



# Bacheloroppgave

**ADM650 Jus og administrasjon**

**Evaluering av Moldestudentenes Idrettslags  
medlemshalvering**

**Knut H. Eikre og Marius L. Sjøsaasen**

**Totalt antall sider inkludert forsiden: 49**

**Molde, 18.05.2016**



## Obligatorisk egenerklæring/gruppeerklæring

Den enkelte student er selv ansvarlig for å sette seg inn i hva som er lovlige hjelpemidler, retningslinjer for bruk av disse og regler om kildebruk. Erklæringen skal bevisstgjøre studentene på deres ansvar og hvilke konsekvenser fusk kan medføre. Manglende erklæring fritar ikke studentene fra sitt ansvar.

Du/dere fyller ut erklæringen ved å klikke i ruten til høyre for den enkelte del 1-6:		
1.	Jeg/vi erklærer herved at min/vår besvarelse er mitt/vårt eget arbeid, og at jeg/vi ikke har brukt andre kilder eller har mottatt annen hjelp enn det som er nevnt i besvarelsen.	<input type="checkbox"/>
2.	Jeg/vi erklærer videre at denne besvarelsen: <ul style="list-style-type: none"><li>• ikke har vært brukt til annen eksamen ved annen avdeling/universitet/høgskole innenlands eller utenlands.</li><li>• ikke refererer til andres arbeid uten at det er oppgitt.</li><li>• ikke refererer til eget tidligere arbeid uten at det er oppgitt.</li><li>• har alle referansene oppgitt i litteraturlisten.</li><li>• ikke er en kopi, duplikat eller avskrift av andres arbeid eller besvarelse.</li></ul>	<input type="checkbox"/>
3.	Jeg/vi er kjent med at brudd på ovennevnte er å <u>betrakte som fusk</u> og kan medføre annullering av eksamen og utestengelse fra universiteter og høgskoler i Norge, jf. <a href="#">Universitets- og høgskoleloven</a> §§4-7 og 4-8 og <a href="#">Forskrift om eksamen</a> §§14 og 15.	<input type="checkbox"/>
4.	Jeg/vi er kjent med at alle innleverte oppgaver kan bli plagiatkontrollert i Ephorus, se <a href="#">Retningslinjer for elektronisk innlevering og publisering av studiepoenggivende studentoppgaver</a>	<input type="checkbox"/>
5.	Jeg/vi er kjent med at høgskolen vil behandle alle saker hvor det forligger mistanke om fusk etter høgskolens <a href="#">retningslinjer for behandling av saker om fusk</a>	<input type="checkbox"/>
6.	Jeg/vi har satt oss inn i regler og retningslinjer i bruk av <a href="#">kilder og referanser på biblioteket sine nettsider</a>	<input type="checkbox"/>

# Publiseringsavtale

Studiepoeng: 15

Veileder: Frank Robert Lien

## Fullmakt til elektronisk publisering av oppgaven

Forfatter(ne) har opphavsrett til oppgaven. Det betyr blant annet enerett til å gjøre verket tilgjengelig for allmennheten (Åndsverkloven, §2).

Alle oppgaver som fyller kriteriene vil bli registrert og publisert i Brage HiM med forfatter(ne)s godkjenning.

Oppgaver som er unntatt offentlighet eller båndlagt vil ikke bli publisert.

Jeg/vi gir herved Høgskolen i Molde en vederlagsfri rett til å gjøre oppgaven tilgjengelig for elektronisk publisering:

ja  nei

Er oppgaven båndlagt (konfidensiell)?

ja  nei

(Båndleggingsavtale må fylles ut)

- Hvis ja:

Kan oppgaven publiseres når båndleggingsperioden er over?

ja  nei

Er oppgaven unntatt offentlighet?

ja  nei

(inneholder taushetsbelagt informasjon. Jfr. Offl. §13/Fvl. §13)

Dato: 18.05.2016

**Antall ord:** 6671 ord i oppgaven.

## **Forord**

Som engasjerte studenter ved Høgskolen i Molde, og i Moldestudentenes Idrettslag, har det vært flott for oss å få muligheten til å benytte oss av vår tilegnede faglige kunnskap og anvende det for å forbedre studentmiljøet. Vår tilknytning til miljøet har gjort oss investerte og engasjerte i evalueringen vi har gjennomført.

Takk til de som tok seg tid til å gjennomføre undersøkelsesopplegget vårt, og til lederen av MSI for intervjuet.

Spesiell stor takk til vår veileder Frank Robert Lien, samt Turid Aarseth og Øivind Oppdal for god hjelp og veiledning underveis i oppgaven.

## **Sammendrag**

På et år hadde Moldestudentenes Idrettslags medlemsmasse blitt kraftig redusert fra 98 til 46 medlemmer. Årsaken for denne nedgangen var ukjent, var det mangel på kvalitet i tilbudet? Vi satte i gang en undersøkelse ved hjelp av teori og metode for å prøve og forklare om nedgangen i medlemsmassen skyldtes dårlig kvalitet. Gjennom spørreskjema fikk vi indikasjoner på at det ikke var dårlig kvalitet i tilbudet. Derfor supplerte vi med et kvalitativt intervju med lederen av Moldestudentenes Idrettslag, hvor det kom fram at til tross for nedgang blant medlemmer, var det ikke noen nedgang blant brukere av tilbudet. Vi kom derfor frem til at nedgangen i medlemsmassen skyldtes et mangelfullt betalingssystem, og ikke dårlig kvalitet i tilbudet.

<b>1.0</b>	<b>Innledning</b> .....	<b>1</b>
<b>2.0</b>	<b>Problemstilling</b> .....	<b>2</b>
<b>3.0</b>	<b>Teori</b> .....	<b>3</b>
3.1	Social Exchange Theory .....	3
3.2	Exit, Voice and Loyalty.....	4
<b>4.0</b>	<b>Metode</b> .....	<b>5</b>
4.1	Valg av evalueringsmodell .....	5
4.2	Datainnsamling .....	7
4.3	Valg av målgruppe og utvalgsmetode .....	8
<b>5.0</b>	<b>Etiske problemstillinger</b> .....	<b>9</b>
5.1	Informert samtykke .....	9
5.2	Krav til privatliv .....	9
5.3	Krav til korrekt presentasjon av data.....	10
5.4	Evaluators rolle.....	10
<b>6.0</b>	<b>Undersøkelsens sterke og svake sider</b> .....	<b>11</b>
<b>7.0</b>	<b>Analyse</b> .....	<b>12</b>
7.1	Del 1 av analysen .....	12
7.2	Analyse del 2: Toveisanalyser.....	18
<b>8.0</b>	<b>Drøftelse og avslutning</b> .....	<b>22</b>
<b>9.0</b>	<b>Oppsummering</b> .....	<b>24</b>
<b>10.0</b>	<b>Veien videre</b> .....	<b>25</b>
<b>11.0</b>	<b>Kilder</b> .....	<b>26</b>

## Vedlegg

- Vedlegg 1: Spørreskjema
- Vedlegg 2: Antall studenter i målgruppen
- Vedlegg 3: Råttall fra spørreundersøkelsen, NSDstat
- Vedlegg 4: Medlemstall fra Moldestudentenes Idrettslag (MSI)
- Vedlegg 5: Epost intervju av Lederen av MSI

# Evaluering av Moldestudentenes Idrettslags medlemshalvering

## 1.0 Innledning

Studentenes velferdstilbud består i stor grad av frivillige organisasjoner drevet av studentene selv. Studentorganisasjonene er viktige for at studentene skal trives på sitt studiested, de inngår som en del av et velferdstilbud, som Høgskolen og Samskipnaden i Molde er med på å støtte økonomisk.

En av disse organisasjonene er Moldestudentenes Idrettslag (MSI). MSI har ansvar for idrettstilbudet ved Høgskolen i Molde (HiMolde), noe som innebærer organisering av ukentlige treninger, turneringer, bedriftsfotballag og reiser til nasjonale studentturneringer. MSI er en selvstendig organisasjon under Norges Studentidrettsforbund, som har 58 medlemsklubber under sin paraply (NSI 2016). Hvert år rundt februar velges det nytt styre som skal videreutvikle og ivareta MSI sin viktige rolle i velferdstilbudet for studentene ved HiMolde.

MSI skal fremme breddeidrett og aktivitet ved HiMolde, og være åpen for alle, uansett ferdigheter og nivå. Målene er å knytte bånd mellom studenter og styrke verdier som fellesskap, demokrati, idrettsglede, ærlighet, helse og frivillighet (Brønnøysundregisteret 2016).

Våren 2015 var det 98 medlemmer i MSI, men et år senere har MSI bare 46 medlemmer (vedlegg 4). Medlemstallet har gått drastisk ned og det synes uklart hva halveringen i medlemsmassen skyldes. Er det nedgang i kvalitet, mangel på krav om betaling fra brukere av tilbudet eller andre faktorer som har spilt inn?

Vårt utgangspunkt er at organiseringen av velferdstilbudet til studentene er en sentral del av det samlede lærings- og studentmiljøet. En så markant nedgang i medlemsmassen kan tyde på at det her er et misforhold mellom hva studentene ønsker og hva MSI tilbyr.

Vi ser det som interessant å se nærmere på tilbudene til MSI, for å se etter mangler, men også styrker ved dagens tilbud til studentene.

## 2.0 Problemstilling

Denne oppgaven bygger på en registrert nedgang i MSIs medlemsmasse, og vi ønsker å belyse svake og sterke sider ved tilbudet som leveres, og komme med forbedringer for å videreutvikle tilbudet idrettslaget har i dag.

For å få svar på dette er følgende problemstilling valgt: **I hvilken grad er heltidsstudentene ved Høgskolen i Molde tilfreds med tilbudet fra Moldestudentens idrettslag?**

For å avgrense denne problemstillingen er det viktig å definere heltidsstudentene i denne problemstillingen, samt drøfte hva som legges i tilfreds, og legge frem dagens aktivitetstilbud MSI har i dag. Med denne problemstillingen ønsker vi å måle tilbudet innenifra, via brukere, de kan være både medlemmer og ikke-medlemmer av MSI. Vi prøver i tillegg å måle utenifra ved å ta med de som ikke er brukere av tilbudet i undersøkelsen.

Med heltidsstudenter ved HiMolde, som er MSI sin målgruppe, menes de som går ordinært studieløp ved HiMolde, og bor i Molde slik at dem har mulighet til å delta på aktivitetene til MSI. Antall studenter i denne målgruppen har ikke MSI tall på selv, men vi har prøvd å regne oss frem til antallet studenter i målgruppen, det er 1257 i populasjonen (vedlegg 2). Men bare en liten del av populasjonen, 46 stk., er medlem i MSI på undersøkelsens tidspunkt (vedlegg 4).

«Tilfreds» er et subjektivt begrep, og er bestemt på bakgrunn av forskjellige faktorer hos individer. Vi må derfor kunne definere hva som objektivt sett er negative og positive sider ved tilbudet og måle individers oppfatning av MSIs tilbud på bakgrunn av dette. Det kan være en utfordring å fange opp meninger blant de som velger å distansere seg fra tilbudet, men disse sitter på verdifull informasjon om kvaliteten til MSIs tilbud. Derfor er å kunne tolke deres handlinger overfor tilbudet nyttig for å forstå nedgangen i medlemsmassen. Tilbudet MSI har ukentlig er innebandy, håndball, volleyball, og futsal (fotball i hall). Problemstillingen er viktig for å belyse de sterke og svake sidene ved tilbudet MSI leverer, og hva det er som har skyld i medlemsmassens halvering.



### 3.0 Teori

Problemstillingen omhandler hvordan individer forholder seg til en organisasjons tilbud, og den faglige oppmerksomheten rettes mot teorier som kan brukes til å forklare forholdet som er individ-organisasjon. Den første teorien, *Social Exchange Theory*, vil brukes til å belyse positive og negative sider ved tilbudet, og den andre, *Exit, Voice & Loyalty*, brukes til å forklare handlingene til medlemmer som opplever nedgang i kvalitet i MSIs tilbud.

#### 3.1 Social Exchange Theory

Social Exchange Theory, eller bytteteori, ser på hvordan mennesker forholder seg til hverandre, grupper og samfunnet som en form for byttehandel. Teorien ble introdusert av George Homans gjennom «Social Behavior as Exchange» i 1958, og grunnkonseptet ble senere videreutviklet av Peter Michael Blau. Homans beskrev sosial handling som byttehandel mellom varer, ikke bare fysiske som penger, men også ikke-materielle som godkjennelse og status. Personen involvert i byttehandelen opplever å måtte legge kostnader i den (f.eks. penger, tid, energi) for å få belønninger (f.eks. sosial kapital, validering, stimulering). Personer vil gjøre det de kan for å maksimere belønningene og minimere kostnadene så verdien av byttehandelen øker (Homans 1958, 606).

Teorien kan illustreres i form av en formel. Formelen består av tre komponenter: *rewards*, *costs* og *worth*. *Rewards* vil være det individet får ut av forholdet sitt til MSI-tilbudet som han/hun anser som noe positivt. *Costs* er det individet anser som noe negativt, gjerne det han/hun må ofre, eller investere, for å benytte seg av MSI-tilbudet. *Worth* er det som MSI-tilbudet er verdt for individet når *rewards* og *costs* er veid opp mot hverandre ( $Worth = Rewards - Costs$ ). Det som er viktig å legge vekt på er at variablene i regnestykket ikke er helt konkrete. De sosiale variablene i *rewards* og *costs* vil ha varierende betydning fra individ til individ siden de forskjellige individene har ulike oppfatninger og forventinger av begge disse (Blau 1964, 96). Det vil også være subjektivt om tilbudets *worth* er stor nok til å få han/hun til å benytte seg av det.

### 3.2 Exit, Voice and Loyalty

Teorien om *exit, voice & loyalty* er skapt av økonomen Albert Hirschman og presentert i hans avhandling «Exit, Voice and Loyalty – Responses to Decline in Firms, Organizations, and States» fra 1970. Teorien har som mål å presentere de to mulighetene medlemmene i en organisasjon har når organisasjonen ikke lenger utgir noen nytte eller verdi for dem, og hva slags effekt lojalitet har på valget mellom disse to.

Den første muligheten et medlem har er å gjennomføre *exit*. En *exit* innebærer i utgangspunktet å kutte ut tilbudet i organisasjonen man står ovenfor. Exit-muligheten er ansett som en vanlig handling å kunne utføre, og er unik og mektig i sin måte å kunne direkte påføre organisasjonen finansielle tap (Hirschman 1970, 21). Men Hirschman påpeker også at selv om man vanligvis assosierer exit med å påføre organisasjonen tap, ved nedgang i kvalitet, nytte eller verdi, kan forsvinningen av kunder fungere som en form for indikator på det faktisk har gått galt et sted for organisasjonen. Denne indikatoren kan være upresis, med tanke på at tidligere tilhengere forsvinner uten videre, og derfor kan organisasjonene slite med å finne ut hva som faktisk er galt.

Den andre muligheten Hirschman peker på er *voice*. Voice-muligheten skiller seg i stor grad fra exit ved at en velger å ytre sine meninger om organisasjonen og/eller tilbudet for å forbedre det, istedenfor å bare forlate det med exit (Hirschman 1970, 30). Voice-muligheten er politisk og tar utgangspunkt i at tilhengerne skal bedrive interesseartikulasjon.

Hirschman presiserer når exit-muligheten eksisterer vil voice-muligheten bli brukt mindre (Hirschman 1970, 21). Men Hirschman påpeker at ved å introdusere *loyalty* i tilhengers forhold til organisasjonen blir exit-muligheten mindre brukt. Ved å ha lojalitet til en organisasjon vil tilhengeren helle mot voice-muligheten for å styre organisasjonen «back on track». Så ved å lojale tilhengere vil en skifte maktbalansen fra den mektige exit-muligheten og over til det som er mer nyttig for organisasjonen selv – voice-muligheten (Hirschman 1970, 77-78).

## 4.0 Metode

### 4.1 Valg av evalueringsmodell

Denne oppgaven skal belyse hvordan heltidsstudentene ved HiMolde vurderer ulike sider ved MSIs virksomhet, for der igjennom kunne forstå nedgangen i medlemsmassen. Studiet kan omtales som en evaluering. Evaluering er et begrep som kan defineres på forskjellige måter, men kan kort defineres som å vurdere gjennomføringen av et tiltak eller program (Tornes 2012, 15).

Evaluering kan skje på ulike måter, og det skilles mellom *modeller* som tar utgangspunkt i hovedspørsmål som evalueringen skal handle om (Tornes 2012, 44). Hovedspørsmålet vårt tar for seg brukerne av tilbudet og vi må velge en passende modell deretter. Dette passer godt med det som kalles *brukerorientert aktørmodell* (Tornes 2012, 126). Den tar utgangspunkt i hvordan brukerne opplever et tiltak for å bedømme om det er positivt eller negativt, men i denne evalueringen er det ikke begrenset til bare brukere, den omfatter også potensielle brukere i populasjonen. Denne modellen brukes ofte av de som administrerer tiltaket for å innhente informasjon om det de gjør holder mål blant deres brukere. Tornes presiserer at når en har fastslått hvem tiltakets målgruppe er vil dataen som blir innhentet brukes til å se om tiltaket «treffer» gruppen. Problemer som kan oppstå når man følger denne modellen er at brukerne kan overdrive negative aspekter ved tiltaket for å bli hørt, noe som kan føre til at resultatet av evalueringen kanskje ikke stemmer med slik virkeligheten er (Tornes 2012, 128).

*Kriterier* utgjør en målestokk i evalueringen (Tornes 2012, 54). Kriterier kan være basert på hva vi oppfatter som kvalitet, og brukes deretter til å måle om tilbudet har vært suksessfullt. Tradisjonelt når en velger en brukerorientert modell er at en velger kriterier på bakgrunn av brukernes interesser. Et problem med dette er at selv om evalueringen avdekker grad av fornøydhets hos brukerne får en ikke nødvendigvis vite *hvorfor* (Tornes 2012, 56). Derfor vil vi benytte oss av teoribaserte kriterier. Dette innebærer at vurderingskriteriene vi skal anvende er forankret i teorien om social exchange, som er bedre egnet til å forklare graden av tilfredshet og om kvaliteten har gått ned, mens Hirschmans teori er egnet til å forklare hvilke valg medlemmene tar ved tap av kvalitet. Til en viss grad vil vi benytte en deduktiv tilnærming, særlig sett i sammenheng med at datainnsamlingen vår er kvantitativ, med preoperasjonaliserte spørsmål.

Det neste steget blir dermed å utforme vurderingskriteriene og konkretisere dem. De skal i stor grad være teoribaserte, siden dette gjør det lettere for oss å se *hvorfor* eller *hvorfor ikke* tilbudet til MSI er tilfredsstillende. Som nevnt i social exchange theory handler verdien om kostnadene opp mot belønningene, da må vi identifisere hva som er hva i MSI-tilbudet.

Kostnadsrelaterte faktorer er det finansielle (150 kr per semester), tid (det du legger ned i selve treningen) og distanse (assosiert med avstanden til treningene og tiden en bruker på å komme dit). Belønningsrelaterte faktorer er det sosiale (det at det skal være sosialt givende å være med på treningene, og validering og respekt fra sine medstudenter) og aktivitet (det skal være stimulerende nivå for deltakerne). Vi ser på finansiell rimelighet, tid, distanse, sosialt givende og stimulerende idrettsnivå som de relevante kriteriene for å vurdere om tilbudet er tilfredsstillende. Finansiell rimelighet er viktig med tanke på at det skal ikke være en for stor finansiell belastning for målgruppen til å benytte seg av tilbudet.

Tidskriteriet blir da rettet mot treningstidene i forhold til tidspunkt og varighet. Dette ser vi på som relevant, om det viser seg at aktivitetene er på et for dårlig klokkeslett eller er for korte/lange kan dette være en stor del av grunnlaget for å ikke benytte seg av tilbudet. Distanse kan også være en betydelig del av grunnlaget for å ikke benytte seg av tilbudet, om tiden og distansen en bruker på å ta seg til treningene er for stor er dette noe som kan skremme målgruppen. Treningenes lokasjon vil i stor grad være preget av hvor det er passende idrettsanlegg, så det vil ikke bli lagt for mye vekt på dette i evalueringen. Det sosiale kriteriet er viktig, en kan tross alt argumentere for at MSI er et sosialt tilbud så vel som et sportslig. Samtidig må en huske at det sosiale ved treningen ligger i betydelig grad på deltakerne også, men dette kan gi indikasjoner på om MSI må legge opp til et bedre sosialt aspekt ved treningene. Stimulerende idrettsnivå er også viktig, det er ikke nødvendigvis viktig å treffe alle «godpunkt», men å tilby et idrettsnivå som treffer så mange som mulig ser vi på som viktig.

## 4.2 Datainnsamling

Vi har gjennomført en kvantitativ spørreundersøkelse som skulle være grunnlaget for hele evalueringen (vedlegg 1). I tillegg er det gjennomført kvalitativt intervju av lederen av MSI (vedlegg 5).

Spørreundersøkelsen bygger i hovedsak på teoribaserte kriterier. Dette vil si at spørsmålene i undersøkelsen er konstruert på bakgrunn av kriteriene (økonomiske, tid, distanse, det sosiale og sportslige).

Spørreskjemaet er utformet på norsk og engelsk for at alle innenfor målgruppen skal ha mulighet til å forstå spørsmålene. Problemet med å ha engelsk og norsk spørreundersøkelse kan være at spørsmålene kan tolkes forskjellig på engelsk og norsk, men det er her lagt opp til å få en så korrekt oversettelse som mulig for å unngå slike tolkningsforskjeller. Det stilles både direkte spørsmål og det er flere påstander som respondentene må forholde seg til i spørreundersøkelsen (se vedlegg 1).

Informasjonen er samlet inn via spørreskjema over internett med pc og mobil, vi gikk i tillegg rundt med en fysisk versjon av undersøkelsen på papir og oppfordret studentene i målgruppen til delta. Dessverre besvarte bare 55 respondenter av 1257, dvs. en svarprosent på 4,38%. I tillegg utførte vi et epost-intervju med lederen av MSI (vedlegg 5). Epost-intervjuet ble gjort etter at spørreundersøkelsen ble samlet inn.

Alle undersøkelser er lagt inn som elektroniske spørreundersøkelser på mobosurvey.com. Siden har et innebygd omkodingsverktøy som man kan hente ut en Excel-fil med resultatene, som vi kunne åpne i NSDstat Datautforsker og bruke til å analysere dataen som var samlet inn. Fordelen med å gjøre dette var at sjansen for å trykke feil på f.eks. 2 framfor 1 når man skal legge inn alle svarene selv i et Excel ark blir eliminert (Jacobsen 2005, 370). For å se om det innebygde verktøyet til mobosurvey.com omkodet riktig, har vi tatt noen stikkprøver på undersøkelsen å sett at tallene stemmer.

### 4.3 Valg av målgruppe og utvalgsmetode

Gruppen som skal undersøkes er heltidsstudenter ved HiMolde som studerer i Molde, det er 1257 studenter i den gruppen (vedlegg 2). Gruppen har to hovedmålgrupper, det er medlemmer av MSI og ikke-medlemmer av MSI. Under ikke-medlemmer finnes det tidligere medlemmer og de som aldri har vært medlem før, men begge hovedmålgruppene kan ha brukere av tilbudet. Blant de 1257 i populasjonen (vedlegg 2) hører 46 til MSIs medlemsmasse, mens 1211 er ikke-medlemmer.

Målgruppen er studenter ved en høyere utdanning (HiMolde), så mange av dem har deltatt på undersøkelser tidligere og burde ikke hatt noen problemer med å delta på vår undersøkelse. Det ble delt ut en spørreundersøkelse som prøvde å fange opp de to hovedmålgruppene og hva de mener om MSI sitt tilbud. Fordelen ved å bare ha en spørreundersøkelse er at dataregistrering og analysen blir enklere (Jacobsen 2005, 277). Det er i teorien mulig å undersøke hele populasjonen, fordi det «bare» er 1257 enheter i populasjonen, så vi kunne droppet å gjøre et utvalg. Men vi vet at de fleste av disse ikke deltar på undersøkelsen, så realistisk sett kunne vi ikke undersøkt hele populasjonen. Så det er ikke mulig for denne undersøkelsen å generalisere fra utvalg til populasjon på grunn av svarprosenten, det ville tatt alt for mye tid og krevd for mye ressurser å innhentet nok svar for å oppnå dette. Dette førte til valget av et ikke-sannsynlighetsutvalg (Jacobsen 2005, 295).

Den første utvalgsmetoden som er benyttet er *bekvemmelighetsutvalg*, som går ut på at de som er lettest å få til å svare får muligheten. Denne metoden ble brukt ved at vi stilte oss opp på skolen og oppsøkte treningene til MSI, for så å dele ut spørreundersøkelser til studentene. En svakhet med bekvemmelighetsutvalgsmetoden er at den kan føre til skjevhet og avvik i svarene vi får inn, fordi gruppene vi ikke får svar fra kan ha helt andre meninger.

Den andre utvalgsmetoden vi brukte er *selvutvelgelsesmetoden* som går ut på at enhetene velger ut seg selv. Dette ble gjort ved at vi la ut spørreundersøkelsen på sosiale medier som studentene ofte besøker. Det gjorde vi ved å legge ut en link til undersøkelsen på facebook-sidene til flere av studentutvalgene ved HiMolde. Målet var å nå ut til så mange

studenter vi kunne, så var det opp til studentene selv om dem ville delta. Svakheter ved dette er at man ikke vet hvem som ikke svarer og hva dem mener (Jacobsen 2005, 292). De to metodene for utvalg av enheter har sine svakheter, men sammen er det ønskelig at så mange som mulig dem som ønsker å delta på undersøkelsen får deltatt på spørreundersøkelsen.

## **5.0 Etske problemstillinger**

Evaluering er et bredt begrep som kan gjennomføres på flere måter og med forskjellige grunnlag. Det beste for at resultatene i evaluering skal ha noen gyldighet er å følge statsvitenskapelig forskningsmetodes krav. Kravene springer ut i fra forskningsetikkens etiske konflikter, som en forsker kan stå ovenfor i forhold til hva forskeren vil forske på, og respondentens krav til privatliv, integritet og personvern (Jacobsen 2005, 44-45). De tre grunnleggende kravene til forskningsetikk er informert samtykke, krav til privatliv og krav om korrekt presentasjon av data, disse omhandler forholdet mellom forsker og respondenten (Jacobsen 2005, 45). Disse tre grunnleggende kravene er viktig at følges for at undersøkelsen som er utført for å gjennomføre evalueringen skal være gyldig og det er med på å legitimere resultatene som blir framlagt, fordi undersøkelsen legger grunnlaget for evalueringen.

### **5.1 Informert samtykke**

Respondentene har fått tilstrekkelig med informasjon om undersøkelsen. Undersøkelsen er bare utført gjennom frivillighet. Respondenten har kompetanse nok til å forstå at dem er med på en frivillig spørreundersøkelse. Det er ikke tvil om at en student ved høyere utdanning tilfredsstillt kravene til å gjennomføre en «normal» spørreundersøkelse (Jacobsen 2005, 46).

### **5.2 Krav til privatliv**

Kravet til privatliv er blitt fulgt ved at av spørreundersøkelsen ikke inneholder spørsmål som er følsomme for respondenten. Dermed samles det ikke inn privat informasjon, fordi det er valgt å ikke ha mange bakgrunnsvariabler og da spesielt med svaralternativer som kunne ha identifisert enkeltindivider i etterkant. Dette er viktig for å sikre anonymitet og er med på å sikre respondentenes krav til privatliv (Jacobsen 2005, 47-49).

### **5.3 Krav til korrekt presentasjon av data**

Jacobsen (2005, 50) skriver følgende om dette: *I den grad det er mulig skal man forøke å gjengi resultater fullstendig og i riktig sammenheng.* Dette er viktig for å øke legitimiteten til dataene i evalueringen. Det er her ekstra viktig at innsamlet data ikke misbrukes og med vilje manipuleres for egen eller andres vinning (Jacobsen 2005, 50). Derfor er alle svarene lagt ved i tabeller i vedlegg 3, for å muliggjøre etterprøving og kontroll av våre analyser og tolkninger.

### **5.4 Evaluators rolle**

I forholdet mellom forsker og oppdragsgiver kan det bli for sterke bånd mellom partene, noe som kan friste forskeren til å bare presentere positive funn for oppdragsgiveren. Derfor er det viktig at forskeren er uavhengig i forhold til oppdragsgiveren (Jacobsen 2005, 52). I denne evalueringen er oppdragsgiver og forskere (evaluatorer) samme person. Evaluatorenes tilknytning til MSI er sterk, men denne evaluering er ikke bestilt av styret til MSI. Undersøkelsen er igangsatt av oss på eget initiativ for å lære om brukerne og for å forbedre det eksisterende tilbudet. Evaluator 1 er nestleder i MSI og bruker av tilbudene. Evaluator 2 har vært tidligere styremedlem, men er i dag vanlig medlem og bruker av MSI sine tilbud. Med den sterke tilknytningen kan det oppstå utfordringer av samme karakter som ved vanlige interne evalueringer. Det kan være at evaluatorene kan sees på som lite uavhengige, og da fremheve positive data og nedtone negativ data (Tornes 2012, 192). Hele rapporten med drøftelse rundt framgangsmåten, valg av teori, kriterier og metoder vil være tilgjengelig for «publikum». Refleksjonen og drøfting av valgene som fører frem til resultatene vil forhåpentligvis gi aksept og sikre legitimitet for evalueringen.



## 6.0 Undersøkelsens sterke og svake sider

Relabilitet er påliteligheten til undersøkelsen. Her ser vi på i hvor stor grad undersøkelsesopplegget og analysen har forårsaket resultatene (Jacobsen 2005, 386-387). Undersøkelsesopplegget som påvirker resultatet mest her er utvalgsmetoden vår, med bekvemmelighetsutvalg og selvutvelgelsesmetoden, dette har mest sannsynlig skapt en skjevhet i resultatene. Grunnen til at det ble valgt er for å gi flest mulig av dem i målgruppen vår (heltidsstudenter ved HiMolde) til å delta på spørreundersøkelsen.

Begrepsmessig gyldighet går ut på om vi har fått målt det vi ønsker å måle. Det vi ønsket å måle er bygget på kriteriene og teoriene vi bruker i undersøkelsen. Spørreskjemaet er bygget på dette, og svarene som er samlet inn er innenfor rammene skjemaet har lagt opp til. Dette er med på å besvare problemstillingen på vegne av dem som har deltatt på spørreundersøkelsen (Jacobsen 2005, 387).

Den interne gyldigheten går på om vi har dekning for de slutningene som trekkes. Slutningene vi har trukket er bare på vegne av dem som har besvart undersøkelsen, så den interne gyldigheten er god (Jacobsen 2005, 387). Ved å anvende teori styrker det den interne gyldigheten for de slutninger som trekkes. Flere av resultatene er blitt presentert gjennom bruk av teori, et problem kan være i at teorien ikke passer, dermed kan teorien kun være en indikasjon (Jacobsen 2005, 351).

Ekstern gyldighet går på i hvor stor grad vi kan generalisere våre resultater (Jacobsen 2005, 387). Den eksterne gyldigheten er svak, fordi vi har ikke oppnådd nok svarprosent til å kunne generalisere fra utvalget til populasjon. Dvs. fra dem som har besvart undersøkelsen til målgruppen som er heltidsstudenter ved HiMolde. Svarprosenten endte på 4,38%, fordi 55 av 1257 deltok på spørreundersøkelsen. Undersøkelsen er bare målt i en kort og bestemt periode (en undersøkelse) så resultatene kan svinge hvis undersøkelsen gjøres om igjen på et nytt tidspunkt. En grunn til at det kan svinge er at det er mange som slutter og mange nye som begynner på skolen hvert år. Samt at utvalgsmetodene vi har brukt fører til skjevhet. Dette gjør at den eksterne gyldigheten er svak.

Motivasjonen for evalueringen er lokal, dvs. øke kunnskapsgrunnlaget om hvordan MSI vurderes av potensielle og faktiske medlemmer. Samtidig er undersøkelsesopplegget faglig

forankret ved at det gir en mulighet for utprøving av teori og metodekunnskap vi har tilegnet oss i bachelorstudiet. Vi har anvendt fagkunnskap på en måte som både kan lede til økt kunnskap om den aktuelle organisasjonen og kunnskap som er overførbar forskningen om hvorfor frivillige organisasjoner kan oppleve svingninger i medlemsmassen.

## **7.0 Analyse**

I analyse delen starter vi med å presentere enkle frekvensfordelinger. Den andre delen av analysen går vi mer inn på de innsamlede dataene opp mot kriteriene, hvor vi har toveisanalyser på utvalgte variabler.

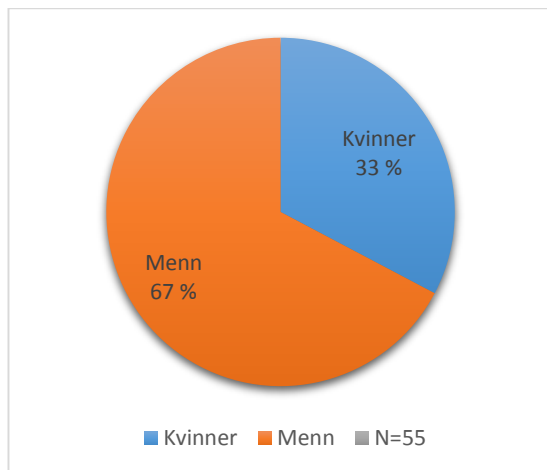
Målgruppen er heltidsstudenter (med utvekslingsstudenter), av de 57 som har besvart spørreundersøkelsen er det 53 heltidsstudenter og 2 utvekslingsstudenter, og 2 deltidsstudenter. Deltidsstudentene er blitt tatt vekk da dem ikke er i målgruppen.

Utteksling går inn i målgruppen vår, så dem er en del av analysen om heltidsstudentene, som summeres til 55, og vil være dem som omtales som respondenter i spørreundersøkelsen herfra og ut.

### **7.1 Del 1 av analysen**

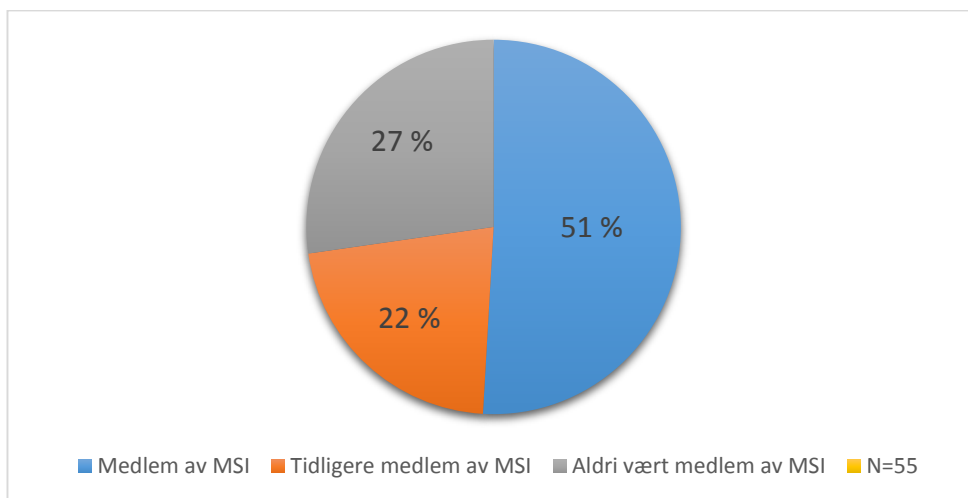
I Spørsmål 1 i undersøkelsen svarer respondentene hvilken studentstatus de har og det fungerte som et filterspørsmål for deltidsstudenter. Ved starten av analysen ble de to deltidsstudentene filtrert ut så vi satt igjen med 55 heltidsstudenter som er målgruppen.

**Figur 1. Kjønnfordeling blant respondentene. Prosent.**



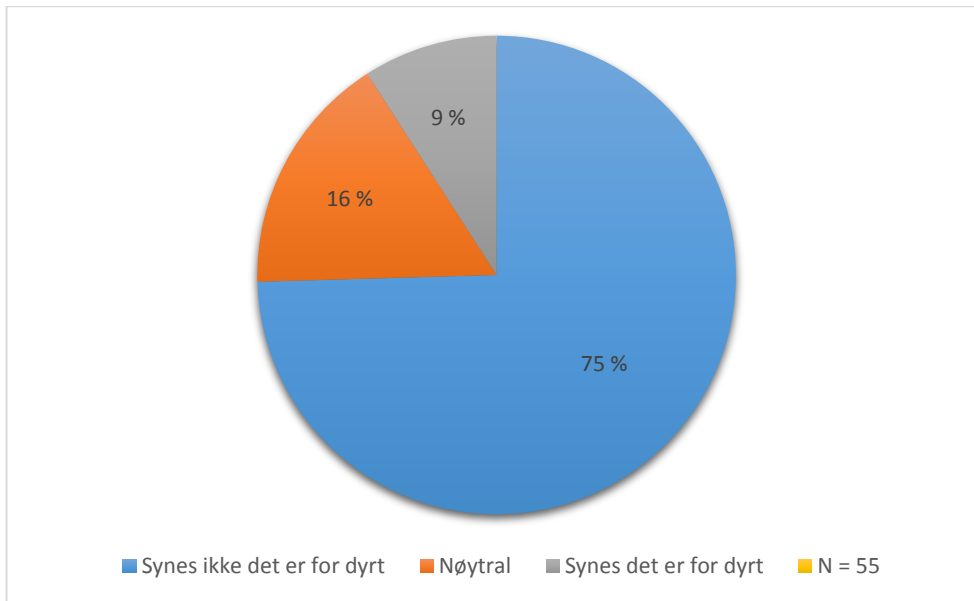
Av de 55 som har deltatt på spørreundersøkelsen er 33 % kvinner og 67 % menn. Dette er en stor skjevfordeling i forhold til andelen kvinner i målgruppen ved høgskolen som er på 61% (vedlegg 2). Men det er en skjevfordeling generelt i MSI sin medlemsgruppe, med klart flertall av menn på 61 % (vedlegg 4).

**Figur 2. Respondentenes relasjon til MSI. Prosent.**



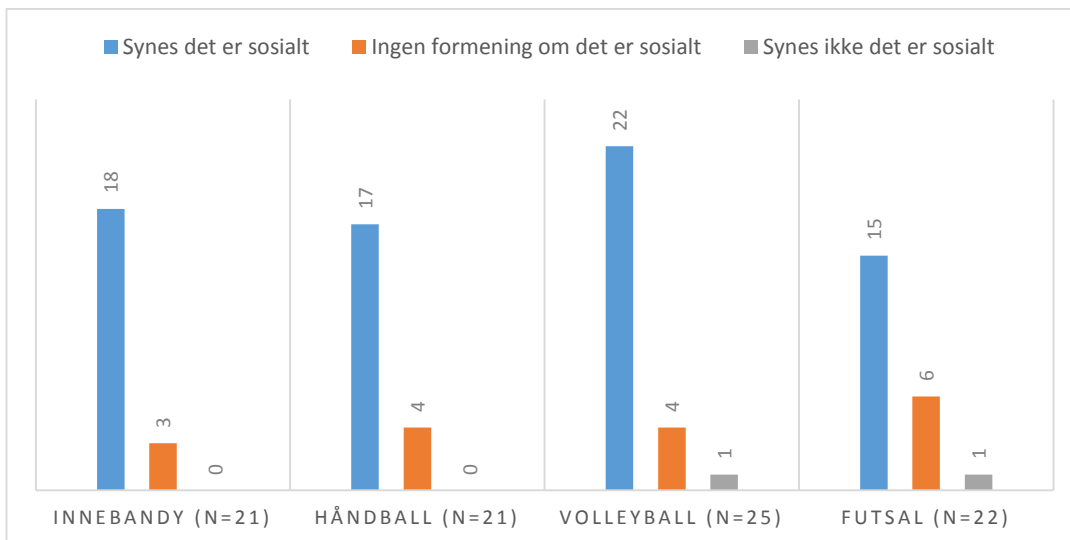
Av respondentene er 51 % er medlemmer av MSI, 22 % er tidligere medlemmer og 27 % har aldri har vært medlemmer (vedlegg 3). MSI medlemmene som har respondert på spørreundersøkelsen utgjør 61 % av MSI sin medlemsmasse våren 2016 (se vedlegg 4).

**Figur 3. Respondentenes vurdering av pris. Prosent.**



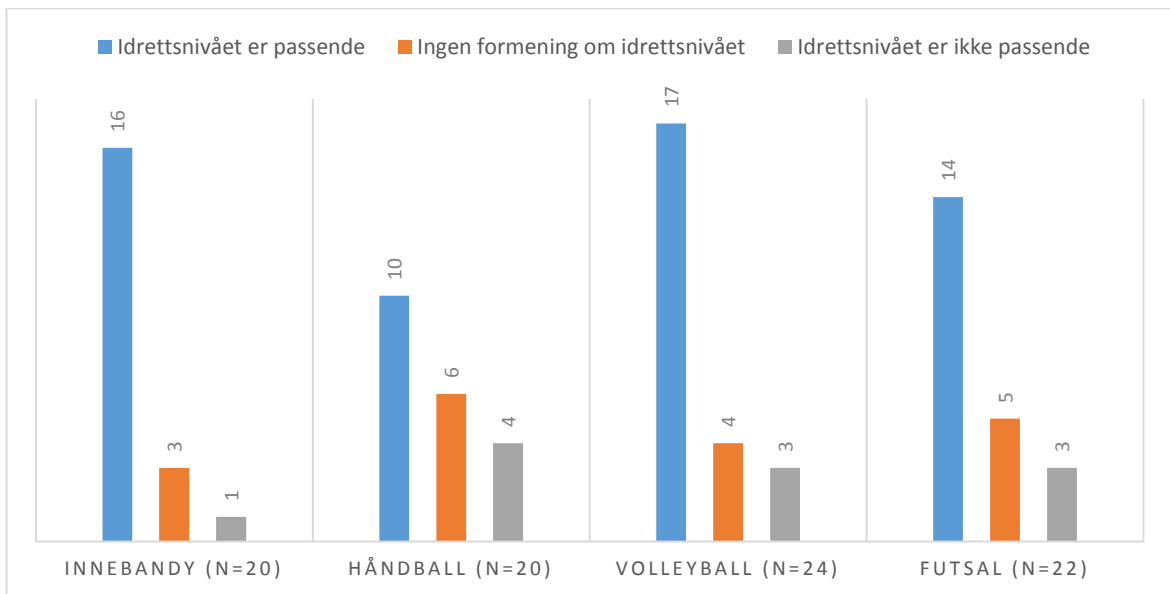
Det store flertallet, 76 % mener 150 kr pr. semester for MSI medlemskap ikke er for dyrt (vedlegg 3).

**Figur 4. Respondentenes vurdering av det sosiale på treningene. Absolutte tall.**



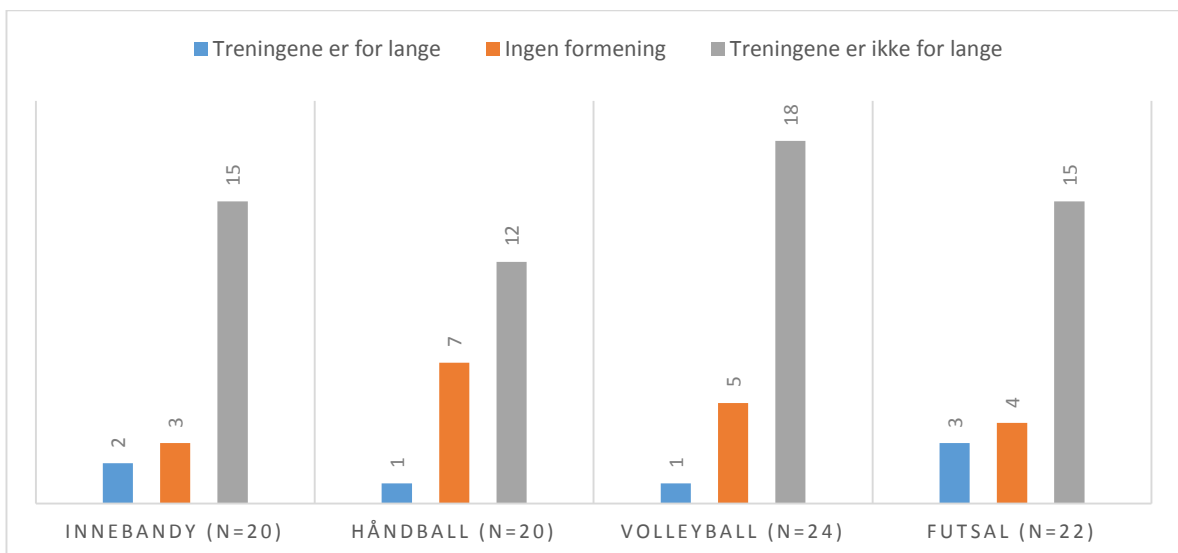
På spørsmålet om det er sosialt på treningene var det bare mellom 21 og 25 respondenter som har besvart. Dette diagrammet viser at det er litt få respondenter som har besvart, men det er tydelig at blant respondentene som har meninger om treningene, at flertallet synes det er sosialt på treningene til MSI.

**Figur 5. Respondentenes vurdering av idrettsnivået på treningene. Absolutte tall.**



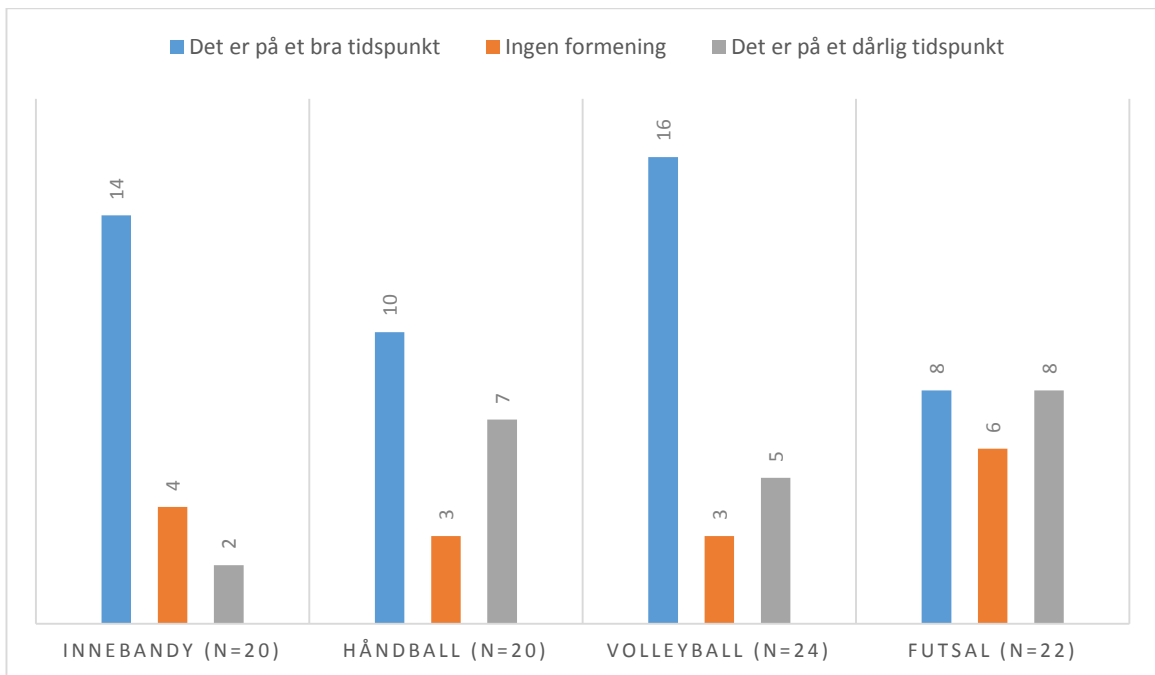
Her varierer det litt mellom treningene hva respondentene mener om idrettsnivået. Men flertall av respondentene som har besvart synes idrettsnivået er passende. Det er bare håndballen som skiller seg noe ut, ved at bare halvparten har gjort opp en mening om at idrettsnivået er passende.

**Figur 6. Respondentenes vurdering av lengden på treningene. Absolutte tall.**



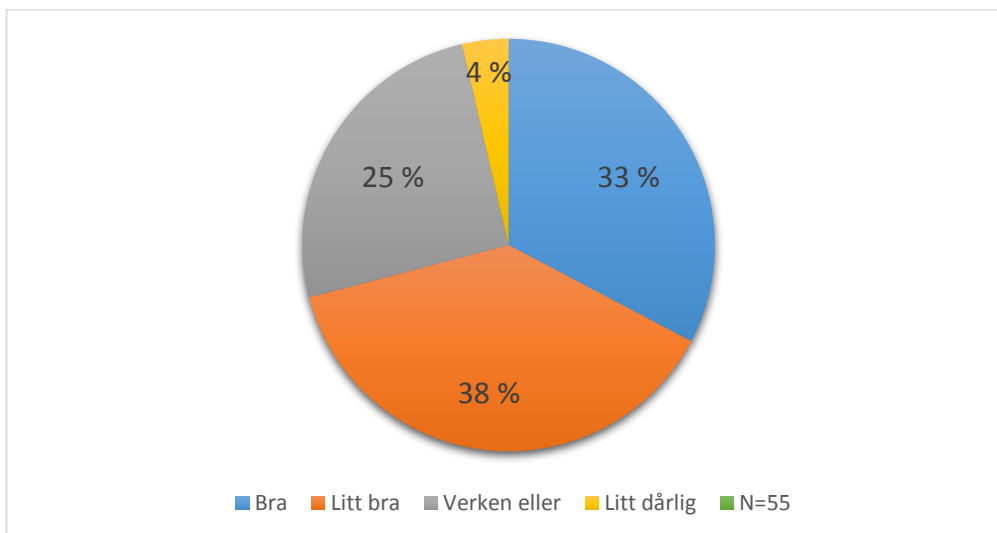
Dette diagrammet viser at flertallet av respondentene synes ikke treningene er for lange.

**Figur 7. Respondentenes vurdering av treningstidspunktene. Absolutte tall.**



Søylediagrammet viser at et klart flertall av respondentene mener innebandy og volleyballtreningene er på et bra tidspunkt. På håndballtreningene er det bare halvparten som synes det er på et bra tidspunkt, og på futsal er det like mange positive som negative til treningstidspunktet.

**Figur 8. Respondentenes helhetsinntrykk av MSI. Prosent.**



Kakediagrammet viser at 71 % av respondentene har et over middels positivt helhetsinntrykk av MSI, og ingen av respondentene har et direkte dårlig inntrykk (vedlegg 3, spm.13).

### **Om det er noen aktiviteter deltakerne av spørreundersøkelsen savner (spm.14)**

Her har 78 % unnlatt å svare, mens det er 12 respondenter som har besvart dette spørsmålet. Av de 12 personene er det bare 9 forslag på aktiviteter som savnes. De 3 siste svarene er mer feedback (vedlegg 3). Det er bare en av de foreslåtte aktivitetene som savnes som nevnes av to forskjellige personer, det er svømming. Noen av aktivitetene som er blitt foreslått er basketball, fekting, golf, pingpongturnering, klatring, løping, sykling, vo2max test og squash.

### **Om andre kommentarer angående MSI (spm.15)**

Her har 78 % av respondentene unnlatt å svare. Av de 12 personene som har besvart er det bare 9 tilbakemeldinger på det MSI driver med (vedlegg 3). To nevner at vestene burde vaskes. De andre kommentarene ligger i vedlegg 3.

I denne første delen av analysen ser vi at jevnt over er de fleste fornøyd med aspektene vi har satt opp for måling i MSI sitt tilbud. Det er verdt å ta med seg videre at et flertall av medlemmene til MSI har respondert på undersøkelsen (61%).

Dette gir ikke noen indikasjoner på hvorfor det er nedgangen i medlemsmassen, så vi går da dypere inn i dataene som er samlet inn, ved å bruke toveisanalyser av utvalgte variabler.

## 7.2 Analyse del 2: Toveisanalyser

**Tabell 1: Respondentenes vurdering av avstand til treningene fordelt på helhetsinntrykk av MSI. Prosent.**

	Uenig	Litt uenig	Verken eller	Litt enig	Enig	Sum
Litt dårlig	0	5	0	50	0	2
Verken eller	17	35	29	0	0	13
Litt godt	42	25	57	50	100	21
Godt	42	35	14	0	0	18
<b>Sum</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>N=</b>	<b>24</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>54</b>

Tabell 1 viser at flertallet av respondentene som er «uenige» i påstanden om at det er for langt til treningene har et litt godt eller godt helhetsinntrykk av MSI. Det er en svak samvariasjon mellom vurderingen av avstanden og et «godt» helhetsinntrykk, ved at desto mer uenig respondenten er i påstanden jo bedre er helhetsinntrykket til respondenten. Når det kommer til respondentenes vurdering av avstanden opp mot helhetsinntrykkets variabler «verken eller», «litt godt» og «verken eller» varierer det en del. Dette kan være på bakgrunn av den svake svarprosenten på påstandens variabler «verken eller», «litt enig» og «enig».

**Tabell 2: Respondentenes medlemsstatus fordelt på helhetsinntrykk av MSI. Prosent.**

	Ikke medlem	Medlem (Betalt MSI-lisensen)	Sum
Litt dårlig	4	4	4
Verken eller	37	14	26
Litt godt	22	54	38
Godt	37	29	33
<b>Sum</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>N=</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>55</b>



Tabell 2 viser at respondentene har et godt eller litt godt helhetsinntrykk av MSI. Det er en svak samvariasjon mellom variablene. Ved at medlemmene i noe større grad oppgir «litt godt» (E=32), mens ikke-medlemmene har i litt større grad har valgt kategorien «godt». Tabell 2 viser at blant dem som ikke er medlemmer har 37 % et verken negativt eller positivt helhetsinntrykk av MSI, mot bare 14 % av medlemmene til MSI som verken har positivt eller negativt helhetsinntrykk av MSI. Blant ikke medlemmene har 59 % et over middels positivt inntrykk av MSI, mens medlemmene er det 82 % som har et over middels positivt inntrykk av MSI. Totalt ser vi her at 71 % av de som har deltatt er har et over middels positiv til MSI helhetsinntrykk av MSI.

**Tabell 3: Respondentenes treningsdeltakelse per måned fordelt på helhetsinntrykket av MSI. Prosent.**

	Aldri	1	2-4	5+	Sum
Litt dårlig	8	0	6	0	4
Verken eller	39	36	19	0	24
Litt godt	31	21	38	73	39
Godt	23	43	35	27	33
Sum	100%	100%	100%	100%	100%
N=	13	14	16	11	54

I tabell 3 er sentraltendensen at de som deltar oftest har et bedre helhetsinntrykk av MSI. Det er svak samvariasjon mellom variablene, i form av at samlingen av respondentene som er litt fornøyd og fornøyd blir prosentvis større desto mer de deltar. Av respondentene som deltar 5+ ganger har 100 % over middels helhetsinntrykk av MSI. Mens blant de som deltar 1 gang i måneden har bare 64 % et over middels helhetsinntrykk av MSI. Blant dem som aldri deltar på treningene har 54 et over middels helhetsinntrykk av MSI.

**Tabell 4: Respondentenes medlemsstatus fordelt på påstanden om MSI er for dyrt. Prosent.**

	Ikke medlem	Medlem	Sum
Uenig	44	54	49
Litt uenig	26	25	26
Verken enig eller uenig	15	18	16
Litt enig	4	4	4
Enig	11	0	6
Sum	100%	100%	100%
N=	27	28	55

Tabell 4 viser at flertall av respondentene som er medlemmer i MSI synes ikke medlemskapet er for dyrt. Resultatene tyder på at dette gjelder generelt fordi 61% av MSIs medlemmer har respondert på undersøkelsen (vedlegg 4).

Medlemmene er litt mer fornøyd med prisen enn ikke-medlemmer. Ut fra tabellen viser det seg at 11% av ikke medlemmene synes det helt klart er for dyrt, mot 0% av medlemmene. Utenom dette er det ganske likt mellom medlemmer og ikke medlemmer.

**Tabell 5: Respondentenes medlemsstatus fordelt på deltakelse per måned. Prosent.**

	Ikke medlem	Medlem	Sum
1	46	7	26
2-4	8	50	30
5-8	4	21	13
8+	0	14	7
Aldri	42	7	24
Sum	100%	100%	100%
N=	26	28	54

I Tabell 5 ser vi at over halvparten av de respondentene som ikke er medlem av MSI er brukere av tilbudet til MSI. Det er samvariasjon mellom om respondentene er medlem eller ikke og deltakelse per måned, ved at de respondentene som er medlem deltar klart oftere på treningene hver måned.

**Tabell 6: Tidligere medlemmer fordelt på helhetsinntrykket av MSI. Prosent**

Helhetsinntrykk	Tidligere medlem
Verken eller	17
Litt godt	25
Godt	58
Sum	100%
N=	12

Tabell 6 viser respondenter som er tidligere medlemmer av MSI er ikke direkte misfornøyde, hvor flertallet har et «godt» eller «litt godt» helhetsinntrykk av MSI.

Toveisanalysene viser at flertallet av respondentene som har et over middels godt helhetsinntrykk av MSI, ikke synes det er for langt til treningene. Respondentene som er medlemmer av MSI har et litt bedre helhetsinntrykk av MSI. Det viser seg også at jo oftere respondenten deltar jo bedre helhetsinntrykk har de av MSI. Flertallet av respondentene synes ikke prisen for medlemskap i MSI er for dyrt, og medlemmene er i snitt mer fornøyde med prisen på medlemskapet. Over halvparten av respondentene som er ikke-medlemmer av MSI er brukere av tilbudet, men medlemmene av MSI er de som bruker tilbudet mest. Flertallet av respondentene som er tidligere medlemmer av MSI har et godt helhetsinntrykk av MSI.

## 8.0 Drøftelse og avslutning

I denne første delen av analysen viste ingen store negative tendenser i MSI sitt tilbud. Derfor var det viktig å gå dypere inn i materialet for å finne ut om halveringen av medlemsmassen til MSI skyldes et dårlig tilbud. Det viser seg at jo oftere respondentene deltar, jo bedre helhetsinntrykk har de av MSI. Flertallet av respondentene synes ikke prisen for medlemskap i MSI er for dyrt, og medlemmene er i snitt mer fornøyde med prisen på medlemskapet. Det at de fleste medlemmene har et godt helhetsinntrykk av MSI gjelder generelt fordi 61% av MSIs medlemmer har respondert på undersøkelsen.

Over halvparten av respondentene som er ikke-medlemmer av MSI er brukere av tilbudet, dette ligner på «gratispassasjerproblemet». Dette blir også antydnet i intervjuet av lederen til MSI. Det kommer fram i intervjuet at dette kan skyldes lite kunnskap om MSI, dårlig innkreving av medlemskontingenten og det at det er en vanskelig betalingsløsning. Lederen av MSI tror det skyldes at mange ikke vet at det er en semesteravgift for å bruke MSI sitt tilbud. Vi som evaluatore ser utfordringene med å drive frivillig organisasjoner med den gjennomflyten av studenter som en liten høyskole som HiMolde har. Dette vil mest sannsynlig kreve ekstra oppfølging og jevnlig markedsføring blant studentene, for å dele informasjon om kravet til medlemskapet og tilbudene til MSI.

Det som kunne talt for en nedgang i medlemsmassen ifølge vår teori om exit, voice & loyalty er nedgang i kvalitet på tilbudet. Men det kommer fram at flertallet av respondentene som er tidligere medlemmer av MSI har et godt helhetsinntrykk av MSI. Men det er bare 12 tidligere medlemmer som har respondert på undersøkelsen. For å få indikasjoner på om kvaliteten på treningene er dårlige anvender vi vår første teori, Social Exchange Theory. For å få indikert om kvaliteten ved tilbudet til MSI er positiv setter vi de forskjellige kriteriene inn i formelen i Social Exchange Theory,  $Worth = Rewards - Costs$ , som gir antydninger til verdien av tilbudet for respondentene. På belønningssiden har vi det første kriteriet, det sosiale, som viser et klart flertall for at det er sosialt på treningene. Det andre kriteriet, idrettsnivå, viser flertall for at det er passende idrettsnivå. Kostnadmessig ser vi at et klart flertall mener prisen ikke er for dyr. Det tidsmessige kriteriet er todelt, det er lengden på treningene og tidspunktene for dem. Et klart flertall mener at treningene ikke er for lange, mens et lite flertall synes treningene er på et bra

tidspunkt. Det tredje kriteriet er distanse og viser at et klart flertall av respondentene ikke synes det er for langt til treningene.

Ved å sette de forskjellige kriteriene inn i formelen får vi indikasjoner på at verdien av tilbudet for de som har respondert, er positiv. Dessverre er svarprosenten for lav til å kunne generalisere fra respondenter til populasjon, men kan fortsatt gi sterke indikasjoner på at tilbudet har en positiv verdi for MSIs medlemmer.

Exit, voice & loyalty-teorien hadde som formål for oss å forklare handlingene hos brukerne som opplevde nedgang i kvalitet på tilbudet til MSI. Vi så fra starten av i oppgaven at flere av fjorårets medlemmer hadde gjennomført en exit, jamfør tap av medlemmer. Det har gått fra 98 medlemmer våren 2015 til 46 medlemmer våren 2016. Dette skal i utgangspunktet etter denne teorien indikere en nedgang i kvalitet, siden det foreligger et så stort tap av medlemmer på kun et år.

Det å delta i undersøkelsen i seg selv er en form for voice og vitner om en viss tilknytning til tilbudet siden en velger å artikulere sine interesser, særlig sett i lys av at det har blitt brukt selvutvelgelsesmetoden. Det er også tendenser til dypere utøvelse av voice-muligheten i form av interesseartikulasjon der både medlemmer og ikke-medlemmer kommer med sine egne innspill til hvordan å utvide og bedre tilbudet til MSI (vedlegg 3), noe som Hirschman sier at vitner om lojalitet.

Til tross for denne store nedgangen i medlemmer er respondentene ifølge analysene av undersøkelsen og social exchange theory positive til tilbudet, og ifølge MSIs leder er det like mange brukere i vår, som våren 2015. Dette går imot hva exit, voice & loyalty tar utgangspunkt i for tap av medlemmer, en nedgang i kvalitet, det er altså noe annet som forårsaker medlemstapet. MSIs leder attribuerte store deler av medlemsbasens halvering til betalingsmetoden og markedsføringen. Leder påstår at innkrevningen av medlemskontingenten i stor grad faller på at brukerne selv betaler inn kontingenten. Her er det med andre ord rom for brukerne å snike seg unna kostnaden for medlemskapet, spesielt siden det ikke er streng nok oppfølging fra styret i MSI (vedlegg 5). Dette er noe som ifølge social exchange theory er gunstig for brukerne, fordi det er kostnadsminimering og derav maksimering av verdien til tilbudet for brukeren.

## 9.0 Oppsummering

Litt over halvparten av respondentene som ikke er medlemmer av MSI, er brukere av tilbudet. Dette gir indikasjoner på et gratispassasjerproblem, som igjen er bekreftet av lederen av MSI i etterkant av spørreundersøkelsen. Så det tyder på at det ikke er nedgang i kvalitet som er skyld i medlemstallet, men mangel på krav om betaling fra brukerne av tilbudet til MSI.

Et stort flertall av respondentene mener MSI avgiften ikke er for dyr. Ut i fra spørreundersøkelsen kommer det også fram at dem som bruker MSI tilbudet hyppigst, er dem som er mest fornøyde med MSI.

Blant de respondentene som ikke er medlemmer har seks av ti et over middels positivt helhetsinntrykk av MSI, mens blant medlemmene som har respondert har åtte av ti et over middels positivt helhetsinntrykk av MSI. Det går klart frem at flertallet av respondentene, har et totalt sett over middels positivt syn på MSI og da på tilbudene som leveres av MSI fordi det er dem som studentene møter og kan bruke.

Dette stemmer overens med regnestykket i Social Exchange Theory som er utledet tidligere i oppgaven, hvor tilbudet til MSI representerer en positiv verdi for flertallet av respondentene, når belønningene og kostnadene ved å bruke tilbudet veies opp mot hverandre. Men Social Exchange Theory veier noe svak her på grunn av den lave svarprosenten på spørsmålene som ble dannet av kriteriene.

**Konklusjon: Heltidsstudentene ved Høgskolen i Molde som har respondert på undersøkelsen, er i stor grad tilfredse med tilbudet fra Moldestudentenes idrettslag.**

## 10.0 Veien videre

Vi anbefaler at MSI å innføre enklere betalingsmetode, slik som lederen av MSI planlegger å gjøre til høsten, ved å innføre vipps som en alternativ betalingsløsning. Vi mener det er viktig å bli flinkere til å ta seg betalt av dem som er delvis brukere uten å være medlem av MSI. Et forslag for å få til dette er å sette en av styremedlemmene til MSI som hovedansvarlig for inndrivelse av medlemskontingent blant brukerne av MSI sitt tilbud, og at denne personen tar den jobben seriøst. Fordi en større medlemsmasse vil øke inntekten og være med på å kunne muliggjøre eventuelle utvidelser av tilbudene i framtiden.

Ved å innføre bruk av betalingsløsningen Vipps fra DNB, kan de som møter opp på trening betale på stedet via mobiltelefonen. For å kontrollere om dem som er på treningene faktisk er betalende medlemmer anbefaler vi å ta i bruk et online dokument (eks. Google docs) slik at alle styremedlemmene i MSI som kontrollerer om brukerne har betalt, kan oppdatere når innbetaling av medlemskapet er bekreftet. Spesialet hvis MSI forsetter med dagens ansvarsfordeling av kontingentinnkrevingen.

Vi anbefaler MSI å finne ut om hvorfor kvinneandelen bare er på 39% av medlemsmassen, når over 60 % av høgskolens studenter er kvinner. For så å sette inn tiltak for å få opp kvinneandelen i medlemsmassen, slik at tilbudet kan være med å dekke større deler av populasjonen. Vi anbefaler MSI å videre foreta en kvalitativ undersøkelse gjennom fokusgrupper fra populasjonen for å teste ut nye tilbud, spesielt blant de potensielle brukerne som ikke er faktiske brukere i dag.

Vi anbefaler avslutningsvis at vestene vaskes jevnlig på grunn av lukt, og fordi hygiene er viktig å prioritere for helsen og trivselsens skyld. Det er kommet inn et par klager på illeluktende vester gjennom denne undersøkelsen.

## 11.0 Kilder

Blau, Peter, *Exchange and Power in Social Life* 1. Utgave 1964, New York, John Wiley & Sons

Brønnøysundregistrene. 2016. «Moldestudentenes idrettslag». Lest: 01.04.2016

Link: <https://w2.brreg.no/enhet/sok/detalj.jsp?orgnr=996452867>

Hirschman, Albert O., *Exit, Voice and Loyalty – Responses to Decline in Firms, Organizations, and States*, 1970, Cambridge, Massachusetts og London, England, Harvard University Press

Homans, George, *Social Behaviour As Exchange*, Lest: 02.04.2016

<http://web.ics.purdue.edu/~hoganr/SOC%20602/Spring%202014/Homans%201958.pdf>

Jacobsen, Dag Ingvar. *Hvordan gjennomføre undersøkelser. Innføring i samfunnsvitenskapelig metode 2*. utgave 2005. Kristiansand, Høyskoleforlaget.

NSI, Norges Studentidrettsforbund, *Studentidrettslag*, 2016, Lest: 10.04.2016 Link:

<http://www.studentidrett.no/studentidrettslag>

Tornes, Kristin (red.). 2012: *Evaluering i teori og praksis*. Trondheim, Akademika forlag.



## Vedlegg 1

### 1. Hva er din studentstatus ved HiMolde? // Whats your student status at HiMolde?\*

- Heltids student // Full-time student
- Deltids student // Part-time student
- Utdvekslingsstudent // Exchange student
- Tidligere student // Former student
- Ingen av disse // None of these

### 2. Kjønn // Sex\*

- Mann // Male
- Kvinne // Female

### 3. Er du medlem og/eller bruker av MSI? // Are you a member and/or user of MSI?

(Du kan være flere av alternativene // You can be several of the alternatives)\*

- Medlem (Betalt MSI-lisensen) // Member (has paid the MSI-license)
- Bruker (benytter tilbudet) // User (uses the activities)
- Tidligere medlem // Former member
- Ingen av delene // Neither

### 4. Hvor lenge har du vært medlem? // How long have you been a member?\*

- Aldri vært det // Never been
- 1-2 semestre // 1-2 semesters
- 3-4 semestre // 3-4 semesters
- 5-6 semestre // 5-6 semesters
- 6+ semestre // 6+ semesters

### 5. Bedøm følgende påstand: MSI er for dyrt (150 kr per semester)

// Rate the following statement: MSI is too expensive (150 NOK (16 euros) each semester)\*

Uenig //  
Disagree

Enig // Agree

1

2

3

4

5

6. Hva er avstanden (ca.) fra deg til treningene? (Høgskolen i Molde ligger ca. 2 km fra Træffhallen (Futsal og volleyball))

// What's your distance (ca.) from the activities? (Molde Univeristy College is ca. 2 km from Træffhallen (Futsal and volleyball))\*

- 0 - 3 km
- 3 - 6 km
- 6 - 10 km
- 10+ km

7. Bedøm følgende påstand: treningene er for langt unna.

// Rate the following statement: the activities are too far away.

Uenig //  
Disagree

Enig // Disagree

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

8. Hvor ofte deltar du (ca.) på treningene per måned?

// How often do you participate (ca.) in the activities?

- Aldri // Never
- 0 - 1
- 2 - 4
- 5 - 8
- 8+

9. Innebandy (om du ikke har formeninger om dette; hopp over denne seksjonen)

// Floorball (if you have no opinions of this activity; skip this section)

Uenig // Disagree

Litt uenig //  
Somewhat disagree

Ingen formening //  
No opinion

Litt enig // Somewhat  
agree

Enig // Agree

Det er sosialt på trening // The activity is social

- 
- 
- 
- 
- 

Idrettsnivået er passende // The skill level fits me

- 
- 
- 
- 
- 

Treningene er for lange // The activity lasts for too long

- 
- 
- 
- 
- 

Treningene er på et bra tidspunkt // The activity is on an appropriate time of day

- 
- 
- 
- 
-

**10. Håndball (om du ikke har formeninger om dette; hopp over denne seksjonen)**

**// Handball (if you have no opinions of this activity; skip this section)**

Uenig // Disagree	Litt uenig // Somewhat disagree	Ingen formening // No opinion	Litt enig // Somewhat agree	Enig // Agree
Det er sosialt på trening // The activity is social				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Idrettsnivået er passende // The skill level fits me				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Treningene er for lange // The activity lasts for too long				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Treningene er på et bra tidspunkt // The activity is on an appropriate time of day				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**11. Volleyball (om du ikke har formeninger om dette; hopp over denne seksjonen)**

**// Volleyball (if you have no opinions of this activity; skip this section)**

Uenig // Disagree	Litt uenig // Somewhat disagree	Ingen formening // No opinion	Litt enig // Somewhat agree	Enig // Agree
Det er sosialt på trening // The activity is social				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Idrettsnivået er passende // The skill level fits me				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Treningene er for lange // The activity lasts for too long				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Treningene er på et bra tidspunkt // The activity is on an appropriate time of day				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**12. Futsal(om du ikke har formeninger om dette; hopp over denne seksjonen)**

**// Futsal (indoor football) (if you have no opinions of this activity; skip this section)**

Uenig // Disagree	Litt uenig // Somewhat disagree	Ingen formening // No opinion	Litt enig // Somewhat agree	Enig // Agree
Det er sosialt på trening // The activity is social				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Idrettsnivået er passende // The skill level fits me				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Treningene er for lange // The activity lasts for too long				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Treningene er på et bra tidspunkt // The activity is on an appropriate time of day				
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Hva er ditt helhetsinntrykk av MSI? // Whats your overall impression of MSI?

Dårlig // Bad

Bra // Good

1

2

3

4

5

14. Er det noen aktiviteter du savner i MSI sitt tilbud?

// In your opinion, is there any activities MSI should be offering?

15. Andre kommentarer angående MSI?

// Other comments regarding MSI?

## Vedlegg 2

### Antall studenter i Målgruppen

For å komme frem til målgruppen som her heltidsstudenter ved Høgskolen i Molde (HiMolde) og studerer og er mest sannsynlig bosatt i Molde, blir bare årstudier, bachelorstudier og master studier på heltid tatt med i utregningen for å komme frem til antall studenter i målgruppen vår. Så heltidsstudenter oppskrevet ved HiMolde men som studerer på andre høyskoler er da fjernet fra målgruppen etter beste evne.

### Antall studenter i vår målgruppe innenfor hver avd:

Fra bachelor og masterstudier på heltid og som er basert i Molde fra avd. Helse og Sosial er det **400** studenter av totalt 770 studenter som kommer inn i målgruppen. Målgruppen er da fra: bachelor i sykepleie (285 studenter), vernepleie (96 studenter) og master i helse- og sosialfag (19 studenter). Av disse 400 studentene er 349 kvinner. Dvs. kvinneandelen er på 87%.

Fra årstudium, bachelor og masterstudier på heltid og som er basert i Molde fra avd. logistikk er det **294** studenter av totalt 457 studenter som kommer inn i målgruppen. Målgruppen er da fra: Årstudium i IT (17 studenter), Bachelor i IT og logistikk (4 studenter), bachelor i logistikk og SCM (118 studenter), internasjonale studentprogrammer i logistikk (totalt 23 studenter), Master logistikk studenter (108+6+11+7= 132 studenter). Av disse 294 studentene er 123 kvinner. Dvs. kvinneandelen er på 42%.

Fra årstudium, bachelor og masterstudier på heltid og som er basert i Molde fra avd. økonomi og samfunnsvitenskap er det **563** studenter av totalt 818 studenter som kommer inn i målgruppen. Så dette er alle studiene ved avdeling økonomi og samfunnsvitenskap, med unntak av emnestudentene som er 255 studenter. Av de 563 studentene er 294 kvinner, dvs. kvinneandelen i målgruppen er på 52 %.

**Målgruppen består da av 1257** heltidsstudenter som er basert her i Molde på Høgskolen, av de totalt 2350 studentene som er registrert ved HiMolde for våren 2016. Av disse 1257 heltidsstudentene som er målgruppen for undersøkelsen, er kvinneandelen på 61 % (766 kvinnelige studenter).

### Link til antall studenter ved Høgskolen I Molde:

Database for statistikk om høgre utdanning, NSD – Norsk senter for forskningsdata, nøkkeltall om HiMolde. Link:

[http://dbh.nsd.uib.no/statistikk/rapport.action?visningId=124&visKode=false&columns=arstall&index=2&formel=222&hier=instkode!9!fakkode!9!progkode&sti=H%C3%B8gskolen%20i%20Molde%2C%20Vitenskapelig%20h%C3%B8gskole%20i%20logistikk&param=arstall%3D2016!9!dep\\_id%3D1!9!kategori%3DS!9!semester%3D1!9!instkode%3D0232](http://dbh.nsd.uib.no/statistikk/rapport.action?visningId=124&visKode=false&columns=arstall&index=2&formel=222&hier=instkode!9!fakkode!9!progkode&sti=H%C3%B8gskolen%20i%20Molde%2C%20Vitenskapelig%20h%C3%B8gskole%20i%20logistikk&param=arstall%3D2016!9!dep_id%3D1!9!kategori%3DS!9!semester%3D1!9!instkode%3D0232)

Lest: 03.04.2016

### Vedlegg 3

<b>Spm.1 Hva er din studentstatus ved Himolde?</b>		
	Antall	%
Heltidsstudent	53	96.4 %
Utvexlingsstudent	2	3.6 %
Sum	55	100,0

<b>Spm.2 - Kjønn?</b>		
	Antall	%
Kvinne	18	32.7
Mann	37	67.3
Sum	55	100.0

<b>Spm.3 - Er du medlem og/eller bruker av MSI? (Omkodet ved hjelp av spm.4)</b>		
	Antall	%
Medlem	28	50,91 %
Tidligere medlem	12	21,82
Bruker som aldri har vært medlem	4	7,27
Aldri vært bruker eller medlem	11	20,00 %
Sum	55	100,0 %

<b>Spm.4 - Hvor lenge har du vært medlem?</b>			
	Kode	Antall	%Alle
1-2 semestre	1	24	43.6
3-4 semestre	2	10	18.2
5-6 semestre	3	5	9.1
6+ semestre	4	1	1.8
Aldri vært det	5	15	27.3
Sum		55	100.0

**Spm.5 – MSI er for dyrt? (150 kr pr. semester), (skala 1 til 5, hvor 1 er uenig og 5 er enig).**

	Kode	Antall	%Alle
1	1	27	49.1
2	2	14	25.5
3	3	9	16.4
4	4	2	3.6
5	5	3	5.5
Sum		55	100.0

**Spm.6 - Hva er avstanden (ca.) fra deg til treningene? (Høgskolen i Molde ligger ca. 2 km fra Træffhallen (Futsal og volleyball))**

	Kode	Antall	%Alle
0 - 3 km	1	45	81.8
3 - 6 km	3	6	10.9
6 - 10 km	4	3	5.5
10+ km	2	1	1.8
Sum		55	100.0

**Spm.7 - Bedøm følgende påstand: treningene er for langt unna. (Skala 1 til 5, hvor 1 er uenig og 5 er enig).**

	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	1	1.8
1	1	24	43.6
2	2	20	36.4
3	3	7	12.7
4	4	2	3.6
5	5	1	1.8
Sum		55	100.0

<b>Spm.8 - Hvor ofte deltar du (ca.) på treningene per måned?</b>			
Kategorinavn	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	1	1.8
0 - 1	1	14	25.5
2 - 4	2	16	29.1
5 - 8	3	7	12.7
8+	4	4	7.3
Aldri // Never	5	13	23.6
Sum		55	100.0

<b>SPM.9.1 - Innebandy [Det er sosialt på trening]</b>			
Kategorinavn	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	34	61.8
Ingen formening	2	3	5.5
Enig // Agree	1	14	25.5
Litt enig	3	4	7.3
Sum		55	100.0

<b>Spm.9.2 - Innebandy [Idrettsnivået er passende]</b>				
Kategorinavn	Kode	Antall	%Alle	%Gyldige
Ikke besvart	0	35	63.6	
Ingen formening	2	3	5.5	
Enig	1	9	16.4	
Litt enig	3	7	12.7	
Litt uenig	4	1	1.8	
Sum		55	100.0	



<b>Spm.9.3 - Innebandy [Treningene er for lange]</b>			
	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	35	63.6
Ingen formening	2	3	5.5
Enig	1	1	1.8
Litt enig	3	1	1.8
Litt uenig	4	6	10.9
Uenig	5	9	16.4
Sum		55	100.0

<b>Spm.9.4 - Innebandy [Treningene er på et bra tidspunkt]</b>			
	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	35	63.6
Ingen formening	2	4	7.3
Enig	1	12	21.8
Litt enig	3	2	3.6
Litt uenig	4	2	3.6
Sum		55	100.0

<b>Spm.10.1 - Håndball [Det er sosialt på trening]</b>			
	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	34	61.8
Ingen formening	2	4	7.3
Enig	1	13	23.6
Litt enig	3	4	7.3
Sum		55	100.0

<b>Spm.10.2 - Håndball [Idrettsnivået er passende]</b>			
	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	35	63.6
Ingen formening	2	6	10.9
Enig	1	5	9.1
Litt enig	3	5	9.1
Litt uenig	4	4	7.3
Sum		55	100.0

<b>Spm.10.3 - Håndball [Treningene er for lange]</b>			
	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	35	63.6
Ingen formening	1	7	12.7
Litt enig	2	1	1.8
Litt uenig	3	3	5.5
Uenig	4	9	16.4
Sum		55	100.0

<b>Spm.10.4 - Håndball [Treningene er på et bra tidspunkt]</b>			
	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	35	63.6
Ingen formening	2	3	5.5
Enig	1	3	5.5
Litt enig	3	7	12.7
Litt uenig	4	5	9.1
Uenig	5	2	3.6
Sum		55	100.0

<b>Spm.11.1 - Volleyball [Det er sosialt på trening]</b>			
	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	31	56.4
Ingen formening	2	1	1.8
Enig	1	15	27.3
Litt enig	3	7	12.7
Litt uenig	4	1	1.8
Sum		55	100.0

<b>Spm.11.2 - Volleyball [Idrettsnivået er passende]</b>			
	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	31	56.4
Ingen formening	2	4	7.3
Enig	1	11	20.0
Litt enig	3	6	10.9
Litt uenig	4	1	1.8
Uenig	5	2	3.6
Sum		55	100.0

<b>Spm.11.3 - Volleyball [Treningene er for lange]</b>			
	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	31	56.4
Ingen formening	1	5	9.1
Litt enig	2	1	1.8
Litt uenig	3	2	3.6
Uenig	4	16	29.1
Sum		55	100.0

<b>Spm.11.4 - Volleyball [Treningene er på et bra tidspunkt]</b>			
	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	31	56.4
Ingen formening	2	3	5.5
Enig	1	12	21.8
Litt enig	3	4	7.3
Litt uenig	4	3	5.5
Uenig	5	2	3.6
Sum		55	100.0

<b>Spm.12.1 - Futsal [Det er sosialt på trening]</b>			
	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	33	60.0
Ingen formening	2	6	10.9
Enig	1	7	12.7
Litt enig	3	8	14.5
Litt uenig	4	1	1.8
Sum		55	100.0

<b>Spm.12.2 - Futsal [Idrettsnivået er passende]</b>			
	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	33	60.0
Ingen formening	2	5	9.1
Enig	1	6	10.9
Litt enig	3	8	14.5
Litt uenig	4	3	5.5
Sum		55	100.0

<b>Spm.12.3 - Futsal [Treningene er for lange]</b>			
	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	33	60.0
Ingen formening	1	4	7.3
Litt enig	2	3	5.5
Litt uenig	3	7	12.7
Uenig	4	8	14.5
Sum		55	100.0

<b>Spm. 12.4 - Futsal [Treningene er på et bra tidspunkt]</b>			
	Kode	Antall	%Alle
Ikke besvart	0	33	60.0
Ingen formening	2	6	10.9
Enig	1	5	9.1
Litt enig	3	3	5.5
Litt uenig	4	4	7.3
Uenig	5	4	7.3
Sum		55	100.0

<b>SPM13 - Hva er ditt helhetsinntrykk av MSI? (Skala 1 til 5, hvor 1 er dårlig og 5 er bra).</b>			
	Kode	Antall	%Alle
2	2	2	3.6
3	3	14	25.5
4	4	21	38.2
5	5	18	32.7
Sum		55	100.0

<b>SPM14 - Er det noen aktiviteter du savner i MSI sitt tilbud?</b>	Kode	Antall	%Alle
Ikke avgitt noe svar	0	43	78.2
Basketball	1	1	1.8
Bedre promo.	2	1	1.8
Dverg kasting	3	1	1.8
Fekting	4	1	1.8
Golf	5	1	1.8
Gratis	6	1	1.8
Morellsteinspytting!	7	1	1.8
Nei.	8	1	1.8
Pingpong turnering	9	1	1.8
Svømming. Klatring mandag 18-20	10	1	1.8
Løping. sykling. svømming. vo2max test	11	1	1.8
Squash	12	1	1.8
Sum		55	100.0

<b>SPM15 - Andre kommentarer angående MSI?</b>	Kode	Antall	%Alle
Ikke avgitt noen kommentar	0	43	78.2
Det er positivt med en leder som ligner på Sean Conery	1	1	1.8
Futsal kan ideelt sett være tidligere på dagen	2	1	1.8
Gi gjernet. liker treningshallen!	3	1	1.8
Hadde vært fint med rene vester.	4	1	1.8
Han som styrer håndballen er ganske kjekk ??	5	1	1.8
Hei Knut	6	1	1.8
Mer promo.	7	1	1.8
Nytt klokkeslett/dat volleyball	8	1	1.8
Volleyball training multiple times pr week. not only on fridays	9	1	1.8
Bedre klister. bedre treninger	10	1	1.8
Synes at det var bedre før	11	1	1.8
Vestene lukter	12	1	1.8
Sum		55	100.0

## **Vedlegg 4**

Vårsemesteret 2015 var det 98 medlemmer.

Vårsemesteret 2016 er det 46 medlemmer. (Fram til og med 01.april 2016).  
Av disse er 18 stk. Kvinnelige medlemmer og 28 stk. mannlige medlemmer.

Innhentet fra økonomiansvarlig i MSI, 1. april 2016

## Vedlegg 5

**Fra:** Sjøsaasen Marius Løyte  
**Sendt:** 10. mai 2016 15:44:00  
**Til:** MSI  
**Kopi:** Knut Eikre  
**Emne:** Intervju om MSI

### Intervju om MSI

Hei leder av MSI, vi lurer på om du har mulighet til å besvare noen spørsmål angående MSI?  
Vi holder på å slutføre en evaluering av MSI og trenger noen supplerende svar for dette.  
Dette er selvfølgelig frivillig om du vil besvare spørsmålene under, men det hadde vært til stor hjelp.

Med vennlig hilsen Marius L. Sjøsaasen og Knut H. Eikre

**Spm.1:** Har antall brukere gått ned våren 2016 sammenlignet med året 2015? (Brukere som i antall folk på treningene)

**Spm.2:** Hvem har ansvar for innkreving av MSI medlemskap?

**Spm.3:** Hvordan innkrever dere inn MSI medlemskap?

**Spm.4:** Hadde dere noen «vervekampanjer» i fjor som bidro til en ekstra oppsving i antall medlemmer?

**Spm.5:** Har dere hatt noen «vervekampanjer» i år? (Vervekampanje, eksempelvis gitt rabatter på noe mot medlemskap i MSI)

**Spm.6:** Hva tror du skyldes nedgangen i betalende medlemmer av MSI?



## SV: Intervju om MSI



ti 16:12

Sjøsaasen Marius Løyte; MSI; Knut Eikre <knuteikre@gmail.com>

Innboks

Hei Marius og Knut, klart det :)

1. Antall **brukere** vår 2016 er noenlunde den samme som vår 2015 og høst 2015. Rundt 80-90 brukere.
2. Styremedlemmene i fellesskap, som regel de som arrangerer treningene som tar hovedansvaret med purring.
3. Ved **overføring** til MSIs konto. Muntlig beskjed hvor så bruker selv er ansvarlig for å **overføre**.
4. Vervekampanje i fjord på høsten i form av rabatt på turneringavgift, dersom man hadde betalt medlemskontingent.
5. Ikke hatt slik kampanje på våren 2016, men planlagt en for høsten.
6.
  - Ikke streng nok på innkreving av medlemskontingent til brukere. Folk sniker seg unna.
  - Lite kunnskap om MSI på skolen, folk vet ikke at det er semesteravgift.
  - Knotete med kontooverføringer, planlagt Vipps alternativ til høsten.
  - Vanskelig å finne kontonr å **overføre** til, litt gjemt inne på en facebookgruppe. Kommer egen hjemmeside fra skolen med bedre oversikt.

Håper dette var til hjelp.

Mvh.

Leder, Moldestudentenes I drettslag

---