

«I tjeneste for mennesker». *Stiftelsen Betaniens organisasjonsidentitet*

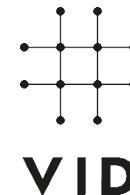
Presentasjon av forskningsrapport, 23. august 2022

Stephen Sirris, Arild Wæraas og James Hathaway

Senter for verdibasert ledelse og innovasjon



Formål og spørsmål

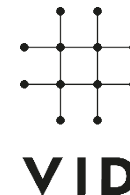


Formål har vært å utforske og dokumentere det som særpreger organisasjonsidentiteten ved Stiftelsen Betanien.

Fire forskningsspørsmål:

1. Hvilke egenskaper og aspekter ved Betanien er med på å definere organisasjonsidentiteten?
2. Hva motiverer ansatte og ledere i virksomhetene, og i hvilken grad er virksomhetenes særtrekk med på å prege ansattes motivasjon?
3. I hvilken grad tas strategiske beslutninger med utgangspunkt i Betaniens identitet og hvordan arbeider organisasjonen for å utvikle tilbudet?
4. På hvilke måter kompletterer Betanien det øvrige tilbudet gjennom nisjetilbud?

Organisasjonsidentitet

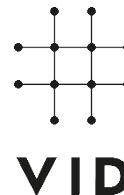


- Organisasjonsidentitet er en organisasjons sentrale, distinkte og varige trekk.
- Sammenligninger med andre organisasjoner, både de man ligner på og de man er forskjellig fra
- Variasjoner ut fra hvilken rolle og posisjon eller enhet
- Kombinasjon av flere organisasjonsformer
- Ikke statisk, men i utvikling
- Ikke en, men flere identiteter

I hvilken retning utvikles Betanien?



Data



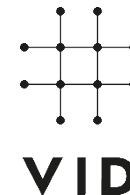
11 intervjuer med ni ulike grupper (43 personer):

- medarbeidere og ledere i sykehjemmet og sykehuset samt barnehageansatte,
- stiftelsen (styret og med ansatte)
- brukere/pårørende/pasienter og representanter av eksterne aktører

Det er sendt spørreskjema til alle ansatte ved Betanien og innhentet 109 svar (28% svarrate).

Dokumentanalyser

Dokumentanalyse



Visjon «I tjeneste for mennesker».

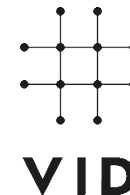
Formålet «Stiftelsen Betanien Bergen er en av Betanien Diakoniinstitusjoner som har som formål på kristen grunn å drive institusjonsvirksomhet etter gjeldende norsk lov, samt utøve og støtte diakonal og kirkelig virksomhet, herunder å utdanne helsepersonell.»



Confidential, Skjellevik, Åse Meistad, 20.10.2022 #2.53.16



Verdier og mål



Kjerneverdier

I tråd med den diakonale tanken som lå bak opprettelsen av Betanien i Bergen i 1904, ønsker Stiftelsen Betanien Bergen å være en aktiv og innovativ samfunnsaktør i tjeneste for mennesker.

- *Omsorg som alltid setter brukerens behov i sentrum*
- *Helhetssyn på mennesket der det vises respekt for hvert menneskes integritet og kulturelle bakgrunn*
- *Åpenhet for livets åndelige dimensjon*
- *Kreativitet i egen virksomhet*
- *Kvalitetsbevissthet i det faglige arbeid*

Strategiske mål

1. Styrke Betaniens egenart og identitet
2. Utvikle nye tjenester – sosial innovasjon
3. Utvikle stiftelsens eiendom
4. Videreutvikle institusjonsdrift
5. Forsvarlig økonomi og kapitalforvaltning
6. Stiftelsen Betanien Bergen skal innen 2030 redusere CO2-utslippet med 40 %

1a. Hvilke egenskaper og aspekter ved Stiftelsen Betanien er med på å definere organisasjonsidentiteten?

Kvantitativt

Tabell 3: *Gjennomsnittsverdier for Betanien og dens ulike enheter på ulike mål for organisasjonsidentitet. N = 109*

	Hele Betanien (n=109)	Stiftelsen (n=8)	Sykehjemmet (n=35)	Sykehuset (n=65)
Utilitaristisk	14,3	14,1	14,2	14,4
Normativ	13,7	12,9	14,1	13,8
Diakonal	11,4	12,2	12,7	10,9
Religiøs	8,8	8,5	10,4	7,8

1b. Hvilke egenskaper og aspekter ved Stiftelsen Betanien er med på å definere organisasjonsidentiteten?

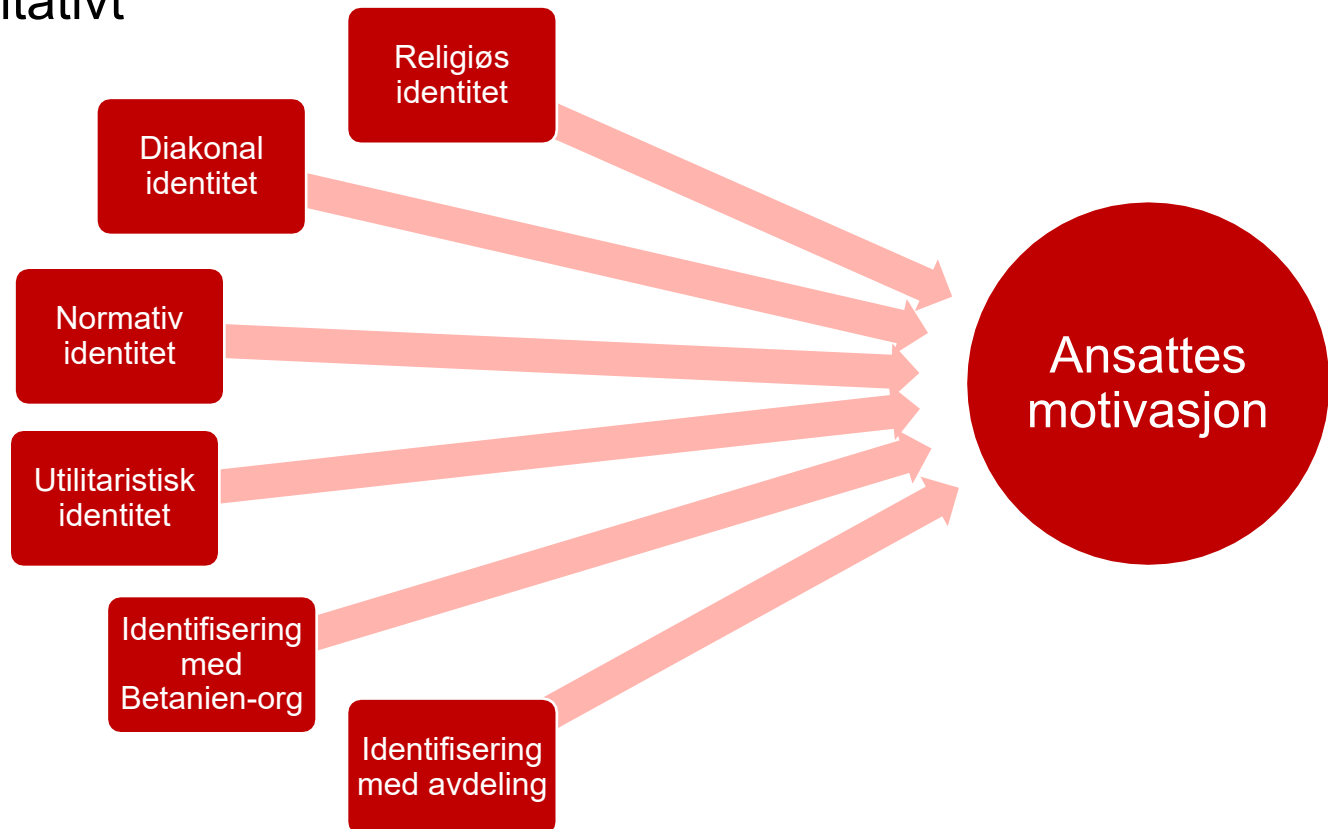
Kvalitativt

- Diakoninstitusjon med kristen tradisjon
- Kategoritilhørighet
- Smådriftsfordeler og drøftinger av å være ideell kontra offentlig eller kommersiell



2a. Hva motiverer ansatte og ledere i virksomhetene og i hvilken grad preges ansattes motivasjon av Betaniens særtrekk?

Kvantitativt



2b. Hva motiverer ansatte og ledere i virksomhetene og i hvilken grad preges ansattes motivasjon av Betaniens særtrekk?

Kvalitativt

- Pasienten i sentrum, omsorg og gode tjenester
- Stolthet over å være pioner.
- Helhetlig menneskesyn
- Oversikt, kjennskap og korte linjer
- Opplevelsen av fellesskap



3. I hvilken grad tas strategiske beslutninger med utgangspunkt i Betaniens identitet og hvordan arbeider organisasjonen for å utvikle tilbudet?

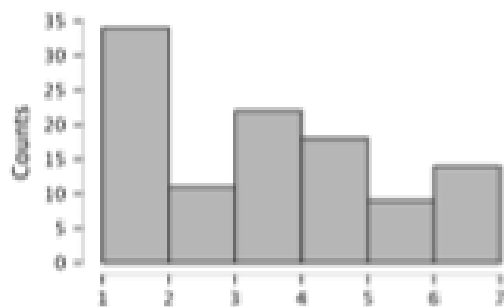
Kvalitativt

- Betaniens formål nevnes tydelig
- Er formålet sovende i organisasjonen?
- Aktørene ønsker å jobbe innovativt, finne behov og nisje

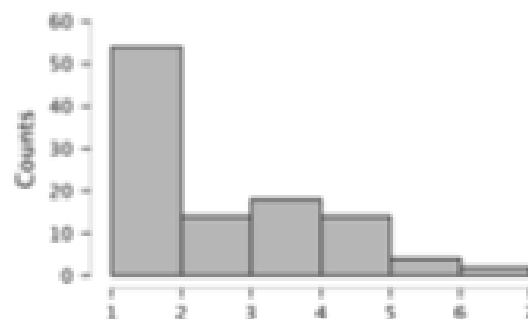
Disse refleksjonene pekte i liten grad på konkrete forhold. Dette gjør at det er vanskelig å påpeke på hvorvidt og hvordan strategiske beslutninger tas med utgangspunkt i Betaniens identitet. Det kan antyde at det skjer i beskjeden grad, at ledernivåene inkludert styret og toppledelsen ikke formidler dette tydelig nok, eller at ansatte ikke fanger det opp. Her ligger et potensial for større gjennomsiktighet og klarere kommunikasjon.

4a. På hvilke måter kompletterer Betanien det øvrige tilbudet gjennom nisjetilbud?

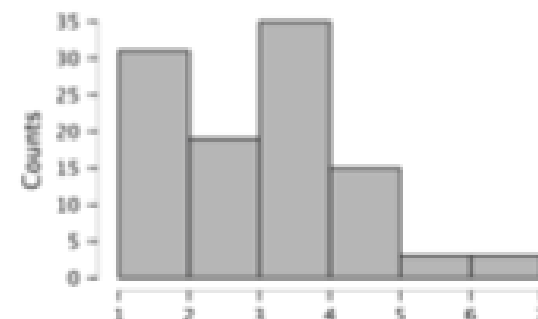
Kvantitativt



Figur 4a: Fordeling av svar på spørsmålet «Deler av Betanien-organisasjonen bør innlemmes i Helse Bergen og/eller Bergen kommune.» Jo høyere verdi, jo større enighet. (n=109)



Figur 4b: Fordeling av svar på spørsmålet «Det er klart hva diakoni skal bety innenfor Betanien-organisasjonen.» Jo høyere verdi, jo større enighet. (n=109)



Figur 4c: Fordeling av svar på spørsmålet «Betanien-organisasjonen er helt forskjellig fra andre ideelle organisasjoner.» Jo høyere verdi, jo større enighet. (n=109)

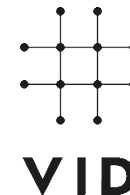
4b. På hvilke måter kompletterer Betanien det øvrige tilbudet gjennom nisjetilbud?

Kvalitativt

- FACT-teamet: fleksibel aktiv oppsøkende behandling
- V27: klinisk ressursenhet i sykehuset. Denne enheten gir undervisning, råd og veiledning til barn og ungdom som utøver problematisk eller skadelig seksuell atferd mot andre barn.



Konklusjon



1. Historien er tydelig til stede i organisasjonen som står i en særskilt tradisjon. Dette er knyttet til Metodistkirken og forståelsen av å være diakonal. Videre profileres Betanien som ideell i motsetning til offentlig og kommersiell. Et poeng som trekkes frem, er smådriftsfordeler i form av korte linjer og god oversikt.
2. Studien viser en bredspektret motivasjon som forbindes med stolthet over å ha vært pioner, opplevelsen av å levere gode tjenester, omsorg og godt fellesskap.
3. Aktørene har begrenset innsikt i hvorvidt og hvordan strategiske beslutninger tas med utgangspunkt i Betaniens identitet. Det kan antyde at ledernivåene ikke formidler dette tydelig nok, eller at ansatte ikke fanger det opp. Her ligger et potensial for større gjennomsløktighet og klarere kommunikasjon.
4. Mens Betaniens oppstartsfasen var preget av pionerånd og innovasjon, synes det mer krevende for aktørene å vise til nyere eksempler, men de løftet frem psykiatri og selvskading som aktivitetstilbud.

Hva skal Betanien være? Fire utviklingsbilder

1. Fortsette som før
2. Rendyrke den diakonale identiteten
3. Strategisk verdiarbeid
4. Vokse og konkurrere

