svaren. Resultatet redovisas för varje målgrupp. Vi har valt att gruppera svaren från den sexgradiga skalan i tre kategorier enligt följande:

- 1-2= Negativa,
- 3-4 =Neutrala
- 5-6= Positiva.

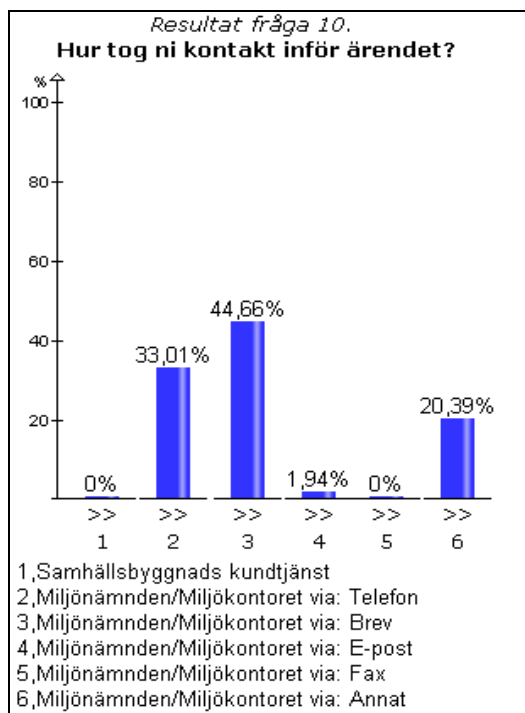
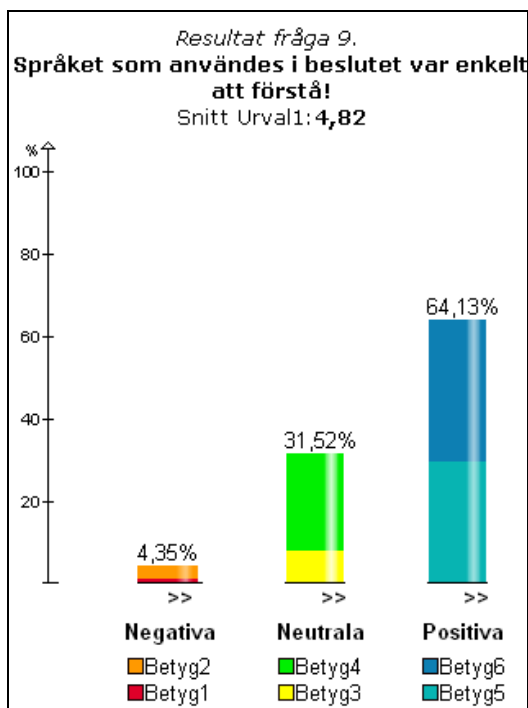
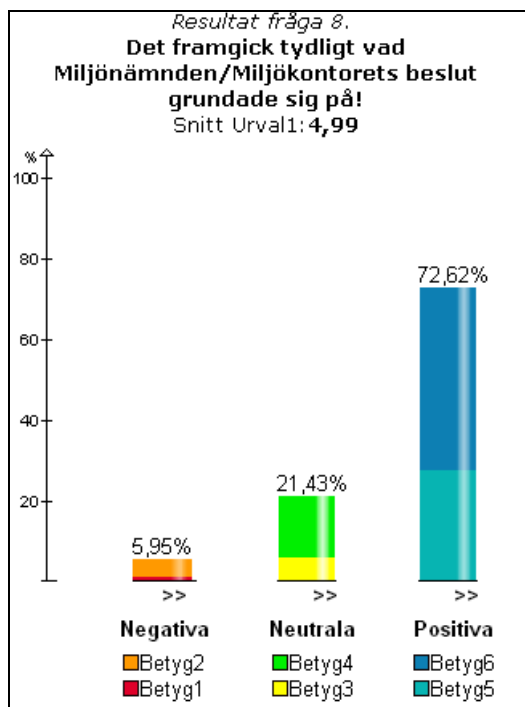
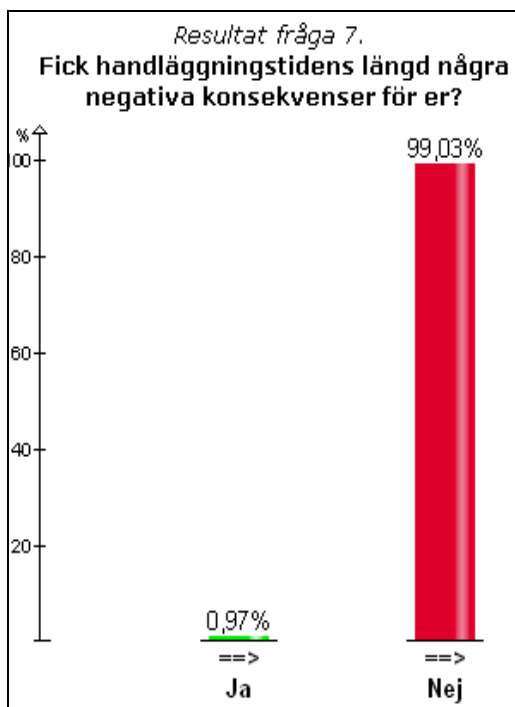
5.1. Målgrupp 1. Värmepumpsanmälan



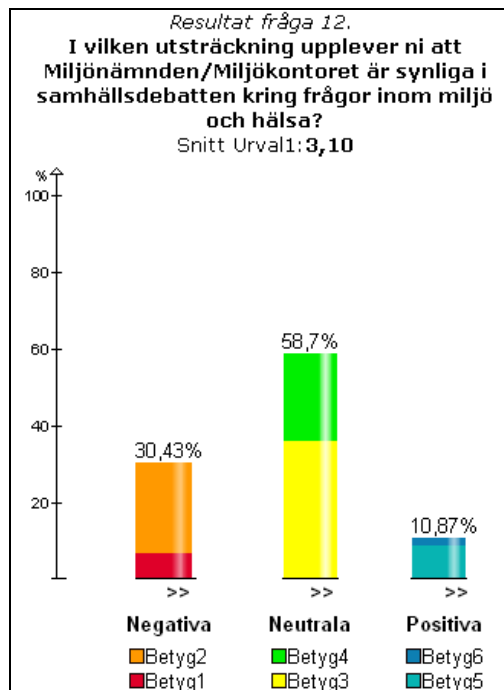
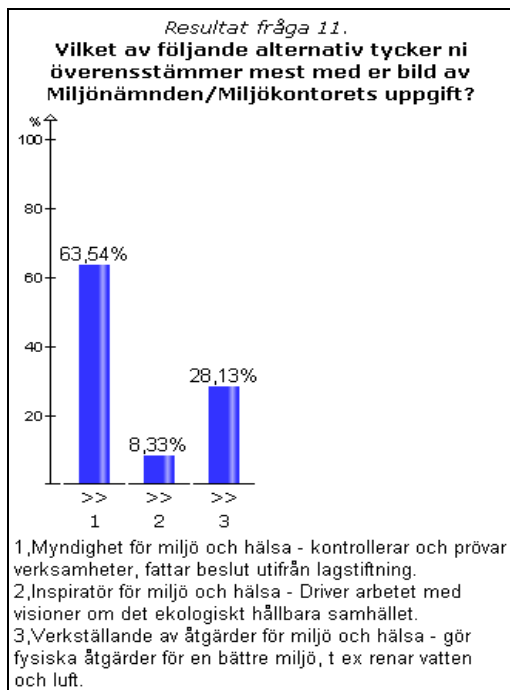
Dokumentnamn		Sida
Rapport_Miljökontoret		7
Upprättad av	Till	Datum
Impera Kommunikation	Malin Isaksson Miljökontoret	2006-12-21



Dokumentnamn Rapport_Miljökontoret		Sida 8
Upprättad av Impera Kommunikation	Till Malin Isaksson Miljökontoret	Datum 2006-12-21

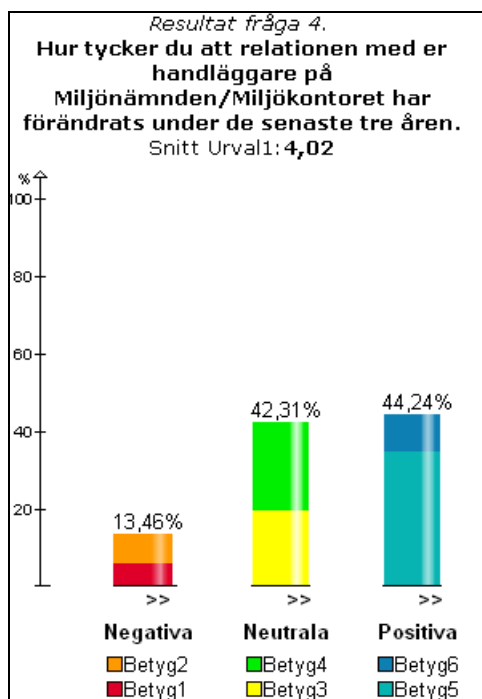
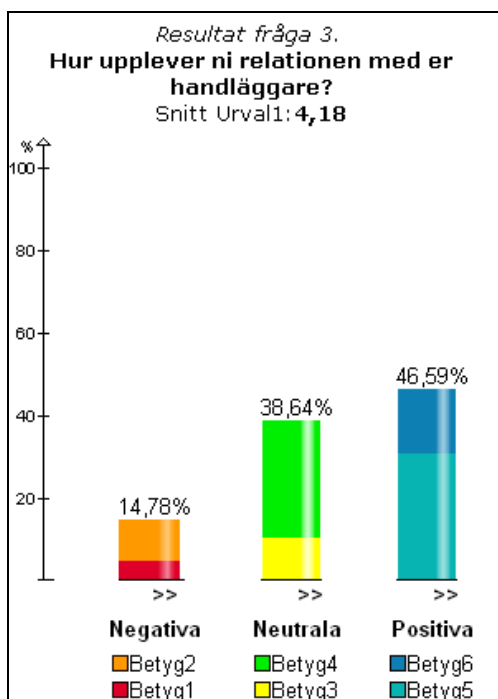
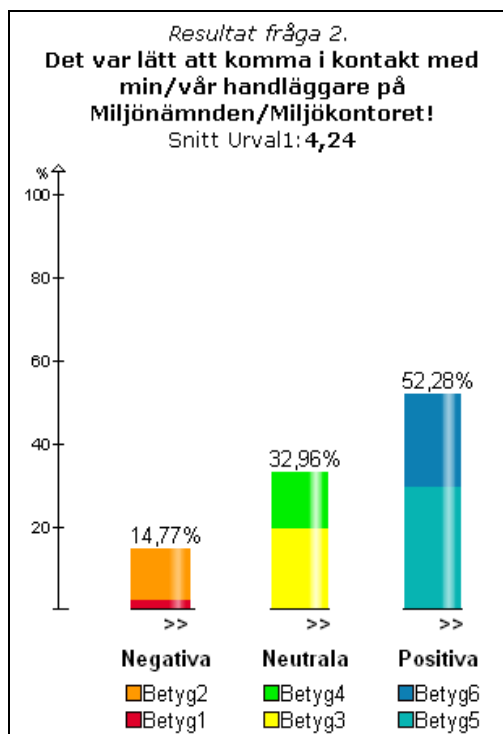
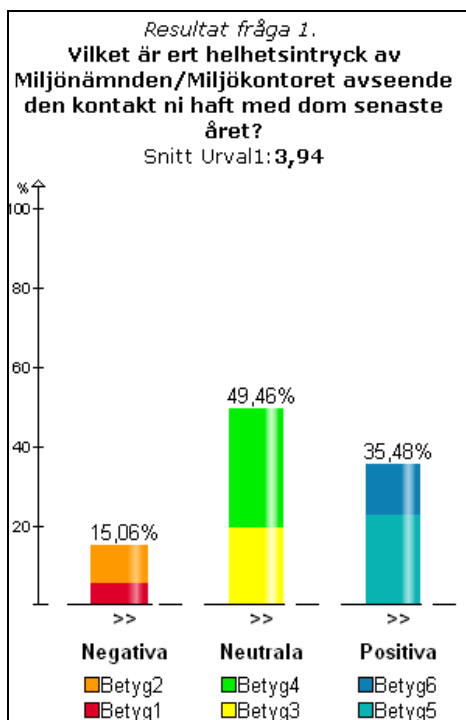


Dokumentnamn		Sida
Rapport_Miljökontoret		9
Upprättad av	Till	Datum
Impera Kommunikation	Malin Isaksson Miljökontoret	2006-12-21

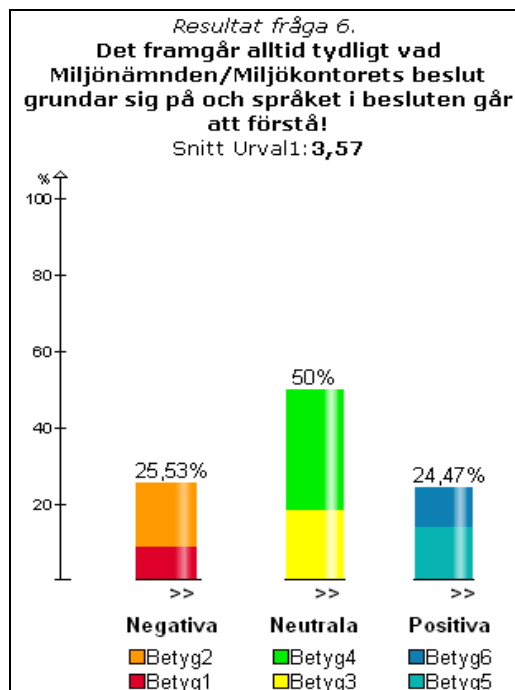
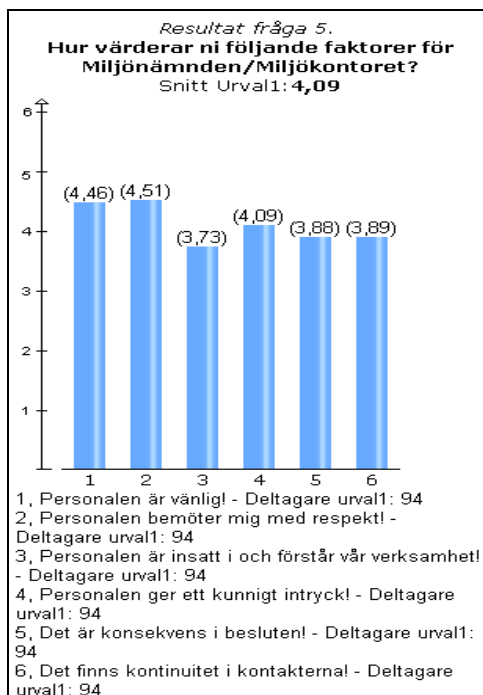


Dokumentnamn Rapport_Miljökontoret		Sida 10
Upprättad av Impera Kommunikation	Till Malin Isaksson Miljökontoret	Datum 2006-12-21

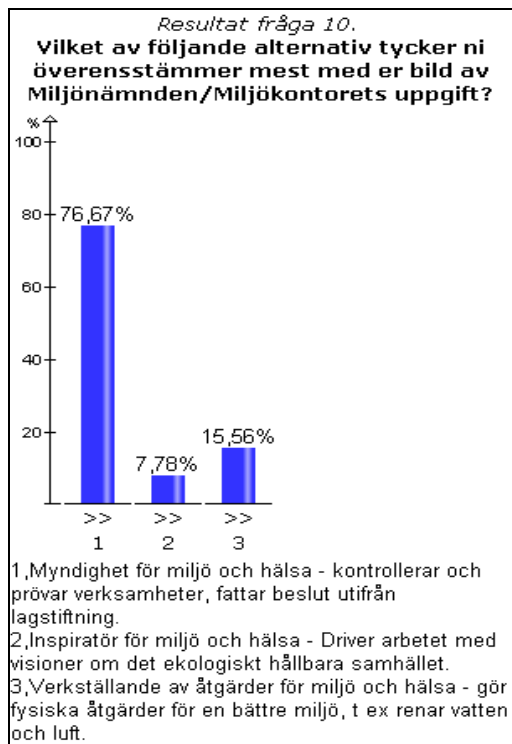
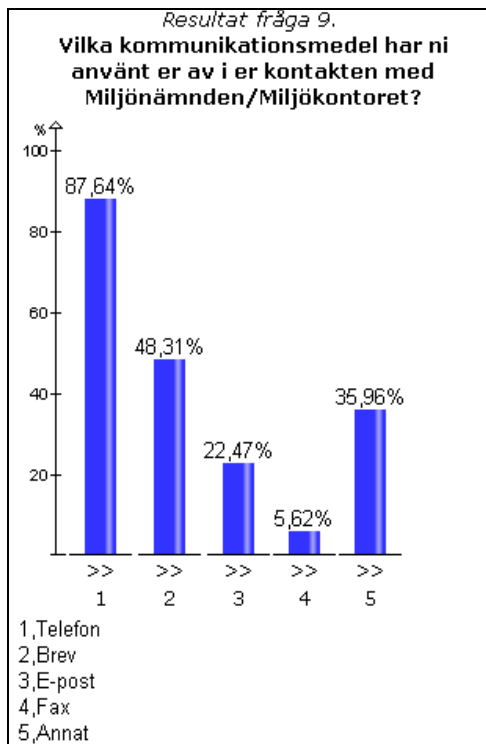
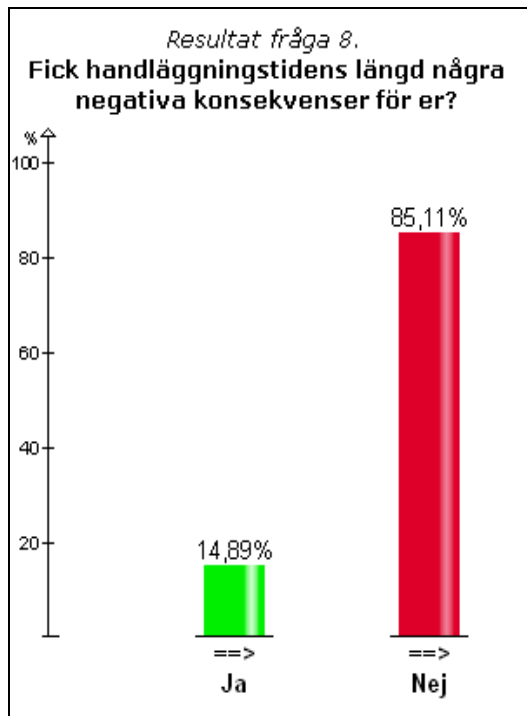
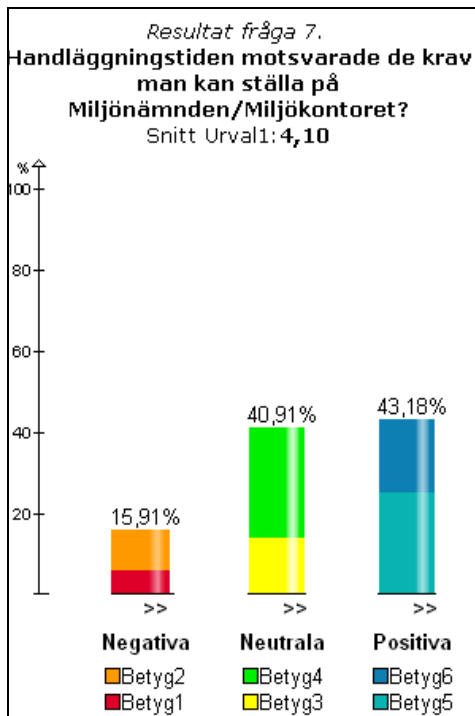
5.2. Målgrupp 3. Företag med långvarig kontakt



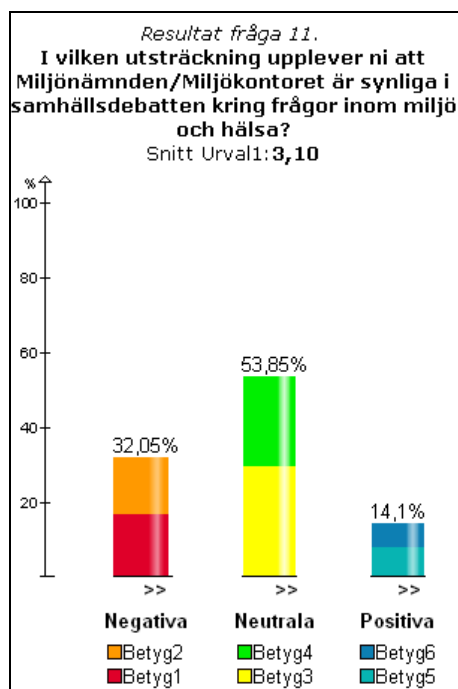
Dokumentnamn Rapport_Miljökontoret		Sida 11
Upprättad av Impera Kommunikation	Till Malin Isaksson Miljökontoret	Datum 2006-12-21



Dokumentnamn Rapport_Miljökontoret		Sida 12
Upprättad av Impera Kommunikation	Till Malin Isaksson Miljökontoret	Datum 2006-12-21



Dokumentnamn		Sida
Rapport_Miljökontoret		13
Upprättad av	Till	Datum
Impera Kommunikation	Malin Isaksson Miljökontoret	2006-12-21



6. Resultatets tillförlitlighet

Resultatets tillförlitlighet påverkas av tre typer av fel som förekommer i urvalsundersökningar: fel på grund av urval, bortfall samt mätfel.

6.1. Urvalsfel

Undersökningen är inte en totalundersökning av hela populationen utan baseras endast på ett urval. För målgrupp 1 fick vi svar från 103 respondenter av totalt 146 möjliga respondenter. Detta ger oss en statistisk tillförlitlighet på 95% inom ett konfidensintervall på 5 procent för medelvärden. Detta är en mycket god tillförlitlighet och innebär att vi med 95% säkerhet kan säga att inom ett spann på +/- 5 procent så stämmer de medelvärden vi fått med det svar som vi skulle fått om vi fått svar från samtliga i målgruppen.

Med samma beräkning får vi en tillförlitlighet på 95% inom ett spann på +/- 6 procent för målgrupp 2.

6.2. Bortfall

Bortfallsfel beror på att mätvärden/svar saknas för vissa respondenter och kan ha en snedvridande effekt på resultaten. Bortfallet utgörs dels av objektsbortfall, det vill säga att respondenter i helt uteslutits (i det här fallet genom ovilja att svara eller att respondenterna inte kunnat nås), dels av partiellt bortfall, då vissa frågor i blanketterna inte har besvarats, eller "vet ej svar" har avgivits.

	Dokumentnamn Rapport_Miljökontoret	Sida 14
Upprättad av Impera Kommunikation	Till Malin Isaksson Miljökontoret	Datum 2006-12-21

I målgrupp 1 och är det partiella bortfallet i vissa fall mycket stort. Det är främst fråga 2-4 samt i fråga 12 som det partiella bortfallet är stort. I fråga 2 och 3 ligger bortfallet på dryga 70-80 %. Detta är en följd av att många inte har haft någon telefonkontakt med miljökontoret, vilket hör samman med att handläggningstiden är snabb och därmed minskar behovet av kontakt i detta syfte. Detta styrks av de kommentarer som getts. Dock så bör även den andel av respondenterna (populationen/målgruppen) som kunnat svara på frågan minska, i samma takt vilket gör att andelen svar i förhållande till det maximala antalet möjliga svar bör vara ungefär det samma som för övriga frågor. Tillförlitligheten i dessa svar får därför anses som god även för fråga 2 och 3. I övrigt är bortfallet lågt. För fråga 8 har vi ett partiellt bortfall på 18 % vilket är ganska högt men mängden respondenter som svarat gör ändå att resultatet kan ses som ganska tillförlitligt även vid generaliseringar.

För målgrupp 2 är det partiella bortfallet lågt förutom på fråga fyra där bortfallet är 45 %. Detta är till följd av att många svarade att relationen inte förändrats. På fråga 12 det partiella bortfallet 17 % pga. att en del respondenterna ej kunnat ge ett svar på denna fråga. I övriga fall ligger bortfallet under 6 %.

6.3. Mätfel

Mätfel är skillnaden mellan det observerade och det verkliga värdet för ett objekt, om de svar vi fått in verkligen återspeglar vad dessa respondenter tycker i frågan. Överlag bedöms mätfelen vara små i denna undersökning, men vissa faktorer kan ändå ha inverkat på resultatet. Eftersom det kan ha förflutit upp till ett helt år sedan respondenterna gjorde hade kontakt med Miljökontoret kan respondenternas minnesbild ha påverkats i antingen positiv eller negativ riktning i efterhand. Vi kan även ha påverkat respondenternas svar genom den s.k. "intervjuar effekten" genom vårt tonfall, små omformuleringar etc.

Projektledare, Impera

Sven-Tore Bengtsson