



Påverkansanalys

Påverkansanalys är ett strukturerat verktyg för att identifiera och analysera faktorer som påverkar ett specifikt mål eller en process. Genom att visualisera primära och sekundära faktorer kan man tydligare se vilka insatser som är mest effektiva för att uppnå målet.



KATEGORI
Analys



TID
Cirka 30 min



ANTAL PERSONER
3–7 personer



SVÄRIGHETSGRAD
Medel

MATERIAL: Whiteboard, stora papper, pennor i olika färger, post it lappar alternativt digital mall.

När ska verktyget användas?

- När man vill få en tydlig bild av vilka faktorer som påverkar ett specifikt mål.
- Vid förbättringsarbete och strategisk planering.
- För att identifiera nyckelfaktorer och prioritera insatser.

Hur gör man?

Steg 1: Definiera målet som ska analyseras. Detta placeras längst till vänster i diagrammet.

Steg 2: Identifiera de primära påverkansfaktorerna, dvs. de stora områden som direkt påverkar målet. Dessa svarar på frågan vad som behöver vara på plats för att vi ska nå målet.

Steg 3: Bryt ner de primära faktorerna i sekundära påverkansfaktorer. Dessa kan vara mer detaljerade aspekter av de primära faktorerna och svarar på frågan hur man kan nå målet.

Steg 4: Diskutera och prioritera vilka faktorer som har störst påverkan och kan ge bäst effekt. Börja med de som väntas ge störst effekt.

Utmaningar

- Svårighet att identifiera alla relevanta faktorer.
- Risk att fokusera på symptom snarare än orsaker.
- Behöver en strukturerad diskussion för att undvika att fastna i detaljer.

Mer information

- Metoden används ofta inom kvalitetsförbättring, projektledning och strategiskt arbete.
- Kan kombineras med andra analysverktyg som fiskbensdiagram eller SWOT-analys.

Referenser

- Langley, G. J., Moen, R., Nolan, K. M., Nolan, T. W., Norman, C. L., & Provost, L. P. (2009). *The Improvement Guide: A Practical Approach to Enhancing Organizational Performance*. Jossey-Bass.
- NHS England. (2017). *Driver Diagrams - Quality Improvement Tools*. Retrieved from: <https://www.england.nhs.uk/>
- Bryman, A., & Bell, E. (2015). *Business Research Methods*. Oxford University Press.