

Bjerkan, Didrik Knudsen
Kindem, Kaspar
Sund, Malin Aasvik

Kartlegging av sentrale behov hos frivillige, inkludert utvikling og evaluering av en prototype

Bacheloroppgave i Informasjonsbehandling
Veileder: Hjelle, Torstein Elias Løland
Mai 2024

Bjerkan, Didrik Knudsen
Kindem, Kaspar
Sund, Malin Aasvik

Kartlegging av sentrale behov hos frivillige, inkludert utvikling og evaluering av en prototype

Bacheloroppgave i Informasjonsbehandling
Veileder: Hjelle, Torstein Elias Løland
Mai 2024

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for informasjonsteknologi og elektroteknikk
Institutt for datateknologi og informatikk



Kunnskap for en bedre verden

Sammendrag

Denne rapporten er en bacheloroppgave som leveres som en avslutning for det nettbaserte studiet ITBAINFO: Informasjonsbehandling ved NTNU i Trondheim. Rapporten tar utgangspunkt i tilegnet kunnskap gjennom vårt studieløp hvor vi hovedsakelig fokuserer på brukersentrert utvikling og programvareutvikling. Sammen med bakgrunns materialet om frivillig arbeid bruker vi pensum for å utvikle og evaluere en prototype. Arbeidet i denne rapporten er avgrenset til følgende problemstilling:

På hvilken måte kan en applikasjon dekke sentrale behov hos frivillige?

For å kunne besvare denne problemstillingen valgte vi å bryte den ned i tre ulike forskningsspørsmål bygger opp under den overordnede problemstillingen:

- 1. Hvilke sentrale behov har frivillige?**
- 2. Hvilke av disse behovene klarer en applikasjon å dekke?**
- 3. I hvilken grad dekker vår prototype disse behovene?**

Gjennom både kvalitative og kvantitative forskningsmetoder har vi kartlagt sentrale behov hos frivillige, utviklet en prototype for en applikasjon basert på disse behovene og evaluert hvilke behov denne applikasjonen klarer å dekke. Vi har benyttet Garretts femlagsmodell som et rammeverk for utviklingen av denne prototypen, og personas testing for evalueringen av denne prototypen.

Resultatene viser at det er et behov for en bedre digital løsning blant frivillige. En applikasjon vil dekke disse behovene ved å gjøre det enklere å finne frivillig arbeid på egne premisser når det gjelder tid, tilgjengelighet og fleksibilitet. En applikasjon som er en sosial plattform dekker mange sentrale behov som sosialisering, tilbakemeldinger og det å føle seg nyttig. I tillegg tyder resultatene på at det kan bidra til å øke antall frivillige som et resultat av å ivareta disse sentrale behovene. Vår prototype illustrerer visjonen for denne applikasjonen, og viser med implementerte funksjonaliteter at den i stor grad dekker frivilliges sentrale behov.

Abstract

This report is a bachelor's thesis submitted as a completion of the online study program ITBAINFO: Information Processing at NTNU in Trondheim. The report is based on acquired knowledge through the course of our study program where we mainly focus on user-centred development and software development. Together with background material on voluntary work, we use the syllabus to develop and evaluate a prototype. The work in this report is limited to the following problem statement:

In what way can an application cover the central needs of volunteers?

In order to be able to answer this problem statement, we chose to break it down into three different research questions:

- 1. What central needs do volunteers have?**
- 2. Which of these needs does an application manage to cover?**
- 3. To what extent does our prototype meet these needs?**

Through both qualitative and quantitative research methods, we have mapped the central needs of volunteers, developed a prototype for an application based on these needs and evaluated which needs this application manages to cover. We have used Garrett's five-layer model as a framework for the development of this prototype, and persona testing for the evaluation of this prototype.

The results show that there exists a need for a better digital solution among volunteers. An application will meet these needs by making it easier to find voluntary work on your own terms in terms of time, availability and flexibility. An application that is a social platform covers many central needs such as socialization, feedback and feeling useful. In addition, the results suggest that it can help to increase the number of volunteers as a result of attending to these central needs. Our prototype illustrates the vision for this application, and shows with implemented functionalities that it largely covers volunteers' central needs.

Forord

Denne rapporten er skrevet som en avsluttende oppgave for studieretningen Informasjonsbehandling ved Institutt for datateknologi og informatikk ved Norges teknisk - naturvitenskapelige universitet.

I forbindelse med gjennomføring av bacheloroppgaven er det flere vi ønsker å rette en takk til. Først vil vi takke vår faglige veileder Torstein Elias Løland Hjelle for god veiledning og råd gjennom hele prosjektperioden. Vi ønsker samtidig å takke vår kontaktperson Terje Spilde på vegne av Spilde Consulting AS for oppgaveforslag, tilbakemeldinger og god kommunikasjon hele veien. Vi ønsker deg lykke til videre med prosjektet.

Videre vil vi takke alle frivillige organisasjoner som har vært hjelpsomme med både å besvare spørsmål og for hjelp til utsending av vår spørreundersøkelse. Takk til frivillige som stilte til intervju. Takk til alle som besvarte vår spørreundersøkelse. Helt til slutt vil vi takke familie og bekjente som har kommet med konstruktive tilbakemeldinger i denne prosjektperioden.

Innhold

Sammendrag	1
Abstract	2
Forord	3
Innhold	4
Figurer	6
Terminologi	6
1 Introduksjon	7
1.1 Bakgrunn for oppgaven.....	7
1.1.1 Visjon og problemstilling.....	7
1.1.2 Oppgavens struktur.....	9
2 Teori	9
2.1 Bakgrunnsmateriale om frivillig arbeid.....	9
2.1.1 Hva er frivillig arbeid?.....	9
2.1.2 Tidligere undersøkelser om frivillig arbeid i Norge.....	11
2.1.3 Motivasjon.....	11
2.1.3.1 Hva skal til for at noen slutter å være frivillige?.....	12
2.1.4 Organisering og administrering av frivillig arbeid.....	14
2.1.5 Digital plattform for sosiale formål.....	16
2.2 Programvareutvikling.....	17
2.2.1 Hva er en programvare.....	17
2.2.2 Kundeinnsikt (eng. Customer Insight).....	18
2.3 Brukersentrert utvikling (eng. User centered design).....	19
2.3.1 Brukervennlighet (eng. User Experience) og brukererfaring (eng. Usability).....	19
2.3.2 Garretts femlagsmodell.....	21
3 Metode	25
3.1 Generelt om metode.....	25
3.1.1 Kvantitativ metode.....	25
3.1.2 Kvalitativ metode.....	26
3.2 Datainnsamling.....	26
3.2.1 Spørreundersøkelse.....	27
3.2.1.1 Utforming og kategorisering av spørreundersøkelsen.....	27
3.2.1.2 Likert skala.....	28
3.2.1.3 Hvor mange svar trenger man for å trekke konklusjon?.....	29
3.2.1.4 Utvalg (eng. sample) for spørreundersøkelsen.....	30
3.2.2 Intervju.....	31
3.2.2.1 Utvalg av intervjuobjekter.....	32
3.2.2.2 Gjennomføringen.....	32
3.2.3 Analyse av kvantitativ undersøkelse.....	33
3.2.4 Testing med personas.....	33
3.2.5 Etske vurderinger- validitet og reliabilitet.....	34
3.2.6 Utvalg av litteratur.....	36
3.3 Verktøy og teknologi.....	37

3.3.1 Marvelapp.....	37
3.3.2 WhoCanUse.....	37
4 Resultat.....	38
4.1 Resultat fra spørreundersøkelsen.....	38
4.1.1 Demografiske informasjon.....	38
4.1.2 Arbeidsstatus blant deltakerne.....	39
4.1.3 Erfaring og forståelse med teknologi blant deltakerne.....	39
4.1.4 Erfaring med frivillig arbeid blant deltakerne.....	40
4.1.5 Hvor ofte deltar deltakerne i frivillig arbeid.....	41
4.1.6 Hvordan finner deltakerne frivillig arbeid i dag.....	41
4.1.7 Søkefilter.....	44
4.1.8 Overordnet analyse av spørreundersøkelsen.....	45
4.2 Gjennomgang av prototype.....	46
4.3 Intervju.....	54
4.3.1 Deltakere.....	54
4.3.2 Brukeropplevelse.....	55
4.3.3 Forbedringsområder.....	55
4.3.4 Design og teknisk brukervennlighet.....	55
5 Diskusjon.....	56
5.1 Design og beslutninger.....	56
5.1.1 Overflate og skjelett laget.....	56
5.1.2 Strategi og omfang laget.....	58
5.2 Hvordan påvirket brukererfaring utviklingen av prototypen?.....	60
5.3 Hvordan beholde og motivere frivillige.....	61
5.4 Hvordan kan vår prototype sammenlignes med lignende løsninger?.....	63
5.5 Bias.....	64
5.5.1 Hadde vårt utvalg (eng.sample) bias?.....	64
5.5.1.1 Høy kvinneandel.....	64
5.5.1.2 Høy alder.....	65
5.5.2 Hadde vår spørreundersøkelse bias?.....	66
5.6 Evaluering av prototype med personas testing.....	67
5.7 Svakheter og styrker.....	73
5.8 Alternative metoder.....	73
5.9 Samfunnsmessig bidrag.....	74
6 Konklusjon.....	75
6.1 Råd til videre arbeid.....	77
Referanser.....	78
Vedlegg.....	87
Vedlegg 1- Spørsmål fra spørreundersøkelsen.....	87
Vedlegg 2- Intervjuguide.....	94
Vedlegg 3- Personas.....	95
Persona 1.....	95
Persona 2.....	96
Persona 3.....	97

Figurer

Figur 2.1: Garretts femlagsmodell (Garrett, 2011, s. 29).....	23
Figur 2.2: Global navigasjon (Garrett, 2011, s. 120).....	25
Figur 2.3:Lokal navigasjon (Garrett, 2011, s. 121).....	25
Figur 3.1: Formel for prøvestørrelse (SurveyMonkey, u.åÅ).....	30
Figur 4.1: Aldersfordeling.....	38
Figur 4.2: Arbeidsstatus.....	38
Figur 4.3: Teknologisk deltakelse.....	39
Figur 4.4: Teknologisk kompetanse.....	40
Figur 4.5: Erfaring frivillig arbeid.....	40
Figur 4.6: Fordeling i frekvens.....	41
Figur 4.7: Dagens løsninger.....	42
Figur 4.8: Status dagens løsninger.....	42
Figur 4.9: Behov for filtrering.....	44
Figur 4.10: Heatmap for korrelasjon med variabler.....	46

Terminologi

Prototype - En foreløpig utgave av et produkt.

Brukerpersonas / personas - Fiktive representasjoner av ideelle kunder eller brukere.

Bias (skjevhet) - En faktor som kan påvirke til at resultat fra forskning ikke stemmer overens med realiteten.

Bio / biografi - Refererer til et lite område på egen profil på et nettsted eller applikasjon hvor du kan skrive kort om deg selv.

Ikon- Er et lite visuelt symbol, bilde eller et tegn.

1 Introduksjon

1.1 Bakgrunn for oppgaven

NHI publiserte en artikkel i 2023 om hvordan ungdom som driver med frivillig arbeid har bedre fysisk og psykisk helse sammenlignet med andre (Lein, 2023). Likevel ser vi overskrifter i media som lyder “Slår alarm om frafall: Mange orker ikke mer frivillighet” (Ertesvåg, 2023), “Uten frivilligheten stopper Norge” (VG, 2022B) og “Frivilligheten trenger hjelp” (VG, 2022A). Vi ser derfor at det uttrykkes i nyhetsartikler hvor viktig frivillig arbeid er for samfunnet i Norge, og at det har vært reist en del problemstillinger rundt temaet. Generalsekretær i Frivillighet Norge Stian Slotterøy Johnsen har tidligere uttrykt hvordan frivillige organisasjoner trenger gode digitale verktøy, men at de rett og slett ikke har tilstrekkelig med penger til det (Frivillighet Norge, 2022). Vi lever i et høydigitalisert samfunn, som gjør at det også stilles ulike krav til frivillig sektor. Dette handler om å gjøre det enkelt å delta, drifte og rekruttere frivillige og medlemmer (Frivillighet Norge, 2022). Nye teknologier blir tatt i bruk hver eneste dag, både i offentlig og privat sektor, og slike teknologier skaper muligheter for å effektivisere og tilrettelegge både for samfunnet og den enkelte privatpersonen (NSM, 2020). Vi ser at økonomiske utfordringer gjør det vanskelig for frivillig sektor å holde tritt med den teknologiske utviklingen.

En av problemstillingene som er reist er derfor hvordan utdaterte løsninger ikke imøtekommer de sentrale behovene til frivillige i Norge. En effekt av dette er at det blir vanskelig for personer å starte med frivillig arbeid. Dette er en problemstilling vi fikk presentert som et oppgaveforslag til bacheloroppgave fra Spilde Consulting AS. Daglig leder Terje Spilde har erfaring og kompetanse både innen teknologi og frivillig arbeid. Han hadde sett et behov blant frivillige for en digital løsning som er på nivå med dagens teknologiske standard, og som virkelig ser brukernes mest sentrale behov. Dette sendte han inn som et oppgaveforslag til NTNU og som vi fikk presentert. Vi syntes denne oppgaven virket veldig interessant og relevant med vår spesialisering innen informasjonsbehandling og ønsket derfor å videreutvikle denne oppgaven i samarbeid med Terje på vegne av Spilde Consulting AS.

1.1.1 Visjon og problemstilling

I dag eksisterer det allerede ulike digitale løsninger hvor frivillige kan finne oppgaver som de kan delta på. Frivillig.no er en av de digitale løsningene som eksisterer i dag, hvor man kan

finne frivillig arbeid ved å filtrere blant annet sted, formål og oppgaver. For å søke på frivillig arbeid på denne nettsiden må du først velge arbeid eller organisasjon, og da vil du videre få et utvalg av det du valgte. Leter du etter arbeid på nettsiden kan du klikke på en du synes virker interessant, og du blir sendt videre til en ny informasjonsside som gir informasjon om arbeidet du klikket inn på og hvordan du kan melde deg på. Her vil du i de fleste tilfeller selv måtte kontakte organisasjonen for å søke på arbeidet, som gjøres via andre lenker, e-post eller telefon. Vi synes denne prosessen er tungvint og ikke oppfyller dagens standarder til brukervennlighet.

Målet med en slik applikasjon er å samle alle prosesser på et sted som støtter brukernes behov. Visjonen er at applikasjonen skal håndtere visning av alle typer oppdrag og arbeid som organisasjoner kan legge inn på en effektiv og lite tidkrevende måte. I tillegg skal applikasjonen håndtere søknadsprosessene slik at det er en enkel prosess for både de frivillige som søker og organisasjonene som skal godkjenne søkere. Vi ønsker da to ulike innlogginger hvor den ene er for privatpersoner som kan melde seg på arbeid, og den andre for organisasjoner som kan publisere arbeid og oppdrag som trenger frivillige. Et annet mål er at applikasjonen skal muliggjøre kommunikasjon fra organisasjoner gjennom tilbakemeldinger til frivillige i applikasjonen. Frivillige organisasjoner kan publisere et innlegg i en egen avis i applikasjonen som viser resultatet av innsatsen, eller en enkel takk til sponsorer. Vi ønsker derfor at alle bedrifter kan opprette bruker slik at de får tilgang til å se resultater som publiseres i avisen, både for å forsikre seg at deres sponsede bidrag gir resultater, men også muligheten til å dele dette videre. Vår visjon for denne applikasjonen bygger også på troen om at det å ivareta brukernes behov og skape en sosial plattform, hvor man kan kommunisere med andre, støtter et underliggende mål om å få flere til å delta som frivillig.

Det eksisterer ingen applikasjon i dag som deler vår visjon, og det er ingen digitale løsninger som holder dagens moderne standard. Basert på dette har vi valgt en overordnet problemstilling som vi bryter ned i tre forskningsspørsmål. Disse dekker kartlegging av sentrale behov, utvikling av en prototype og en evaluering av denne prototypen. Vi ønsker å tydeliggjøre at dette ikke er en ferdig utviklet prototype, men utviklet under prosjektet som et hjelpemiddel for visualisering og kan inkludere uperfekte detaljer. Årsaken til at vi velger å bryte ned problemstillingen er for å konkretisere rammene for denne oppgaven. Den overordnede problemstillingen er som følger:

På hvilken måte kan en applikasjon dekke sentrale behov hos frivillige?

For å holde oss innenfor de satte rammene har vi formulert disse tre forskningsspørsmålene som vil besvares før vi kan konkludere og besvare den overordnede problemstillingen:

- 1. Hvilke sentrale behov har frivillige?**
- 2. Hvilke av disse behovene klarer en applikasjon å dekke?**
- 3. I hvilken grad dekker vår prototype disse behovene?**

1.1.2 Oppgavens struktur

I kapittel 2 vil vi begynne med relevant bakgrunnsmateriale om frivillig arbeid. Vi vil der gjennomgå ulike definisjoner og legge frem tidligere forskning og studier rundt temaer som motivasjon, organisering og administrering av frivillig arbeid. Videre vil vi fremlegge teori rundt programvareutvikling, brukersentrert utvikling, samt presentere Garretts femlagsmodell. I kapittel 3 vil vi beskrive hvilke forskningsmetoder vi har brukt, sammen med en utdyping av hvordan disse har blitt gjennomført. Kapittel 4 presenterer resultatene vi fikk av de ulike forskningsmetodene. I kapittel 5 diskuterer vi rundt resultatene og forskningsmetodene vi har brukt, og drøfter ulike årsaker til resultatene vi fikk. I kapittel 6 vil vi besvare våre tre forskningsspørsmål før vi konkluderer og besvarer vår problemstilling.

2 Teori

Dette kapittelet tar for seg relevant teori som kommer til nytte senere i oppgaven når vi besvarer vår problemstilling. Vi vil i oppgaven benytte noen forkortelser eller begreper som står forklart i egen tabell under terminologi.

2.1 Bakgrunnsmateriale om frivillig arbeid

2.1.1 Hva er frivillig arbeid?

Frivillig arbeid er en form for altruistisk atferd hvor målet er å hjelpe andre enten det er en gruppe, organisasjon, en sak eller samfunnet uten forventning om materiell belønning. Auguste Comte var personen som lagde begrepet “sosiologi” i midten av det 19. århundre, og som årsak av at samfunnet i stadig større grad var overgitt til jakten på egeninteresse og

materielle belønninger oppfant han også begrepet “altruisme” (Musick og Wilson, 2008, s.3). Det å ha en uselvisk og offervillig holdning og handling overfor andre mennesker er definisjonen på altruisme (Tjønneland, E. og Sagdahl, M.S 2022). “Frivillig Rollen” har blitt fullstendig institusjonalisert delvis på grunn av tendensen for å marginalisere frivillig arbeid som en fritidsaktivitet. Selv om frivillige blir beundret for å gi sin tid gratis blir arbeidet undervurdert nettopp fordi det gis bort. Hvis en jobb var verdt å gjøre ville noen betalt for det (Musick og Wilson, 2008, s. 3).

Når vi ser etter definisjonen av frivillig arbeid på norske nettsider finner vi på Arbeidstilsynet sin nettside at frivillig arbeid defineres som arbeid utenfor et vanlig ansettelsesforhold hvor man ikke mottar ordinær lønn. Derimot er det ikke uvanlig at man kan motta andre goder som mat, drikke eller adgang til ulike arrangementer. Et kjennetegn for frivillig arbeid er ofte at det utføres i en kort tidsperiode. Eksempler på dette er arbeid på festivaler, konserter eller arrangementer som pågår under idrettslag eller andre kulturelle organisasjoner (Arbeidstilsynet, u.å).

Når det gjelder definisjonen på hva frivillig arbeid er så er det mange å velge mellom, og vi ser en likhet i de fleste - om ikke alle. Vi velger derfor for ordens skyld å holde oss til en definisjon og velger definisjonen Frivillighet Norge har hentet fra ILO (International Labor Organization) som definerer frivillig arbeid som:

"ikke-obligatorisk arbeid, det vil si den tiden en person bruker på å utføre en eller flere aktiviteter - enten gjennom en organisasjon, eller direkte overfor andre utenfor egen husholdning - uten å ta betalt" (Frivillighet Norge, u.åA).

Årsaken til at vi ønsker å holde oss til denne definisjonen gjennom oppgaven er for å understreke at frivillig arbeid ikke nødvendigvis kun innebærer en bestemt aktivitet som gjennomføres fra start til slutt, men også tiden aktiviteten krever. I tillegg er det oppklarende at det ikke må gjennomføres i regi av en frivillig organisasjon, men at det kan være tid man gir andre medmennesker utenfor egen husholdning. Selv om vi i denne oppgaven ønsker å fokusere på frivillig arbeid som gjøres gjennom organisasjoner, anser vi det likevel som relevant å understreke med definisjonen at frivillig arbeid kan være mye mer. Dette vil også gi en bedre forståelse for resten av bakgrunns materialet og teorien vi har senere.

2.1.2 Tidligere undersøkelser om frivillig arbeid i Norge

Frivillighet Norge kartlegger hvert eneste år hvordan situasjonen med frivillig arbeid er i landet. Dette gjøres ved å gjennomføre en undersøkelse som tar for seg frivillig innsats og holdninger til frivillig arbeid i Norge. Undersøkelsen ved navn “Frivillighetsbarometeret” har vært gjennomført hvert år siden 2014, og utføres av Katar (Frivillighet Norge, u.åB).

Dette er hovedfunnene fra Frivillighetsbarometeret 2023 (Frivillighet Norge, 2023):

- 62% av landets befolkning har gjort en form for frivillig arbeid de siste 12 månedene.
- 52% svarte at motivasjonen bak frivillig arbeid var at de ville være til nytte/bidra med noe.
- 59% av alle under 30 år har gjort frivillig innsats det siste året. Før pandemien (2020) var tallet 68%.
- 60% av de som er 60 år eller eldre har gjort frivillig innsats det siste året. Før pandemien (2020) var tallet 67%.
- 4 av 5 mente at et rikt organisasjonsliv er viktig for demokratiet.
- Av alle frivillige som har gitt innsats i løpet av året, svarer de fleste at de har bidratt “noen få ganger”.

I tillegg til hovedfunnene over er det noen tall som er veldig interessante når det kommer til frivillig arbeid i Norge. Ifølge SSBs satellittregnskap for frivillig sektor 2020 så tilsvarte den frivillige innsatsen i de frivillige organisasjonene hele 142 000 årsverk (Nickelsen, E og Hirsch, E.H, 2020, avsnitt 2). Frivillig arbeid bidro med en verdiskapning som tilsvarer 78 milliarder kroner i 2018 (Nickelsen, E og Hirsch, E.H, 2020, avsnitt 1). I ideelle og frivillige organisasjoner er inntektskildene 45% fra husholdninger, 27% statlige, 17% kommunale og fylkeskommunale midler, og 12% andre private aktører (Nickelsen, E og Hirsch, E.H, 2020, avsnitt 8).

2.1.3 Motivasjon

En måte å forstå frivilliges motivasjoner på har tidligere vært basert på teorier om altruisme og uselvishet, hvor den primære motivasjonen har vært at frivillige ønsker å hjelpe andre. Det er likevel viktig å ikke utelukke andre motiver når det kommer til det å forstå frivillige (Rehberg, 2005). Ulike motivasjoner som altruisme, sosial kontakt, emosjonelle behov og

personlige interesser har også blitt avdekket gjennom en rekke frivillige studier på sosiale tjenester (Yeung, 2004).

Parker (1997, som skrevet om i Bang, H og Ross, S.D, 2009) har definert fritidsfrivillig arbeid som å gi ens tid og energi først og fremst for ha en fritidsopplevelse- ikke for å hjelpe andre altruistisk eller hjelpe seg selv i en markedssituasjon. En annen studie gjennomført av Shibli, Taylor, Nicholas, Gratton og Kokolakis (1999, Bang, H og Ross, S.D, 2009) hadde fokus på frivillige i Storbritannia og identifiserte at individer meldte seg frivillig for egne fordeler som enten inkluderte en sammenheng med individuelle behov eller interesser, eller med behov eller interesser til andre venner eller familiemedlemmer.

Clary *m.fl.* (1998, Bang, H og Ross, S.D, 2009) antydte at frivillig arbeid kan tjene seks ulike hovedfunksjoner; 1) Muligheten til å uttrykke egne verdier som altruistiske og humanitære bekymringer for andre mennesker (Verdier), 2) Muligheten for å tilegne seg nye erfaringer, samt utøve sine ferdigheter, evner og kunnskaper (Forståelse), 3) Muligheten til å være sammen med andre mennesker (Sosialisering), 4) Erfaringer man kan få gjennom frivillig arbeid (Karriere), 5) Redusere egen skyldfølelse for å være heldigere enn andre mennesker (Beskyttende), 6) Egoets vekst og utvikling (Forbedring).

De tre viktigste grunnene til å gjøre frivillig arbeid delte McKee inn i tre hovedkategorier; “selvtjenestedrift”, “relasjonsdrift” og “trodrift”. Ifølge McKee er “trodrift” eller de troende de frivillige som er sterkest involvert og engasjert for enten saken eller arbeidet. Dette forklares ved at troen gir en sterk vilje til å bidra med både arbeid og tid. “Selvtjenestedrift” er kategorien hvor personene primært ønsker å tjene seg selv i utførelsen av arbeidet. Her er ikke gevinsten nødvendigvis økonomisk, men retter seg mer mot sosialisering, erfaring, nettverksbygging eller slik som å tilegne seg nye ferdigheter. Den siste kategorien er de “rasjonelle frivillige” som deler mange av de samme behovene som de selvbetjente frivillige, men her er hovedforskjellen at en eksisterende frivillig har bedt dem om å bli med (McKee, 2003).

2.1.3.1 Hva skal til for at noen slutter å være frivillige?

Ifølge McKees studier (2003, som skrevet i Jansson, 2018) er det tre ulike hovedkategorier en frivillig kan passe inn i, som nevnt i forrige avsnitt. Det er ikke dermed bestemt at en person kun kan passe i en kategori, men i flere. Ved at motivasjoner og mål utvikles og

endres over tid, kan personer også flytte mellom de ulike kategoriene. Dette kan resultere i varierende motivasjon og engasjement, og McKee påpeker også at ytre påvirkninger i organisasjonen kan påvirke motivasjonen til frivillige. Han har beskrevet syv årsaker som forårsaker dårligere motivasjon hos de frivillige (McKee, 2003).

1) Lederen (ledelsen) vet ikke hvordan man skal lede.

Lederen lever ikke opp til rollen sin og vet ikke hvordan man skal lede en frivillig organisasjon. Lederen setter ikke mål, delegerer ikke oppgaver, tar ikke avgjørelser eller tar ikke ulike ferdigheter frivillige har i betraktning.

2) Mangel på tilbakemeldinger til de frivillige.

Ifølge McKee så er den største grunnen til at folk slutter som frivillig at det er mangel på lederskap og tilbakemeldinger. Det er kritisk at lederen har egenskapen til å gi direkte eller konkrete tilbakemeldinger.

3) Følelsen av at en ikke utgjør noen forskjell.

Det er ikke alt som får like stor synlighet i ulike prosjekter, og det er derfor viktig å understreke at alle oppgaver som fører til målet er viktige.

4) Mangel på profesjonalitet.

Dette kan være at lederen ikke gir beskjed om forsinkelser oppstår til et avtalt tidspunkt. Møtereferater gir mulighet for alle å holde seg oppdatert hvis man ikke kan møte opp til ulike møter.

5) Manglende kommunikasjon.

Hvis organisasjonen ikke har noe felles sted eller prosedyre for å hjelpe utveksling av informasjon, blir det lite effektivt for de frivillige. Det må være muligheter for at alle medlemmer kan dele sin mening hvor de blir hørt og saken blir diskutert.

6) Tid som kastes bort i ubrukelige eller uproduktive møter.

Ethvert møte skal tjene en bestemt hensikt og når de frivillige deltar i møtet bør alle vite dagsordenen og hvilke saker som skal bli diskutert. Det bør derfor være en møteleder som sørger for at agendaen blir gjennomgått og diskutert. Øyeblikket møtet går utenfor agendaen blir det lite produktivt og tar opp tiden av møtet.

7) Ingen fleksibilitet i muligheter og planlegging.

Den frivillige gir sin tid og egenskaper til en sak og det bør respekteres høyt når man planlegger møter og oppgaver. Det er selvsagt ikke alltid mulig, men ledelsen må legge så godt som mulig til rette for den frivillige. Det er viktig at den frivillige blir spurt om hvilke oppgaver den er interessert i og forsøke å gi støtte og tilrettelegging så langt det lar seg gjøre.

Flere av disse årsakene for dårlig motivasjon fra McKee ser vi er knyttet til ikke bare ledelsen av de frivillige organisasjonene, men også til organiseringen og administrasjonen. Vi velger derfor å inkludere teori for organisering og administrering av frivillig arbeid i neste kapittel.

2.1.4 Organisering og administrering av frivillig arbeid

Frivillige gir ikke sitt arbeid for utveksling av lønn, noe som gjør at organisering og administrering av frivillig arbeid må gjennomføres på en annerledes måte enn vanlig organisering av bedrifter med betalte ansatte. Katharine Gaskin (2003) har dratt denne konklusjonen når det kommer til ledelse av frivillige;

“Den dominerende profesjonelle/arbeidsplass modellen er ikke et tilstrekkelig svar på mangfoldet av frivilliges egenskaper, motivasjoner og behov ” (Gaskin, 2003, vår oversettelse).

En årsak til dette er at frivillig arbeid er et idealistisk arbeid som ikke gjennomføres for utveksling av lønn eller andre direkte mål om økonomisk gevinst. Den frivillige kan bestemme seg for å forlate eller nekte å gjøre oppgaver når som helst, noe som gjør oppgaven ved å lede frivillig arbeid krevende. Det vil kreve mer personlig eller individuell tilnærming hvor motivering er en sentral del, samt det å holde motivasjonen oppe hos de frivillige er tidkrevende. Lederen for frivillig arbeid er nødt til å ta både rollen som personalavdelingen (HR) og prosjektleder hvis en skal sikre at alle mål nås (Gaskin, 2003).

Forrige delkapittel dekte noen årsaker til hvorfor frivillige ikke bidrar og det er derfor relevant å se på motsetningene som her blir hvordan man kan få de frivillige engasjert. Ellis (2005) har listet opp og delt opp de ti beste praksisene for hvordan man skal få frivillige engasjerte i tre ulike deler. Disse praksisene er blitt tilpasset gjennom de ti standarder for

organisasjoner med noen modifikasjoner som er gjort for å gjøre praksisene brukervennlige, tilgjengelige og relevante for mindre organisasjoner med få eller ingen ansatte (Ellis, 2005).

1) Legge grunnlaget

1. Verdssette de frivilliges rolle

Verdssette frivillige i organisasjonen både for deres personlige opplevelse og den eksterne oppfatningen av deres bidrag. Dette kan kreve tydelig anerkjennelse av deres betydning ved synlighet i medier eller muligheten for innflytelse i beslutningsprosesser.

2. Definere regler og forventninger

Lag felles regler for hvordan man skal handle i ulike oppgaver eller prosjekter. Det vil hjelpe frivillige finne en felles arbeidsmåte og gi retningslinjer for hvordan nye frivillige skal bli akseptert, samt forventninger som skal stilles.

3. Utvikle ferdigheter i ledelse av frivillige

Ledelsen som skal administrere frivillige bør ha tidligere ledererfaring eller sørge for å lese seg opp på ledelse eller ha en mentor som kan hjelpe til med dette. Lederen bør søke tilbakemeldinger fra de frivillige siden alle har ulike behov.

2) Utvikle jobbene og få de riktige personene

4. Redusere frivillighets- og grupperisiko

Det bør skaffes forsikring for frivillige i gruppen slik at de ikke trenger å tenke på potensiell materiell skade. Risiko kan oppstå av feil frivillig i gruppen og det bør være metoder for utvelging av frivillige og måter man kan fjerne en frivillig fra gruppen.

5. Lage klare oppdrag

Frivillige fortjener en stillingstittel og en tydelig jobbeskrivelse. Det blir enklere for alle frivillige å se det store bildet og hvilke ferdigheter som mangler hvis roller og ansvar er fordelt.

6. Nå utover sirkelen

Det kan være vanskelig å finne rette ferdigheter kun blant bekjente av de nåværende frivillige. Ved å spørre personer som ikke er kjent tidligere om å være frivillige får man variasjon i ideer og måter å løse oppgaver på.

3) Skape et miljø hvor frivillige føler at de hører til og ønsker å bli

7. Orientering og opplæring av frivillige

Alle frivillige trenger opplæring for å kunne nå ulike mål. Utveksling av ideer for hvordan man skal nå et mål er også viktig. Dette tillater frivillige å finne en oppgave de føler seg komfortable med og produktive i.

8. Gi veiledning

Når oppgaver er utført er det behov for oppfølging og gode tilbakemeldinger slik at den frivillige ikke føler seg overlatt alene eller oversett. Lederen bør og har en viktig mulighet til å både gi og få tilbakemeldinger, noe som er viktig for den frivillige for å utvikle sine ferdigheter og føle at de utgjør en forskjell.

9. Få frivillige til å føle at høres til

Frivillige bør inkluderes i beslutningsprosesser, fordi behovet for å føle seg som en del av saken eller teamet har en innvirkning på motivasjonen. De kan ikke alltid inkluderes i avgjørelser, men da kan inkludering i planleggingsprosesser og lignende bidra til at de føler seg inkludert.

10. Anerkjennelse frivillige bidrag

Når en oppgave er fullført bør prestasjonen tas i betraktning eller til og med feires på neste møte. Hvis ikke den frivillige er til stede i møtet bør det sørges for at det informeres at det har blitt lagt merke til (Ellis, 2005).

2.1.5 Digital plattform for sosiale formål

Det vil for oss også være relevant å se nærmere på tidligere studier som har tatt stilling til lignende digitale løsninger. I en studie gjennomført av Angela Caridá, Maria Colurcio og Monia Melia (2022) utforsket de hvordan digitale plattformer fremmer utviklingen av vellykket sosial innovasjonspraksis for å forbedre prosessen med sosial endring og velvære. I studien fokuserte de på en sosial misjonsplattform "RomAltruista" som fremmer fleksibel frivillighet i Roma. Vi vil i denne oppgaven bruke navnet RA-plattformen for ordens skyld. Denne fleksible frivilligheten er en ny og alternativ løsning for tradisjonell og stabil frivillighet (Caridá, Colurcio og Melia, 2022).

Ifølge en av de frivillige som ble intervjuet i studien så er RA-plattformen et supermarked av frivillighet (Caridá, Colurcio og Melia, 2022). Videre viser funnene fra studien at plattformen ga innbyggerne mye større muligheter og gjorde det lettere å være frivillig for de som ikke har mye tid, spesialisert opplæring eller for de som ønsker å prøve ut en opplevelse noen ganger før man ønsker å gi et permanent engasjement. Det viste seg at fleksibilitet var svært viktig for potensielle frivillige. Dette innebar at de kunne selv styre når, hvordan, hvor og

hvor lenge de skulle delta i frivillig arbeid. I kontekst med frivillig arbeid er denne funksjonen relatert til begrepet bekvemmelighet, hvor det lar potensielle frivillige delta i aktiviteter som passer inn i deres liv (Caridá, Colurcio og Melia, 2022).

Det viser seg at for flere av de frivillige er det viktigere å ta på seg enkle oppgaver som ikke krever mye opplæring, slik at de kan overvinne barrierene for å komme i kontakt med ideelle organisasjoner. Til forskjell fra tradisjonell frivillighet kan slik enkel og fleksibel frivillighet håndtere mange vanskelige aspekter og krever samtidig minimal innsats og koordinering. Her har prosjektlederne støttet og veiledet nye frivillige og styrket relasjoner med faste frivillige i nye utfordrende miljøer (Caridá, Colurcio og Melia, 2022). En av grunnleggerne av plattformen uttrykte også hvilken utfordring det var å etablere kontakt med frivillighetsorganisasjoner for å forklare den nye fleksible frivillighetsmodellen, og ikke minst å trene dem opp tidlig i prosjektet (Caridá, Colurcio og Melia, 2022).

RA-plattformen lar små frivillige organisasjoner og grupper annonsere sine aktiviteter til et bredere publikum og drar nytte av et digitalt bookingsystem. Her kan de spesifisere egne betingelser som tid, sted, antall tilgjengelige plasser og beskrivelser av aktiviteten. Studien analyserte effektiviteten ved å se nærmere på arkitekturen og funksjonen til RA-plattformen, og konkluderte med at konseptet ved denne type effektivitet fremsto som en verdifull løsning. Den skaper en målbar forbedring når det gjelder å nå ut til og engasjere flere frivillige enn tidligere løsninger (Caridá, Colurcio og Melia, 2022).

2.2 Programvareutvikling

Prosessen før selve utviklingen av en programvare inkluderer mange viktige aspekter. Vi velger derfor i dette kapittelet å inkludere kort teori om programvare og kundeinnsikt.

2.2.1 Hva er en programvare

Vi trenger å definere noen teoretiske begreper; programvare og programvareprodukt. Vi velger definisjonen fra boken 'Software for people' for programvare som er følgende: *"Software is an information good that manifests human know-how in bits and bytes"* (Maedche, Botzenhardt og Neer, 2012, s.55). Et programvareprodukt er et produkt hvis den primære komponenten er programvare (Kittlaus og Clough, 2009). Hvordan man kan dra nytte av et programvareprodukt avgjøres gjennom de ulike funksjonalitetene som gis ved grensesnittet. Det vil si at verdien en programvare gir genereres som et resultat av gitt

funksjonalitet. Et eksempel på en funksjonalitet en programvare har kan være en nettbank som gir deg muligheten til å legge inn en betaling (Maedche, Botzenhardt og Neer, 2012).

Det finnes mange ulike varianter og kategorier av programvarer, og vi ønsker kun her å trekke frem en hovedkategori av programvare; applikasjonsprogramvare (Pitaliya, 2024). Applikasjonsprogramvare er programvare som lar sluttbrukere samhandle med systemet, og er også kjent som sluttbrukerprogrammer. Et annet mer kjent begrep for denne programvaren er applikasjon eller app. Når vi snakker om å utvikle programvare brukes gjerne en iterativ produksjonsprosess (Grolid, 2021). Iterativ vil si at denne produksjonsprosessen består av mange utviklingsrunder, og at den egentlig ikke tar slutt. Målet bak en iterativ produksjonsprosess er å forstå brukernes behov, teste og komme fram til løsninger gjennom prøving og feiling. Det er derfor hensiktsmessig å lage en prototype tidlig og teste den kontinuerlig gjennom brukertester allerede før selve utviklingen. Den iterative prosessen med brukertesting slutter ikke ved lanseringen av programvaren, men bør fortsette så lenge det er tilgjengelig (Grolid, 2021). Produktutvikling av programvare er uforutsigbart og risikabelt, og det viser seg at rundt 75-80% av slike prosjekter er rutinemessig sene og går over det satte budsjettet (Kittlaus og Clough, 2009).

2.2.2 Kundeinnsikt (eng. Customer Insight)

Kundeinnsikt er avgjørende for å kunne forstå kundenes behov, ønsker og adferd. Dette er avgjørende for å kunne utvikle, forvalte og markedsføre sine programvareprodukter så effektivt som mulig. For å oppnå denne kundeinnsikten bør man blant annet gjennomføre markedsundersøkelser for å samle inn kvantitative data (Kittlaus, 2022). Et annet godt verktøy er å opprette brukerpersonas eller personas (Kittlaus, 2022). Personas representerer en fiktiv bruker av et system og har individuelle egenskaper, som bidrar til å sette et ansikt til et ellers abstrakt mål-demografi. Ved å benytte seg av en persona med et konkret navn, bakgrunn, mål etc. kan man unngå en av de kjente risikoene ved brukersentrert design- at produktet ikke passer brukeren (Maedche, Botzenhardt og Neer, 2012). En persona representerer en håndgripelig inkarnasjon av en konkret person, som basert på personbeskrivelsen utløser en fordypning i personens behov for å bli støttet av en persona. Det kan være nødvendig med ulike personas for å tilstrekkelig omfatte variasjonen av brukere (Maedche, Botzenhardt og Neer, 2012, s. 23). Brukerpersonas hjelper med å forstå kundenes mål, behov og utfordringer på en mer innsiktsfull måte. God kundeinnsikt er avgjørende for å

kunne utvikle et programvareprodukt som løser kundenes problemer og støtter deres behov og forventninger. Dette vil danne grunnlaget for å etablere en effektiv produktstrategi og produktutvikling som treffer den riktige målgruppen (Maedche, Botzenhardt og Neer, 2012).

2.3 Brukersentrert utvikling (eng. User centered design)

For å kunne utvikle en god digital løsning som fokuserer på brukerbehov, vil teorien rundt brukersentrert utvikling være viktig. Konseptet brukersentrert utvikling handler om brukskvalitet ved å sette brukeren i fokus, samt aktiv involvering av brukerne i utviklingsprosessen (Parker, 2012). Det kan være at brukere ikke er klar over hvilke behov de har til et digitalt system, som vil være ganske naturlig hvis de ikke har prøvd systemet tidligere. Det er avgjørende å kartlegge disse behovene, og det kan gjøres gjennom en spørreundersøkelse eller at brukere tester prototyper. På denne måten kan de kartlegge behovene sine selv (Bajaj, 2023, avsnitt 2). For å øke brukerengasjement kan en god metode være å ta i bruk spillifisering. Dette kan man gjøre gjennom å trekke inn ulike elementer fra spill-verdenen i en annen kontekst enn spill (Sailer, 2013).

For å gjennomføre en programvare test kan det være aktuelt å bruke persona testing. Dette er å bruke brukerpersonas til å simulere ulike scenarioer for brukerinteraksjoner av produktet, for å få innsikt i hvordan brukere vil bruke produktet i dagliglivet. Denne testen vil identifisere potensielle utfordringer og problemer med systemet, samt sikre at produktet møter brukernes forventninger og behov. Denne testen vil også teste brukererfaringen til produktet (Priya, 2024).

2.3.1 Brukervennlighet (eng. User Experience) og brukererfaring (eng. Usability)

Vi har to konsepter som er spesielt relevante for brukersentrert utvikling; brukervennlighet og brukererfaring. Ifølge den internasjonale standarden ISO 9241-11 så er brukervennlighet definert som *“The extent to which a system, product or service can be used by specified users to achieve specified goals with effectiveness, efficiency and satisfaction in a specified context of use”* (ISO, 2018). Dette vil si at brukervennlighet handler om å gjøre det mulig for brukeren å nå sine mål for produktet eller tjenesten på en effektiv måte, samtidig som at de føler seg tilfredsstillt av det. Er produktet eller tjenesten brukervennlig, så er det enkelt for en ny bruker å lære hvordan de skal bruke det på en effektiv måte som er tilfredsstillende.

En god brukervennlighet sørger også for at produktet eller tjenesten kan benyttes av mennesker med funksjonsnedsatte evner på lik linje som andre mennesker. I tillegg vil brukervennligheten redusere risikoen for brukerfeil og konsekvensen fra den (ISO, 2018).

For å oppnå god brukervennlighet er det noen prinsipper man kan følge (Usability Net, u.å):

1. Design et system som er brukersentrert og oppgaveorientert.
2. Vær konsistent i hvordan man bruker systemet, for å unngå at brukeren må lære noe nytt.
3. Gi kun nødvendig informasjon og bruk språk som brukerne forstår.
4. Unngå mental anstrengelse for brukeren.
5. Gi rask og relevant tilbakemelding. Når brukeren trykker på en knapp, så viser systemet at brukeren har trykket på den.
6. Gode navigeringsverktøy.
7. Gi brukeren så mye frihet som mulig når de gjør en oppgave, med så lite begrensninger som mulig.
8. Presenter informasjonen tydelig, slik at det blir enklere for brukeren å skille mellom forskjellige elementer og grupper av data.
9. Systemet bør være selvforklarende, systemet bør gi informasjon med ikon for knapper og verktøy.
10. Bør redusere feil med å veilede brukeren mot målet som de har.

Brukervennlighet er en del av hva som gir en god brukererfaring. Brukererfaring er hvordan brukeren følte seg når de brukte applikasjonen, eller med andre ord den emosjonelle forbindelsen til oppgavene de utførte i applikasjonen. En god brukererfaring vil si at brukeren sitter med positive følelser etter å brukt systemet (Domain7, 2014). For å sørge for en god brukererfaring bruker man noen konsepter. Disse er synlighet, tilgjengelighet, lesbarhet og språk (Le, 2017, avsnitt 4). Universell utforming er også et konsept som kan hjelpe med god brukererfaring (CIO Council Operations, 2017).

Synlighet handler om at brukeren bør kunne se fra begynnelsen av hva man kan gjøre med produktet, hva det handler om og hvordan de kan bruke det (Le, 2017, avsnitt 4). Synlighet

vil hjelpe brukeren til å lage et mentalt modell over systemet Modellen skal hjelpe brukeren til å forutsi hva som skjer når de gjør ulike handlinger (Julius, 2020).

Tilgjengelighet handler om at brukeren skal klare å finne informasjonen enkelt og raskt. Brukere bør få flere måter å få informasjon på, som gjennom menyer, søkealternativer, osv (Le, 2017, avsnitt 4). Brukeren bør klare å finne informasjonen de trenger uavhengig av hvor stort systemet er (Julius, 2020).

Lesbarhet handler om at teksten bør være enkel å lese (Le, 2017, avsnitt 4). Dette vil si at skrift typen, font stil, stor og små bokstav, størrelsen på teksten og andre ting relevant til teksten skal være enkel å lese for brukeren (Julius, 2020).

Språk handler om kvaliteten på språket. Det vil si at ord og uttrykk skal være enkle for brukeren å lese og at setninger skal helst være korte sånn at brukeren trenger ikke å lese unødvendig mengde tekst (Le, 2017, avsnitt 4). Man skal unngå å bruke tekniske begreper, og bare bruke dem når det er nødvendig (Julius, 2020).

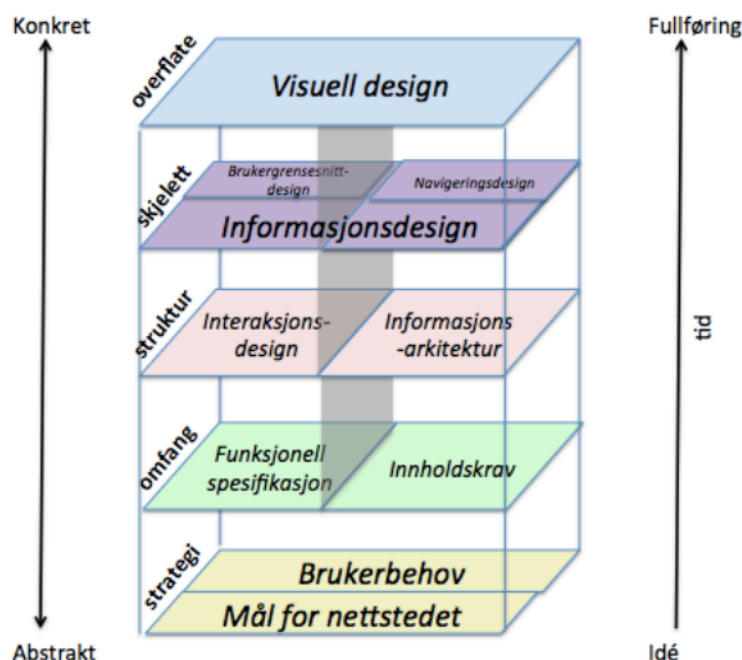
Universell utforming (eng. universal design) er å ta hensyn til alle slags brukere når man lager et produkt. Dette vil si uansett brukeren sin funksjonshemming, alder, evne og størrelse. Dette produktet skal kunne bli brukt, forstått og være tilgjengelig for så mange ulike typer mennesker som mulig (CIO Council Operations, 2017). Et eksempel er å ta hensyn til fargeblinde som kanskje ikke kan lese en tekst på grunn av dårlig fargevalg, som gir disse personene dårlig brukererfaring. Her er en mulighet å gi brukeren mulighet til å endre til en modus for fargeblinde. Det er krav til universell utforming for offentlige og private virksomheter når det utvikles IKT-løsninger som nettløsninger, apper og automater (Uutilsynet, u.åA). Det at det eksisterer krav for dette viser hvor viktig dette konseptet er.

2.3.2 Garretts femlagsmodell

Garretts femlagsmodell står som en sentral referanse innenfor brukersentrert utvikling. Modellen er i utgangspunktet laget for websider, men kan benyttes i tilknytning til alle brukersentrerte produkter, og vi velger derfor å ta utgangspunkt i denne modellen i utviklingen av vår prototype. Modellen deler utviklingsprosessen inn i fem lag, med ulike

hensyn ved hva som skal utvikles. Figur 2.3 illustrerer hvordan de nederste lagene er abstrakte og hvordan de øverste lagene er mer konkrete. Alle lagene er avhengige av hverandre, så endringer i et lag vil påvirke alle lag (Garrett, 2011, s.22). De tre lagene i midten er delt i to hvor den ene siden handler om funksjonalitet og den andre fokuserer på informasjon. Funksjonaliteten innebærer oppgaver og verktøy til produktet, mens informasjonen innebærer å finne, absorbere og forstå informasjonen til produktet (Garrett, 2011, s.27-28).

Hvorfor vi valgte femlagsmodellen var fordi i året etter at “The Elements of User Experience” boken var først utgitt så hadde den blitt lastet ned 20 000 ganger fra Garrett sin nettside (Garrett, 2011, s. xviii). Denne boken handler om femlagsmodellen. Ifølge en podcast av Garrett så var boken fortsatt brukt mye og boka fortsatt solgt jevnt i 2020. Dette er 10 år siden den ble lagt ut og 20 år siden diagrammet for femlagsmodellen ble opprinnelig lagt. Den har blitt brukt i kurs og av folk som har startet å lære om ux design på skolen i 2020 (Garrett & Merholz, 2020). Femlagsmodellen sin popularitet var grunnen for at vi valgte denne modellen.



Figur 2.1: Garretts femlagsmodell (Garrett, 2011, s. 29)

Det er hensiktsmessig å starte på bunnen av modellen i strategi laget (eng. strategy) hvis man skal gjennomføre en brukersentrert utviklingsprosess, som forklarer hvorfor vi starter der. Her finner man ut hva bedriften ønsker å oppnå med produktet, og hva brukeren ønsker å få ut av produktet (Garrett, 2011, s.37-41). Man gjennomfører gjerne spørreundersøkelser eller prototype-tester for å finne ut hva brukerne ønsker fra produktet. (Garrett, 2011, s.42-51). I laget over ser vi omfang laget (eng. scope) hvor man bruker bedriftens mål og brukernes behov fra strategi laget til å lage spesifikke krav for innhold og funksjonalitet (Garrett, 2011, s.57). Strategi laget fokuserer på hvorfor vi lager produktet, mens omfang laget handler om hva vi skal lage (Garrett, 2011, s.61). Omfang laget er delt i to hvor en side dekker innholds krav (eng. content requirements) og den andre siden dekker funksjonelle spesifikasjoner (Garrett, 2011, s.62-63). Innholds krav er hvilket innhold som skal være i produktet som bilder, tekst og video (Garrett, 2011, s. 71). Funksjonell spesifikasjon er hvilke funksjonaliteter som skal være i produktet (Garrett, 2011, s.62).

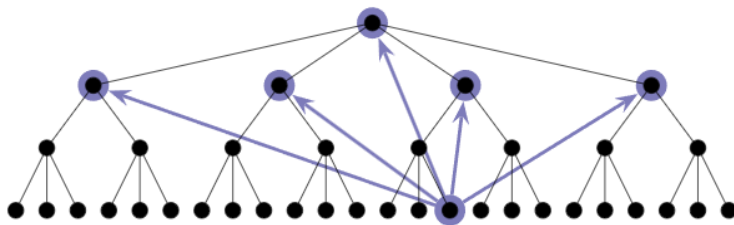
I midten av modellen ser vi struktur laget (eng. structure). Her brukes all informasjon man til nå har tilegnet seg for å danne en konseptuell struktur til produktet. Dette laget er også delt i to hvor den funksjonelle-siden handler om interaksjonsdesign, og informasjonssiden tar for seg informasjonsarkitekturen (Garrett, 2011, s.79-80). Interaksjonsdesign handler om å beskrive de ulike typer brukeratferd og beskrive hvordan systemet skal reagere på brukeratferden (Garrett, 2011, s. 81). Informasjonsarkitektur handler om hvordan applikasjonen skal formidle informasjon til brukeren og her er elementer som språk og struktur viktige. Hvordan kan vi strukturere informasjonen slik at brukeren enkelt forstår og kan bruke den (Garrett, 2011, s.88).

Nest øverst har vi skjelett laget (eng. skeleton). Her lager man den konseptuelle strukturen for applikasjonen til en konkret struktur ved å identifisere spesifikke aspekter til grensesnitt, navigasjon og informasjonsdesign (Garrett, 2011, s. 107). Her handler den funksjonelle siden om grensesnittdesign, og informasjonssiden om navigasjons-design. Grensesnittdesign handler om å velge riktige grensesnittet elementer for oppgaven brukeren prøver å oppnå og gir de elementene en bra plassering sånn at de er lett å forstå og lett å bruke (Garrett, 2011, s. 114). De fleste i dag bruker mange ulike digitale enheter i hverdagen og er vant til ulike grensesnitt. Konvensjon (eng. Convention) handler om hva en person er vant til, og det kan derfor være fordelaktig å benytte et grensesnitt brukeren er vant til fra før (Garrett, 2011, s. 110-111).

Navigasjons-design handler om å presentere informasjonsområder. Informasjonsdesign er relevant for begge sider av laget og handler om å presentere informasjon på en effektiv måte (Garrett, 2011, s. 108).

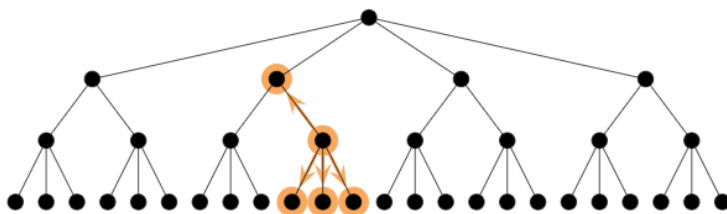
Designet av navigasjonen skal kommunisere tydelig til brukeren hvor de er og hvor de kan gå videre (Garrett, 2011, s. 119). For å oppnå dette så er det vanlig at det benyttes flere navigasjonssystemer slik at brukeren kan navigere seg suksessfullt gjennom applikasjonen. Blant annet er global navigasjon og lokal navigasjon relevant for vår oppgave.

Global navigasjon er at man gir brukeren tilgang til de største delene av applikasjonen (Garrett, 2011, s. 120). Et eksempel på dette er en navigasjonsbar som lar brukeren få tilgang til hovedpunkter i en applikasjon.



Figur 2.2: illustrerer hvordan global navigasjon gir brukeren tilgang til de største delene av applikasjonen. Et eksempel er ved å bruke en navigasjonsbar som gir brukeren tilgang til hovedpunkter i en applikasjon (Garrett, 2011, s. 120).

Lokal navigasjon er at man gir brukeren tilgang til de stedene som er nærmest i arkitekturen (Garrett, 2011, s. 121).



Figur 2.3: Illustrerer hvordan lokal navigasjon kun gir brukeren tilgang til stedene som er nærmest i arkitekturen (Garrett, 2011, s. 121).

Øverst i modellen ser vi overflate laget (eng. surface) hvor innhold, funksjonalitet og estetikk kobles sammen for å ferdigstille applikasjonen (Garrett, 2011, s. 133). I dette laget er fokuset på sensorisk design, som vil si brukerens sanseopplevelse av applikasjonen (Garrett, 2011, s.

134). Åpenbart vil det være syn og hørsel som er de sansene som er mest relevante og er de man fokuserer på. For å evaluere visuelt design bør man finne ut hvor synet først trekkes når applikasjonen åpnes og hvor det går videre (Garrett, 2011, s. 137). For at designet skal være godt er det noen egenskaper til mønstrene øynene følger; 1) Designet leder brukeren jevnt gjennom siden, 2) Brukeren blir guidet gjennom flere muligheter uten at det er overveldende med detaljer (Garrett, 2011, s. 138-139). Kontrast er et primært verktøy for å trekke brukerens oppmerksomhet (Garrett, 2011, s. 139). Intern konsistens er også noe man bør benytte, som er at ulike deler av applikasjonen bruker samme design (Garrett, 2011, s. 143). Farger kan kontrollere hvor man trekker oppmerksomheten, og typografi påvirker også det visuelle designet (Garrett, 2011, s. 147).

3 Metode

Vi vil i dette kapittelet gå gjennom metodene vi valgte for å besvare våre forskningsspørsmål og problemstilling. En metode er en “planmessig fremgangsmåte, især i vitenskap og filosofi, gjerne grunnet på regler og prinsipper” (Tranøy, 2019, avsnitt 1).

3.1 Generelt om metode

I vitenskapelig forskning er forskningsmetoder fremgangsmåter. De omfatter dels prinsipper og regler for teoretisk drøfting og argumentasjon, samt dels prosedyrer og teknikker for gjennomføring av empiriske undersøkelser. Vi skiller mellom to ulike metoder basert på hvilke data vi er avhengig av; kvalitativ og kvantitativ metode (Grønmo, 2021). Hvilken data vi trenger, avhenger igjen helt av hvilken problemstilling en har.

3.1.1 Kvantitativ metode

Benytter man kvantitative undersøkelser muliggjør dette at man kan innhente og systematisere informasjon fra større grupper med informanter. Spør man etter informasjon som er kvantifiserbar, kan informasjonen telles og gjøres om til tall og statistikk. Ulempen kan være at man kan gå glipp av viktig informasjon som man ikke kan se direkte av tallene, og denne informasjonen kan være like viktig som tallene. Her er et alternativ å legge inn åpne spørsmål slik at denne informasjonen kan fanges opp. Et annet alternativ er å gjennomføre en kvalitativ undersøkelse, eller benytte en såkalt kvalitativ metode.

Benytter man både kvantitative og kvalitative metoder vil disse utfylle hverandre som sammen gir både bredde og dybde til en undersøkelse (Johansen og Sundbye, 2019). Kombinasjonen av kvantitativ og kvalitativ metode for å besvare en problemstilling eller forskningsspørsmål kalles også for blandet metodeforskning (eng. Mixed Methods Research) (George, 2021). Målet for vår spørreundersøkelse var først og fremst se hvem de frivillige er, hvilke sentrale behov disse har, hvilke løsninger benyttes i dag og hvordan dette kan løses med en applikasjon.

3.1.2 Kvalitativ metode

Benytter man kvalitativ metode så samler man data som ikke kan gjøres om til tall. Her kan man få frem mer data eller informasjon som inneholder meninger, ønsker eller holdninger. Denne informasjonen vil derfor ikke kunne presses direkte inn i statistikk i motsetning til kvantitative data. Kvalitativ er et ord som er beslektet med ordet kvalitet som gjenspeiler informasjonen man får fra denne metoden (Johansen og Sundbye, 2019).

Den kvantitative undersøkelsen bekreftet for oss at det ikke eksisterer en digital løsning som frivillige er godt fornøyde med i dag. Vi ønsket derfor å utarbeide en prototype for en dypere kundeinnsikt og sørge for en brukersentrert utvikling. I tillegg til kvantitativ metode trengte vi derfor å gjennomføre en kvalitativ metode for å avdekke hvilke konkrete brukerbehov som bør dekkes.

3.2 Datainnsamling

Dette kapittelet er grunnlaget for hvilken informasjon og data vi hadde behov for å samle inn, samt hvilken måte dette er gjort på for å besvare vår problemstilling. For å besvare problemstillingen hadde vi først og fremst et behov for å finne grunnleggende informasjon om frivillig arbeid i Norge og dagens løsninger. Videre ønsket vi informasjon om hvem de frivillige er, motivasjonen bak frivillig arbeid, og hvordan dagens løsninger kan bli bedre. For å dekke brukernes behov bruker vi naturligvis en brukersentrert utviklingsprosess hvor vi fokuserer på kundeinnsikt. For å lykkes med dette trenger vi mer detaljert informasjon fra brukerne og det er årsaken til at vi også benyttet kvalitativ metode til vår datainnsamling.

3.2.1 Spørreundersøkelse

Siden vår problemstilling krevde data og statistikk om frivillig arbeid i Norge, benyttet vi kvantitativ metode for innsamling av data. Spørreundersøkelse er en undersøkelsesform som kan gjennomføres på mange ulike måter, og er en undersøkelse som mange er godt kjent med i ulike sammenhenger (Olseng og Sundbye, 2022). Vi konkluderte derfor med at en digital spørreundersøkelse var den beste og mest effektive metoden å samle våre kvantitative data på. NTNU har et samarbeid som gir alle studenter tilgang til Nettskjema, så naturlig valgte vi å benytte dette digitale verktøyet.

Spørreundersøkelsen var en utforskende undersøkelse som inneholdt en blanding av konkrete spørsmål og fritekstspørsmål. Det er en stor utfordring å lage gode spørsmål, og vi valgte derfor å gjennomføre mange tester av brukskvaliteten på spørreundersøkelsen før vi sendte den ut til informanter. Det vil si at det skulle være presise spørsmål, logisk oppbygning og at spørsmålene vi stilte skulle gi oss informasjonen vi trengte. Derfor gjennomførte vi en tre-runders iterativ prosess med tester av brukskvaliteten for å få tilbakemelding på undersøkelsen vår. Testene ble gjennomført på familie, bekjente, vår kontaktperson Terje, en bekjent av Terje som er kjent med frivillig arbeid, og vår fagveileder Torstein før vi sa oss fornøyde og sendte ut spørreundersøkelsen.

3.2.1.1 Utforming og kategorisering av spørreundersøkelsen

Spørreundersøkelsen hadde 19 spørsmål totalt hvorav ti var enkeltvalg, to flervalg, fem tekstsvar og to skala-spørsmål. Vi delte opp undersøkelsen i seks del-kategorier:

- Demografiske spørsmål for å finne ut hvem de frivillige er
- Erfaring med frivillig arbeid. Her fant vi ut hva folk jobbet med og kunne kvalitetssikre hvem som hadde mye erfaring fra andre som hadde mindre
- Se etter frivillig arbeid. Her kunne vi kartlegge hvor personer fant frivillig arbeid og hvor enkelt de syntes dette var
- Forbedringsforslag, ga oss god innsikt i hva frivillig arbeidere skulle ønske de hadde når de lette etter frivillig arbeid
- Tilbakemelding på nåværende plattform. Her kunne vi kartlegge hvilke styrker og svakheter de ulike alternativene hadde. På denne måten fikk vi god oversikt på hva vår plattform burde inneholde.

- Personlig engasjement og preferanser. Her fant vi ut hvordan personer både ble motivert til å drive med frivillig arbeid og hvordan de først ble engasjert til å drive med det.

Vi hadde totalt fem tekstspørsmål. Disse spørsmålene var spesielt viktige fordi de ga brukerne muligheten til å tenke selv og dele sine egne synspunkter på nøkkelaspekter slik at vi kunne identifisere brukerbehovet. Her er to av disse spørsmålene.

- Hva vil gjøre det enklere for deg å finne frivillig arbeid?
- Hvilke typer "søkefilter" skulle du ønske man kunne bruke når man leter etter frivillig arbeid?

Av disse spørsmålene fikk vi flere gode svar, men ettersom det er tekstsvaret må de kategoriseres før man kan utføre databehandling. For eksempel, på sistnevnte spørsmål: "Hvilke typer "søkefilter" skulle du ønske man kunne bruke når man leter etter frivillig arbeid?", kunne vi dele inn svarene i 4 kategorier:

1. Tid, tilgjengelighet og fleksibilitet
2. Lokasjon og type arbeid
3. Forventninger og personlige preferanser
4. Andre

Det var en nødvendig prosess å kategorisere spørsmålene med tekstsvaret, da tekstsvaret alene ville gjort det umulig å få et overordnet bilde på hva brukerne ønsket.

3.2.1.2 Likert skala

For to av spørsmålene vi hadde i spørreundersøkelsen, ønsket vi at informantene skulle rangere enten hvor enig eller uenig de var i en gitt påstand. Vi valgte å benytte "Likert skala", som er en kjent skala som ofte benyttes i slike undersøkelser. Navnet kommer av Rensis Likert som lagde denne skalaen, og denne bruker mellom 5-7 punkter i sin skala (SurveyMonkey, u.åC). Andre skalaer bruker mer binære svar som ja eller nei, eller bruker tallnivå skala fra 0-100. Likert skala skiller seg ut ved at den lar brukere gi nøytrale eller moderate svar, samt at de får svare utdypende i sin enighet eller uenighet. Et eksempel er med

svaralternativene vi valgte å benytte; (1) svært uenig, (2) uenig, (3) både-og/vet ikke, (4) enig, (5) svært enig. Grunnen til at vi valgte denne skalaen er fordelene med at skalaen ikke blir for åpen for brukeren å svare på, som resulterer i at det er enklere i den medfølgende dataanalysen å vite hva brukeren mener (Malt & Grønmo, 2020).

3.2.1.3 Hvor mange svar trenger man for å trekke konklusjon?

Når man skal trekke en konklusjon, er det viktig å sikre at man har tilstrekkelig med svar for å oppnå pålitelige resultater. Statistikere er generelt enige om at en prøvestørrelse (eng. Sample size) på minimum 100 er nødvendig for å få meningsfulle resultater (Fox, 2024). Den maksimale mengden for en prøvestørrelse bør være 10% av den totale populasjonen man studerer, og bør ikke overstige 1000 (Fox, 2024).

For å bestemme prøvestørrelsen til en sample for Norge, kan man benytte seg av en formel som tar hensyn til 4 faktorer: 1) Populasjonen til Norge, 2) Feilmargin, 3) Tillitsnivå og 4) Hvor stor prosentdel av populasjonen i Norge er frivillige (SurveyMonkey, u.åB; Maple Tech International LLC, u.å).

Feilmargin er hvor mye man forventer at dataen kommer til å variere. Hvis 80% svarer ja på et ja/nei spørsmål og feilmarginen er på 5%, vil dette si at svaret vil variere mellom 75-85%. Tillitsnivået er hvor nøyaktig et sample reflekterer for befolkningen. Hvis tillitsnivået er på 95% og man gjennomfører en undersøkelse 20 ganger, så vil 19 av de ha samme svar (hotjar, u.å).

$$\text{Sample size} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Figur 3.1: Figuren viser formelen for å finne prøvestørrelsen. Her vil "N" representere populasjonen i Norge (5,5 millioner), "p" representerer andelen som er frivillige av populasjonen (62%), "z" er tillitsnivået (90%), "e" er feilmargin (7%) (SurveyMonkey, u.åA).

Populasjonen i Norge var ifølge SSB i 2023 på 5 550 203 mennesker (Statistisk sentralbyrå, 2023), og ifølge Frivillighet Norge så var 62% av denne befolkningen frivillige i 2023 (Frivillighet Norge, 2023, s.6). Når det gjelder feilmargin og tillitsnivå kan disse variere avhengig av studiens formål. Generelt sett er et tillitsnivå på 95% ofte brukt, men 90% har også blitt benyttet (Hazra, 2017, avsnitt 3). Siden vår spørreundersøkelse har som hovedmål å kartlegge behovene til de frivillige så bruker vi tillitsnivået på 90%. Vi valgte å sette feilmarginen på 7% for å gjøre det oppnåelig og realistisk for vår oppgave ut fra gitte tidsfrister.

Ved å bruke formelen hvor tillitsnivå er lik 90% , feilmargin 7% , populasjon for Norge er lik 5 550 203 og 62% av befolkningen i Norge er frivillige så får vi en prøvestørrelse på 131. Dette betyr at hvis vi gjennomfører denne spørreundersøkelsen 100 ganger så vil 90 av de ha samme svar med en margin på 7%. Dette er en prøvestørrelse vi ser oss fornøyde med ut fra gitte betingelser, og 131 vil dermed være det nødvendige antallet svar for å kunne trekke en pålitelig konklusjon.

3.2.1.4 Utvalg (eng. sample) for spørreundersøkelsen

Når man skal gjennomføre en spørreundersøkelse så trenger man å gjøre et utvalg for hvem som skal besvare undersøkelsen. Dette kalles for et undersøkelsesutvalg (eng. survey sampling) og innebærer å velge ut hvilke individer man skal spørre fra en bestemt populasjon (Cint, 2020). Denne populasjonen kan da være basert på ulike attributter, og for vår oppgave trenger vi mennesker som er kjent og engasjerte med frivillig arbeid.

Det finnes to ulike metoder for å velge ut en sample. Probability Sampling er å tilfeldig velge personer fra en befolkning hvor alle i befolkningen har mulighet til å bli valgt (McCombes, 2023). Non-Probability Sampling er når personene ikke er valgt tilfeldig, og ikke alle fra befolkningen har mulighet til å delta (McCombes, 2023).

Siden vår oppgave trengte data fra personer som er frivillige, har vi ikke et tilfeldig utvalg til spørreundersøkelsen, og benyttet metoden Non-Probability Sampling. Vi hadde begrenset med tid for vår datainnsamling, vi måtte bruke personene som var mest tilgjengelig, noe som kalles for “convenience sampling”. For å få en stor nok prøvestørrelse for å trekke konklusjon kontaktet vi flere daglig ledere av ulike frivillige organisasjoner i Norge, og ba de

videresende denne til flere frivillige arbeidere. Dette kalles for “snowball sampling” (McCombes, 2023). Vi fikk til slutt 132 svar før vi begynte med databehandlingen, noe vi var fornøyd med ut fra gitte tidsrammer. Dette er også over prøvestørrelsen vi måtte ha for å kunne trekke en konklusjon.

3.2.2 Intervju

Vårt neste behov for å kunne besvare vår problemstilling er å samle inn konkrete tilbakemeldinger for hvordan en digital løsning bør se ut og hva den bør inneholde. Metoden vi har valgt for å samle inn denne informasjonen er gjennom en kvalitativ metode i form av intervju. For å sikre brukersentrert utvikling benytter vi en prototype som et verktøy for å visualisere appen, slik at vi forsikrer oss om at vi forstår brukernes sentrale behov og får detaljerte tilbakemeldinger. Denne detaljerte informasjonen krever en kvalitativ metode og vi gjennomførte derfor dette i tillegg til kvantitativ metode for å sikre et godt grunnlag av data.

Intervju er en kvalitativ metode for å samle primærdata, og her samler man gjerne inn personers meninger, ønsker eller holdninger. Metoden lar oss samle inn mer detaljert data enn ved kvantitative undersøkelser (StudySmarter, u.å), og er årsaken til hvorfor vi ønsket å benytte begge metodene. Vi gjennomførte et semi-strukturert intervju hvor vi på forhånd hadde laget ulike spørsmål, men ikke hadde noen tydelig rekkefølge (StudySmarter, u.å). Målet var å bruke spørsmål naturlig i samtalen for å få mer ærlige og detaljerte svar.

Siden verken vi i gruppen eller intervjuobjektene befant seg på samme geografisk sted, gjennomførte vi intervjuene digitalt. Vi ønsket å gjennomføre disse intervjuene for å få en detaljert og presis forståelse for hvilke behov de frivillige har og hvordan en digital løsning bør se ut. I intervju får man frem meninger som i andre metoder kanskje ikke ville kommet frem, og man kan enkelt oppklare misforståelser ved å stille oppfølgingsspørsmål. I kvantitative metoder som spørreundersøkelse så kan det enklere oppstå misforståelser. Det er også noen ulemper med intervju, og det er blant annet at det er veldig tidkrevende og at man ikke nødvendigvis får den detaljerte informasjonen man søker. I likhet med kvantitativ metode må man også her være observante på eventuelle bias. Vi så det som nødvendig å gjennomføre vår kvalitative metode for å kunne senere besvare vår problemstilling.

3.2.2.1 Utvalg av intervjuobjekter

I vår kvantitative metode inkluderte vi på slutten av spørreundersøkelsen et valgfritt spørsmål, der personene kunne skrive inn sin egen e-postadresse dersom de ønsket å bidra mer i vår prosess. Formålet med dette var at vi ønsket noen som var kjente med frivillig arbeid og som var villig til å bidra mer ved å stille til et eventuelt intervju. Det var flere som delte e-postadressen sin, og når vi trengte personer for å stille til intervju gjorde vi et utvalg etter hvor detaljerte eller konkrete svar vi fikk i undersøkelsen. Vi kontaktet tre av de frivillige og forklarte prosessen at det skulle være et kort intervju hvor vi stilte spørsmål, og de kunne gi tilbakemeldinger på våre utkast til prototyper. Alle tre personene vi spurte var alle interesserte i dette og ønsket å bidra. For deres anonymitet bruker vi fiktive navn når vi forklarer gjennomførelsen av vår kvalitative metode. I tillegg intervjuet vi en person som ikke har erfaring med frivillig arbeid, men god teknologisk forståelse og erfaring. Vi kommer til i denne oppgaven å omtale intervjuobjektene enten som intervjuobjekt eller deltakere.

3.2.2.2 Gjennomføringen

Når vi hadde utvalget av intervjuobjekter klart, lagde vi en presentasjon med informasjon om prosjektet vårt, slik at intervjuobjektene kunne lese seg opp og forstå hvem vi er og hva målet med intervjuene var. Før intervjuene hadde vi også laget et utkast til prototypen vi ønsket tilbakemeldinger på. Forberedelsesmaterialet de hadde var da presentasjonen med informasjon om prosjektet og en lenke til vår prototype. Lenken til prototypen fungerte slik at når de trykte på den fikk de opp prototypen av applikasjonen i en illustrert telefon på en nettside. De kunne da klikke seg gjennom prototypen for å se hvilke sider, innhold og effekter vi hadde laget i appen. Målet med å sende dette forberedelsesmateriellet var at de kunne gjøre seg opp noen meninger før intervjuet. Tre av intervjuene foregikk gjennom et digitalt grupperom på Zoom, mens et foregikk over Teams.

Vårt første intervju var med Ole (85 år), som var en mann med mye erfaring fra frivillig arbeid. Derimot var han ikke særlig kjent med digitale verktøy eller apper fra sosiale medier. Neste intervjuobjekt var Anna (50+ år) som var en kvinne med mye erfaring innen frivillig arbeid og digitale verktøy som sosiale medier. Tredje intervjuobjekt var Nora (66+ år) som var en kvinne med mye erfaring med koordinering og ledelse av frivillig arbeid. I tillegg hadde hun mye erfaring med digitale verktøy og sosiale medier. Det siste intervjuobjektet var Jakob (23 år) uten erfaring med frivillig arbeid, men god erfaring med all form for teknologier.

3.2.3 Analyse av kvantitativ undersøkelse

Da vi hadde mottatt et tilstrekkelig antall svar fra spørreundersøkelsen, lastet vi resultatene ned i form av en Excel-fil. Deretter måtte vi gjennom flere steg for å bearbeide dataene for å oppnå gode resultater fra spørreundersøkelsen.

Det første steget var å vaske og validere data. Dette innebærer å gjennomgå alle svar og fjerne svar som enten var ufullstendige eller urimelig å ha med videre i analysen. Videre måtte vi kategorisere svarene til spørsmål som hadde tekst-svar, altså der deltakeren kunne skrive fritt svar i en tekst boks. Dette er en omfattende prosess hvor man først må identifisere et passende antall kategorier basert på alle svarene, og deretter tilgi hvert svar til en kategori.

Da datasettet var ferdig vasket og kategorisert, kunne vi begynne å lage pivottabeller. Med pivottabeller kan man opprette grafiske framstillinger basert på ulike valgbare kriterier. Kriteriene kan være å lage tabeller basert på flere spørsmål, gjennomsnitt eller sum av en type svar, for å nevne noen muligheter. Da vi hadde laget tabellene begynte vi å tolke disse for å finne ut hvordan vi skulle utvikle prototypen.

Vi lagde også et datasett hvor alle svaralternativene på alle spørsmål ble endret til numeriske verdier. Da kunne vi gjennomføre mer omfattende analyser ved bruk av Python. Der brukte vi pandas, korrelasjonsmatrise- og datavisualiseringsverktøy for å finne ulike korrelasjoner i dataen samt visualisere korrelasjonene.

3.2.4 Testing med personas

Vi ønsket også å teste prototypen etter at vi hadde gjort data-analyse og fått resultatet. Dette var for å se om prototypen fungerer som forventet og for å få mer kunnskap om hvordan vi kan forbedre den. Vi valgte å bruke personas testing for å gjøre dette, og det er en kvalitativ metode og brukes ofte etter et produkt er ferdig eller under programvareutviklingen (Testbytes, 2024). Vi skal ikke utvikle noe annet enn en ufullstendig prototype i vår oppgave, og vi ønsker derfor å bruke metoden som en evaluering av vår prototype. Da vil vi kunne se

om vår prototype vil dekke behovene personasene representerer. Denne evalueringen skjer derfor i diskusjonsdelen.

3.2.5 Etske vurderinger- validitet og reliabilitet

Resultater fra forskning skal være objektivt. Dette innebærer at den samme studien, under identiske omstendigheter og betingelser, skal gi like svar uavhengig av hvem som utfører den. Derfor er det avgjørende å vurdere både validitet og reliabilitet i enhver forskningsstudie. Validitet handler om hvor gyldige eller pålitelige konklusjonene fra forskningen er, altså i hvilken grad resultatene kan anses som gyldige eller holdbare. Reliabilitet dreier seg om hvor pålitelige resultatene fra forskningen er, med andre ord hvor konsistente eller stabile de er (Moe, 2022). Det er flere faktorer som kan påvirke validitet og reliabilitet i forskning, og en av disse er "bias" eller skjevhet som det heter på norsk. Vi kommer til å benytte det engelske begrepet bias i teksten. Definisjonen på bias er følgende:

“Bias i forskning innebærer at resultater eller slutninger i en studie er skjeve eller feilaktige, ved at de avviker systematisk fra de virkelige samfunnsforholdene som utforskes i studien.” (Grønmo, 2024).

Dette vil si at bias i forskning kan gjøre at resultater ikke stemmer overens med virkeligheten. Siden vår oppgave skal gjennomføres vitenskapelig, er det derfor nødvendig at vi skal redegjøre for hvilke svakheter oppgaven vår kan inneholde. Vi bruker begrepet bias til å referere til faktorer som kan føre til feil i våre resultater, som inkluderer subjektivitet, tilfeldigheter, utilstrekkelige metoder, misforståelser og lignende.

En type bias som kan påvirke forskningen er da forsknings bias, som oppstår når det er avvik fra sannheten, noe som resulterer i forvrengte resultater og feilaktige konklusjoner. Dette kan forekomme i alle faser av forskningen, og det er derfor avgjørende å minimere denne risikoen så mye som mulig (Scribbr, u.å). I vår oppgave som i likhet med alle andre vitenskapelige undersøkelser er det mulighet for bias, og vi vil her trekke frem og reflektere over ulike former for bias vår oppgave kan ha. Vi vil også forklare hvordan vi i størst mulig grad har forsøkt å forhindre ulike bias.

Responsbias oppstår når respondenter påvirkes til å gi unøyaktige eller falske svar (Nikolopoulou, 2022B). Dette kan skyldes manglende interesse, følelser eller til og med latskap, som kan føre til at deltakerne svarer positivt uten nødvendigvis å reflektere over spørsmålene grundig. Intervjubias er når de som intervjuer lar subjektivitet påvirke hvordan man tolker svarene og påvirker hvordan intervjuobjektet svarer på spørsmålene (StudySmarter, u.å.). Et eksempel her er hvordan vi ubevisst har misforstått et svar, eller leder intervjuobjektet mot våre meninger. For å minimere risikoen for responsbias og intervjubias har vi vært grundige i utformingen av både spørsmålene i spørreundersøkelsen og intervjuene. Til spørreundersøkelsen gjennomførte vi flere runder med brukertester for å unngå misforståelser og ledende spørsmål. For å redusere risikoen for bias i intervjuene så sørget vi for at en person stilte spørsmål, mens de to andre noterte direkte hva som ble sagt. Dette sikrer objektiv gjennomføring av intervjuene og reduserer at subjektiviteten påvirker svarene.

Vi har også risiko for courtesy bias i intervjuene. Dette oppstår hvis intervjuobjekter føler press til å gi mer positive tilbakemeldinger enn hva deres meninger egentlig tilsier. Det kan skje hvis de føler det er uhøflig eller ubehagelig å gi negative tilbakemeldinger, og her kan intervju som gjennomføres ansikt til ansikt øke risikoen for denne type bias (Scribbr, u.å.). For å redusere denne bias var det kun en av oss som kommuniserte gjennom intervjuet, og spurte aktivt etter konstruktive tilbakemeldinger for prototypen. Derfor er risikoen for denne bias minimal.

Selection bias oppstår rundt valg av mennesker brukt til undersøkelser (Scribbr, u.å.). Det finnes forskjellige former for bias som går under selection bias; Sampling bias, non-response bias og undercoverage bias. Sampling bias oppstår når noen personer er systematisk mer sannsynlig for å bli valgt til en sample, enn andre i en befolkning (Bhandari, 2023, avsnitt 1). Vår risiko for sampling bias er ganske høy, siden det ikke var tilfeldig hvilke frivillige som kunne delta i våre undersøkelser.

Non-response bias oppstår når personene som ikke svarer på undersøkelser har andre synspunkt enn de som deltar. Det vil si at de som har andre meninger eller synspunkt ikke deltar. Det kan være ulike årsaker til at disse ikke deltar som mangel på interesse eller manglende mulighet til å delta (Nikolopoulou, 2022A). Et eksempel her kan være at yngre personer er mer opptatte og ikke prioriterer tid til å svare på undersøkelser, mens pensjonister

har veldig mye ledig tid til å delta. Dette kan være en av årsakene til at gjennomsnittsalderen på vår spørreundersøkelse var ganske høy.

Undercoverage bias oppstår når man kun bruker personer fra en subgruppe av befolkningen til forskningen (Scribbr, u.å). Her er det en risiko for bias i vår spørreundersøkelse, siden deltakerne var tilknyttet kun frivillige organisasjoner. Det var derfor ikke mulighet for noen andre frivillige å delta.

Vi måtte akseptere at risikoen for selection bias ville være høy, ellers ville det blitt for utfordrende å samle nok data for en pålitelig analyse. Vi hadde begrenset med tid for vår datainnsamling og fikk totalt 132 svar, og det viktigste var å få over 100 svar for påliteligheten, samt 131 svar for å kunne dra en konklusjon. Hadde vi brukt andre sampling metoder ville vi ikke nådd de nødvendige målene. I dataanalysen er det risiko for confirmation bias, som handler om å søke etter informasjon som støtter eget syn. Dette kan være å tolke resultatene slik at det støtter egen hypotese (Codecademy Team, u.å). I vårt tilfelle vil dette være hvis vi ubevisst har søkt etter problemer med dagens løsninger og ikke fanger opp hva som allerede fungerer bra. For å redusere denne bias har vi nøye sett over resultatene og dataen flere ganger.

Feilkilder er også noe som kan påvirke validiteten og reliabiliteten til oppgaven. Ifølge Den Norske Akademiske ordbok er feilkilder: "**“kilde, omstendighet, forhold som kan bli årsak til feil i en beregning, vitenskapelig undersøkelse e.l.”** (Feilkilde, u.å). Flere feilkilder kan også påvirke resultatene, og dette har vi forsøkt å minimere med å bruke pålitelige kilder og nødvendige sample metoder for å sikre nok data, samt kvalitetssikre våre utregninger.

3.2.6 Utvalg av litteratur

Det eksisterer mengder med relevant fagstoff som kan benyttes for denne problemstillingen. Vi har valgt en blanding av pensum og forskningsartikler som har opphav flere steder enn Norge, for å få et større perspektiv på flere av temaene i bakgrunns materialet. Det er begrenset med forskning og artikler med opphav i Norge som fokuserer på frivillig arbeid, men statistikk og data fra tidligere undersøkelser om frivillig arbeid er hentet gjennom Frivillighetnorge.no. Fagartikler, forskning og andre artikler har vi funnet gjennom søkemotorer som Google Scholar og NTNU Open. Vi har inkludert et bredt utvalg når det kommer til hvilket årstall forskningen og artiklene er skrevet for å få et større spekter av

informasjon. Fagfelleverderte artikler og rapporter er foretrukket, og på bakgrunn av dette er det inkludert i vårt bakgrunnsmateriale.

3.3 Verktøy og teknologi

3.3.1 Marvelapp

MarvelApp er et online brukervennlig design og prototype verktøy. Ved å bruke Marvelapp, kunne vi utvikle en high-fidelity prototype som bygget på funnene våre fra spørreundersøkelsen og Garretts femlagsmodell. Vi ønsket å lage en high-fidelity prototype, fordi det gir et mer detaljert og interaktiv representasjon av sluttproduktet sammenlignet med low- og medium-fidelity prototyper (Userlytics, 2023). I tillegg tillater det rask iterasjon og kostnadseffektiv testing.

MarvelApp var perfekt for dette ettersom den har følgende nøkkelfunksjoner:

- Det kreves ingen kode for å utvikle prototypen.
- Det er en drag-and-drop funksjonalitet, hvor Marvelapp har flere typer maler og figurer for ulike telefoner, knapper, menyer, ikoner og navigatører.
- Det er også mulig for flere personer å jobbe sammen i et design. Dette gjorde det veldig effektivt å diskutere ulike løsninger og ta hurtige avgjørelser.

Summen av dette var at vi raskt kunne lage en testbar prototype som var helt sentral i intervjuene våre. Hovedmålet med intervjuene var å få en dypere forståelse av behovene til frivillige, og utforske om disse ble møtt eller ikke. I tillegg til at vi sendte prototypen til intervjuobjektene før intervjuet, brukte vi prototypen aktivt under intervjuene for å diskutere ulike aspekter av applikasjonen vår. Ved å benytte oss av dette verktøyet fikk vi en testbar prototype brukeren kunne prøve, som gjorde det enklere å sørge for en brukersentrert utviklingsprosess. På denne måten var MarvelApp et verktøy som gjorde at vi fikk verdifull innsikt fra intervjuene vi gjennomførte.

3.3.2 WhoCanUse

WhoCanUse er et online verktøy som sjekker kontrastforhold mellom farger. Dette gjør det veldig effektivt å sjekke om fargene man har brukt møter WCAG-kravene. I tillegg bruker

den fargene og kontrastforholdet til å vurdere om personer med ulike synshemmede tilstander vil oppleve vanskeligheter med å se innhold.

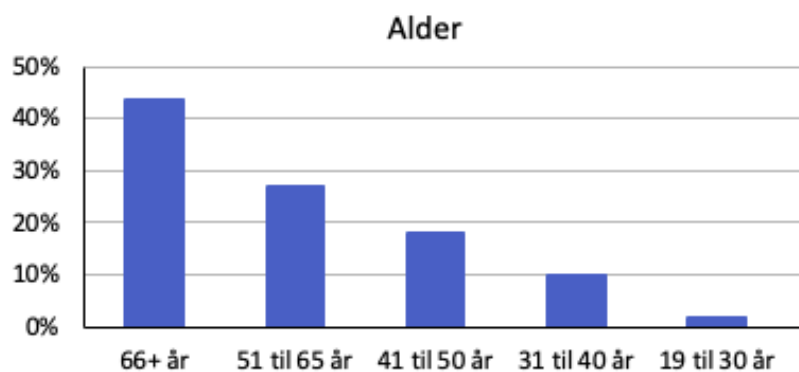
4 Resultat

4.1 Resultat fra spørreundersøkelsen

4.1.1 Demografiske informasjon

Spørreundersøkelsen ga mye verdifull innsikt for oss. Først og fremst fikk vi god og interessant demografisk informasjon:

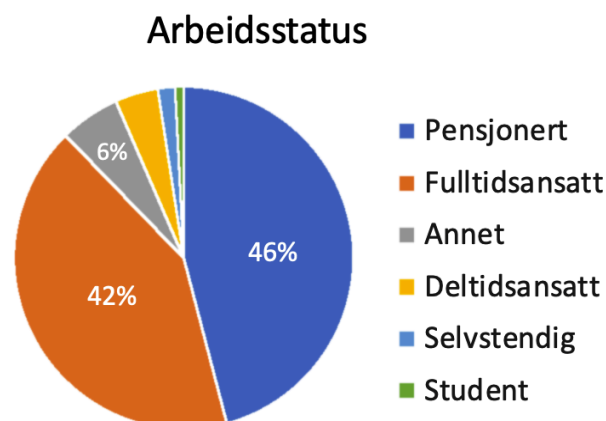
- 66 prosent av deltakerne var kvinner. Dette var en overraskende stor andel og vi mistenker at dette skyldes en bias som vi diskuterer senere i oppgaven.
- Som vi ser i figur 4.1, er nesten halvparten av deltakerne 66+ år, og mer enn to tredjedeler er over 50 år. Dette er interessant og kommer til å være et viktig punkt i utviklingen av applikasjonen. Aldersfordelingen vil også bli diskutert senere om hvorvidt det er bias involvert.



Figur 4.1: Viser aldersfordelingen blant deltakerne i spørreundersøkelsen.

4.1.2 Arbeidsstatus blant deltakerne

Stort sett alle er enten pensjonerte eller fulltidsansatte. Mellom disse to er fordelingen veldig lik, noe som gir mening med tanke på aldersfordelingen til deltakerne. Det kan tenkes at eldre personer, også i jobb, har mer tid til overs og ønsker å bruke dette på noe verdifullt. Fordelingen er illustrert i figur 4.2.

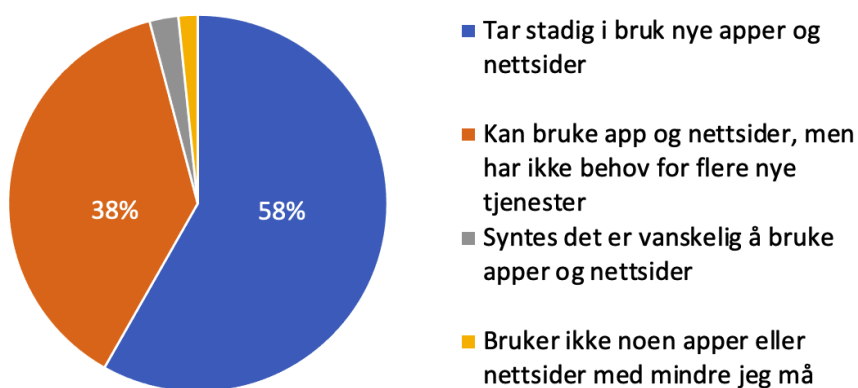


Figur 4.2: Viser arbeidsstatus blant deltakerne i spørreundersøkelsen.

4.1.3 Erfaring og forståelse med teknologi blant deltakerne

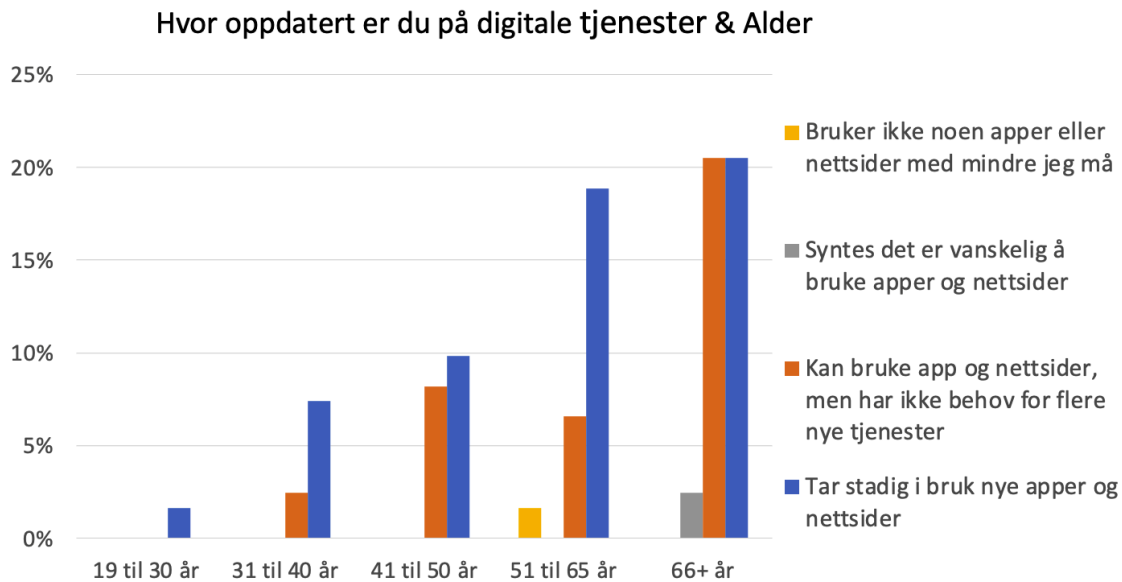
Vi ser fra figur 4.3 at blant deltakerne på undersøkelsen, er det veldig få som synes det er vanskelig å bruke apper og nettsider. 58% tar stadig i bruk nye apper og nettsider, og 38% kan bruke apper og nettsider, men har ikke behov for flere nye tjenester.

Hvor oppdatert er du på digitale tjenester? Kryss av på den som beskriver deg best



Figur 4.3: Viser at den største andelen av deltakerne stadig tar i bruk nye apper og tjenester.

Videre ser vi fra figur 4.4 fordelingen av svarene på tvers av aldersgruppene. Vi ser at det er god digital kompetanse selv blant den eldste aldersgruppen, som også representerer den største gruppen i vår undersøkelse. Det er et godt utgangspunkt når vi skal utvikle en ufullstendig prototype for en digital plattform.

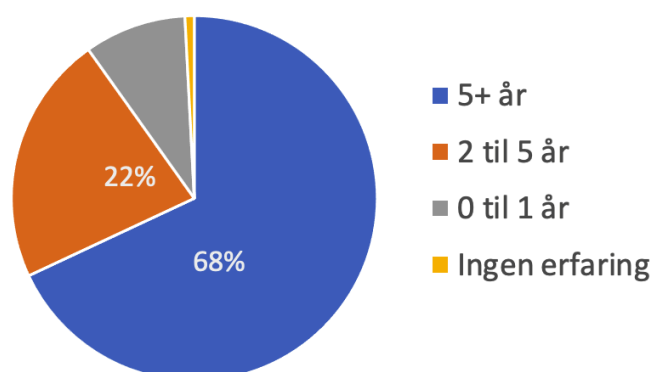


Figur 4.4: Viser hvor oppdaterte de ulike aldersgruppene er på digitale tjenester.

4.1.4 Erfaring med frivillig arbeid blant deltakerne

Det er god erfaring blant deltakerne i undersøkelsen. Som figur 4.5 viser så har stort sett alle mer enn 2 års erfaring. Dette er ikke så overraskende siden de som fikk spørreundersøkelsen ble kontaktet gjennom en person knyttet til en frivillig organisasjon.

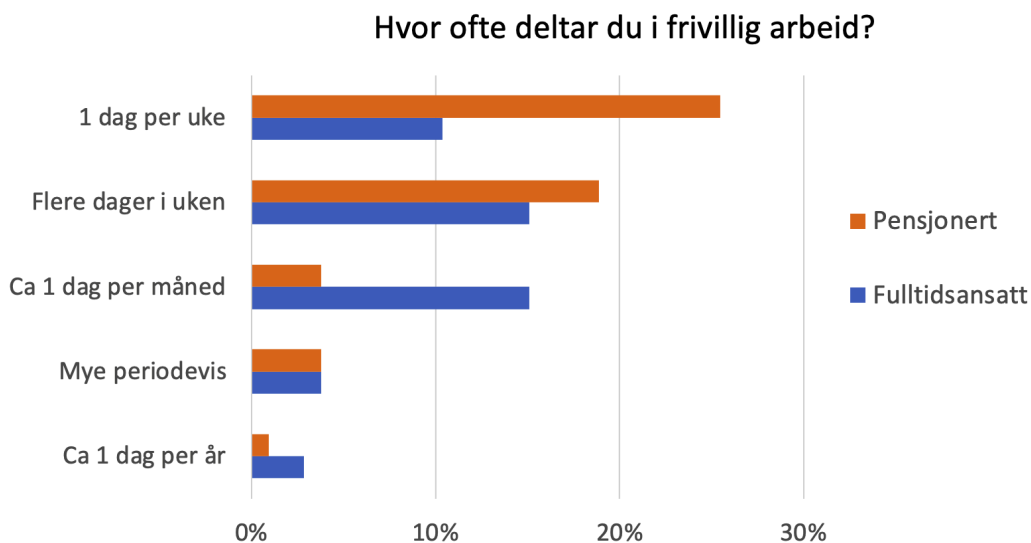
Hvor mange år har du vært involert i frivillig arbeid?



Figur 4.5: Viser at 90 % av deltakerne har mer enn 2 års erfaring innen frivillig arbeid.

4.1.5 Hvor ofte deltar deltakerne i frivillig arbeid

Vi ser også at det er høy deltakelse blant de som svarte på undersøkelsen. Hele 75% av de som svarte deltar ukentlig i frivillig arbeid. Det at de deltakerne i undersøkelsen har vært så lenge involvert i frivillig arbeid og deltar i en høy frekvens, gjør at vi har høy troverdighet til svarene vi har mottatt. Vi ser fra figur 4.6 en antydning til at pensjonerte deltar hyppigere i frivillig arbeid enn fulltidsansatte. Dette kan skyldes at pensjonister har mer fritid enn fulltidsansatte, og dermed har mulighet til å delta mer.

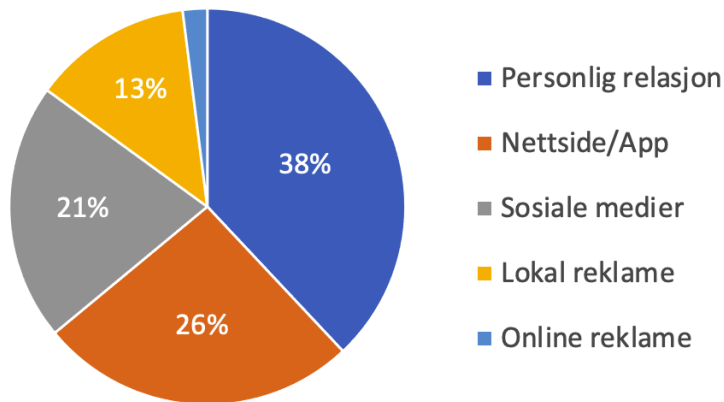


Figur 4.6: Viser fordelingen for hvor ofte pensjonister og fulltidsansatte deltar i frivillig arbeid.

4.1.6 Hvordan finner deltakerne frivillig arbeid i dag

Figur 4.7 illustrerer at det er få som finner frivillig arbeid gjennom online reklame eller lokal reklame. Vi ser at 38% finner informasjon om frivillig arbeid via en personlig relasjon og 37% finner det enten gjennom en nettside/app eller via sosiale medier. Dette bekrefter for oss at mange vil potensielt ta i bruk vår digitale plattform for å finne frivillig arbeid. Samtidig ser vi at det er en stor gruppe mennesker som ikke bruker digitale tjenester for å finne frivillig arbeid. Det som kan være årsaken til dette tror vi kan være at de fleste i undersøkelsen er knyttet til en frivillig organisasjon, og har ikke behov for å lete på digitale plattformer etter arbeid. Dette hadde kanskje sett annerledes ut hvis vi ikke hadde sendt spørreundersøkelsen hovedsakelig gjennom frivillige organisasjoner. Det vil si at $\frac{1}{3}$ av våre deltakere ikke har et behov for å finne frivillig arbeid gjennom digitale løsninger.

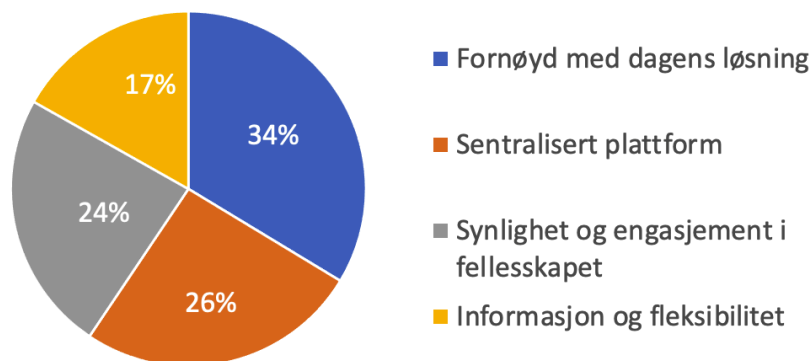
Hvor finner du informasjon om frivillig arbeid?



Figur 4.7: Viser at de fleste finner informasjon om frivillig arbeid gjennom personlige relasjoner, nettside/app eller sosiale medier.

Etter å kartlagt hvor frivillige finner informasjon om frivillig arbeid i dag, var det viktig å videre kartlegge hva som kan gjøre det enklere for å finne frivillig arbeid. Da stilte vi deltakerne spørsmålet “Hva vil gjøre det enklere for deg å finne frivillig arbeid?”. Dette spørsmålet var med tekst-svar, som gjør at brukeren ikke ble veiledet inn til et svar, men heller får muligheten til å tenke helt selv. Vi fikk mange forskjellige svar, men kunne kategorisere nesten alle inn i fire kategorier som vist i figur 4.8.

Hva vil gjøre det enklere for deg å finne frivillig arbeid?



Figur 4.8: Viser at 34% er fornøyd med dagens løsning, mens resterende 66% har behov og ønsker om forbedringer.

Vi ser at det er en stor andel som er fornøyde med løsningen de bruker i dag, og dette kan tolkes på flere måter.

Vi vet at 38% av deltagerne i dag finner informasjon om frivillig arbeid gjennom personlige relasjoner, og at 34% er fornøyde med dagens løsning. Vi har skrevet tidligere at dette kan ha en sammenheng med at de er knyttet til frivillige organisasjoner, og dermed ikke trenger å lete etter frivillig arbeid. Hvis noen overhode ikke behøver å lete etter frivillig arbeid, gir det mening at de også er fornøyde med dagens løsning.

En annen tolkning av hvorfor en så stor andel er fornøyde med dagens løsning, er rett å slett fordi det ikke eksisterer en bedre løsning. Med andre ord så finnes det ikke noe bedre alternativ, og dermed er det naturlig å være tilfreds med dagens løsning. Alle var fornøyde med telefoner som brukte knapper, inntil Apple introduserte berøringsskjerm. Poenget er at det er vanskelig å være kritisk når man ikke vet hva alternativet kan være. Det kan bety at selv om mange har svart at de er fornøyde med dagens løsning, så vil ikke det nødvendigvis utelukke muligheten for en løsning som er bedre. Det vil si at den 34% av deltakerne som er fornøyde med dagens løsning, kan likevel være åpne for en bedre digital løsning.

Gruppen som er fornøyde med dagens løsning kan også ha funnet en spesifikk løsning som passer dem, og dermed ikke vurdert andre løsninger. Hvis prototypen blir realisert til en applikasjon, er visjonen at alle frivillige organisasjoner skal bruke den slik at det er enkelt for alle å holde på med frivillig arbeid.

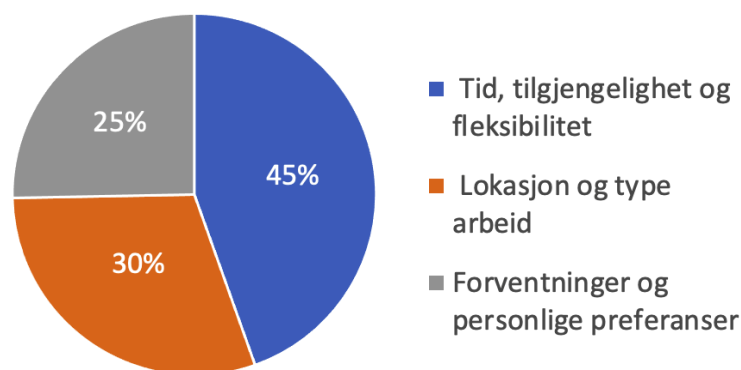
De som har besvart vår spørreundersøkelse er stort sett faste frivillige, som også forteller oss at det må være noen greie løsninger siden de fortsetter med arbeidet. En annen refleksjon er at vi kanskje ikke har fått tak i de deltakerne som ønsket å være frivillig, men ikke fant noen enkel løsning for å bli det. Disse ville jo mest sannsynlig sluttet å være frivillig og kan forklare hvorfor resultatet viser at mange av de frivillige er fornøyde med dagens løsning. Målet er derfor at applikasjonen også skal løse problemet for de som ønsker å være frivillig, men ikke synes dagens løsninger er tilstrekkelig.

Videre så er sentralisering en viktig faktor for de som ønsker å finne frivillig arbeid. Igjen så er dette positivt, ettersom visjonen fra starten var en sentralisert applikasjon. Dette var en god bekreftelse for oss. Mange ønsket økt synlighet og engasjement som viste seg å være en sentral del for utviklingen av prototypen vår. Dette gjorde at vi utvidet vår visjon for applikasjonen og utviklet en prototype til å også være en sosial plattform hvor personer og bedrifter kan følge og holde hverandre oppdatert på frivillig arbeid.

4.1.7 Søkefilter

Når det kommer til selve søkefunksjonaliteten, ønsket vi å utforske hvilke behov brukerne har når de skal finne frivillig arbeid. Derfor stilte vi spørsmål om “Hvilke typer "søkefilter" skulle du ønske man kunne bruke når man leter etter frivillig arbeid?”, med tekst-svar for deltakeren. Her svarte rundt 30% svar som “Vet ikke”, mens resten av svarene kategoriserte vi slik:

Hvilke typer "søkefilter" skulle du ønske man kunne bruke når man leter etter frivillig arbeid?



Figur 4.9: Viser at frivillige har størst ønske om å filtrere etter tid, tilgjengelighet og fleksibilitet.

Dette ga oss først og fremst god innsikt i hvilke type søkefunksjonalitet brukerne ønsket og hvilke som var viktigst for flest. Vi hadde følgende spørsmål i undersøkelsen vår:

- **Hvor viktig er det for deg at frivillig arbeid matcher dine verdier/interesse? (1-5)**

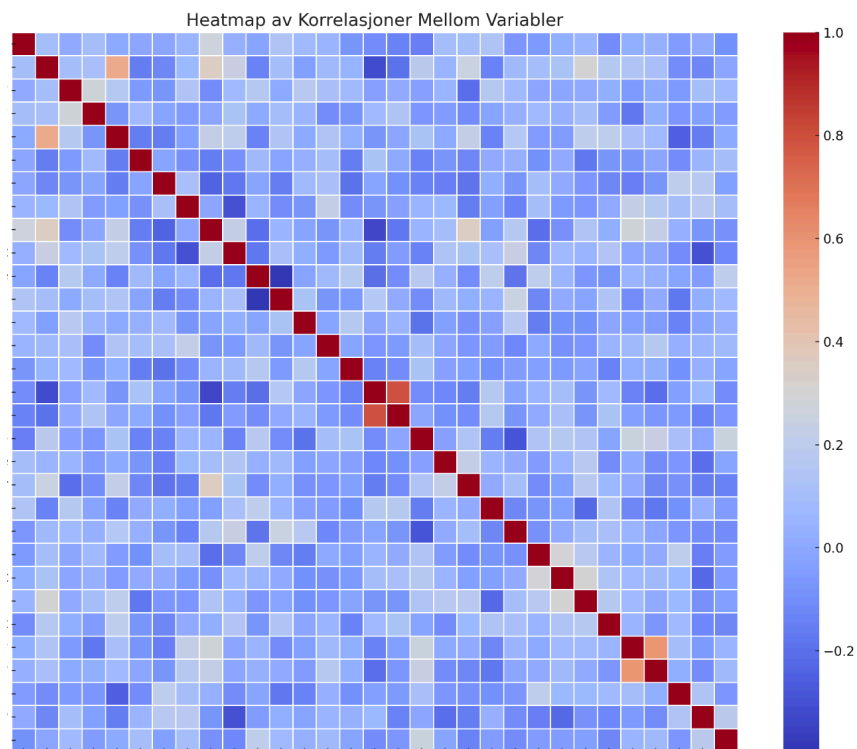
Her var gjennomsnittlig svaralternativ 4,3 / 5. Det vil si at brukere har et sterkt ønske om å drive med arbeid som passer deres verdier/interesser. Vi muliggjør dette ved å utvikle en god søkefunksjonalitet, og med søkefilter-spørsmålet fant vi ut hvordan vi skal gjøre det.

4.1.8 Overordnet analyse av spørreundersøkelsen

Vi har gjennomført en dyp analyse av dataene. Det er få sammenhenger eller trender på tvers av svaralternativene eller kategorier som gir verdifull innsikt. Vi tror dette har to årsaker.

- 1) Prøvestørrelse: Man trenger en enda høyere prøvestørrelse for å gi mer robust data. Da har man mulighet til å se klarere trender og unngå “outliers” som påvirker resultater på statistiske analyser. Grunnen til at vi tenker at vi trenger høyere prøvestørrelse er at vi hadde kun 132 svar der minimum for pålitelig svar ifølge statistikere var på 100, og det maksimale nummeret for deltaker skal være på 1000. Dette og at 131 svar var nødvendig for å trekke en konklusjon ifølge vår kalkulasjon.
- 2) Homogenitet: Respondentene i undersøkelsen var alle veldig like med tanke på alder, arbeidsstatus og at alle driver med frivillig arbeid. Dermed er det lite varians i svarene.

Figur 4.10 viser dette med et “heatmap” av en korrelasjonsmatrise. En korrelasjonsmatrise er et statistisk verktøy som viser korrelasjonskoeffisienter mellom et sett av variabler (Wagavkar, 2023). Variablene inkludert i matrisen er alle spørsmål og deres svaralternativer. De går langs x- og y-aksen hvor hver rad og kolonne har et alternativ hver. Disse er ikke fremvist i figur 4.10, fordi det store antallet alternativer resulterer i at teksten blir liten og uleselig. Som vi ser, er det lite rød farge i figuren. Det vil si at det er få gode korrelasjoner på tvers av svaralternativene. Den eneste solide korrelasjonen var mellom “Alder” og “Arbeidsstatus”, noe som gir mening da eldre personer ofte er pensjonert, og yngre personer er i arbeid. De andre med svært høy korrelasjon skyldes 1-2 personer som svarte det samme og veldig ulikt alle andre.

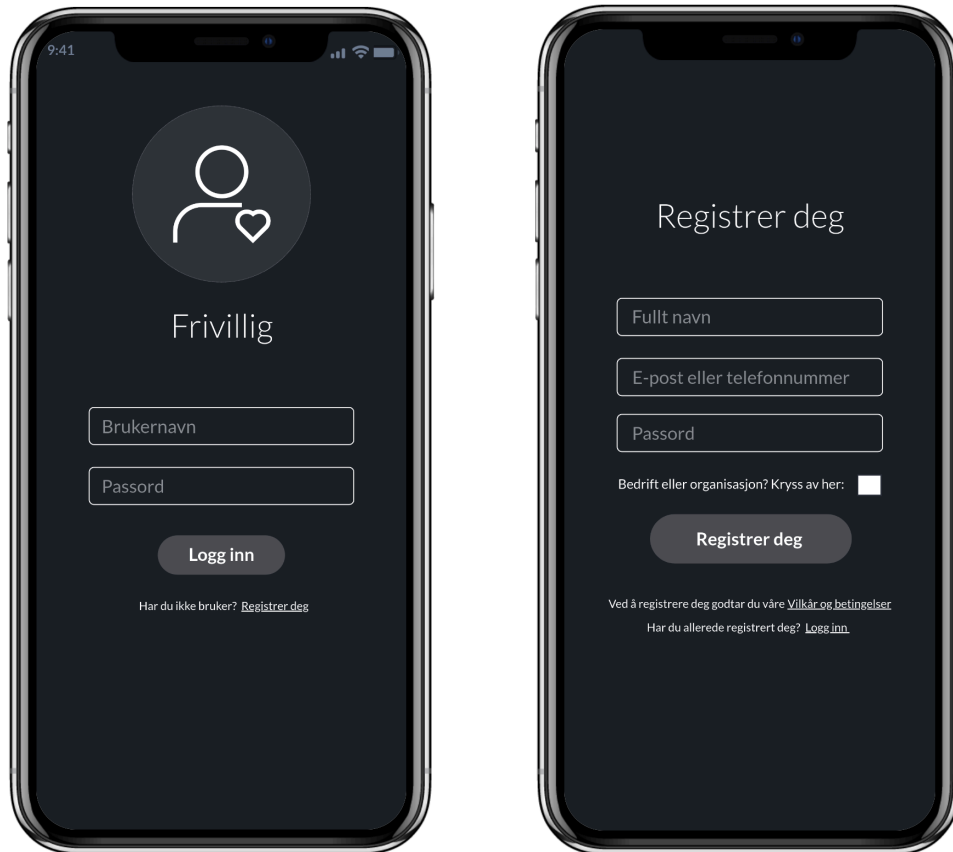


Figur 4.10: Heatmap av en korrelasjonsmatrise, hvor rød representerer en sterk korrelasjon mellom ulike variabler.

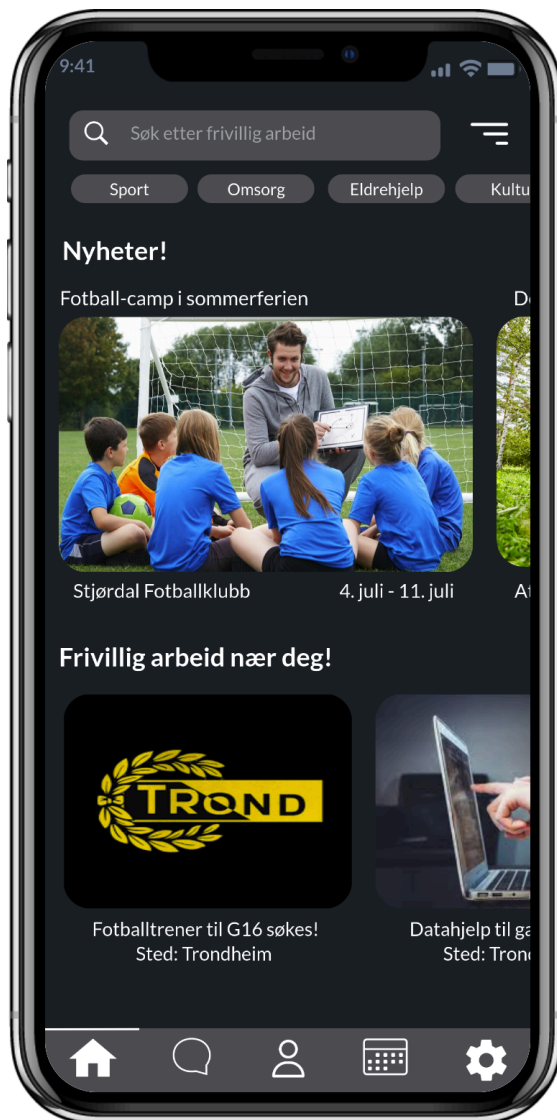
Selv om det ikke var mange gode korrelasjoner på tvers av spørsmål eller svaralternativer, fikk vi med oss mye god informasjon. Under er en detaljert gjennomgang av hvordan ulik informasjon ble brukt gjennom de forskjellige lagene i Garretts femlagsmodell.

4.2 Gjennomgang av prototype

Vi brukte MarvelApp for å utvikle prototypen vår. Der startet vi med å lage en "medium-fidelity" prototype hvor fokuset var å få på plass de ulike sidene vi måtte ha for å dekke omfang laget og struktur laget. Da vi var fornøyd med dette begynte vi implementeringen av skjelett- og overflate laget for å utvikle en "high-fidelity" prototype. Vi skal nå fremvise vår prototype av applikasjonen, og gå gjennom de ulike sidene og deres funksjoner.



Dette er vår innlogging og registreringsside. Som mange andre tilsvarende sider, er denne også enkel. Det er forskjell mellom registreringen for bedrifter/organisasjoner og privatpersoner. Førstnevnte skal krysse av at de er en organisasjon eller bedrift, hvor enda et innskrivingsfelt kommer opp og organisasjonsnummeret skal fylles inn. Dette har vi valgt å ha med da det verifiserer at det faktisk er en bedrift/organisasjon som eksisterer. Det vil også være enklere å administrere disse brukerne i tillegg til at det i noen tilfeller kan være lovpålagt at bedriften er verifisert for visse typer arbeid. Etter man har logget inn blir man møtt med forsiden.




Forsiden er en viktig side, da man blir møtt med denne hver gang man åpner applikasjonen. I tillegg skal man ha tilgang til applikasjonens viktigste elementer. Det er tre nøkkelfunksjoner vår forside har


- 1) Rask tilgang til søkefunksjonen. Hvis man klikker på søkeboksen vil den fulle søk-siden bli vist automatisk, hvor man kan søke etter person- og bedriftsprofiler og frivillig arbeid med ulike filtre.
- 2) Engasjement med “Nyheter” og “Frivillig arbeid nær deg”. Her vil innlegg fra personene man følger og frivillig arbeid som er nær deg bli vist. Man kan skrolle sideveis for å utforske flere innlegg og klikke på en for å vise hele innlegget.
- 3) Bunn navigator som vil gi deg tilgang til sentrale sider av applikasjonen.

Nå skal vi gå gjennom de ulike sidene brukeren kan navigere seg til via bunn-navigatoren.

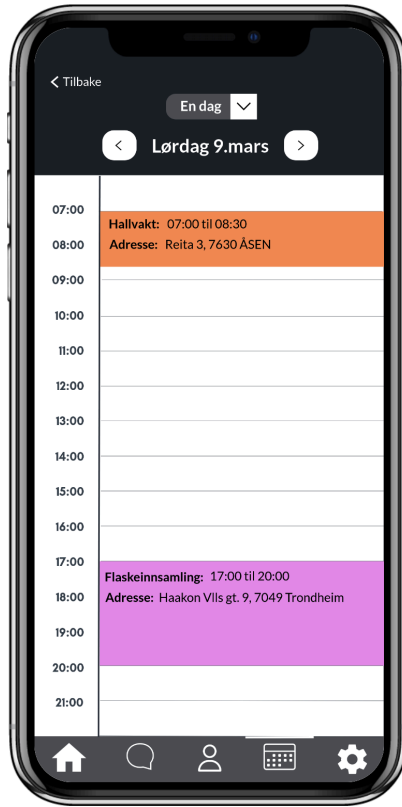



Hvis man klikker på meldingsikonet  i bunn-navigatoren vil “Meldinger” bli vist. Her får man oversikt over samtale sine, både med brukere og bedrifter. Herfra kan man også starte en ny samtale eller gruppesamtale ved å klikke på symbolet til høyre for søk-området. Ved å klikke på en samtale vil den bli vist, og derfra kan man gjennomføre en telefonsamtale eller videosamtale.



Den neste siden i bunn-navigatoren er profilsiden . Som man ser har brukeren mulighet til å følge andre brukere og bedrifter og fortelle hvem man selv er i en bio. Fra denne siden, kan man også sende melding til profilen man er inne på.


I nederste halvdel kan brukerne velge å se innlegg eller deltakelser til andre brukere. “Innlegg” gir brukere mulighet til å dele sine erfaringer med frivillig arbeid, og ved å klikke på “Deltakelser”, vil frivillig arbeid en bruker har deltatt på bli vist.



Vi ønsker å ha en sentralisert plattform. Det vil ikke bare si at ulike bedrifter kan legge ut arbeid ett sted, men også at hele prosesskjeden ved frivillig arbeid skal være inkludert i appen. Derfor har vi inkludert en kalender som er neste side i bunn-navigatoren .

Kalenderen vil hjelpe brukeren med å holde oversikt over planlagte skift og arrangementer. I tillegg vil det være inkludert påminnelser, som vil gi beskjed til brukeren om kommende aktiviteter. Dette bidrar til effektiv administrasjon og minimerer sannsynligheten for misforståelser med tidspunkt eller sted.



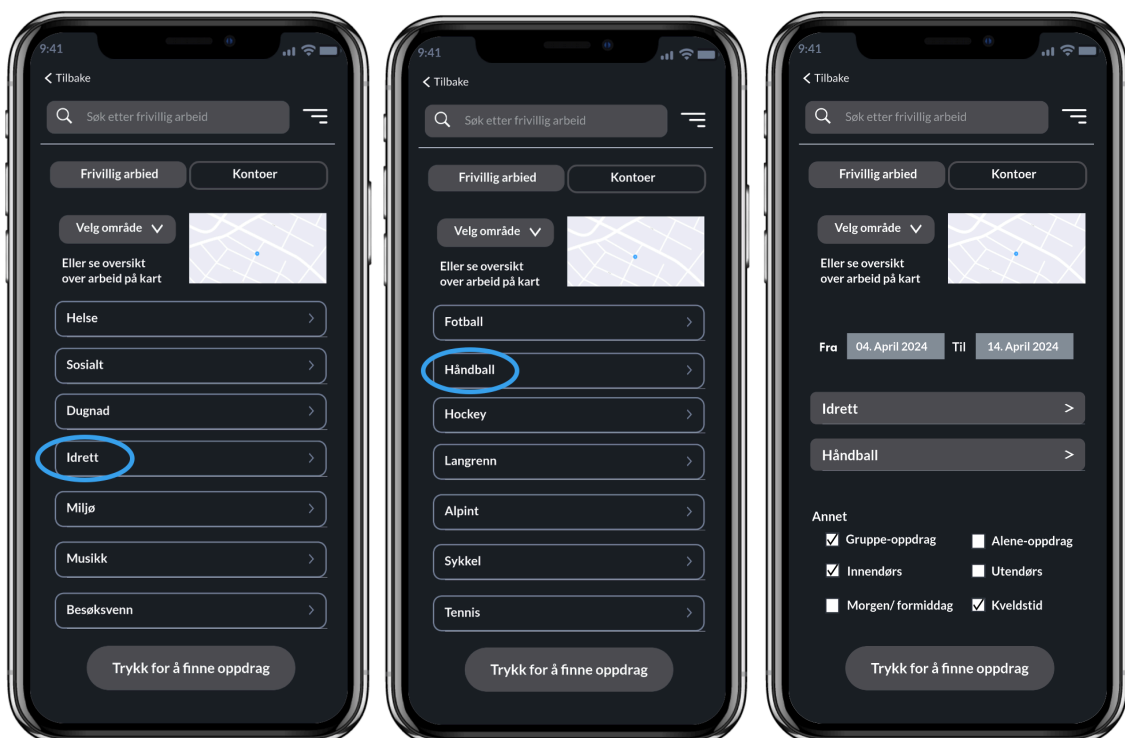
Fra bunn-navigatoren kan man klikke på ikonet for innstillinger , og da vil ulike innstillinger vises. Her kan man enkelt endre språk, velge fargemodus og laste opp en CV som kan legges ved når man skal søke frivillig arbeid.

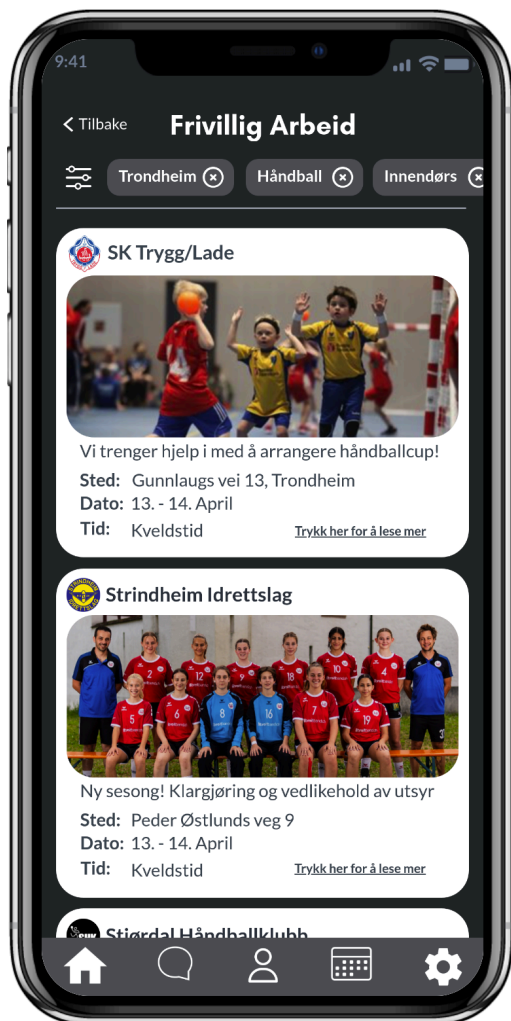


Ved å trykke på søkefeltet i forsiden, vil denne siden vises. Det er her man kan finne andre brukeres kontoer eller frivillig arbeid. Fra spørreundersøkelsen, forsto vi at det var en høy interesse for å ha en god søkefunksjonalitet. Derfor har dette vært et fokusområde. Det er to måter man kan finne frivillig arbeid.

- 1) Via filtersøk. Da vil man kunne bruke ulike filter for å finne den type arbeid man ønsker. Filtrene vi har inkludert er område, dato, kategori, underkategori, og ulike valgbare alternativer.
- 2) Det andre alternativet er via kartet. Da klikker man på kartet og arbeid i nærheten av deg vil bli vist. Fordelen her er at man raskt vil finne arbeid som er i nærheten av sin lokasjon.

Nedenfor er et eksempel på hvordan kategori og underkategori fungerer. Listen vil fremkomme når brukeren klikker på “Kategori”.






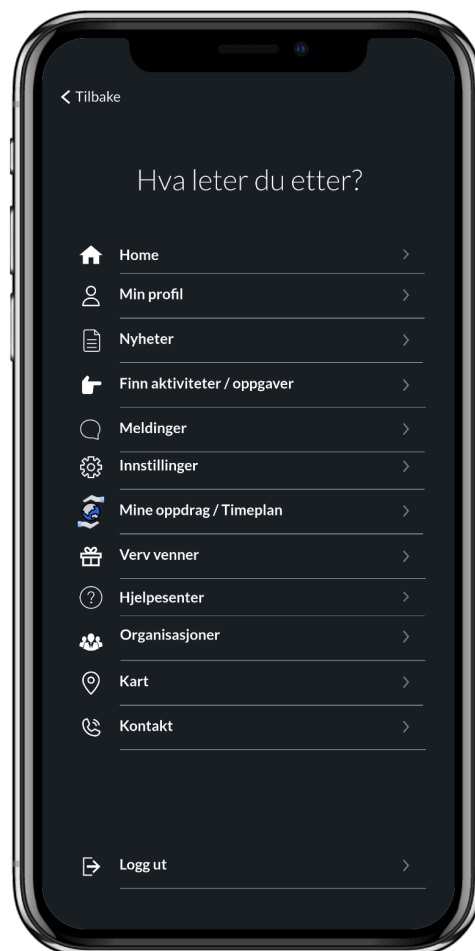
Etter å ha klikket på “Trykk for å finne oppdrag her” på forrige side vil de annonsene som passer filtrene vises. Her kan man bla nedover for å se gjennom flere annonser. De ulike filtrene man har valgt vil bli vist øverst på siden, og disse kan man bla horisontalt på for å se resten av dem. Man kan også fjerne disse individuelt ved å klikke på “X” i boksen til hvert filter.

Ved å klikke på en annonse vil hele annonsen bli vist. Øverst får man en mer detaljert beskrivelse av det som skal gjøres. Deretter vil nøkkelpunkter bli vist, og i bunn en kort beskrivelse for hvem arbeidet passer for.

Om man vil melde seg på oppdrag klikker man på den store knappen i bunnen. Da vil brukeren få en bekreftelse på at de er blitt påmeldt, og de som har lagt ut annonsen vil bli varslet om dette.



Fra forsiden har man tilgang til denne meny-siden. Det gjør man ved å klikke øverst til høyre på dette menyikonet . Her vil man kunne navigere seg til alle sidene i applikasjonen. I tillegg vil man også kunne logge ut, og bli navigert til innloggingssiden.



Man kan navigere til nyheter-siden ved enten å klikke på “Nyheter” fra forsiden eller klikke på “Nyheter” fra Meny-siden. Her vil man se en bedre oversikt over innlegg følgerne dine har lagt ut. Herfra kan man også like innlegg.

Ved å klikke på et innlegg i nyheter-siden, vil man få se hele innlegget som er blitt lagt ut. Dette er innleggene både bedrifter og privatpersoner kan legge ut. Det er mulig å legge ut flere bilder, og for å se disse må man bla horisontalt på skjermen.

Videre så er det mulig for andre brukere å interagere med innlegg. Man kan like, kommentere og sende innlegget til andre brukere. Disse funksjonene bidrar til å nå vårt overordnede fokus på å bygge en sosial applikasjon og dekke brukernes behov.



4.3 Intervju

4.3.1 Deltakere

Vi utførte fire intervjuer for å evaluere prototypen vår. Mer spesifikt, for å få innsikt i brukeropplevelsen, design, og potensielle forbedringsområder for plattformen. Deltakerne inkluderte Ole, Anna, Nora, og Jakob som hver ga verdifulle tilbakemeldinger basert på deres personlige og profesjonelle erfaringer.

Ole, som er 85 år gammel, var vårt første intervjuobjekt. Han hadde ingen tidligere erfaring med sosiale plattformer og beskrev sin opplevelse med applikasjonen som meget positiv. Han

fant applikasjonen enkel å navigere og likte designet og fargene. Anna (50+) var godt kjent med sosiale medier som Instagram og Facebook. Hun la vekt på at brukervennligheten var god og likte spesielt godt hvordan design og navigasjon var implementert. Hun har hatt dårlige erfaringer med lignende plattformer tidligere, som ga henne et godt grunnlag for sammenligning. Nora (66+), som også var godt kjent med sosiale medier, fokuserte mer på gleden av å hjelpe andre med frivillig arbeid er viktig og at plattformen ville gjøre dette vesentlig enklere. Jakob (23) belyste appens intuitive design og nødvendighet i samfunnet.

4.3.2 Brukeropplevelse

Alle fire intervjuobjektene rapporterte positive brukeropplevelser. Ole, som trolig hadde manglende erfaring med teknologi, fant applikasjonen enkel å bruke. Dette var veldig positivt for oss ettersom han var en eldre person, noe brukergruppen vår også er, og fremdeles synes prototypen var enkelt å bruke. Anna og Jakob syntes appens design hjalp dem å navigere gjennom funksjonene enkelt. Nora synes applikasjonen tilbød en strukturert og forståelig måte å navigere på, selv for de som kan være nye til slik teknologi.

4.3.3 Forbedringsområder

Til tross for de positive tilbakemeldingene, pekte deltakerne flere områder hvor prototypen kunne forbedres. Ole syntes det var for få relevante kategorier for hans type frivillig arbeid, som leksehjelp og språklig formidling. Anna foreslo også at man burde splitte i kategorier og underkategorier, samt alternativer for å jobbe alene eller i en gruppe. Sist, så foreslo Jakob at man kunne hatt en form for logg over tidlig deltatt arbeid.

4.3.4 Design og teknisk brukervennlighet

Designet og den tekniske brukervennligheten ble ofte trukket frem som styrker ved plattformen. Deltakerne likte spesielt den rene estetikken, enkel navigasjon, og intuitive brukergrensesnitt. Dette var godt for oss å høre ettersom vi brukte mye tid på informasjonsarkitekturen og logiske designelementer, som tyder på at prototypen var vellykket med tanke på målgruppens behov.

5 Diskusjon

Vi vil i dette kapittelet drøfte og diskutere rundt vår problemstilling, og minner her på problemstillingen etterfulgt av forskningsspørsmålene vi senere skal besvare:

På hvilken måte kan en applikasjon dekke sentrale behov hos frivillige?

1. Hvilke sentrale behov har frivillige?
2. Hvilke av disse behovene klarer en applikasjon å dekke?
3. I hvilken grad dekker vår prototype disse behovene?

5.1 Design og beslutninger

Nå vil vi gå gjennom spesifikke beslutninger relatert til utvikling av applikasjonen som ble diskutert i Garretts femlagsmodell. Vi starter øverst i modellen.

5.1.1 Overflate og skjelett laget



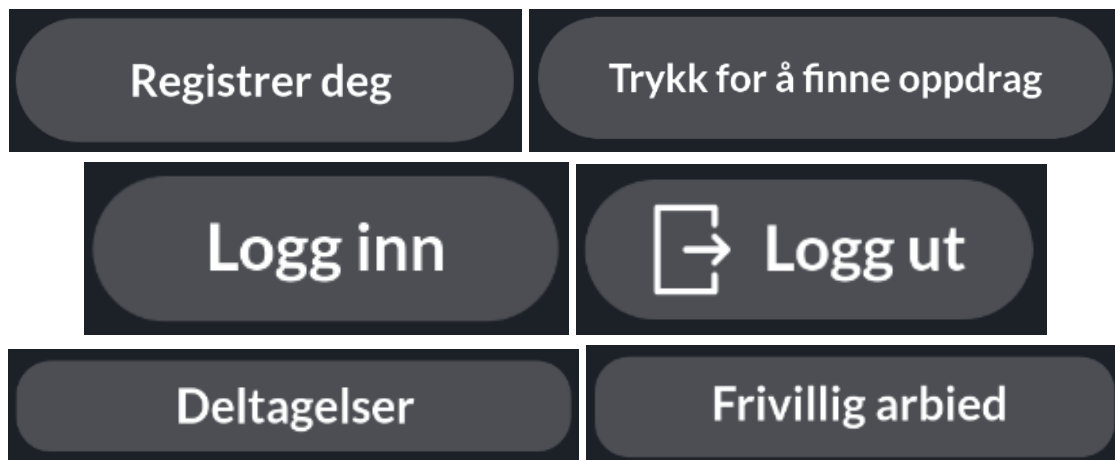
Når en person ser en side i en applikasjon, vil personen automatisk skanne siden og danne seg et overblikk. Mennesker utfører denne skanningen i et Z-mønster (NTNU, 2021, s.9-12) og det er hensiktsmessig å plassere elementer med dette som utgangspunkt.

Derfor har vi delt opp siden i tre seksjoner som har to ulike hensikter. “Søk” og “Meny” er øverst, som er funksjonelle viktige elementer. Deretter er store deler av skjermen brukt til å fremvise sosialt innhold. Nederst har vi bunn-navigatoren som også inneholder funksjonelle viktige elementer.

Kontrasten (Garrett, 2011, s.139) i applikasjonen er også svært god. Mellom bakgrunn og tekst har vi et kontrastforhold på 14,28:1, og mellom det gråere feltet som i søk-baren er kontrastforholdet 6,22:1. Ifølge WCAG-standarden skal kontrastforholdet mellom tekst og bakgrunn være minst 4,5:1. Dette er et sitat fra Tilsynet for universell utforming av IKT:

“Kontrastforholdet på 4,5:1 er ifølge forståartikkelen satt fordi det vil kompensere for et synstap på 20/40. Et slikt synstap er vanlig for eldre. Denne kontrasten vil også gjøre teksten enklere å lese for alle brukere, for eksempel på en liten skjerm (smarttelefon/ nettbrett) eller i sollys.” (Utilsynet, u.åB, avsnitt 12).

Videre har konsistens (Garrett, 2011, s.143) vært viktig gjennom utformingen av applikasjonen . Fokusområdene her har vært font, tekststørrelse, fargebruk og utforming. Eksempelvis så er bakgrunnsfargen den samme gjennom alle sider i applikasjonen, og for å fremheve områder med funksjoner er gråere bokser benyttet. På denne måten kommuniserer disse boksene til brukeren at her er det funksjonelle elementer den kan interagere med. Nedenfor ser vi eksempler på dette



For å oppnå god konvensjon (Garrett, 2011, s.110-111) har vi latt oss inspirere av andre applikasjoner . Derfor vil vår applikasjon være intuitiv å bruke for en som har brukt andre applikasjoner. Dette vil gjøre at tiden for å “lære” seg applikasjonen er kort. Uavhengig brukernes alder, vil det alltid være fordelaktig at vår applikasjon har et design som kan ligne på plattformer de har brukt tidligere, som for eksempel Facebook. Eksempelvis, så er innloggings- og registreringssiden sitt layout gjenkjennbart. Det samme gjelder menyikonet, bunn-navigatoren, meldings-siden og profilsiden. Det høres muligens lite originalt ut at man ønsker en viss likhet på tvers av applikasjoner, men dette er en stor bidragsyter til brukervennlighet.

Et mål med alle applikasjoner er å oppnå et godt grensesnittdesign, slik at det er enkelt for brukeren å bruke og navigere seg rundt. For å oppnå dette så må man plassere elementer hvor det er naturlig at brukeren ønsker det skal være (Garrett, 2011, s.114). Dette handler blant annet om å plassere søkefelt synlig og menyoversikter enkelt tilgjengelig. Det er derfor noe vi har hatt fokus på når vi har utviklet prototypen. Et søkefelt er noe mange brukere ønsker å benytte og naturligvis har vi derfor plassert dette høyt oppe i forsiden slik som det ofte er plassert i apper. For å skape et godt grensesnittdesign er det også effektivt å bruke snarveier og lett tilgjengelighet til ulike sider ved bruk av en bunn-navigator. Dette har vi inkludert i prototypen med lett tilgjengelighet til sider som forsiden, meldinger, profil, timeplan og innstillinger. Siden skanningen ofte skjer i et z-mønster har vi derfor plassert søkefeltet høyt med en meny knapp til høyre, samt bunn-navigatoren slik at det følger mønsteret.

Når det gjelder navigasjonen så bruker vi lokal navigasjon, som er at for hver side brukeren trykker seg inn på gis det tilgang til nye knapper og funksjoner (Garrett, 2011, s.121). Samtidig vil alltid bunn-navigatoren være tilgjengelig, som er et kjennemerke ved global navigasjon (Garrett, 2011, s.120). Det gjør det enkelt for brukeren å navigere seg til applikasjonens hovedelementer. Applikasjonen tar hensyn til sentrale behov hos frivillige ved å tilby et brukervennlig og tilgjengelig grensesnitt som prioriterer funksjonalitet og enkel navigasjon.

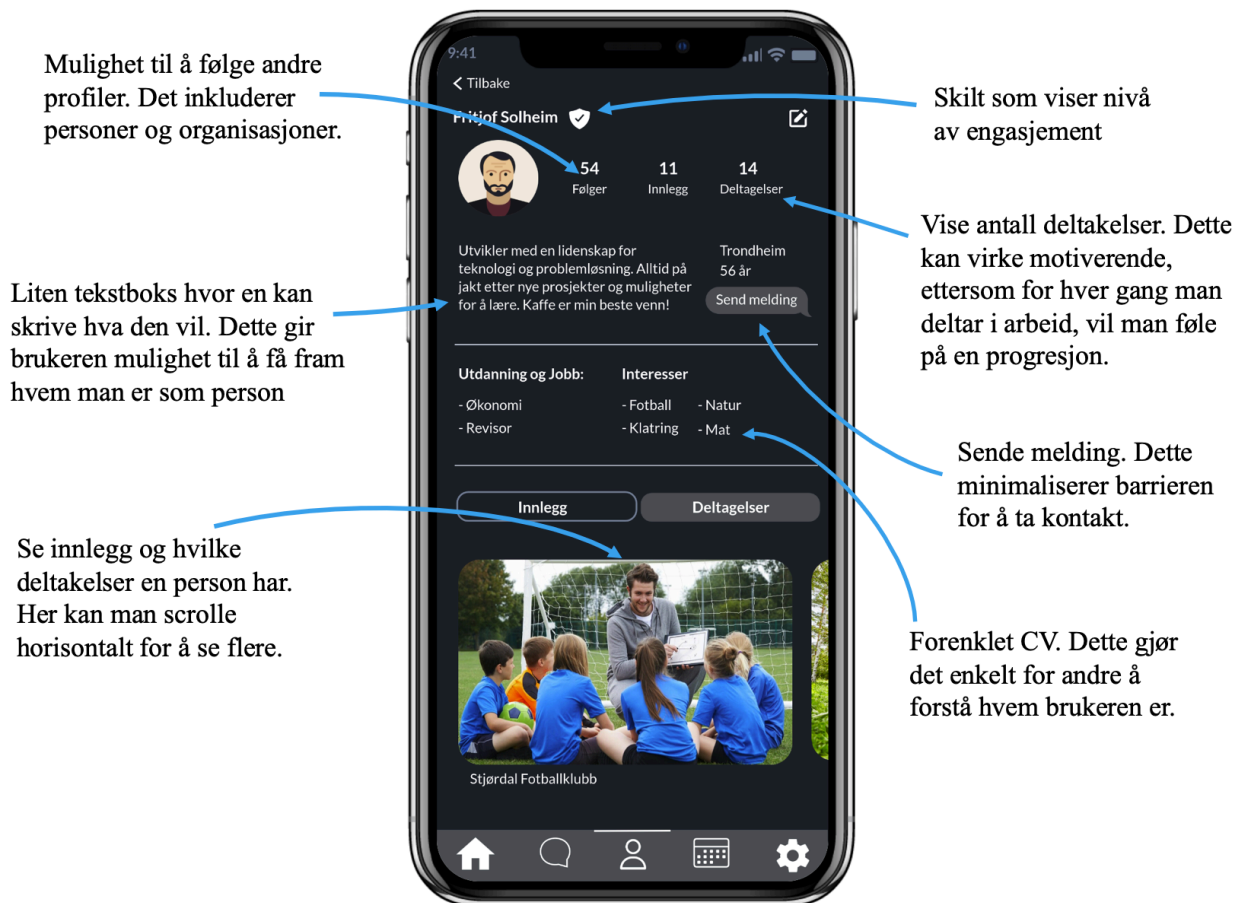
5.1.2 Strategi og omfang laget

Spørreundersøkelsen ga oss et godt innsyn i brukernes behov. Vi fikk også bedre forståelse av hva slags produkt vi ønsker å tilby. Derfor lagde vi konkrete krav til applikasjonen for innhold og funksjonalitet (Garrett, 2011, s.57). Vi skal gjennomgå de viktigste kravene til applikasjonen, som også henger sammen med strategien til applikasjonen.

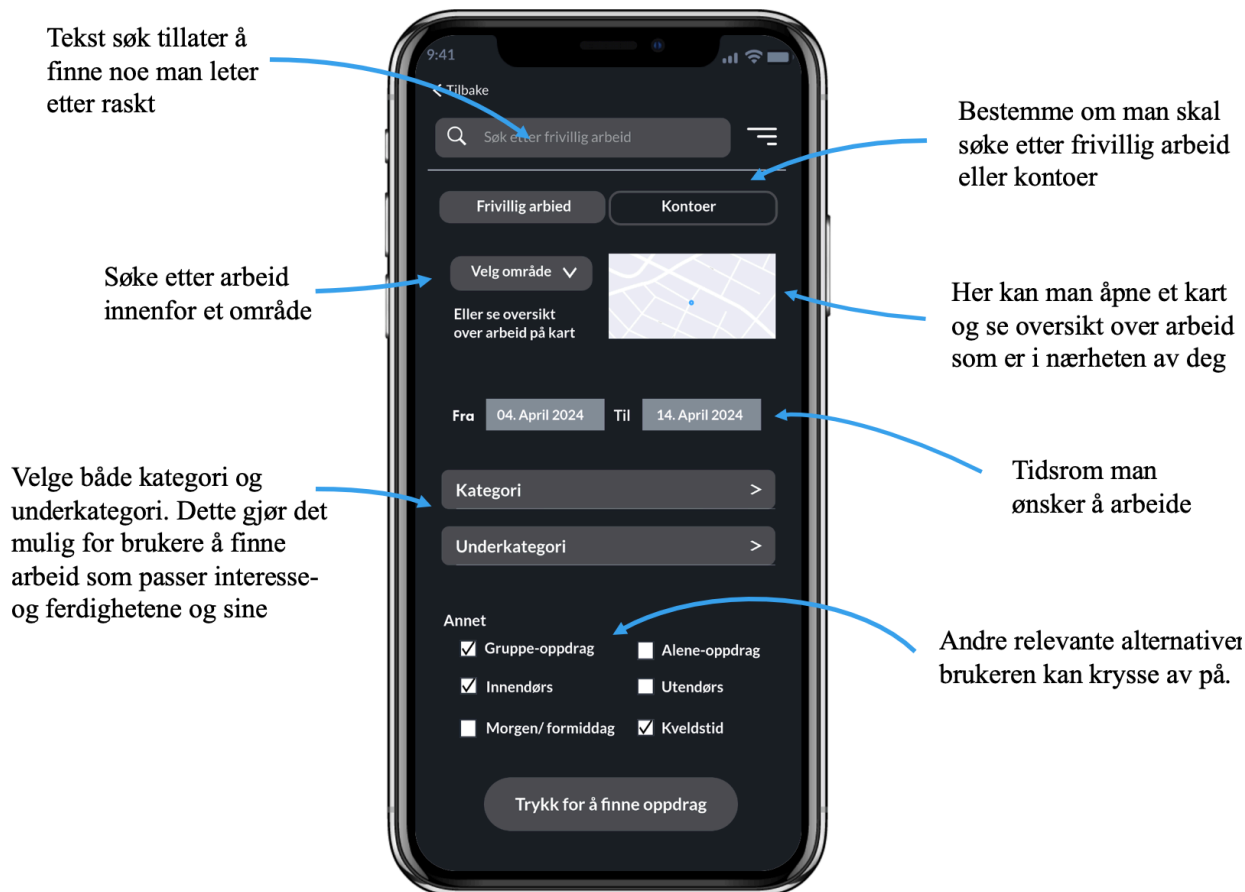
Over 2/3 av deltakerne var over 50 år og mange var pensjonister. Da er det viktig at prototypen utvikles med dette som grunnlag for å gi målgruppen et godt inntrykk (Garrett, 2011, s.37-41). Fokusområder i utviklingen har vært at applikasjonen skal være enkel å bruke og ha klar tekst og bildelementer som er logisk for eldre brukere.

Som diskutert i analysen av spørreundersøkelsen, så var det et ønske om økt synlighet og engasjement og at en motiverende faktor var personlig engasjement. Derfor dro vi nytte av

dette ved å lage en prototype som legger vekt på en sosial plattform der brukeren kan dele oppdrag, erfaringer samt følge venner og bedrifter for å holde seg oppdatert på deres innlegg. I tillegg vil enhver bruker ha et “skilt” i profilen sin som representerer hvor engasjert en person er i frivillig arbeid. Dette danner en spillifisering effekt som forhåpentligvis motiverer personer til å delta mer i frivillig arbeid (Sailer, 2013). Figuren viser krav til profilsiden for å oppnå en god plattform som bidrar til engasjement.



Det neste som var viktig for deltakerne i spørreundersøkelsen var en god søkefunksjonalitet. Selv om vi har utviklet en sosial plattform, så er det i bunn og grunn en møteplass mellom brukere og organisasjoner, hvor det å finne frivillig arbeid for brukere er hovedmålet. Derfor er dette en viktig side og figuren nedenfor tar for seg de viktigste kravene.



Vi har separate innganger for brukere og bedrifter, hvor brukere kan registrere seg, laste opp CV, og søke på oppdrag, mens bedrifter kan legge ut nye oppdrag, administrere søknader, og se oversikt over pågående og fullførte oppdrag. Applikasjonen inkluderer også en integrert kommunikasjonsløsning med mulighet for meldinger, samtaler, og videosamtaler. De to sistnevnte er inkludert da bedrifter kan ha behov for å bli kjent med en person før de vil tildele noen typer arbeid. Ved å ha disse funksjonalitetene dekker applikasjonen de sentrale behovene til frivillige arbeidere.

5.2 Hvordan påvirket brukererfaring utviklingen av prototypen?

I arbeidet med utviklingen av prototypen har behovene til frivillige stått sentralt når det gjelder funksjonalitet og design. Dette bygger på teorien rundt brukersentrert utvikling hvor vi både har kartlagt behov, men også brukt brukerne aktivt i utviklingen for å få tilbakemeldinger på systemet i flere intervjuer. Vi har blant annet fokusert aktivt på brukererfaring i utviklingen. Det er flere konsepter som hjelper med brukererfaringen som synlighet, språk, tilgjengelighet, lesbarhet (Le, 2017, avsnitt 4).

For å sørge for god tilgjengelighet i applikasjonen skal informasjon være enkelt å finne (Le, 2017, avsnitt 4), og derfor hadde vi søkefelt, meny og bunn-navigasjon. For å ha god synlighet i en applikasjon må brukeren forstå hva de kan gjøre med den og hvordan bruke den (Le, 2017, avsnitt 4), og vi valgte derfor å bruke “Nyheter” og “Frivillig arbeid nær deg” på forsiden, samtidig som vi bruker ulike symboler og ikoner. Disse hjelper brukeren for hvordan de kan bruke applikasjonen og forhindrer brukerfeil. Et godt og tydelig språk har vi også sørget for ved å unngå lang tekst og komplisert faglig språk. God lesbarhet har vi sørget for ved å være konsekvent på skriftstørrelse og skriftstil. Universell utforming hjelper også for brukererfaringen, og handler om å ta hensyn til alle slags brukere (CIO Council Operations, 2017). Vi valgte i prototypen å ta hensyn til fargeblinde ved å unngå farger som kan påvirke brukererfaringen hos disse. Siden vår prototype ikke er ferdigutviklet, har vi ikke brukt tid på å legge til rette for flere hensyn når det gjelder universell utforming. Brukervennlighet er en del av brukererfaringen (Domain7, 2014). Derfor er det også viktig at brukervennligheten er bra. Vi fulgte flere prinsipper som gjør brukervennlighet bra gjennom vår bruk av synlighet, språk, tilgjengelighet, lesbarhet, konsistens, osv. Det å bruke teorien rundt brukersentrert utvikling hjalp oss ta bedre avgjørelser for hvordan prototypen skulle se ut for å ta hensyn til brukerne.

5.3 Hvordan beholde og motivere frivillige

McKee (2003, som skrevet i Jansson, 2018) påpekte hvordan ytre påvirkninger i en organisasjon kan påvirke motivasjonen til frivillige, og påpekte syv ulike årsaker som kan forårsake at frivillige arbeidere mister motivasjon. Dette er såklart uønsket når man har et ønske om å engasjere flest mulig, og vi ser at det er en sammenheng mellom flere av motivasjonene til frivillige og årsaker til at frivillige slutter. Noen er frivillig fordi de ønsker å bidra og hjelpe andre, og en av McKees årsaker for å slutte er følelsen at en ikke utgjør noen forskjell. Flere av funksjonalitetene presentert i vår prototype løser automatisk mange av disse fallgruvene som McKee påpeker. Gjennom prototypen vil frivillige organisasjoner lettere følge de ti beste praksisene for organiseringen og administreringen av frivillige (Ellis, 2005) og gjennomføre slik at man unngår McKees syv årsaker til at frivillige slutter.

Ifølge McKee (2003, som skrevet i Jansson, 2018) var mangel på tilbakemeldinger den største grunnen til at folk slutter i frivillig arbeid og påpeker at det er kritisk med klare

tilbakemeldinger. Videre snakker han om manglende kommunikasjon og hvordan å ikke ha en felles plattform for kommunikasjon med gode prosedyrer svekker forholdet mellom frivillige og organisasjonene. Vår samtalefunksjon vil løse disse problemene på en god måte. For det første vil personlige chat-samtaler mellom bruker og organisasjon lette prosessen for å gi konkrete tilbakemeldinger. Ytterligere vil en standard prosedyre sørge for at alle deltakerne i et frivillig oppdrag, blir lagt til i en felles gruppechat med organisasjonen. Her vil organisasjonen dele informasjon om oppdraget, og deltakerne har mulighet til å stille spørsmål og dele sine meninger. I tillegg tilbyr applikasjonen både telefon- og videosamtaler i privat-chat og i gruppechat. Dette vil øke profesjonaliteten for planlegging og administrering, som McKee også understreker. På denne måten sikrer vi god kommunikasjon, at deltakerne blir hørt, og at de mottar konkrete tilbakemeldinger.

McKee (2003, som skrevet i Jansson, 2018) diskuterer også at deltakere i frivillig arbeid kan sitte igjen med følelsen at de ikke gjør en forskjell. Dette skjønner vi kan virke demotiverende, spesielt når man gjennomfører ulønnet arbeid. Ved at bedrifter legger ut nyhetsinnlegg over utført arbeid, vil deltakernes innsats bli synliggjort og anerkjent. Innleggene kan inneholde flere bilder, som muliggjør et bredere overblikk over de frivilliges bidrag. I tillegg til dette vil deltakerne selv få disse innleggene opp i sin egen profil, som et "bevis" på deres deltakelse. Deltakerne kan også selv legge ut innlegg over arbeid de har gjort, som andre brukere og organisasjoner kan like og kommentere. Summen av dette styrker verdien og anerkjennelsen til frivillige, som også følger flere av punktene fra de beste praksisene (Ellis, 2005) for administrering og organisering av frivillig arbeid.

Vi vet fra teorien fra Clary *m.fl.* (1998, Bang, H og Ross, S.D, 2009) at motivasjonen bak frivillig arbeid blant annet handler om sosialisering, verdier, karriere, beskyttende, forbedring og forståelse. Motivasjonene er rett og slett hva som skal til for at mennesker er frivillig, og vi kan derfor anse disse årsakene som sentrale behov. Når man har tilegnet seg denne kunnskapen bør man derfor utnytte denne informasjonen for å legge til rette for disse behovene. Prototypen gir muligheten til å velge arbeid ut fra egne premisser med stor fleksibilitet som støtter behovet for verdier og forståelse, ved at de selv kan velge arbeid som enten matcher egne verdier eller gir nye erfaringer. Prototypen støtter som tidligere nevnt sosialisering enten ved at du kan melde deg på arbeid med grupper, eller kontakte andre via meldinger i applikasjonen eller kommentere innlegg. Motivasjonen karriere handler om å få erfaring som man vil få gjennom å melde deg på arbeid i appen, og beskyttende og forbedring

handler om egen skyldfølelse og utvikling som også dekkes gjennom å melde seg på arbeid eller lese tilbakemeldinger og resultater etter endt bidrag.

5.4 Hvordan kan vår prototype sammenlignes med lignende løsninger?

70% av alle deltakerne svarte på spørsmålet om hvilke søkefilter de ønsket for å lete etter frivillig arbeid. Selv om det er 30% som svarte lignende som "vet ikke", er det mange som har gjort seg opp en mening om hva de ønsker fra en slik løsning. De aller fleste ønsket filtrering på tid, tilgjengelighet og fleksibilitet, som ikke er overraskende siden alle har en hverdag man skal tilpasse seg. Vi ser også hvordan studien av RA-plattformen (Caridá, Colurcio og Melia, 2022) trekker frem hvordan en slik digital løsning kan håndtere mange vanskelige aspekter og krever minimal innsats og koordinering. Likevel kan det være en utfordring med prototypen hvis de frivillige organisasjonene ikke benytter plattformen, eller får en utfordring som RA-plattformen med å etablere kontakt med organisasjonene (Caridá, Colurcio og Melia, 2022). Da vil man ikke få utvalget til frivillige å oppnå den fleksibiliteten de viser til at de ønsker.

Konklusjonen av studien om RA-plattformen var at deres løsning fremsto som en verdifull løsning og som hadde skapt en målbar forbedring både for å nå ut og engasjere flere frivillige enn tidligere løsninger (Caridá, Colurcio og Melia, 2022). Vår prototype presenterer en tilnærmet lik løsning hvor vi har en applikasjon i stedet for nettside, men bygger på mange av de samme behovene til frivillige som filtrering av tid, tilgjengelighet, fleksibilitet, lokasjon og type arbeid. Vi så også at 58% fra spørreundersøkelsen stadig tar i bruk nye apper og nettsider som sier noe om at den teknologiske kompetansen er god, og det vil derfor ikke være noen stor utfordring å ta i bruk vår applikasjon. I tillegg var den største delen av deltakerne våre over 50 år, som også forteller oss at det med liten sannsynlighet vil være noe større problem for de unge frivillige som ikke er i vårt utvalg.

Med en studie som viser positive resultater av en lignende løsning på frivillig arbeid, ser vi fellestrekk hvordan vår prototype kan dekke frivilliges behov. Selv om mange er fornøyde med dagens løsning, så velger vi også å tro at dette ikke utelukker muligheten for at de kan bytte løsning. Det er også verdt å dra inn i drøftingen igjen poenget om at alle som har besvart vår undersøkelse er frivillig i dag. Det betyr at alle som ønsker å være frivillig, men ikke vet hvordan eller ikke liker dagens løsninger, ikke får gitt sine kritiske tilbakemeldinger i

denne undersøkelsen. Vi vet også fra tallene i frivillighetsbarometeret 2023 at av alle som gjorde frivillig innsats det året, så svarer de at de har bidratt “noen få ganger” (Frivillighet Norge, u.åC). Dette kan tolkes som at det er mange som vil være frivillig, men ikke er det ofte. Det kan være fordi det er utfordrende å finne arbeid, eller at man er travle- som også kan indikere at det er unge personer. Dette kan igjen si noe om at det er et behov for mer fleksible løsninger hvis man skal få flere til å være frivillig oftere, men dette er kun gruppas tolkninger og trenger nærmere undersøkelser for å bekreftes.

5.5 Bias

I dette delkapittelet så skal vi diskutere om vi hadde bias i oppgaven ved å se på deler som er mulig å objektivt se at vi har bias eller ikke.

5.5.1 Hadde vårt utvalg (eng.sample) bias?

For å finne ut om vårt utvalg hadde bias, så kan vi se om utvalget vårt representerer frivillige i befolkningen. Dette gjør vi ved å se på de demografiske dataene vi har fra vårt utvalg og sammenligner dette med dataene til Frivillighet Norge. Vi vil ut fra dette kunne se om vårt utvalg representerer frivillige i Norge.

5.5.1.1 Høy kvinneandel

Som undersøkelsen viste, var 66% av deltakerne kvinner i undersøkelsen til tross for en jevn kjønnsfordeling i Norge. Statistikken fra Frivillighet Norge viser en jevn kjønnsfordeling innen frivillig arbeid (Frivillighet Norge, 2023, s.7). Vi fant heller ingen studier som tilsier at kvinner svarer eller deltar oftere i spørreundersøkelser enn menn.

For å forstå dette bedre, undersøkte vi hvilke typer frivillig arbeid deltakerne har erfaring med. 32% svarte at de har erfaring med “Omsorg og helse (F.eks Eldrehjelp)” og 22% svarte ”Sosialt Arbeid (F.eks Matsentralen og ungdomsarbeid)”. Forskning fra McKinsey & Company viser at kvinner dominerer disse sektorene, hvor 70% av helsepersonell og 88% av sykepleiere er kvinner (Berlin *m.fl* , 2020). Denne tendensen støttes videre i en artikkel av PsyPost.org, hvor en studie med 75000 deltakere på tvers av 42 land viser at kvinner i overveiende grad foretrekker arbeid med mennesker og menn arbeide med ting (Hedrih, 2022).

Disse funnene kan forklare den uvanlige kjønnsfordelingen da 54% (Omsorg og Helse + Sosialt Arbeid) av deltakerne sa de er involvert i arbeid som i utgangspunktet skal være kvinnedominert.

5.5.1.2 Høy alder

Hvis man regner ut prosentandelen for eldre i frivillige befolkningen med å bruke frivillighet Norge sin Frivillighetsbarometer 2023 (Frivillighet Norge, 2023, s.7) og SSB (Statistisk sentralbyrå, 2023) sin fakta om befolkningen fra 2023, så ser man at prosentfordelingen av den frivillige befolkningen skal være på 21% som er under 30 år, 25% er mellom 30-44 år, 25% er mellom 45-59 år og 28% er over 60 år. Sammenligner vi med vår demografiske data så var det bare 4,5% som var under 30 år, 9,8% var mellom 31-40 år, 16,7% var mellom 41-50 år, 27,3% var mellom 51-65 år og 41,7% er over 66 år gammel. Her ser man at våre demografiske data er veldig annerledes enn frivillighet Norge sin demografiske data.

Det er kanskje litt vanskelig å se det for noe av dataen, siden vi bruker annen aldersfordeling for vår demografiske data, men det er klart at frivillige under 30 år er veldig forskjellig (21% fra Frivillighet Norge mot 4,5% fra vår sample). De andre aldersfordelingene er også veldig forskjellig der 51-65 år er den som er nærmest til å være lik (fra vår sample 51-65 år:27,3% mot 45-59 år: 25% til Frivillighet Norge).

Dette viser at våre demografiske data til sample er ikke det samme som demografiske dataene til den frivillige befolkningen og hvis sample ikke representerer befolkningen så betyr det at sample har bias (Indeed, 2023). Da betyr det at vi har bias i sample.

Grunnen til at vi bruker Frivillighet Norge sin data for å representere frivillige befolkningen er at Frivillighet Norge gjør en undersøkelse hvert år der de har et høyere antall deltakere enn det vi har. I 2023 så hadde de 2420 deltakere mot våre 132 deltakere. Dette og at Frivillighet Norge har samlet data om frivillige i flere år vil si at Frivillighet Norge har generelt sett mer pålitelig representasjon av frivillige i Norge enn vi har (Frivillighet Norge, 2023). Derfor bruker vi Frivillighet Norge sin data for å bedre forstå om vår sample representerer frivillige i Norge eller ikke. Da ser vi om vi har bias eller ikke i sample.

5.5.2 Hadde vår spørreundersøkelse bias?

Siden vi for det meste hadde demografiske svar eller åpne svar så blir det utfordrende å svare på, men det er likevel noen objektive verdier vi kan se på. Deriblant hvor lang tid folk brukte på å svare på spørreundersøkelsen, og hvordan folk svarte på spørsmålene med likert skala (Nikolopoulou, 2022B). Fire frivillige brukte mindre enn tre minutter, 20 brukte 3-5 minutter, 26 brukte 5-7 minutter og 82 frivillige brukte mer enn syv minutter. Det at noen brukte mindre enn fem minutter på spørreundersøkelsen kan indikere tegn på bias i svarene, siden det ikke nødvendigvis er nok tid til å svare ordentlig på spørreundersøkelsen. Dette vil si at 24 av 132 kan ha bias i seg, som er 18% av svarene i vår spørreundersøkelse.

En annen måte å se objektivt på om vi har response bias er som sagt å se på spørsmålene med likert skala (Nikolopoulou, 2022B). Vi hadde kun to spørsmål med likert skala, så det vil ikke ha en stor påvirkning, men vi ønsker likevel å ta det med som en risiko for bias. Hvis vi ser på hvor mange deltakere som svarte nøytralt på begge spørsmål, så var det bare 5 av 132. Her kan det være at de faktisk er nøytrale til spørsmålene, men kan også indikere at de er uinteressert i å svare som er en form for responsbias. Det nøytrale svaret er “både-og/vet ikke”, som også kan bety at de kanskje mente den ene på et svar og den andre for det andre svaret.

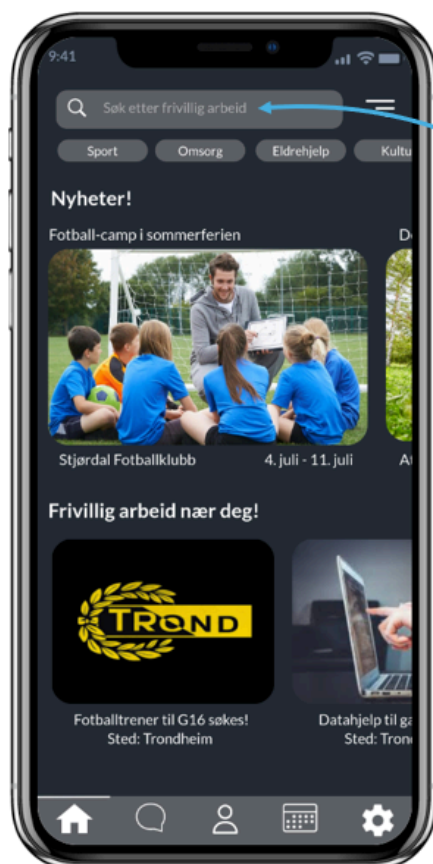
Det var 81 av 132 som svarte 4 eller 5 på begge disse spørsmålene, og av de 81 deltakerne så svarte 28 5/5 på begge spørsmålene. Dette kan igjen være en mulig form for responsbias, siden det betyr at de kanskje bare svarer ekstremt som svar for de spørsmålene. Det trenger ikke å bety at det er det, men igjen så kan det være en indikator på at det er en risiko for bias. En annen forklaring kan være at spørsmålene “Hvor lett finner du frivillig arbeid som matcher dine interesser og ferdigheter?” og “Hvor viktig er det for deg at frivillig arbeid matcher dine verdier/interesse?” var veldig enkle å svare positivt på for de som allerede er frivillige eller er knyttet til en frivillig organisasjon.

Dette totalt vil gi oss en indikator på at det er en del risiko for bias i spørreundersøkelsen når vi ser hvor kort tid noen av deltakerne har brukt på undersøkelsen. Det er ingen tydelig bevis på at svarene på likert skala skal være responsebias siden vi ikke har den største prøvestørrelsen, men vi ønsker likevel ikke å utelukke det. Det som vi gjennom drøftingen har funnet ut er at det tydelig eksisterer noe bias i spørreundersøkelsen, men hovedsakelig på grunn av vår sample.

5.6 Evaluering av prototype med personas testing

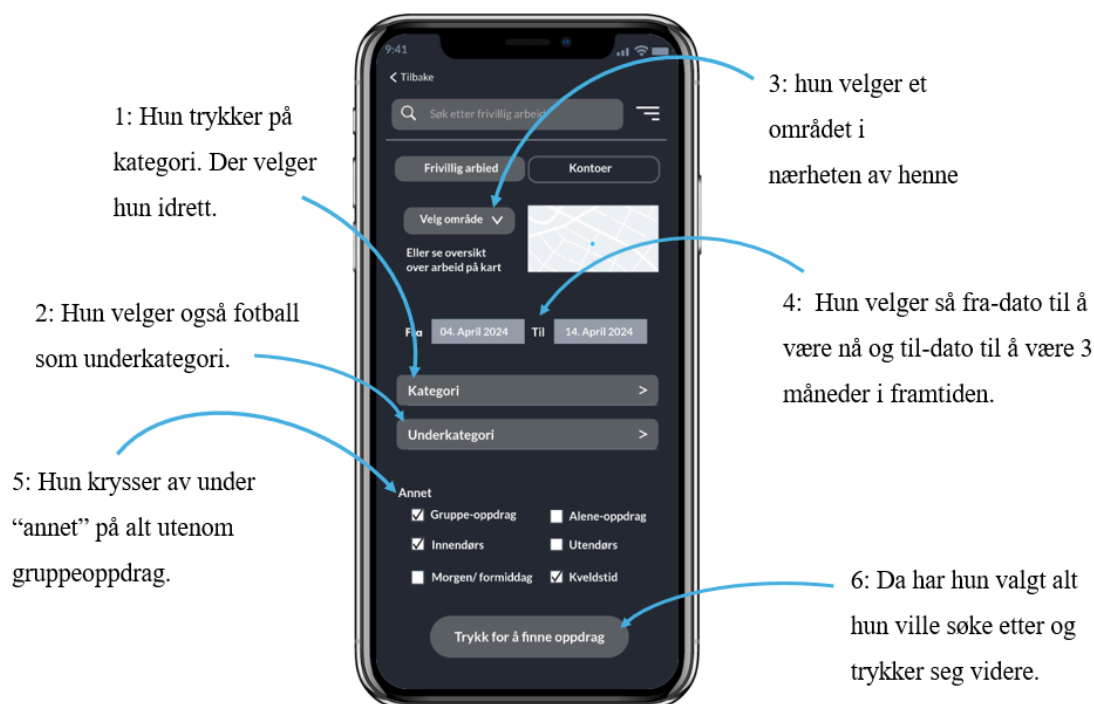
For å evaluere vår prototype vil vi nå bruke brukerpersonas til å teste om den fungerer slik som tenkt. Dette er hovedsakelig for å teste at prototypen fungerer til gitte scenarier, og vi ønsker igjen å påpeke at dette ikke er en ferdig utviklet prototype. Derfor vil detaljer som noen knapper og lignende ikke være perfekte, men skal illustrere ønsket funksjonalitet. Denne testingen med personas vil også hjelpe oss til å se mulige forbedringsområder for prototypen. Gjennom dataen vi har samlet inn har vi laget ulike brukerpersonas som har ulike mål med appen, og det er disse målene vi skal gjennomgå ved å simulere de i ulike scenarioene. De ulike brukerpersonasene ligger vedlagt under rapporten.

Det første scenarioet vi skal teste er "Søk etter frivillig arbeid". Den første personas som vi skal gå over er Gjertrud Olsen. Hun skal bruke applikasjonen for å finne frivillig arbeid som passer henne samtidig som det arbeidet støtter lokale klubber. En bekymring hun har er at applikasjonen kan ha for mye informasjon som gjør det vanskelig å finne frivillig arbeid. Da logger hun seg inn på applikasjonen og ser på forsiden at hun kan søke etter frivillig arbeid her.



Hun trykker på søkefeltet og da kommer søke filteret opp.

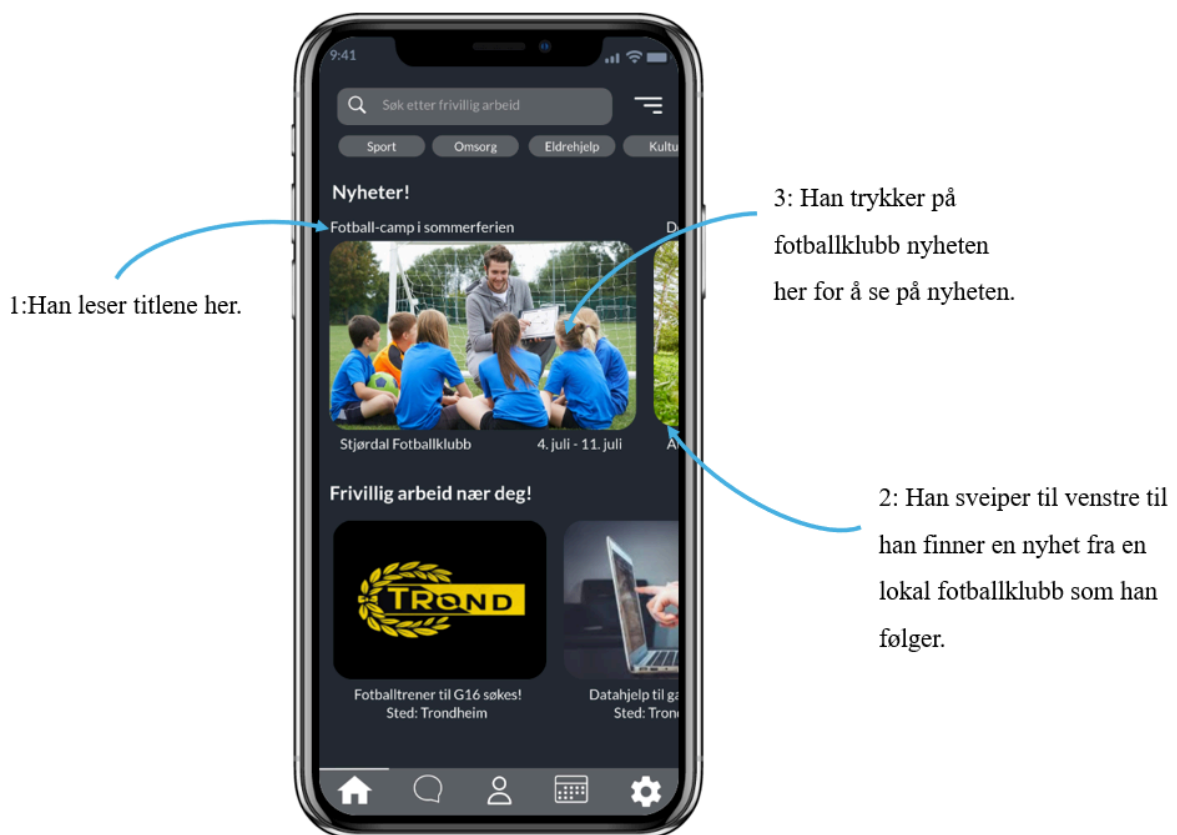
Hun ser flere valg og må bruke noen sekunder for å tenke på hva hun skal trykke på.



Grunnen til at hun velger idrett som kategori og fotball som underkategori er fordi hun er interessert i dem. Hun ville velge et område nær henne fordi hun er gammel og orker ikke å dra lange turer for frivillig arbeid. Gjertrud er pensjonist og har mye tid i hverdagen som forklarer hennes valg av dato. Hun velger ikke gruppe oppdrag i "annet" fordi hun føler at det kan bli for mye arbeid for henne å jobbe med flere folk. Etter at hun trykker seg videre så kommer det opp forskjellige frivillig arbeid som er relevant for henne, som hun kan trykke seg inn på for å se hva de trenger. Etter at hun har sett på noen av disse forskjellige frivillig arbeid så velger hun en som handler om å hjelpe en fotballklubb.

Nå har vi vist at det fungerer å søke etter frivillig arbeid i prototypen. Fra personas testen så ser vi også at applikasjonen ikke har for mye informasjon som gjør at det er enkelt å finne frivillig arbeid. Gjertrud klarte å finne fram til søkefilteret på grunn av enkel struktur og å se søke-ikonet som flest folk kjenner igjen. Men det tok noen sekunder for henne å tenke på hvilket valg hun har i søkefilteret. Dette er forståelig siden det er mange valg på en gang som kommer opp. En mulighet er å kun tilby valget om å legge inn kategori først, også etter det er valgt så kan underkategorien komme opp. Dette vil lede brukeren i riktig rekkefølge og forhindre brukerfeil. Gjertrud klarte å finne fram til frivillig arbeid uten noen store problemer. Da tar denne prototypen i stor grad hensyn til det sentrale behovet for å finne frivillig arbeid.

Det neste scenarioet er “lese nyheter på appen”. Personas vi bruker er Ole Pedersen. Han er en travel man som ikke har mye tid til å gjøre frivillig arbeid, men ønsker å lese litt i nyhetene fra lokalt området for å se hva frivillig arbeid har gjort. Dette og at han vil lære om det er noe frivillig arbeid som passer han med å se på nyhetene. Han er bekymret for at det er vanskelig å finne informasjon raskt på appen, men etter at han logger inn så ser han at man kan raskt og enkelt se nyheter med å se på nyhets-delen på forsiden. Han forstår at man kan sveipe til venstre i nyhets-delen for å se på flere nyheter, siden applikasjonen kommuniserer at det er flere nyheter til høyre på forsiden. Han ser på titlene til de nyhetene og får noen nyheter som ikke er så relevant for han som er irriterende fordi han ikke har tid til å se gjennom mye nyheter.



Etter at han har trykket på nyheten så ser han at den takker for hjelpen med frivillig trener. Da lærer han om at mange har hjulpet fotballklubben samtidig som at han lærer at han kan hjelpe dem med å bli trener i sommer.



2: Han ser kommentar om frivillig arbeid i sommer som trener her.

Note:

Er ikke innlegg for fotballklubben, bare en visuell av hvordan et nyhets innlegg kan se ut.

1: Han ser info om folk som har gjort frivillig arbeid her.

I dette scenarioet så ser man at det er mulig å se på nyheter i appen. For dette scenarioet så ser man at Ole blir irritert på grunn av at det er ingen måte å filtrere nyheter på. Da er dette et mulig forbedringsområde for prototypen med å inkludere et søkefilter for nyheter. Ole skjønnte heller ikke at man kunne klikke på “Nyheter” overskriften på forsiden i applikasjonen. Dette er også et forbedringsområde

En god løsning kunne være å inkludere søkefilteret på toppen av nyhet-delen til prototypen som brukere kan komme seg dit gjennom klikke på “Nyheter”.

Her er nyhets delen man kan komme på gjennom å klikke på “Nyheter”



Man kan mulig sette søkefilter på toppen av nyhets delen her.

Det siste scenario vi skal se på er “lag en gruppesamtale”. Inger Jensen vil kommunisere med vennene sine gjennom appen. Hun vil prøve å lage en gruppesamtale for sine venner der de kan diskutere rundt frivillig arbeid, samt planlegge når de kan gå sammen til festivaler som de gjør frivillig arbeid for. Da logger hun seg inn på appen.



Hun antar at knappen brukes til å lage samtaler og hun har rett. Da kommer det opp en ny side som lar hun velge hvem hun vil ha en samtale med. Hun velger flere venner som har profil på applikasjonen gjennom å søke på profil navnet til dem. Etter det så gir hun samtalen et navn og så trykker hun på en knapp for å lage samtalen. For dette scenarioet så ser man at å lage en gruppesamtale fungerer i prototypen. I dette scenarioet fant vi ikke noen mulige forbedringsområder for prototypen. I dette scenarioet og nyhets-scenarioet viser at prototypen i stor grad tar hensyn til det sentrale behovet for å være sosial og kommunikasjon for frivillige.

Nå har vi testet på forskjellige funksjonaliteter som å søke etter frivillig arbeid, se på nyheter og lage en samtale i melding delen. Vi ser at disse funksjonalitetene fungerer, men vi merker at det er ingen søkefilter for nyheter som gjør at det kan irritere brukeren. Dette og at det er mange valg i søkefilteret på en gang som kan være litt mye. Så dette er mulige forbedringsområder for prototypen. Vi ser at prototypen også i stor grad tar hensyn til behovene rundt å finne frivillig arbeid, å være sosial og kommunikasjon for frivillige.

5.7 Svakheter og styrker

Vår oppgave eller denne studien har blitt gjennomført på en vitenskapelig måte. Vi ønsker derfor å trekke frem styrker og svakheter ved denne oppgaven. Tydelige svakheter er den høye risikoen for bias gjennom vårt utvalg for spørreundersøkelsen. Det er ikke tilfeldige mennesker som tidligere nevnt, og vi sitter derfor kun med data og informasjon fra mennesker knyttet til en frivillig organisasjon. Dette betyr at det er sannsynligvis mange frivillige, spesielt unge frivillige som ikke er inkludert i våre undersøkelser.

Styrker ved studien er at vi har fått drøftet resultatene på en god måte, hvor vi har reflektert over hvilke bias som kan ha påvirket resultatene. Vi har i tillegg vært veldig observante på hvilke form for bias vi burde unngå før vi gjennomførte våre forskningsmetoder, som har gjort at vi har begrenset risikoen så godt vi kunne. Andre styrker er at vi har brukt et kjent rammeverk som Garretts femlagsmodell for en strukturert utvikling av en prototype. Vi har dermed fulgt rammeverket og teorien med utgangspunkt i behovene til frivillige, som har sørget for et konkret og solid resultat.

5.8 Alternative metoder

Da vi startet med oppgaven var det viktig å gjennomføre prosjektet slik at vi kunne svare på problemstillingen på best mulig måte. For å finne brukerbehov til frivillige arbeidere syntes vi det var fornuftig å gjennomføre en spørreundersøkelse, og ut ifra disse resultatene begynte vi å utvikle vår prototype. Da vår første prototype var på plass, gjennomførte vi flere intervjuer med potensielle brukere for å få en bedre forståelse om prototypen var funksjonell, og ikke minst hvorvidt den dekket brukerbehovene. Intervjuene erfarte vi var en tidkrevende prosess, og ønsket derfor ikke å gjennomføre runde to eller tre med intervjuer, men heller fremvise prototypen til en medstudent. Innsikten vi fikk fra intervjuene brukte vi til å videreutvikle prototypen. Dette var vår måte å gjennomføre prosjektet på, men det finnes alternative fremgangsmåter.

En annen måte å løse oppgaven kan være ved å droppe å gjennomføre spørreundersøkelsen. Dette vil frigjøre mye tid ettersom det også er en tidkrevende prosess, men man vil ikke ha noe innsikt i hva som faktisk er brukerbehovene til frivillige. Fordelen her er at man kan begynne å teste prototypen med potensielle brukere tidlig, og bruke innsikten derfra til å utvikle prototypen videre og repetere denne prosessen. Dette har to svakheter da intervju med

potensielle brukere er tidkrevende å gjennomføre, og at man ikke får like bred tilbakemelding på brukerbehov ettersom man ikke får intervjuet like mange, som antall svar man får gjennom en spørreundersøkelse.

En middelvei mellom disse to fremgangsmåtene kan være å ikke gjennomføre en spørreundersøkelse, men heller starte med å intervju personer som driver med frivillig arbeid. Ved å gjøre dette vil man kunne få dekket noen sentrale behov før man starter utviklingen av prototypen. Når den er klar kan man gjennomføre tester med prototypen på potensielle brukere, bruke innsikten til å forbedre prototypen og repetere denne prosessen.

En viktig del av oppgaven var å utforske hvilke behov frivillige har, og vår framgangsmåte klarer dette til en viss grad, da det var bias i svarene. Alternativ to vil ikke vektlegge brukerbehov før utvikling av prototype, noe som virker lite fornuftig. Den siste fremgangsmåten vil derimot utforske brukerbehov før utviklingen av prototypen, men på en lite dekkende måte da utvalget (sample) er veldig lite. Av de tre nevnte alternativene, synes vi vår framgangsmåte er den mest fornuftige, gitt våre forutsetninger og tidsfrister for å løse vår problemstilling. Vi ser ikke bort ifra at det kan være andre fremgangsmåter for å løse problemstillingen som muligens kan være bedre.

5.9 Samfunnsmessig bidrag

Vi vet at arbeidsinnsatsen for frivillig arbeid tilsvarte hele 142 000 årsverk, og bidro med en verdiskapning som tilsvarer 78 milliarder kroner i 2018 (Nickelsen, E og Hirsch, E.H, 2020). Disse tallene argumenterer for seg selv for hvor viktig frivillig arbeid er for samfunnet. Vi vet at husholdninger står for nesten halvparten av inntektskildene til frivillige organisasjoner og at over halvparten av Norges befolkning har vært frivillig minst én gang i løpet av de siste 12 månedene. Dette forteller noe om hvor sterkt frivilligheten står i samfunnet og hvor mange som har engasjert seg minst en gang. Resultatet fra vår kvantitative undersøkelse og kvalitative undersøkelse tyder på at en del er fornøyde med dagens løsninger for å finne frivillig arbeid, men at det fortsatt er mange som ikke er det og ønsker flere forbedringer.

Hvis vår prototype blir realisert i en applikasjon vil dette gi et nytt tilbud til dagens frivillige og forhåpentligvis rekruttere nye frivillige. Dette vil gi en stor verdi for samfunnet hvor alle

kan delta som frivillig på sine egne premisser. I tillegg til at det kan gi verdi til samfunnet ved å øke antall frivillige og timer med frivillig arbeid, vil applikasjonen kunne gi en verdi til alle frivillige som ønsker å bidra for sine egne individuelle behov.

6 Konklusjon

Bakgrunnen for denne oppgaven var hvordan media har uttrykt hvordan Norge er avhengig av frivillige, men at frivilligheten trenger hjelp. Problemstillinger som “Slår alarm om frafall: Mange orker ikke mer frivillighet” (Ertesvåg, 2023) og “Frivilligheten trenger hjelp” (VG, 2022) kan oppstå av mange årsaker, men vi har i denne oppgaven utdypet oss i hva som gjør at frivillige slutter og hvordan man kan sørge for at de fortsetter ved å kartlegge behov. Vi vet at den frivillige sektoren har et behov for nye digitale verktøy og teknologier, og vi har tidligere presentert vår overordnede problemstilling som vi gjentar her:

På hvilken måte kan en applikasjon dekke sentrale behov hos frivillige?

For å besvare denne problemstillingen valgte vi å bryte den ned i tre forskningsspørsmål. Vi vil nå besvare disse tre forskningsspørsmålene, før vi til slutt vil besvare selve problemstillingen.

Våre undersøkelser som har blitt foretatt i denne oppgaven tyder på følgende:

1. Hvilke sentrale behov har frivillige?

- Et sentralt behov hos frivillige er fleksibilitet rundt påmelding og valg av frivillig arbeid. Dette inkluderer valg som tid, lokasjon, og type arbeid.
- Et sentralt behov hos frivillige er en samlet plattform som gir et bedre utvalg og enklere søknadsprosess.
- Et sentralt behov hos frivillige er sosialisering.
- Et sentralt behov hos frivillige er å føle seg nyttig/ at man bidrar med noe.
- Et sentralt behov hos frivillige er å få tilbakemeldinger.
- Et sentralt behov hos frivillige er å kunne gjøre arbeid som matcher egne verdier.
- Et sentralt behov hos frivillige er å se at deres innsats er verdifull og gir resultater.

2. Hvilke av disse behovene klarer en applikasjon å dekke?

- En applikasjon vil dekke behovet for en samlet digital løsning som holder dagens digitale standard.
- En applikasjon vil dekke behovet for fleksibilitet.
- En applikasjon vil dekke behovet for en enkel søknadsprosess.
- En applikasjon vil dekke behovet for å se at deres innsats er verdifull.
- En applikasjon vil dekke behovet for sosialisering.
- En applikasjon vil dekke behovet for det “å føle seg nyttig” og/eller bidra med noe.
- En applikasjon vil dekke behovet for tilbakemeldinger.
- En applikasjon vil dekke behov for å se resultater.

3. I hvilken grad dekker vår prototype disse behovene?

Vår prototype er utviklet på bakgrunn av vår visjon om en applikasjon som dekket behov vi helt i starten fikk presentert av Spilde Consulting AS. Vi har gjennom våre forskningsmetoder kartlagt hvilke behov frivillige faktisk har, og fått konkrete tilbakemeldinger til forbedringer som har ført til revideringer og justeringer i prototypen underveis. Vi ser nå at vår prototype klarer å ta hensyn til alle behovene som er presentert i forskningsspørsmål 1, og vi konkluderer derfor med at vår prototype klarer i stor grad å ta hensyn til de frivilliges sentrale behov.

På hvilken måte kan en applikasjon dekke sentrale behov hos frivillige?

Vi har kartlagt hvilke sentrale behov frivillige har som kort handler om muligheten til å velge arbeid på egne premisser, få tilbakemeldinger og visualisert resultater, alt på en samlet plattform. Det er også kommet tydelig frem at motivasjonene bak frivillig arbeid som sosialisering, det å føle seg nyttig og muligheten til å bidra med noe kan anses som sentrale behov for mange frivillige. Våre undersøkelser belyste også behov som fleksibilitet i form av lokasjon, tid, tilgjengelighet og type arbeid. Vi har sett hvordan en lignende plattform har klart å dekke mange av de samme behovene hos frivillige, som resulterte i at det økte antall frivillige.

Vår prototype har under hele prosjektet blitt utviklet med utgangspunkt i en applikasjon. Vi vet at det eksisterer flere nettsider som brukes for å finne frivillig arbeid på idag, men ingen applikasjoner. En applikasjon vil dekke frivilliges sentrale behov ved å gi en enkel løsning

som samler alle prosesser på ett sted. Du skal kunne lete, velge og søke etter frivillig arbeid på samme sted, med filtreringer som gjør at du kan velge ut fra egne premisser. Dette vil gi de frivillige muligheten til å velge sted, tid, type arbeid og mye mer. Dette gjøres gjennom søkefunksjoner og søkefiltrering i en app. Vi kjenner til fallgruvene gjennom tidligere teori at manglende tilbakemeldinger og dårlig organisering og administrering av frivillig arbeid gjør at personer slutter som frivillig. En applikasjon som har alle samlede prosesser vil gjøre administreringen og organiseringen av frivillig arbeid mye lettere og teknologien gjør det mye mer effektivisert. En applikasjon som er en sosial plattform vil dekke mange behov som tilbakemeldinger, kommunikasjon, og sosialisering ved funksjonaliteter som meldinger, videosamtaler eller gjennom innlegg som publiseres.

Vi har gjennom denne studien klart å vise hvordan en applikasjon kan ta hensyn til sentrale behov hos de frivillige, som kan sørge for at frivillige fortsetter og sørger for rekruttering av nye frivillige. Prototypen vår dekker i stor grad sentrale behov hos frivillige, og er et godt utgangspunkt for en applikasjon for frivillige i Norge. Vi konkluderer derfor med at en applikasjon vil dekke sentrale behov på en effektiv og god måte, og vil i likhet med RA-plattformen har en stor verdifull løsning for frivilligheten i Norge. En slik applikasjon vil derfor kunne løse mange lignende problemstillinger som blir reist i media når det kommer til frivillig arbeid.

6.1 Råd til videre arbeid

Vårt inntrykk etter å ha arbeidet med dette prosjektet er at det kommer tydelig frem at det i dag ikke finnes en god digital løsning som holder med dagens teknologiske standarder. Selv om produktutvikling av programvare er risikabelt (Kittlaus og Clough, 2009), har vi i konklusjonen nå presentert ulike måter en applikasjon vil kunne hjelpe frivilligheten i Norge. Vi har sett et tydelig behov som eksisterer i frivillig sektor etter en bedre digital løsning, og vår anbefaling vil derfor være at Spilde Consulting AS burde gå videre med prosjektet.

I vår studie hadde vi tidsrammer som gjorde at vi hadde begrenset med tid til datainnsamling. Den største andelen av data og informasjon i vår studie kommer fra personer over 50 år. Det hadde derfor ved en senere anledning vært interessant å gjennomføre undersøkelser om frivillig arbeid rettet mot yngre personer, for å se om det ville gitt andre resultater.

Referanser

Arbeidstilsynet (u.å) *Frivillig arbeid*. Tilgjengelig fra:

<https://www.arbeidstilsynet.no/arbeidsforhold/ansettelse/frivillig-arbeid/> (Hentet: 17.mars 2024).

Bajaj, N. (2023) *Understanding UCD: Crucial Techniques for Effective Product Design*. *searchmyexpert*, 22.desember. Tilgjengelig fra:

<https://blog.searchmyexpert.com/user-centered-product-design/> (Hentet: 5.mai 2024).

Bang, H og Ross S.D (2009) Volunteer Motivation and Satisfaction, *ResearchGate*, 1(1), s. 61-77. Tilgjengelig fra:

<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=57bcd374bf289b02f99651d06adda4bdde4208f5> (10. Mars 2024)

Berlin, G (2020), *Women in healthcare: Moving from the front lines to the top rung* Tilgjengelig fra:

<https://www.mckinsey.com/industries/healthcare/our-insights/women-in-healthcare-moving-from-the-front-lines-to-the-top-rung#/> (Hentet: 07.mai 2024)

Bhandari, P. (2023. 17 mars). *Sampling Bias and How to Avoid It | Types & Examples*. Scribbr. Tilgjengelig fra:

<https://www.scribbr.com/research-bias/sampling-bias/> (Hentet 23.februar 2024).

Caridá, A. Colurcio, M. og Melia, M. (2022) Digital platform for social innovation: Insights from volunteering, *Creativity and Innovation Management* , 31(4), s. 755-771. doi:

<https://doi.org/10.1111/caim.12499>

Cint (2020). *What is survey sampling and how is it used for research?* Tilgjengelig fra:

<https://www.cint.com/blog/what-is-survey-sampling-and-how-is-it-used-for-research> (Hentet 2.mai 2024).

CIO Council Operations (2017). *Universal Design - What is it?* Tilgjengelig fra:

<https://www.cio.gov/2017/12/20/universal-design.html> (Hentet: 14. april 2024).

Codecademy Team (u.å). *Bias in Data Analysis*. tilgjengelig fra:

<https://www.codecademy.com/article/bias-in-data-analysis> (Hentet: 28. april 2024)

Domain7 (2014) *Usability vs. User Experience: What's the difference?*. Tilgjengelig fra:

<https://www.slideshare.net/domain7/ux-vs-usability> (Hentet: 14.april 2024).

Ellis, J. (2005) *Best Practices in Volunteer Management: An Action Planning Guide For Small and Rural Nonprofit Organizations*. Canada: Canada Volunteerism Initiative.

Ertesvåg, F. (2023) Slår alarm om frafall: Mange orker ikke mer frivillighet, *VG*. Tilgjengelig fra:

<https://www.vg.no/nyheter/i/VPazzp/slaar-alarm-om-frafall-mange-orker-ikke-mer-frivillighet> (Hentet: 2.mai 2024).

Feilkilde. (u.å) *Det norske akademis ordbok*. Tilgjengelig fra:

<https://naob.no/ordbok/feilkilde> (Hentet 30.februar 2024)

Fox, S. (2024). *How to Determine Survey Sample Size: a Guide*, survicate blogg, 22.februar.Tilgjengelig fra:

<https://survicate.com/blog/survey-sample-size/> (Hentet 24.februar 2024)

Frivillighet Norge (u.åA) *Hva er frivillighet?* Tilgjengelig fra:

<https://www.frivillighetnorge.no/fakta/hva-er-frivillighet> (Hentet: 16.mars 2024).

Frivillighet Norge (u.åB) *Om Frivillighetsbarometeret*. Tilgjengelig fra:

<https://www.frivillighetnorge.no/rapport/frivillighetsbarometeret/frivillighetsbarometer-2022/om-undersokelsen/om-frivillighetsbarometeret> (Hentet: 23.mars 2024).

Frivillighet Norge (2022) *Vi digitaliserer frivilligheten - nå med norsk donasjonspartner på laget*. Tilgjengelig fra:

<https://www.frivillighetnorge.no/nyheter/vi-digitaliserer-frivilligheten-n%C3%A5-med-norsk-donasjonspartner-p%C3%A5-laget> (Hentet 4.mai 2024).

Frivillighet Norge (2023) *Frivillighetsbarometeret 2023*. Tilgjengelig fra:

<https://s3.eu-west-1.amazonaws.com/frivillighet-norge/pdf/Frivillighetsbarometeret-2023-pdf.pdf> (Hentet 4.mai 2024).

Garrett, Jesse James. (2011). *The Elements of User Experience (Second Edition)*. New Riders.

Tilgjengelig fra:

<https://docplayer.net/12259154-The-elements-of-user-experience.html> (Hentet: 28.februar 2024)

Garrett, j og Merholz, p. (2020) *Elements Turns 20. Finding Our Way*, apple [Podcast].

29.april Tilgjengelig fra:

<https://podcasts.apple.com/gb/podcast/finding-our-way/id1510667674> (Hentet 4. mai, 2024).

Gaskin, K. (2003) *A choice blend What volunteers want from organisation and management*.

England: Institute for Volunteering Research and the England Volunteering Forum.

Tilgjengelig fra:

<https://www.scribd.com/document/352272439/A-choice-blend-What-volunteers-want-from-organisation-and-management> (Hentet: 7.mars 2024).

George, T. (2021). *Mixed Methods Research | Definition, Guide & Examples*.

Tilgjengelig fra: <https://www.scribbr.com/methodology/mixed-methods-research/> (Hentet: 2.mai 2024).

Grolid, S.Å. (2021) *Den iterative prosessen*. Tilgjengelig fra:

<https://ndla.no/nb/subject:a453ed64-da44-4d85-93a1-2962e597ff6a/topic:66d29293-c551-4988-8c80-4fab8b96827e/resource:aa889537-daa4-418b-ac44-6f21de1147fa> (Hentet 5.mai 2024).

Grønmo, S. (2021) forskningsmetode- samfunnsvitenskap, *Store Norske Leksikon*.

Tilgjengelig fra: https://snl.no/forskningsmetode_-_samfunnsvitenskap (Hentet 16. april).

Grønmo, S (2024) *bias i forskning*. Tilgjengelig fra:

https://snl.no/bias_i_forskning (Hentet: 28.april 2024)

Hazra A. (2017). *Using the confidence interval confidently*. Journal of thoracic disease, 9(10), 4125–4130. <https://doi.org/10.21037/jtd.2017.09.14> (Hentet 10.mars 2024)

Hedrih, V (2022). *Women like working with people, men like working with things, all across the world*. Tilgjengelig fra: <https://www.psypost.org/women-like-working-with-people-men-like-working-with-things-all-across-the-world/> (Hentet: 5. mai 2024).

Hotjar (u.å) *How to determine a sample size and other questions answered*. Tilgjengelig fra: <https://www.hotjar.com/poll-survey-sample-size-calculator/> (Hentet 1.mai 2024)

Indeed (2023) *What Is a Biased Sample? With Definition, Types and Examples*. Tilgjengelig fra: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/biased-sample> (Hentet 23.April 2024).

ISO (2018) *ISO 9241-11:2018(en)Ergonomics of human-system interaction — Part 11: Usability: Definitions and concepts*. Tilgjengelig fra: <https://www.iso.org/obp/ui/#ISO:9241:-11:ed-2:v1:en> (Hentet: 27.februar 2024).

Jansson, K. (2018) *Organizing Volunteers and TEDxVasa*. Masteroppgave. Yrkeshøgskolen Novia. Tilgjengelig fra: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/145053/Jansson_Kristoffer.pdf?sequence=1 (Hentet: 23. mars 2024).

Johansen, C.M. og Sundbye, L. (2019) *Kvantitative og kvalitative metoder*. Tilgjengelig fra: <https://ndla.no/nb/subject:1:f18ad41e-d9c3-4428-8cb6-5eb852e45082/topic:1:7df2950d-3af9-462e-b27f-cf3df147eaa3/topic:1:f189e9b6-222c-4d31-adc4-d7bc74149e03/resource:f2a118d4-d382-4476-ac4a-8906bba2f736> (Hentet: 17. april 2024).

Julius, I.(2020) *USER CENTERED DESIGN, medium*, 8.mars. Tilgjengelig fra: <https://medium.com/@immanuel.siburian82/user-centered-design-e2845fa3cc3d> (Hentet: 15.april 2024)

Kittlaus, H.-B. (2022) *Software Product Management - The ISPMA-Compliant Study Guide and Handbook*. 2.utgave. Berlin: Springer.

Kittlaus, H.-B. og Clough.P. (2009) *Software Product Management and Pricing*. New York: Springer.

Le, K.(2017) *User-centered Design Method*, *RedCat Design Blog*, 7.november. Tilgjengelig fra:
<https://medium.com/redcatstudio/user-centered-design-method-28e3aafc8c8a> (Hentet: 5.mai 2024)

Lein, M. (2023) *Frivillig arbeid blant barn og unge: bedre helse*. Tilgjengelig fra:
<https://nhi.no/livsstil/egenomsorg/frivillig-arbeid-blant-barn-og-unge-bedre-helse> (Hentet: 4.mai 2024).

Malt, U; Grønmo, S (2020): *Likert-skala*, Tilgjengelig fra:
<https://snl.no/Likert-skala> (Hentet 28. februar 2024)

Maedche, A. Botzenhardt, A. og Neer, L. (red). (2012) *Software for People*. Berlin: Springer Verlag.

Maple Tech International LLC(u.å) *Sample Size Calculator*. Tilgjengelig fra:
<https://www.calculator.net/sample-size-calculator.html?type=1&cl=90&ci=7&pp=62&ps=2876226&x=Calculate> (Hentet: 3.mai 2024)

McCombes, S. (2023, June 22). *Sampling Methods | Types, Techniques & Examples*. Scribbr. Tilgjengelig fra:
<https://www.scribbr.com/methodology/sampling-methods/> (Hentet 28.februar 2024)

McKee, T.W (2003) Why People Volunteer, *Volunteer Power*, 1 (1), s.1-9. Tilgjengelig fra:
<https://files.asme.org/events/ltc11/25029.pdf> (Hentet: 2.april 2024)

Moe, M (2022). *Validitet og reliabilitet i masteroppgave*, Tilgjengelig fra:

[Masteroppgave | Validitet | Reliabilitet \(xn--dinsprkvask-28a.no\)](#) (Hentet 25. April 2024)

Musick, M.A og Wilson, J. (2008) *Volunteers: A Social Profile*. 1. utg. Bloomington: Indiana University Press.

Nickelsen, E og Hirsch, E.H (2020) *Nordmenn legger ned frivillig innsats verdt 78 milliarder*. Tilgjengelig fra:

<https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/artikler-og-publikasjoner/nordmenn-legger-ned-frivillig-innsats-verdt-78-milliarder> (Hentet: 24. april 2024).

Nikolopoulou, K. (2022A). *What Is Nonresponse Bias? | Definition & Example*. Scribbr. Tilgjengelig fra:

<https://www.scribbr.com/research-bias/nonresponse-bias/> (Hentet 25. April 2024)

Nikolopoulou, K (2022B) .*What Is Response Bias? | Definition & Examples*. Tilgjengelig fra: <https://www.scribbr.com/research-bias/response-bias/> (Hentet: 25. April. 2024).

Norges sikkerhetsmyndighet, NSM (2020) *Sårbarheter i et digitalt samfunn i rask utvikling*. Tilgjengelig fra:

<https://nsm.no/regelverk-og-hjelp/rapporter/sarbarheter-i-et-digitalt-samfunn-i-rask-utvikling/> (Hentet: 2. Mai 2024).

Olseng, E.T og Sundbye, L.M. (2022) *Spørreundersøkelser*. Tilgjengelig fra:

<https://ndla.no/nb/subject:1:47678c7b-bc09-4fc8-b2d9-a2e3d709e105/topic:1:dbdbb73b-2acb-49ac-bbce-b13d2aa409fd/resource:aee6e283-f205-4fee-b702-2d1bb16f3e24> (Hentet: 24. April 2024).

NTNU (2021) *Presentasjon - Brukeropplevelse (UX)*. (INFT1003)

Parker, J(2012) *User-Centered Design Requirements (UCD) – Part 1*. Tilgjengelig fra:

<https://enfocussolutions.com/user-centered-design-requirements-ucd-part-1/> (Hentet: 5. Mai 2024).

Pitaliya, S. (2024). *What is Application Software? Definition and Types with Examples*. Tilgjengelig fra: <https://radixweb.com/blog/types-of-application-software#Differences> (Hentet 6.Mai 2024).

Priya, Y.(2024) *What Is Persona Testing? & How To Perform It?*, testsigma, 31.januar.Tilgjengelig fra: <https://testsigma.com/blog/persona-testing/> (Hentet: 5. Mai 2024).

Rehberg, W. (2005) Altruistic individualists: Motivations for international volunteering among young adults in Switzerland. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 16(2), 109-122. Tilgjengelig fra: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11266-005-5693-5#citeas> (Hentet: 24.April 2024).

Sailer *m.fl* (2013) Psychological Perspectives on Motivation through Gamification, *Interaction design & architecture(s)*, 12 (19), s. 28-37. doi: 10.55612/s-5002-019-002

Scribbr (u.å) *Types of Bias in Research | Definition & Examples*. Tilgjengelig fra: <https://www.scribbr.com/category/research-bias/> (Hentet 25.April 2024).

StudySmarter (u.å). *Interview in Research*. Tilgjengelig fra: <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/marketing/marketing-information-management/interview-in-research/> (Hentet: 8. Mars 2024).

Statistisk sentralbyrå (2023) *Befolkningen - hvor mange bor det i Norge?*. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/befolkning/faktaside/befolkningen> (Hentet 25.februar 2024).

SurveyMonkey (u.åA) *How do you calculate sampling size?* [digitalt bilde] Tilgjengelig fra: https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/?ut_source=help_center (Hentet: 2.Mai 2024).

SurveyMonkey (u.åB) *How do you calculate sampling size?* Tilgjengelig fra: https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/?ut_source=help_center (Hentet: 2.Mai 2024).

SurveyMonkey (u.åC) *Hva er en Likert-skala?*. Tilgjengelig fra:
<https://no.surveymonkey.com/mp/likert-scale/> (Hentet 28. Februar 2024)

Testbytes (2024) *The Art and Science of Persona-Based Testing*. Tilgjengelig fra:
<https://www.linkedin.com/pulse/art-science-persona-based-testing-softwaretestingcompany-origof> (Hentet: 5.mai 2024).

Tjønneland, E og Sagdahl, M.S. (2022) Altruisme, *Store Norske Leksikon*. Tilgjengelig fra:
<https://snl.no/altruisme> (Hentet 14.april 2024).

Tranøy, K.T. (2019) metode, *Store Norske Leksikon*. Tilgjengelig fra: <https://snl.no/metode>
(Hentet: 12.april 2024).

Usability Net (u.å) *Key principles of user centred design*. Tilgjengelig fra:
<https://www.cs.hmc.edu/~mike/courses/mike121/readings/UI/usability.webarchive> (Hentet:
16.april 2024).

Userlytics (2023) *Prototype Testing 101: How to build better products and enhance user experience*. Tilgjengelig fra: <https://www.userlytics.com/blog/prototype-testing/> (Hentet: 3.
april 2024).

Uutilsynet (u.åA) *Regelverk*. Tilgjengelig fra:
<https://www.uutilsynet.no/regelverk/regelverk/266> (Hentet 17.April 2024).

Uutilsynet (u.åB) *1.4.3 Kontrast (minimum) (Nivå AA)* Tilgjengelig fra:
<https://www.uutilsynet.no/wcag-standard/143-kontrast-minimum-niva-aa/95#kommentar>
(Hentet: 2. mai 2024).

VG (2022A). *Frivilligheten trenger hjelp*. Tilgjengelig fra:
<https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/Xb9PXn/frivilligheten-trenger-hjelp> (Hentet: 2.mai
2024).

VG (2022B). Uten frivilligheten stopper Norge. Tilgjengelig fra: <https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/wOwJgM/uten-frivilligheten-stopper-norge> (Hentet: 2.mai 2024).

Wagavkar, S (2023) *Introduction to the Correlation Matrix*. Tilgjengelig fra: <https://builtin.com/data-science/correlation-matrix> (Hentet: 5.mai).

Yeung, A. B. (2004) The octagon model of volunteer motivation: Results of a phenomenological analysis, *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit*, 15(1), s. 21-46. doi: [10.1023/B:VOLU.0000023632.89728.ff](https://doi.org/10.1023/B:VOLU.0000023632.89728.ff)

Vedlegg

Vedlegg 1: Spørsmål fra spørreundersøkelsen

Vedlegg 2: Intervjuguide

Vedlegg 3: Brukerpersonas / personas

Vedlegg 4: Prosjekthåndbok

Vedlegg 1- Spørsmål fra spørreundersøkelsen

Spørreundersøkelse - Frivillig Arbeid

Side 1

Obligatoriske felter er merket med stjerne *

Formålet med denne spørreundersøkelsen er å kartlegge brukerbehov slik at det blir enklere å finne frivillig arbeid. Basert på svarene og innsikten vi får, vil vi designe en digital løsning som møter disse behovene.

Undersøkelsen er helt anonym og tar ca 5 minutter å gjennomføre.

Side 2

Obligatoriske felter er merket med stjerne *

Kjønn? *

Mann

Kvinne

Andre

Alder? *

Under 18 år

19 til 30 år

31 til 40 år

41 til 50 år

51 til 65 år

66+ år


Hvilket fylke bor du i? *

Velg ...

Høyeste utdanning? *

- Grunnskole
- Videregående skole
- Årsstudium
- Fagbrev
- Bachelorgrad
- Mastergrad
- Doktorgrad
- Andre, skriv inn

Skriv inn *

 Dette elementet vises kun dersom alternativet «Andre, skriv inn» er valgt i spørsmålet «Høyeste utdanning?»

Arbeidsstatus *

- Arbeidsledig
- Deltidsansatt
- Fulltidsansatt
- Student
- Selvstendig
- Permitert
- Pensjonert
- Annet

Hvor oppdatert er du på digitale tjenester? Kryss av på den som beskriver deg best *

- Tar stadig i bruk nye apper og nettsider
- Kan bruke app og nettsider, men har ikke behov for flere nye tjenester
- Syntes det er vanskelig å bruke apper og nettsider
- Bruker ikke noen apper eller nettsider med mindre jeg må

Obligatoriske felter er merket med stjerne *

Erfaring med frivillig arbeid

Hvor ofte deltar du i frivillig arbeid? *

"Dag" behøver ikke å være en full dag

- Flere dager i uken
- 1 dag per uke (4 ganger per måned)
- Ca 1 dag per måned
- Ca 1 dag per år
- Aldri
- Mye periodevis


Hvor mange år har du vært involvert i frivillig arbeid? *

- Ingen erfaring
- 0 til 1 år
- 2 til 5 år
- 5+ år

Hvilke typer frivillig arbeid har du erfaring med? *

- Sosialt Arbeid (F.eks Matsentralen og ungdomsarbeid)
- Sport og Idrett
- Omsorg og helse (F.eks Eldrehjelp)
- Kultur (F.eks Festival, Politikk, Religion)
- Miljøvern
- Dyrevern
- Redningsarbeid
- Andre, skriv inn

Skriv inn dine andre alternativer. *

 Dette elementet vises kun dersom alternativet «Andre, skriv inn» er valgt i spørsmålet «Hvilke typer frivillig arbeid har du erfaring med?»

Obligatoriske felter er merket med stjerne *

Se etter frivillig arbeid

Hvor finner du vanligvis informasjon om frivillig arbeid? *

Nettside/App

Online reklame

Sosiale medier

Lokal reklame (Avis, idrettslag etc)

Personlig relasjon

Andre, skriv inn

Skriv inn dine "Andre" steder *

 Dette elementet vises kun dersom alternativet «Andre, skriv inn» er valgt i spørsmålet «Hvor finner du vanligvis informasjon om frivillig arbeid?»

Hvor lett finner du frivillig arbeid som matcher dine interesser og ferdigheter? *

1 er svært vanskelig.

2 er vanskelig.

3 er både-og/vet ikke.

4 er enkel.

5 er svært enkelt.



Verdi

Obligatoriske felter er merket med stjerne *

Forbedringsforslag

Skriv gjerne en setning per spørsmål.

Hva har vært vanskelig når du lette etter frivillig arbeid? *

Hva vil gjøre det enklere for deg å finne frivillig arbeid? *

Hvilke typer "søkefilter" skulle du ønske man kunne bruke når man leter etter frivillig arbeid? *

Eksempelvis; Når på dagen kan man jobbe, fast timeplan/fleksibel timeplan etc.

Obligatoriske felter er merket med stjerne *

Tilbakemelding på nåværende plattform (Nettside eller applikasjon). Bare svar hvis du har brukt en.

Hvilken nettside eller app har du brukt for å finne frivillig arbeid?

Hva likte du med denne plattformen?

Obligatoriske felt er merket med stjerne *

Personlig engasjement og preferanser

Hvor viktig er det for deg at frivillig arbeid matcher dine verdier/interesse? *

1 er svært uviktig.

2 er uviktig.

3 er både-og/vet ikke.

4 er viktig.

5 er svært viktig.



Verdi

Hva motiverte deg først til å starte med frivillig arbeid? *

- Katastrofer (F.eks krig, konflikt, naturkatastrofe, savnede personer)
- Følelse av plikt eller ansvar (F. eks hjelpe noen som har det vanskelig)
- For å møte nye mennesker
- Vil hjelpe til i lokale aktiviteter (F.eks idrettsarrangementer og barneaktiviteter)
- Utvikle nye ferdigheter eller erfaringer
- Andre, skriv inn

Skriv inn *

- Dette elementet vises kun dersom alternativet «Andre, skriv inn» er valgt i spørsmålet «Hva motiverte deg først til å starte med frivillig arbeid?»

Hvordan ble du engasjert til å starte med frivillig arbeid? *

Venn eller familiemedlem

Sosiale medier / reklame

Gjennom skole/universitet

Ble engasjert selv

Nyheter

Andre, skriv inn

Skriv inn *

 Dette elementet vises kun dersom alternativet «Andre, skriv inn» er valgt i spørsmålet «Hvordan ble du engasjert til å starte med frivillig arbeid?»

Ytterligere kommentarer om frivillig arbeid du ønsker å dele? *

Gjerne legg ved din e-post hvis du er interessert i prosjektet vårt.

Din e-post adresse vil ikke bli inkludert når vi skal behandle svarene.

(Dette spørsmålet er ikke obligatorisk, så du trenger ikke å svare på dette hvis du ikke vil)

Vedlegg 2- Intervjuguide

Generelt

- Hvilken rolle har du i frivillig arbeid?
- Har du brukt sosiale plattformer tidligere?
- Har du sett på presentasjonen eller konseptet?
- Hva tenkte du om konseptet?
- Var det noe som manglet fra konseptet?
- Føler du at vårt konsept har forbedret måten man kan finne frivillig arbeid?
 1. hvis ja- Hvordan har den gjort det?
 2. hvis nei- Hvorfor ikke?
- Hva tenkte du om søkefilteret?
- Var appen forståelig?
 1. hvis ja- Hvorfor?
 - Tok det lang tid for deg å forstå appen?
 1. hvis ja- Hvorfor?
 - er det mer effektive måter å gjøre det mer forståelig for deg?
 2. hvis nei- Hvorfor?
 - 2. hvis nei- hva var vanskelig å forstå?
- Hva tenker du om mengden funksjonaliteter på appen? var det for mye? for lite?
 1. hvis for mye- Hvorfor?
 - Hvilken funksjonalitet tenker du kunne bli fjernet?
 2. hvis for lite- Hvorfor?

Navigasjon

- Hvordan var navigasjonen til appen? Var det vanskelig å forstå hvordan du skal bevege deg i appen?
- Var det vanskelig for deg å lage et mentalt kart over hvor du skal gå i appen? Hvorfor?

Interface


- Var knappene i appen forståelig?
 1. hvis ja- Hvorfor?
 2. hvis nei- Hvorfor?
- er knappene for små for viktige funksjoner?
- Er teksten i appen leselig?

Følelser


- Hvordan føler du deg når du bruker appen? Positive følelser? negative følelser?
 1. hvis positiv- Hvorfor?
 2. hvis negativ- Hvorfor?
- Følte du deg frustrert av noen funksjonaliteter? Hvorfor? Hvorfor ikke?
- Føler du at behovene dine blir møtt i denne appen? Hvorfor?

Vedlegg 3- Personas

Persona 1

Felt	Forklaring
Navn	Gjertrud Olsen
Bilde	 <p>Kilde: https://www.istockphoto.com/vector/happy-grandmother-in-glasses-talking-on-the-mobile-phone-white-background-vector-gm1323207771-408938158</p>
Demografisk informasjon	78 år, fra Lillestrøm, kvinne, enke
Kunnskaper, ferdigheter og evner	Har alltid vært interessert i fotball og handball siden hun var liten. Hun er pensjonist i dag, men har jobbet med økonomi hele sitt voksne liv. Har derfor tidligere hjulpet både klubber og borettslag med budsjettering og innkjøp. Stiller alltid opp med kake til kamper som klubben kan selge før hun selv ser kampen. Hun kan bruke teknologi på et ok nivå.
Mål, motiver, hensyn / bekymringer	I livet generelt: <ul style="list-style-type: none">● Motiveres av gode handlinger og støtte opp lokale klubber og bedrifter● Drives av å være hyggelig og blid for å spre glede● Største bekymring er om lokallagene vinner divisjonen for sesongen
Mulig utfordringer med konseptet for de	<ul style="list-style-type: none">● For mye informasjon på appen som gjør det vanskelig å finne frivillig arbeid.
Bruksmønster	Hva kommer <u>personaen</u> til å bruke løsningen til? <ul style="list-style-type: none">● Finne oppgaver hun kan gjøre som passer henne● Kommunisere med andre frivillige● Lese om hva frivillig arbeid har bidratt til

Persona 2

Felt	Forklaring
Navn	Ole Pedersen
Bilde	 <p>Kilde: https://pixabay.com/no/illustrations/familie-reise-bagasje-mann-ferie-7293705/</p>
Demografisk informasjon	46 år, fra Bergen, mann, samboer og pappa
Kunnskaper, ferdigheter og evner	<p>Har alltid blitt sett på som litt skolenerd, mye begrunnet for sin høye intelligens. Har alltid vært interessert i læring og spesielt innenfor tema som fysikk, kjemi og IT. Har bachelorgrad i både <u>Informasjonsbehandling</u> og <u>Fysikk</u>. Jobber i dag som systemansvarlig og trives med utfordringer teknologien gir. Har i tillegg et sterkt engasjement for fotball og stiller på de fleste hjemmekamper. Ønsker å lære barna verdier som å hjelpe andre som trenger det uten å kreve belønning. Han har et ekstremt godt kompetansenivå for teknologi.</p>
Mål, motiver, hensyn / bekymringer	<p>I livet generelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Drives av læring og påstår at ingenting som er lett er gøy • Disiplinert for alle oppgaver som skal gjennomføres • Målet hans er at Brann skal vinne Eliteserien • Bekymringer om at ikke alle får hjelpen de trenger og stiller ofte som frivillig i nærområdet
Mulig utfordringer med konseptet for de	<ul style="list-style-type: none"> • Appen er ikke rask nok for <u>han</u> når det gjelder å finne ting på appen.
Bruksmønster	<p>Hva kommer <u>personaen</u> til å bruke løsningen til?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kunne velge ut hvordan han kan bidra med hjelp på egne premisser i en travel hverdag • Lese om hva frivillig arbeid har bidratt med lokalt

Persona 3

Felt	Forklaring
Navn	Inger Jensen
Bilde	 <p>Kilde: https://pixabay.com/no/vectors/student-ten%C3%A5ring-bok-l%C3%A6ring-147783/</p>
Demografisk informasjon	29 år, fra Stjørdal, kvinne, singel
Kunnskaper, ferdigheter og evner	<p>Studerer for øyeblikket samfunnsvitenskap ved NTNU i Trondheim. <u>Elsker</u> sosialisering og ønsker å få med seg alt som skjer i byen. Har en spesiell interesse for musikk og kjøper billetter til alle festivaler. <u>Har</u> lenge vurdert å søke jobb eller stille som frivillig i ulike arrangementer slik at hun kan delta uten å betale alle billetter.</p> <p>Har en bra kompetanse for teknologi.</p>
Mål, motiver, hensyn / bekymringer	<p>I livet generelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Målet er å bli ferdig med bachelorgraden • Oppleve så mye som mulig og engasjere seg mens man er ung og student • Bekymringer er studielån og dårlig økonomi
Mulig utfordringer for dem med konseptet	<ul style="list-style-type: none"> • Appen er ikke sosial nok.
Bruksmønster	<p>Hva kommer <u>personaen</u> til å bruke løsningen til?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melde seg som frivillig på festivaler • Se om det er andre arrangører som trenger frivillige • Lese om hva frivillig arbeid har bidratt til

