



FRÅGOR OCH SVAR OM EFFEKTRAPPORTERING

Här svarar PWCs expert Johan Sverker på frågor om effektrapportering. Vill du ytterligare diskutera effektfrågor är du välkommen att höra av dig till oss på FRII, mejla eller ring info@frii.se / 08 – 677 30 90

Mer om PWCs arbete för ideell sektor följ länken;
<http://www.pwc.se/sv/ideella/index.jhtml>

1. VI SOM JOBBAR MED FORSKNING, HUR SKA VI KUNNA REDOVISA EFFEKTERNA FRÅN ÅR TILL ÅR, NÄR DET KANSKE TAR 10-20 ÅR ATT FORSKA FRAM EN EFFEKT? KAN DU GE OSS ETT EXEMPEL PÅ VAD VI DÅ SKA TA UPP?

Svar: Många organisationer står inför utmaningen att resultat inte uppkommer under enskilda år, utan är en process över lång tid. Det finns olika lösningar på denna utmaning och det är upp till er att välja den metod som bäst avspeglar er verksamhet. En metod ni kan använda er av är att redovisa vilka framsteg som forskningen nått under det år som effektrapporten avser och samtidigt vara tydlig med att det är följd av insatser under tidigare år. Om det inte har skett något som ger effekt enligt er definition, går det att istället beskriva vilka resultat som uppnåtts på en "lägre" nivå, det vill säga beskriva de framsteg som har uppnåtts i ett lägre tidsperspektiv. Ett annat sätt är att redovisa utfallet i förhållande till **förväntade** resultat, det vill säga genom att visa att forskningen går som planerat och gör framsteg i den takt som är förväntat för den typen av forskning. Oavsett metod är det bra att komplettera med organisationens eget lärande vad gäller val av vilken typ av forskning stödjer vi idag. På så sätt beskriver ni inte bara *vad* som åstadkoms utan ni kan också motivera *varför* ni stödjer en viss typ av forskning.

2. I PRINCIPERNA FÖR RAPPORTERING STÅR DET ATT REDOVISNINGEN SKA VARA VERIFIERBAR - IBLAND ÄR DET SVÅRT, PÅ VILKET SÄTT SKA DET VARA VERIFIERBART? ÄR STORYTELLING VERIFIERBART?

Svar: Vad som är verifierbart eller inte är en fråga som vetenskapen ofta återkommer till. Svaret på om storytelling är verifierbart blir därför; det beror på. Verifierbarhet handlar om att data som presenteras ska vara trovärdig och presenteras på ett sådant sätt att det rimligen går att anta att den ger en korrekt bild av verkligheten. Storytelling kan således vara verifierbart, om det också framgår hur historien har tagits fram samt vad syftet med historien är. En tumregel är att



ni ska vara så tydliga med hur ni gått tillväga när ni samlat in och valt ut era historier att någon annan skulle kunna göra om det och med rimlig sannolikhet komma fram till ett liknande resultat. Urval och balans är nyckeln. Genom att beskriva olika förändringar hos en målgrupps beteende vilka kan kopplas till de aktiviteter som genomförts går det att åskådliggöra dessa förändringar via storytelling. Verifierbarheten kan då kopplas till den kontext vari historien har sitt ursprung. Dock bör understrykas att storytelling bör vara ett komplement till övriga data, och inte vara den enda metod som rapporteringen baseras på.

3. JAG FÖRSTÅR INTE SKILLNADEN MELLAN DIREKT OCH INDIREKT EFFEKT?

Svar: En direkt effekt är en effekt som har ett nära samband med de aktiviteter som bedrivits och prestationer som uppnåtts. Ett exempel kan vara minskad dödlighet i mässlingen som en direkt effekt av ett vaccinationsprogram och hälsoinformation till föräldrar, eller ett minskat antal döda i trafiken efter att lag om säkerhetsbälte införts. Kopplingen mellan de aktiviteter som bedrivs, de prestationer dessa leder till och de resultat som går att finna är nära sammankopplade. De indirekta effekterna är följder av de direkta. De indirekta effekterna är ofta många och inte sällan svåra att förutsäga. I ovanstående exempel skulle indirekta effekter kunna vara att befolkningsstrukturer förändras, fler barn går i skolan vilket i sin tur ökar behovet av lärare osv. Vidare kan en indirekt effekt vara att de föräldrar som tagit del av informationen ställer ökade krav på sjukvården och därigenom tvingar fram förändringar vad gäller lagstiftning eller politiken kring vård och omsorg. Inte sällan finns det både positiva och negativa indirekta effekter och det går i regel inte att styra dem helt och fullt. De direkta effekterna uppträder före de indirekta. Hur länge de består och hur lång tid det tar för dem att uppstå beror på vad det är för typ av effekter. Det tar ofta många år för indirekta effekter att uppträda.

4. VAD ÄR EN INDIKATOR?

Svar: En indikator är något litet som pekar på något större. Ett mått som mäter något som har ett samband till det som egentligen skal mätas. Till exempel: röstdeltagande som mått på demokrati eller antal häckande falkar som mått på miljö kvalitet. Nyttan med att använda en indikator är att förenkla och kvantifiera något ni är intresserade av att följa effekten av. Ofta används flera indikatorer för att visa ett samband eller att en förändring skett på det sätt som eftersträvas. Det är viktigt att ni definierar era indikatorer noggrant och testa att de verkligen visar en förändring av det ni egentligen är intresserade av att mäta.

För att både ni själva och externa intressenter ska kunna följa utvecklingen ska ni inte ändra definitioner utan att tydligt beskriva vad ni gjort, hur det påverkar utfallet och varför ni ändrat.



5. VEM SKA SKRIVA EFFEKTRAPPORTEN? EKONOMI-, KOMMUNIKATIONSENHET ELLER NÅGON ANNAN? VARFÖR?

Svar: Först och främst vill vi betona att det mesta av arbetet med effektrapporten inte handlar om att skriva rapporten utan om att bygga upp system som samlar in resultatdata med god kvalitet och högt värde för olika intressenter. I det arbetet kommer troligen stora delar av organisationen att involveras på olika sätt. Ett gott arbete med effektrapportering bör vara en del av er vardag.

Så till frågan om själva rapportskrivandet, Ytterst är det styrelse och ledning som har ansvar för att ni tar fram en effektrapport som uppfyller kodens krav inklusive redovisningsprinciperna och är relevant för givare, finansörer och andra intressenter. Vilka som blir involverade beror på hur ni är organiserade men vi tror att det blir bäst om det finns olika kompetenser i den arbetsgrupp som skriver rapporten, som till exempel kunskap om verksamhet, om metoder för mätning, om kommunikation etc.