

1

# Planera en effektutvärdering: steg-för-steg

2

3

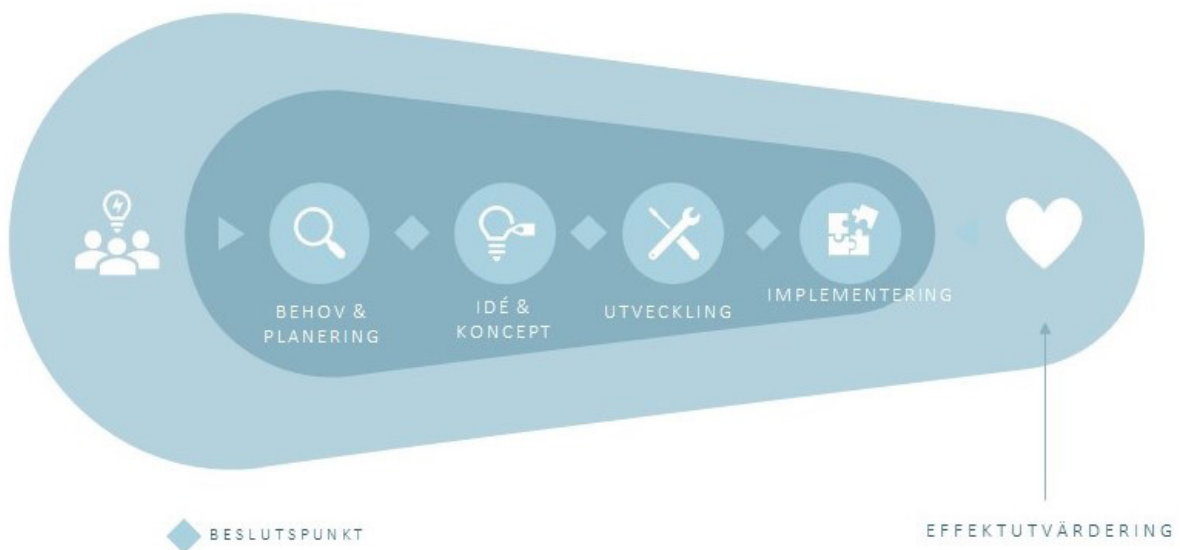
4

## Innovationsprocessen

I innovationsprocessens olika faser genomförs ett antal utvärderingar för att i slutändan kunna uppnå en framgångsrik innovation. Den här guiden syftar till att underlätta i planeringen och genomförandet av en effektutvärdering.

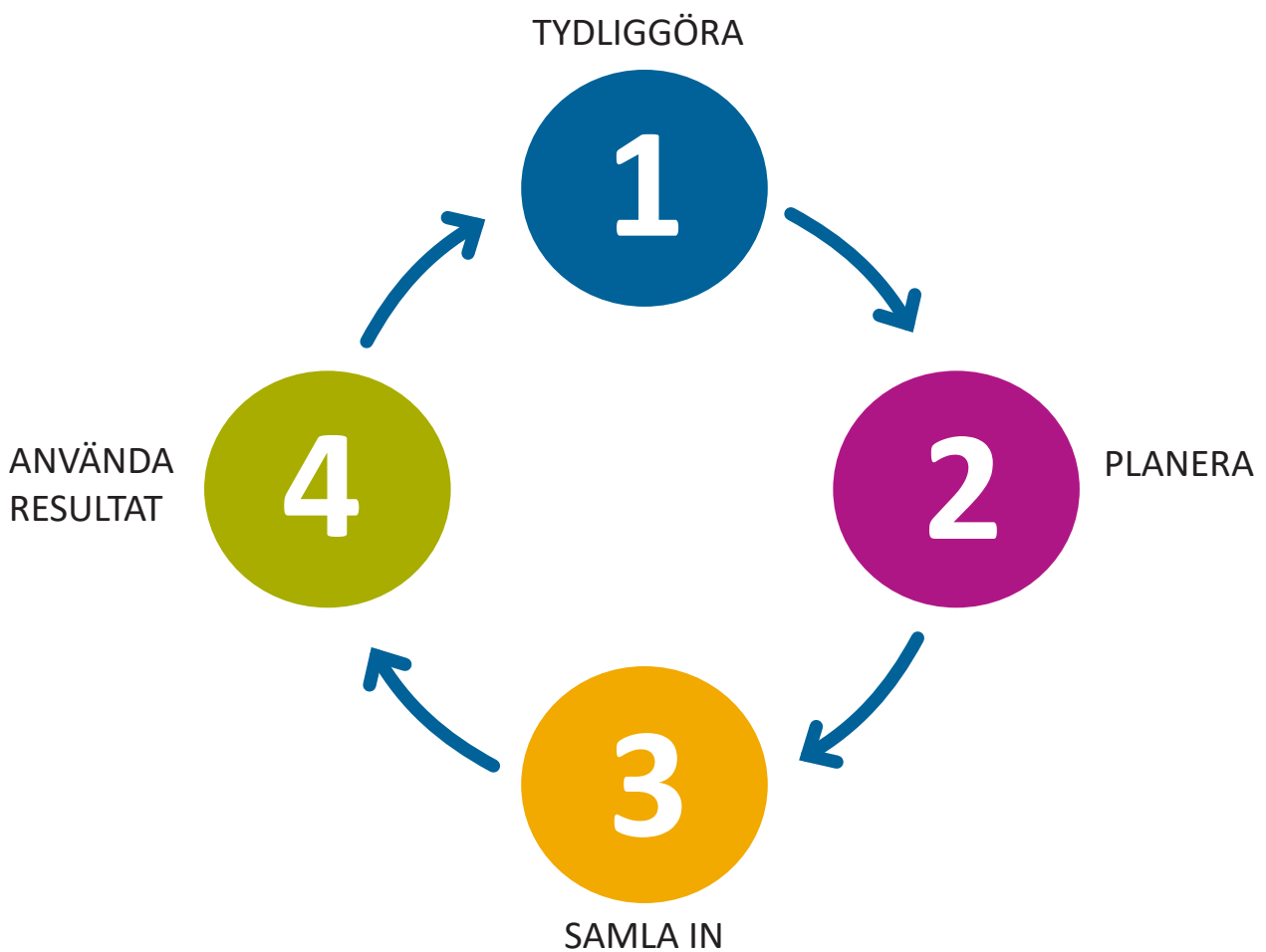
En effektutvärdering sker efter innovationsprocessens sista fas, d.v.s. när den är implementerad och kommit till användning. Utvärderingen avser att samla in information om en innovations effekter och dess skapade värde.

Beroende på hur effektutvärderingen utförs kan resultatet leda till evidens (vetenskapliga belägg), tendenser (påvisar tydlig utvecklingsriktning) eller upplevelser (personliga erfarenheter).



## Effektutvärdering: steg-för-steg

Planeringen av en effektutvärdering inkluderar ett antal överväganden och beslut. Analysera gärna din omvärld! *Hur har andra gjort en effektutvärdering? Vad är deras erfarenheter? Vad kan bli användbart i din utvärdering?* Den här guiden följer fyra steg:



# 1

## Steg 1 – Tydliggöra

### Definiera målet med effektutvärderingen

- Vad ska resultatet av utvärderingen användas till?  
Ex. underlag för finansiering, spridning och breddinförande mm.

### Definiera målgrupp för effektutvärderingens resultat

- För vem är resultatet av effektutvärderingen viktigt?  
Ex. medarbetare, enhetschef, verksamhetschef, förvaltningschef, etc.

**Tips!** Identifiera gärna koncernövergripande grupper som kan ha intresse av resultatet.

Gå till: [www.vgregion.se/om-vgr/ledningssystem/koncernovergripande-grupper](http://www.vgregion.se/om-vgr/ledningssystem/koncernovergripande-grupper)

### Definiera relevanta frågeställningar (hypoteser) för att uppnå målet med effektutvärderingen

- Vad behöver beslutsfattare veta (beslutsunderlag) om innovationens effekter och hur den implementerats?
- Vad är den/de prioriterade frågeställningarna som ska besvaras med utvärderingen?
- Vad är den/de sekundära frågeställningarna som ska besvaras med utvärderingen?
- Hur omfattande ska effektutvärderingen vara?

## Steg 2 – Planera

### Välj metod (design) för effektutvärderingen

- Vad för slags effekter ska utvärderas? Definiera indikatorer och framgångskriterier.
- Hur omfattande behöver effektutvärderingen vara för att ge tillräckligt säkra resultat?
- Utöver effektutvärderingen, behövs exempelvis en ekonomisk utvärdering och/eller en processutvärdering?

### Identifiera vilka data som ska samlas in

Frågeställningarna (hypoteserna) styr vilka data som behöver registreras och när.

- Vilka data har redan samlats in och vad behöver ytterligare samlas in?
- Vid vilka tidpunkter bör effekterna mätas?
- Vem ansvarar för datainsamlingen?
- Hur ska data registreras och lagras säkert?
- Hur ska jämförelse ske med hur det var före innovationen genomfördes? Ex. 0-mätning (före innovationen implementerades), studie med kontrollgrupp eller uppskattad förmätning. Se ”metoder” under steg 3 i den här guiden.

### Identifiera nödvändiga resurser och tidsplanera

- Vilken budget behövs?
- Vem är projektledare, vem ansvarar för datainsamling, analys och rapportskrivning och kommunikation?
- Finns en styrgrupp och vilka ingår i så fall?
- Hur sker kvalitetskontroll och kvalitetssäkring? Ex. identifiera brister i design, metod och datainsamling för uppstart.
- Säkra vetenskaplig kompetens (t.ex. för avancerade statistiska analyser) och praktisk kompetens (t.ex. specialutbildade datainsamlare). Detta gäller om resultatet ska leda till evidens.

### Säkra forskningsetiskt godkännande (vid behov)

Läs mer på: [www.etikprovningsmyndigheten.se](http://www.etikprovningsmyndigheten.se)

## Steg 3 – Samla in och analysera

Genomför datainsamling, analys och sammanfatta resultatet

- Vem ansvarar för vilken del?
- När startar och slutar utvärderingen?
- Behöver datainsamlingsmetod testas?
- Vem håller kontakt med eventuella styr- och referensgrupper?

### Metoder för att samla in data

Det finns kvalitativa- och kvantitativa metoder som kan användas och komplettera varandra. Det är lämpligt att jämföra data från t ex en 0-mätning (förmätning). Det är en mätning som alltså måste ha skett redan i innovationsprocessens inledande fas.

Läs mer om nollmätning i innovationsguiden, under ”Utvärdera resultat”:  
[www.innovationsguiden.se/tips-till-projektgruppen](http://www.innovationsguiden.se/tips-till-projektgruppen)

Exempel på datakällor:

- Litteraturstudier och forskningsrapporter
- Kvalitetsregister, administrativa system, annan statistik

Exempel på metoder:

- Enkäter, formulär och kartläggning av vårdprocesser
- Intervjuer i olika former
- Observationer. Kombinerar med fördel med intervju, s k observju.
- Workshops

Innovationsguiden beskriver metoderna lite mer utförligt på hemsidan:  
[www.innovationsguiden.se/metodmallar\\_undersoka](http://www.innovationsguiden.se/metodmallar_undersoka)

The image shows a user research template titled "Användarresan" (User Journey). It is structured into three main phases: FÖRE (Before), UNDER (During), and EFTER (After). The template includes several sections for data collection and analysis:

- Observera användare (Observe users):** This section is divided into several sub-sections:
  - Aktiviteter (Activities):** "Vad gör personen? Vilka aktiviteter utför?"
  - Vanor och rutiner (Habits and routines):** "Vilka vanor och rutiner har användaren? Skulle de bli bättre eller sämre de tog sig till sig?"
  - Möten och information (Meetings and information):** "Vilka andra människor kommer personen i kontakt med? Och vilken information får personen på vägen?"
  - Gillar och ogillar (Likes and dislikes):** "Vad gillar personen? Vad är personen inte så intresserad av?"
  - Föremål och tjänster (Objects and services):** "Vilka föremål och digitala objekt använder personen i kontakt med? När, var och hur?"
  - Plats och miljö (Place and environment):** "Hur ser ut miljön där personen är? Vilken information får personen på vägen?"
- Användarresan (User Journey):** A vertical column on the right side of the template, divided into three sections:
  - Aktiviteter & händelser (Activities & events):** Represented by a flow diagram icon.
  - Aktörer (Actors):** "Vem/vilka interagerar användaren med?"
  - Emotionella reaktioner (Emotional reactions):** "Vad tänker och känner användaren?"
  - "Sanningens ögonblick" (The moment of truth):** "Hjälppunkter och bottenapp" (Help points and bottom app).

## Steg 4 – Använda och sprida resultatet

- Hur ska resultaten spridas och i vilka kanaler?
- Vilka efterfrågar resultatet och vilka skulle potentiellt vara intresserade?
- Hur kan resultaten matchas till den regionala kunskapsorganisationen\*?



\* Läs mer här: [www.vgregion.se/halsa-och-varld/vardgivarwebben/utveckling--uppfoljning/regional-kunskapsstyrning/](http://www.vgregion.se/halsa-och-varld/vardgivarwebben/utveckling--uppfoljning/regional-kunskapsstyrning/)

### Stödfunktioner i VGR som kan stötta i effektutvärderingsarbetet

- Innovationsplattformen:  
[innovationsplattformen@vgregion.se](mailto:innovationsplattformen@vgregion.se)
- Koncernavdelning data och analys:  
[regionalvardanalys@vgregion.se](mailto:regionalvardanalys@vgregion.se)
- Gothia Forum, hälsoekonomiska analyser,  
[gothia.forum@vgregion.se](mailto:gothia.forum@vgregion.se)

## Källor

Innovationsguiden, Sveriges Kommuner och Regioner (SKR)  
[www.innovationsguiden.se](http://www.innovationsguiden.se)

Ogden, Terje & Sundell, Knut i Att göra effektutvärderingar.  
2012. Kapitel 1 (s. 19-46). Socialstyrelsen och Gothia Förlag AB,  
Stockholm.

Public Intelligence & The National Centre for Public Sector  
Innovation. 2018. A guide to evaluating public sector innovation.  
The National Centre for Public Sector Innovation (COI),  
Köpenhamn.

Författare: Innovationsplattformen, 2020  
[www.vgregion.se/innovationsplattformen](http://www.vgregion.se/innovationsplattformen)  
Version 1, 2020-05-25