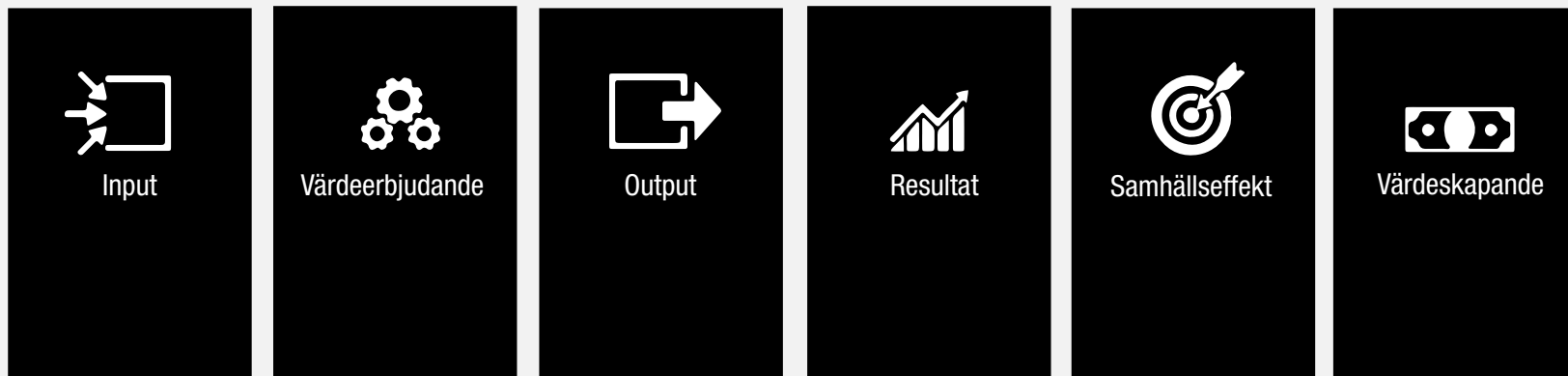


# 12

## Theory of Change

Canvas med social utfallsberäkning



Inspirerad av Berlinger & Singhal (2018) och Carenco (2019)

## 12. Theory of Change Canvas

### Varför

När man väl har förstått problemet man vill lösa på djupet, och generat olika förslag på lösningar är det dags att utveckla en eller flera lösningar mer på djupet och förklara hur lösningen bidrar till att lösa en eller flera av problemets orsaker och i bästa fall rotorsaker. På sikt vill man även kunna mäta och dokumentera den effekt lösningen har. Dels är det viktigt för att förstå om lösningen faktiskt har den effekt som förväntas, dels för att kunna följa upp ändringars påverkan på effekten. Dels kan det vara ett bra argument för att aktörer ska investera i verksamheten.

När man väl fått grepp om hur lösningen bidrar till att lösa orsakerna/rotorsakerna kan man börja räkna på vilka ekonomiska besparingar samhällseffekten leder till för samhället. Det kan vara ett bra argument för att aktörer ska investera i verksamheten och för att motivera för offentliga aktörer eller andra potentiella kunder att betala för verksamhetens värdeerbjudande.



### Vad

Ett vanligt ramverk för att planera, förklara och mäta detta är Theory of Change. Theory of Change Canvas (TOC-canvas) är ett visuellt verktyg som bygger på Theory of Change och som kan användas både vid utvecklingen av en ny form av insats, som ett verktyg för att mäta samhällseffekt och för att planera implementeringen av en befintlig form av insats (Berlinger & Singhal, 2018).

Processen med att beräkna den ekonomiska besparingen som samhällseffekten leder till kallas ibland för "social utfallsberäkning" och själva besparingen för samhället kallas då för "Värdeskapande" (Carenco, 2019). innan den hinner bli kriminell och belasta olika samhällsfunktioner så som t.ex. kriminalvården.

TOC-canvas är främst relevant för fälten Värdeerbjudande och Positiv samhällseffekt i Sopact BMC och används huvudsakligen under Ideationfasen i Design Thinking-processen.

TOC-canvas har fem fält som representerar fem olika faser i förändringsprocessen, därefter kommer ett extra fält för värdeskapande.

**Input** är fältet där allt som går in i tjänsten/varan/insatsen kartläggs, det kan vara allt från finansiering, lokaler och utrustning till personal och samarbetspartners med rätt kompetens (Berlinger & Singhal, 2018). Detta fält överlappar fälten Kostnader och Resurser i Sopact BMC.

**Värdeerbjudande** är precis som i Sopact BMC de varor/tjänster/insatser som minskar problemet och dess orsaker, och förbättrar situationen för målgrupperna.

**Output** är den direkta konsekvensen av värdeerbjudandet. Det kan t.ex. vara antalet utbildade och antal workshops under en utbildningsinsats eller antal individer ur målgruppen som fått tillgång till en produkt (Berlinger & Singhal, 2018).

**Resultat** är den direkta förändring som sker hos individerna i målgruppen efter att de tagit del av värdeerbjudandet. Det kan vara t.ex. vara ökad kunskap eller att individer fått hjälpmedel för att komma ur en utsatt situation. Resultatet ska motverka Problemträdets rötter, orsakerna och i bäst fall rotorsakerna till huvudproblemet.

Berlinger, N. & Singhal R. 2018. Alla pratar om det, men få gör det - en handbok i effektmätning. Mötesplats Social Innovation. [http://www.socialinnovation.se/wp-content/uploads/2018/11/MSI\\_Handbok\\_Effektmätning\\_Digital\\_181106.pdf](http://www.socialinnovation.se/wp-content/uploads/2018/11/MSI_Handbok_Effektmätning_Digital_181106.pdf)  
Carenco, Jenny. 2019-06-06. Introduktionsseminarium - Snabbt på banan: Vad är sociala investeringar? Hur fungerar det? Hur gör jag?. [föreläsning] Prosper Impact Consulting AB. Stockholm.

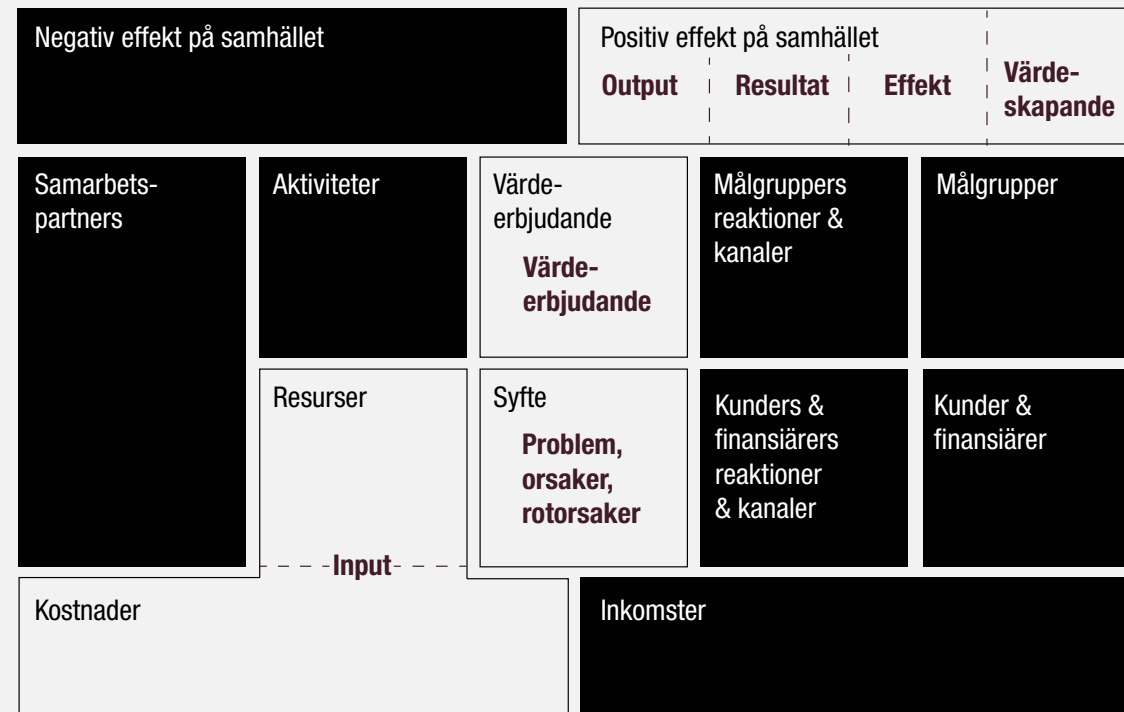
## 12. Theory of Change Canvas

**Samhällseffekt** är alla de förändringar som sker som följd av resultaten (Berlinger & Singhal, 2018). Det kan t.ex. vara att individer gått från arbetslös till att ha arbete eller att individer gått från att upplevt ofrivillig ensamhet till att ha fått vänner att umgås med. Detta leder i sin tur till bättre livskvalitet, bättre hälsa, bättre situation för anhöriga och mindre belastning på offentliga aktörer som t.ex. sjukvården. Samhällseffekten innebär att effekterna av huvudproblemet, grenarna, i problemträdet motverkas. Beroende på komplexiteten i samhällsproblemet kan det ta många år innan dessa effekter går att identifiera och det är oftast svårt att avgöra om effekterna beror enbart på ett specifikt värdeerbjudande eller om andra faktorer har spelat en stor roll.

**Värdeskapande** är hur stora kostnader ett samhälle sparar genom att implementera värdeerbjudandet idag istället för att hantera problemet och dess negativa utveckling och konsekvenser på lång sikt. Som ett exempel kan vi säga att samhällsproblemet man vill lösa är att ungdomar hamnar snett i livet och blir kriminella. Värdeskapandet är då vad samhället skulle spara ekonomiskt på att få in en ungdom på en positiv bana i livet långt innan den hinner bli kriminell och belasta olika samhällsfunktioner, så som t.ex. kriminalvården.

Fälten Output, Resultat, Samhällseffekt och Värdeskapande överlappar fältet Positiv samhällseffekt i Sopact BMC.

### Sopact Business Model Canvas + Theory of Change Canvas



## 12. Theory of Change Canvas

### Hur

**Planering av TOC.** Planeringen av faserna sker dock inte i samma ordning som de uppkommer tidsmässigt vid genomförandet. Det är lätt hänt att man börjar planera en verksamhet utifrån vad man vill göra och vilka resurser man har, snarare än utifrån vilka problem och behov man adresserar. Det är istället att föredra att planeringen sker i följande ordning:

1. Identifiera problemet/orsaken/rotorsaken i problemträdet som ska lösas. Detta steg sker utanför TOC-canvas.
2. Vilket Resultat vill vi skapa med vår verksamhet som motverkar problemet/orsaken/rotorsaken?
3. Vilken Output krävs för att uppnå önskat resultat?
4. Vilket Värdeerbjudande kan uppnå det önskade resultatet?
5. Input planeras utifrån vad Värdeerbjudandet kräver för att kunna genomföras med önskat output och resultat.
6. Samhällseffekt blir en konsekvensen av "Resultat" och går att identifiera genom att titta på problemträdets grenar, "Effekter".

7. Gör en uppskattning av Värdeskapandet, de ekonomiska besparingarna för samhället, som följd av Resultatet och Samhällseffekterna. Eftersom samhället består av ett flertal funktioner som berörs av ett samhällsproblem måste man titta på varje aktörs kostnader var för sig och sedan lägga ihop dem för att få den totala kostnader för samhället. Detta moment kräver troligen stöd av en konsult eller forskare och är därför oftast inte realistiskt att göra i en tidig fas i innovationsprocessen. I vissa fall finns det redan färdiga uträkningar för vad det kostar samhället att en individ befinner sig i en utsatt situation, i så fall blir det lättare att göra en prognos för hur mycket en avgränsad insats sparar samhället. Men man måste då ta med i prognosen att en individ kan ta sig ut ur en utsatt situation även utan insatsen.



5. Vilken input krävs för att kunna leverera värdeerbjudandet?



4. Vilket värdeerbjudande kan uppnå det önskade resultatet?



3. Vilken output krävs för att uppnå det önskade resultatet?



2. Vilket resultat vill vi skapa med vår verksamhet, som motverkar problemet / orsaken / rotorsaken?



6. Samhällseffekten innebär att effekterna, grenarna i problemträdet, motverkas.



7. Beräkna de ekonomiska besparingarna för samhället pga. samhällseffekten.

Inspirerad av Berlinger & Singhal (2018) och Carencio (2019)

### Hur

#### Genomförande av effektmätningen.

Hur ambitiös en social innovatör kan vara när den mäter effekten av en social innovation beror såklart på vilken fas den befinner sig i sin utvecklingsresa. I början får det genomföras väldigt begränsat och enkelt, och i takt med att verksamheten blir större och har mer resurser kan man kosta på sig att undersöka "Resultat" och "Samhällseffekt" mer grundligt. Oavsett hur långt man kommit i utvecklingsprocessen är det dock bra att förstå alla delar i förändringslogiken för den sociala innovationen.

Genomförandet av effektmätningen görs i samma ordning som fälten i TOC-canvas:

1. Referensmätningar, alltså mätningar på hur stort problemet man vill lösa är innan värdeerbjudandet levereras/genomförs, gör man under Input-fasen. Det är lättast att göra om värdeerbjudandet är för en begränsad målgrupp som man lätt kan kontakta, då kan man mäta situationen för de som ska ta del av värdeerbjudandet innan den genomförs. Men många sociala innovationer är av bredare och systemförändrande natur, och då krävs det ofta en större undersökning med ett slumpmässigt urval av individer som kan komma att påverkas. Ibland kan det vara lämpligt att även göra referensmätningar på en referensgrupp, individer från målgruppen som inte kommer vara en del av förändringsprocessen, som jämförelsedata.

2. Mätning av input: Att mäta kostnader, lokaler, utrustning, personal, inköpta tjänster m.m. som krävs för att genomföra värdeerbjudandet.

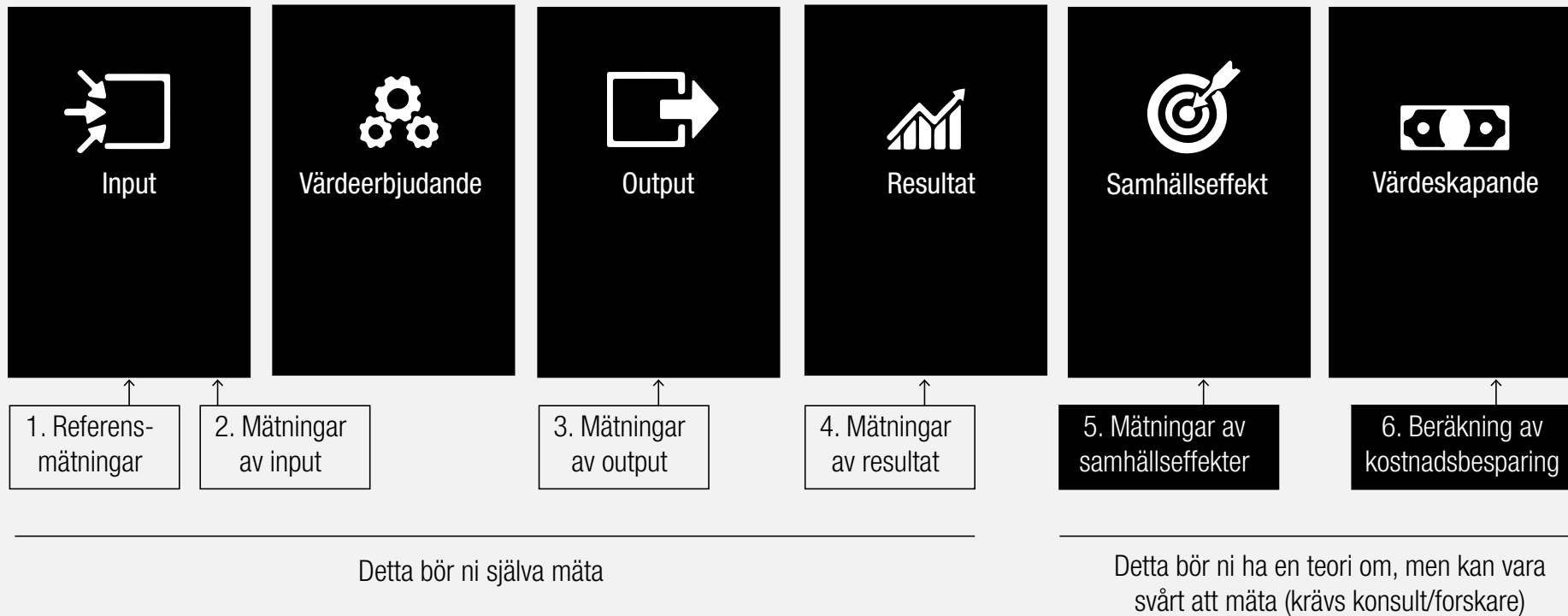
3. Mätning av output: Att mäta outputen är givetvis viktig men outputen i sig säger väldigt lite om vilket värde värdeerbjudandet verkligen skapat.

4. Mätning av Resultatet: Att mäta resultatet är mer krävande än att mäta outputen men ger en mycket bättre bild av vilket värde som skapats. Man måste även säkerställa att det inte är andra faktorer än värdeerbjudandet som kan bidragit till resultatet. Ett sätt är att under första steget göra referensmätningar på individer ur målgruppen som inte tar del av förändringsprocessen och sedan mäta resultatet utifrån hur mycket mycket bättre utvecklingen är för de som deltar i processen.

5. Samhällseffekterna bör man ha en bild av hur de ser ut men att mäta dem kräver hjälp av konsulter eller forskare. Det är mycket svårt eftersom de flesta effekterna inträffar långt efter insatsen är genomförd och att det är svårt att avgöra om effekterna beror enbart på en viss insats eller om andra faktorer har spelat en stor roll. Till och med de flesta konsulter och forskare har svårt att göra så omfattande studier (Bokström, 2020).

6. Värdeskapandet är inte realistiskt för en enskild social innovatör att mäta utan det krävs stöd av konsulter eller forskare. Precis som i planeringsfasen måste man ta in i beräkningen att det är flertal funktioner i samhället som berörs av ett samhällsproblem. Man behöver som sagt även ta hänsyn till att en individ kan ta sig ur en utsatt situation även utan insatsen. Har man gjort ordentliga referensmätningar på en referensgrupp, och har koll på sannolikheten att en person med en problematik tar sig ut ur en utsatt situation utan insatsen, kan man dock ta hänsyn till det i beräkningarna.

## 12. Theory of Change Canvas



**Mätning av TOC.** Beroende på komplexiteten i samhällsproblemet kan det ta många år innan dessa effekter och samhällsbesparingar går att mäta och det är oftast svårt att avgöra om effekterna beror enbart på en viss insats/produkt/tjänst eller om andra faktorer har spelat en stor roll.