

Utvärderingsmodell för museer – instruktioner för användare

Innehåll

<i>Vad är utvärderingsmodellen avsedd för och vad har man för nytta av den?</i>	1
<i>Hurdan är modellen?</i>	1
<i>Hur används modellen?</i>	3
<i>Beredningsskede</i>	3
<i>Inloggning i webbtjänsten</i>	4
<i>Utförande av utvärderingen</i>	4
<i>Sammanfattningar av utvärderingssvaren och utvecklingsplan</i>	5
<i>Utvärderingsrapporter</i>	5
<i>Termer i utvärderingsmodellen</i>	6

Vad är utvärderingsmodellen avsedd för och vad har man för nytta av den?

Utvärderingsmodellen för museer är avsedd som stöd för utvecklingen av museernas verksamhet. Modellen uppmuntrar museerna till att identifiera sina styrkor och utvecklingstygdpunkter och att göra val samt hjälper till med omorientering av verksamheten.

Utvärderingsmodellen är ett verktyg som stödjer verksamhetens målinriktning och effektivitet. Utvärderingsmodellen betonar betydelsen av verksamhetsmiljön, kunderna och samfunden samt museets egen kompetens och innehåll vid utvecklingen av ett framgångsrikt verksamhetskoncept.

Endast museet självt kan se sina utvärderingssvar och andra kommentarer i webbtjänsten. Museiverket får genomsnittsinformation om utvärderingssvaren av alla museer som svarat men ingen information om enskilda museer.

Hurdan är modellen?

Utvärderingsmodellens innehåll har blivit till som ett resultat av samarbete mellan museiexperter. Modellen granskar museernas verksamhet med hjälp av identifierade utvecklingsriktningar för museer.

Modellen är indelad i sex utvärderings- och utvecklingsområden. Varje utvärderings- och utvecklingsområde har i sin tur delats in i 3–5 utvärderingsteman.

Museet kan genomföra utvärderingsmodellen i sin helhet eller välja ut önskade delar av den. Det är möjligt att endast fokusera på några utvärderings- och utvecklingsområden eller välja ut enskilda teman för närmare granskning. Att modellen är indelad i moduler ökar enskilda museers möjligheter att skraddarsy modellen enligt sina egna behov och efter respektive situation.

Utvärderings- och utvecklingsområdena och utvärderingstemaerna är följande:

VERKSAMHETSMILJÖ, VAL OCH MÅLSÄTTNINGAR

- Verksamhetsmiljö och museets profil
- Museets strategiska mål
- Genomförande, uppföljning och utvärdering

NÄTVERK, KUNDER, PUBLIKER OCH OLIKA GRUPPER I SAMHÄLLET

- Nätverk och olika grupper i samhället
- Kunder och publik
- Volontärer

RESURSER

- Samlingar
- Information
- Lokaler och fastigheter
- Ekonomi
- Affärsverksamhet och medelansaffning

KOMPETENS OCH VERKSAMHETSSÄTT

- Kompetens vid museet
- Personalens välbefinnande
- Gemensamma mål och växelverkan
- Visionärskap, flexibilitet och smidighet
- Organisationen och processerna

MUSEET IDAG

- Tjänsteutbud
- Roll som möjliggörare
- Tjänsternas tillgänglighet
- Öppnande och distribuering

MUSEET PÅ LÅNG SIKT

- Museet som samhällets minne
- Museet som kultur- och naturmiljöaktör
- Museet som aktör inom konst- och kultursektorn
- Museet som aktör inom forskningssektorn och som kunskapsproducent
- Museet som påverkare inom övriga samhällssektorer

Varje utvärderingstema innehåller

1. *diskussionsfrågor*. Avsikten med frågorna är att få gruppen som utför utvärderingen att diskutera och komma med iakttagelser och en gemensam uppfattning om utvärderingstemat i fråga. Det lönar sig att skriva ned viktiga åsikter och iakttagelser så att man vid behov kan återkomma till dem i ett senare skede. Det rekommenderas att man reserverar cirka 15 minuter för diskussionen.
2. *utvärderingsfrågor*. Efter diskussionen går utvärderingsgruppen över till själva utvärderingen. Alla utvärderingsfrågor ska besvaras på en skala från 1 till 5. Om någon av frågorna inte alls är relevant för museet kan ni välja alternativet "inget svar".

Utvärderingsskalan är följande:

1. Förverkligas mycket dåligt / *det finns inget bevis för saken och man har inte diskuterat den*
2. Förverkligas försvarligt / *saken har diskuterats och man ämnar främja den men det finns inte ännu något bevis för den*
3. Förverkligas nöjaktigt / *saken genomförs men den har inte utvärderats eller utvecklats*
4. Förverkligas bra / *saken fungerar bra i praktiken och den utvärderas och utvecklas*
5. Utförs mycket bra / *saken fungerar i praktiken, den utvärderas, utvecklas och är en särskild styrka i verksamheten*

Utvärderingsfrågorna är skrivna i form av påståenden. Med hjälp av skalan utvärderas prestationsnivån för museets verksamhet vid tidpunkten för utvärderingen. När verksamheten utvärderas ska man undvika utvärderingar som bygger på åsikter och i stället fundera på om det som beskrivs i frågan finns vid museet och hur bra det fungerar eller utförs i verkligheten.

Hur används modellen?

Beredningsskede

- Innan utvärderingen påbörjas vid museet är det bra att fundera på målen för utvärderingen och huruvida man är beredd att förbinda sig till de utvecklingsåtgärder som utvärderingen ger upphov till.
- Du kan läsa igenom frågorna och bekanta dig med modellen före själva utvärderingen. Det är dock inte nödvändigt.
- Det lönar sig att välja en utvärderingsfacilitator vid museet med uppgift att ansvara för utvärderingsprocessens skeden och dess genomförande. Det är bra att välja någon annan än museichefen som facilitator. Facilitatorn har som uppgift att ha hand om utvärderingsprocessen. Hen ser till att alla känner till utvärderingens mål och verksamhetssätt. Facilitatorn ser även till tidsanvändningen, att man håller sig till saken samt att utvärderingen bygger på identifierade fakta.
- Det lönar sig att engagera en så omfattande representation av personalen i utvärderingen som möjligt. Vid mindre museer kan alla vara med medan det vid större museer är viktigt att man samlar ihop en representativ grupp med anställda från olika uppgifter.
- När utvärderingsprocessen planeras är det bra att observera att utvärderingens resultat inte ensamt är det viktigaste. Minst lika viktiga är diskussioner och iakttagelser som man tillsammans kommer med under utvärderingsprocessen. Därför lönar det sig att reservera tillräckligt med tid för diskussionerna.
- I utvärderingsmodellen ingår också en ordlista med definitioner av termer. Dessutom finns det i inledningarna till utvärderingsområdena och i inspirationslänkarna (på webben) förslag till aspekter på de olika temana i modellen. Ändå har man velat lämna definitionsmässigt spelrum i modellen så att olika museer kan använda modellen för att återspegla just sina verksamhetssätt och betoningar. Tanken är att gruppen som utför utvärderingen också själv fastställer vad olika perspektiv innebär i museets verksamhet och skriver ned det för följande utvärdering.
- Utöver diskussioner lönar det sig att också allokerat tillräckligt mycket resurser till och fästa uppmärksamhet vid planering, inledande och genomförande av de utvecklingsåtgärder som utvärderingen ger upphov till.
- Utvärderingsmodellen är en omfattande helhet och det går inte att göra hela utvärderingen på en dag. Därför lönar det sig att välja ut ett lämpligt antal utvärderingsområden eller teman i modellen som man ska behandla. Om man vill göra hela utvärderingen, ska man reservera flera sessioner för arbetet. Som tumregel kan man säga att det lönar sig att reservera en halv dag för komplettering av ett utvärderings- och utvecklingsområde. Därmed tar det cirka tre dagar att gå igenom hela modellen. Det lönar sig att inkludera utvärderingen till exempel i programmet under utvecklingsdagar. Modellen kan också användas som en del av museets strategiarbete.
- Det lönar sig att skaffa sig användarkoder till webbtjänsten för museiutvärdering innan utvärderingen inleds. Du kan beställa koderna till din e-postadress från webbtjänsten. Museet får gemensamma koder för utvärderingarna. Det går även att göra utvärderingen med PDF-dokumentet på svenska utan användarkoder.

Inloggning i webbtjänsten

- Webbtjänsten med utvärderingsmodellen för museer finns tillgänglig endast på finska på adressen museoarviointi.fi.
- Utvärderingsmodellen är tillgänglig också utan inloggning, men för att kunna spara svar i tjänsten behöver man användarkoder till tjänsten. Beställ koderna via länken "Rekisteröidy" på webbtjänstens förstasida. Koderna är museispecifika.
- På registreringsformuläret anges museets namn, e-postadress och kontaktpersonens namn.
- Museiverkets administratörer godkänner ansökan och skickar ett bekräftelsemeddelande till den e-postadress som museet angett. Via aktiveringslänken i e-postmeddelandet kan du ställa in ett lösenord.
- Därefter kan du logga in i utvärderingsmodellen med e-postadressen och lösenordet på adressen www.museoarviointi.fi.
- Du kan beställa ett nytt lösenord genom att klicka på inloggningsknappen på tjänstens förstasida.

Utförande av utvärderingen

- Välj ut ett av de sex utvärderingsområdena i modellen som ni först vill utvärdera.
- Varje utvärderingsområde omfattar 3–5 områden med olika teman. Utvärderingsgruppen väljer ut det område som den först vill utvärdera.
- I början av varje område ställs 2–3 diskussionsfrågor som en inledning till temat. Under diskussionen antecknar man viktiga iakttagelser i de angivna fälten.
- Därefter övergår utvärderingsgruppen till de egentliga utvärderingsfrågorna. Varje fråga ska utvärderas på en skala från 1 till 5 enligt hur bra saken i fråga förverkligas vid museet. För att bilda en gemensam åsikt kan ni försöka framskrida enligt följande:
 1. Specificera sådant som är viktigt för utvärderingen av saken i fråga. Samtidigt identifierar ni sådant som ni är eniga om och å andra sidan sådant som ni har olika åsikter om. Skriv ned väsentliga iakttagelser.
 2. Diskutera bakgrunderna till betydande skillnader i synsätt.
 3. Försök nå samförstånd.
- Samförståndet ska alltid bygga på konkreta bevis på såväl verksamheten som resultat som åstadkommit genom verksamheten. Om det är svårt att få en tydlig uppfattning om en fråga ska ni inte använda värdet 3 på skalan som kompromiss utan betrakta frågan uttryckligen utifrån beskrivningarna av de olika värdena på skalan (*t.ex. 2 – saken diskuteras och den ska främjas men det finns inte ännu något bevis för det*) och fundera på vilken beskrivning som bäst motsvarar museets prestationsnivå.
- I vissa frågor är beskrivningarna på skalan inte de bästa möjliga. Då är utvärderarna tvungna att tillämpa skalan. Om frågan är irrelevant för museet kan ni också låta bli att besvara den (kryssa för "inget svar").
- I slutet av varje utvärderingstema finns ett textfält där ni kan skriva ned viktiga iakttagelser kring och motiveringar till svaren.
- När ni har behandlat temat färdigt kan ni spara det. Därefter kan ni välja nästa tema.

Sammanfattningar av utvärderingssvaren och utvecklingsplan

- Sammanfattnings- och utvecklingsplansfunktionen är tillgänglig endast i webbtjänsten.
- När ni inom ett utvärderingsområde har behandlat alla önskade teman kan ni övergå till sammanfattningen av utvärderingsområdet där ni kan se en sammanfattning av de givna svaren. På sidan visas medeltalen av svaren för respektive utvärderingsområde och –tema, och genom att klicka på medeltalet för önskat utvärderat tema kan ni se svaren på enskilda frågor.
- Resultaten sammanfattas också i form av ett diagram där museets svar under olika utvärderingsomgångar visas.
- Utifrån resultaten förs ett sammanfattningssamtal där utvärderingsgruppen identifierar 1–3 av de viktigaste utvecklingsobjekten kring respektive område och skriver ned objekten i de angivna textfälten.
- Utvärderingen är ingen slutpunkt utan uttryckligen ett hjälpmedel för utvecklingsarbetet vid museet. Museet kan använda sig av utvärderingen för att kunna identifiera utvecklingsobjekt och göra upp en utvecklingsplan och ett utvecklingsprogram för sig själv.
- När önskat antal utvärderingsområden har behandlats övergår man till att utarbeta en utvecklingsplan. Genom att klicka på länken för museets utvecklingsobjekt i navigeringsbalken kan utvärderingsgruppen studera en sammanfattning av svaren på hela utvärderingen. Därutöver ser gruppen samtliga utvecklingsobjekt kring olika utvärderingsområden som den listat under utvärderingen och kan göra val kring dem samt prioritera och bearbeta dem. I tjänsten kan ni också fastställa åtgärder och tidtabeller för utvecklingsobjekten.
- Det lönar sig att ange utvecklingsobjekten så konkret som möjligt så att man i efterhand kan konstatera vad man har lovat och ännu senare fastställa hur utvecklingsåtgärderna har framskridit.
- På utvärderingsområdenas förstasidor finns inspirationslänkar som förhoppningsvis stödjer utvecklingsarbetet och skänker museet nya tankar och idéer.

Utvärderingsrapporter

- I alla utvärderingsskeden kan museet också skriva ut sina svar som antingen en PDF- eller en Excel-rapport. I rapporten visas utvärderingsgruppens samtliga utvärderingssvar, sammanfattningarna av dem samt de iakttagelser och utvecklingsobjekt som gruppen skrivit ned i modellen.
- Ni kan alltid spara utvärderingssvaren efter att ni behandlat ett utvärderingstema färdigt. När ni börjat utvärderingen har ni ett år på er att slutföra den. Svaren kan kompletteras under 365 dagar. Resultatsammanfattningarna och rapporterna som kan fås från utvärderingstillämpningen uppdateras under 365 dagar alltefter att museet behandlar nya utvärderingsområden eller korrigerar tidigare utförda utvärderingar. När ett år har gått sedan utvärderingen inleddes ”raderas” utvärderingsmodellen och museet kan inleda en ny utvärdering från början. De tidigare utvärderingsresultaten finns kvar i databasen och kan skrivas ut i Excel-format. **Obs!** Efter ett år går det inte längre att skriva ut andra PDF-rapporter eller resultatsammanfattningar från webbtjänsten. Därför lönar det sig för museet att spara dessa på sina egna datorer.

Termer i utvärderingsmodellen

Utvärderingsperiod

Tiden mellan självutvärderingarna som museet självt kan bestämma enligt sina behov. En utvärderingsperiod omfattar i genomsnitt 2–4 år men den kan också kopplas ihop med perioderna för den strategiska planeringen av verksamheten.

Kund

Personer, företag och organisationer som en gång eller upprepade gånger använder, tar emot, beställer eller köper tjänster. Därutöver kan kund också betraktas mera omfattande som befolkningen eller på en allmän nivå som ett samhälle som kan representeras av till exempel statens och kommuners tjänstemanna- och förtroendevaldaorganisationer eller andra organisationer.

Kundbeteende och kundnöjdhet

Med kundbeteende beskrivs kedjan av funktioner och beslut som kunder fattar när de köper en produkt eller en tjänst. Kundnöjdheten beskriver hur bra kundernas förväntningar uppfylls. Kundnöjdheten är den viktigaste mätaren när det gäller att säkerställa att utvecklingen sker i rätt riktning.

Kundinformation och kundförståelse

Kundinformation fås genom att man systematiskt samlar in den med olika metoder, till exempel genom att be om respons, genomföra enkäter, diskutera och observera. Kundinformationen kan samlas in för ett visst ändamål men genom att analysera och kombinera uppgifter som samlats in med olika metoder kan man också utveckla en mera omfattande kundförståelse. Kundförståelsen är en djupgående uppfattning om vad kunderna i synnerhet värdesätter i verksamheten eller tjänsterna. Kundförståelsen borde påverka förutom organisationens strategi även allt som organisationen gör.

Öppna data

är innehåll och data i digitalt format som vem som helst fritt och avgiftsfritt får använda, bearbeta och vidarebefordra för vilket ändamål som helst.

Digitalisering

är överföring av samlingsuppgifter och andra informationsmaterial till elektroniskt format. Syftet med digitaliseringen av material är att göra dem bättre tillgängliga och lättare att utnyttja både nu och i framtiden. Med hjälp av gemensamma verksamhetsmodeller och standarder inom branschen strävar man efter en lyckad och kommersiell digitalisering och långtidsförvaring av kulturarvsmaterial.

Dokumentation

omfattar mångsidigt den av museer utförda lagring som kan gälla olika fenomen och objekt som i sig inte utgör delar av museets samlingar (t.ex. dokumentering av kultur- och naturmiljöer, fenomenbaserad dokumentering, muntliga traditioner m.m.). Såsom inventering uppfyller inte heller dokumentationen alltid definitionen av forskning men kan bestå av forskningsmässiga delar eller också kan informationen som den producerar leda till forskning. Dokumentation innebär utförlig lagring av olika objekt.

Tillgänglighet

En byggnad eller en miljö är tillgänglig när den fungerar för alla användare, är säker och behaglig att använda. Inuti byggnader är det lätt att nå alla rum. Dessutom är lokalerna och funktionerna inne i dem så lätta som möjligt att använda och logiska.

Utökningsplan

är en del av samlingspolicyn. En av museet utarbetad utredning om innehållet i museets samlingar samt de principer enligt vilka museet väljer ut föremål, verk, prov och andra material till samlingarna. En utökningsstrategi eller -plan för en viss tidsperiod fastställer hur museet med de resurser som står till dess förfogande bäst kan uppnå de i utökningspolicyn uppsatta målen.

Bidragkalkylering

Genom bidragkalkylering undersöks verksamhetens, enskilda produkters eller tjänsters lönsamhet. I bidragkalkyleringen drar man av kostnaderna från intäkterna. Då ser man om intäkterna räcker till att täcka kostnaderna, om man med intäkterna också kan täcka andra kostnader och om man får vinst.

Hållbarhet och ansvarsfullhet

Ansvarsfull verksamhet står på en ekologiskt, socialt, kulturellt och ekonomiskt hållbar grund såväl på kort som på längre sikt. Verksamhet enligt hållbar utveckling planeras och genomförs med tanke på produkters och tjänsters hela livscykel. Det är viktigt att varje organisation själv identifierar och definierar vad ansvarsfullhet innebär för och kräver av dess egen verksamhet.

Försökskultur

är ett sätt att verka, utveckla och planera snabbt och med en liten risk. Med försök avses tids-, plats- och budgetmässigt avgränsade praktiska försök där ursprungliga idéer snabbt testas i praktiken. Avsikten med försök är att genom praktiken bevisa vad som är bra med idéer och vad som behöver utvecklas.

Samling

är en samlad och organiserad grupp av föremål eller annars dokumenterat material för vars lagring och forskning museet ansvarar. Museisamlingarna förmedlar information om människans och naturens historia. En museisamling omfattar ofta flera olika samlingar: färdiga helheter som organiseras t.ex. enligt samlaren eller donatorn eller också kan samlingarna klassificeras till delsamlingar enligt till exempel materialtyp, tema, föremålstyp, genre, material eller teknik.

Samlingspolicy

är en av museet utarbetad utredning om riktlinjerna för samlingarna och de allmänna principerna för samlingsverksamheten. I samlingspolicyn borde målen för prioriteringen och utökningen av museets samlingar fastställas. Dessutom borde man i policyn ta ställning till skötseln och användningen av de befintliga samlingarna samt till avskrivningar. En samlingspolicy för en viss tidsperiod kan också kallas till exempel samlingsstrategi, samlingsplan eller -program. I samlingsprogrammet borde styrkor, brister, resurser och ändringar i dagens verksamhetsmiljö beaktas.

Förvaltning av samlingar

innebär att samlingarnas och de enskilda föremålen katalogiserings-, konditions- och lokaliseringssuppgifter är uppdaterade. Samlingarna hanteras och förvaras på ett säkert och korrekt sätt. Dessutom har de olika skedena av hanteringen av samlingarna heltäckande registrerats och alla data är lättåtkomliga.

Prioritering av samlingar

innebär att samlingarna och samlingsobjekten sätts i inbördes prioritetsordning. Klassificeringskriterierna varierar från situation till situation till exempel efter skick, användning och betydelse.

Partnerskap

när parterna förbinder sig till samarbete för att uppnå ett gemensamt mål.

Affärsverksamhet

innebär professionell verksamhet med avsikt att antingen generera kapital eller vinst eller bara upprätthålla den egna verksamheten. Aktörer inom den offentliga sektorn kan utöva så kallad affärsverksamhet utan vinstsyfte som siktar på att upprätthålla den egna verksamheten eller delar av den.

Katalogisering

innebär dokumentation av de insamlade föremålen eller det insamlade materialet som ska tas med till museisamlingarna. Katalogiseringen av museisamlingarna utgör grunden som den övriga museiverksamheten bygger på. Informationsinnehållet i katalogiseringen varierar enligt museityp och samlingsgrupp. I denna modell avses med katalogisering lagring av uppgifter om föremålen i samlingarna och den är inte en del av den egentliga forskningen eller dokumentationen.

Utgifts- och kostnadsstruktur

Organisationens utgifts- och kostnadsstruktur beror på verksamhetens karaktär. Några av museernas största kostnadslag är fastighets- och personalkostnaderna. Andra kostnadslag är t.ex. inköp av tjänster, medel och utrustning, resekostnader samt förvaltningskostnader. Något som man med tanke på kostnadsbeteendet ska kontrollera är hur kostnaderna delas in i rörliga och fasta, separata och gemensamma samt direkta och indirekta kostnader. Med hjälp av dessa kostnadsindelningar kan man bedöma bland annat kostnadsstrukturens flexibilitet och möjligheter att allokera resurser i enlighet med målen.

Mångfald

Varje människa har otaliga egenskaper och roller som kan gälla till exempel kön, sexualitet, socioekonomisk ställning, ålder, fysiska egenskaper, funktionsnedsättning, utseende, religion, språk, kulturella skillnader, etniska drag, politiska åsikter eller olika ideologier och övertygelser. Beaktande av mångfalden innebär att skillnader som hänför sig till människors identitet respekteras i en trygg och positiv atmosfär och att alla kan känna sig välkomna och delta utan att vara rädda för diskriminering.

Inlärningsmiljö

innebär helheten av den fysiska miljön, de psykiska egenskaperna och de sociala förhållandena kring inläring där studier och inläring äger rum. Inlärningsmiljön borde vara stimulerande och levande samt erbjuda möjligheter till växelverkan. En bra inlärningsmiljö stödjer och främjar den lärandes egen nyfikenhet, aktivitet, eget självstyrande och egen kreativitet genom att erbjuda intressanta utmaningar och problem.

Organisationsstruktur

beskriver hur organisationen fungerar. Organisationer har skapats för organisering av samarbetet mellan människor och organisationsstrukturen bildar ramarna för detta samarbete. Strukturen erbjuder organisationsmedlemmarna en gemensam åsikt om ordnande av verksamheten, arbetsfördelningen samt styrningsförhållandena. Organisationsstrukturen borde stödja organisationen vid uppnåendet av dess mål.

Belöning

är en helhet som består av materiella och immateriella belöningsätt. Olika materiella belöningsätt är till exempel lön, resultatpremier och förmåner. Immateriella belöningsätt är bland annat arbetets innehåll, möjligheter till utbildning och utveckling, möjligheter att påverka och delta i beslutsfattandet, respons samt arbetstidsarrangemang och övriga arbetsarrangemang. I bästa fall stödjer de materiella och immateriella belöningsätten varandra och belöningsens delområden utvecklas helhetsbetonat.

Interaktiv utveckling av tjänster

innebär att de olika parterna i en tjänst på en så bred front som möjligt deltar i utvecklingen av tjänsten ända från början. Med de olika parterna avses, beroende på verksamheten, serviceleverantörens personal från ledningen till personer som arbetar med kundservice, kunder och samfund, representanter för samarbetspartner och olika förvaltningsområden. Personerna som deltar i utvecklingen är likvärdiga experter. Deltagandet gör det möjligt att allokera resurser på rätt sätt och utveckla tjänster med en genuin efterfrågan.

Profilering

Genom en utredning av den egna verksamhetsmiljön, kundernas behov och de egna styrkorna, väljer man vad man vill påverka genom sin verksamhet. Därefter drar man upp riktlinjer för verksamheten och placerar den i sin kontext helhetsbetonat i enlighet med de uppsatta målen. Profilen återspeglas i de strategiska valen, tjänsterna, produkterna och hela verksamhetskulturen.

Process

Ett verksamhetsätt som hjälper till att omvandla insatser till tjänster, resultat och effekter. Processerna bildas av arbetsgångs-, funktions- och tjänstekedjor som är knutna till varandra på olika sätt. Processerna kan delas in i kärn- och stödprocesser.

Finansieringsmodell

innebär den helhet som finansieringen av organisationens verksamhet består av – från vilka källor och med vilken mekanism finansieringen byggs upp och fastställs enligt.

Berikande (av material och innehåll)

innebär av användare utförd komplettering av material och innehåll genom att till exempel förbättra beskrivningsinformation, lägga till nya innehåll och betydelser eller skapa länkar till andra källor.

Åtkomlighet

innebär att olika slags publiker betjänas bra. Alla har möjlighet att delta och få upplevelser. Lätta och tillgängliga sätt att anskaffa information, röra sig, höra, se och interaktion bidrar till åtkomligheten. God åtkomlighet kan uppnås genom öppna attityder och öppet beslutsfattande.

Innehåll

innebär här en informationsbärares (t.ex. tjänst, föremål, samling, utställning) betydelse- eller tankeinhåll. Innehållet syftar i regel till tema, betydelse eller syfte som motsats till form.

Strategi

är en plan för att uppnå organisationens långsiktiga mål. Strategin består av de mål, linjedragningar och åtgärder med hjälp av vilka organisationen försöker uppnå sina målsättningar. Strategin utarbetas för en längre tidsperiod men med hjälp av etappmål och mellankontroller kan man justera dess kurs och fastställa eventuella ändringsbehov.

Strategiska mål

fastställer hurdan man vill att museet ska vara inom en viss överenskommen tid. De strategiska målen bildar det museet strävar efter.

Intressentgrupper

Alla som har intressen i museets verksamhet, till exempel interna och externa kunder, allmänheten, finansiärer, politiska beslutsfattare, offentliga förvaltningen, vetenskapliga och konstnärliga organisationer, musei- och kulturförvaltningen, undervisnings- och socialsektorn, media, den privata och tredje sektorn. Även uppdragsgivare såsom den politiska, demokratiskt valda ledningen eller styrande myndigheter är intressentgrupper. Alla intressentgrupper är inte av lika stor betydelse för museet.

Ekonomiförvaltning

innebär uppföljning av organisationens penningrörelse samt hur organisationen har hand om till exempel faktureringen samt uppföljningen och planeringen av verksamhetens lönsamhet. Ekonomiförvaltningens funktioner är bland annat löneberäkning, redovisning och bokföring. Utöver att ha hand om olika funktioner och lagstadgade uppgifter kring pengar producerar ekonomiförvaltningen information för ledningen för behov kring verksamhetsstyrning och -planering.

Informationsreserver

är den helhet av material och anknytande metadata som museet förvaltar. Informationsreserverna innehåller bland annat information om objekt och kultur- eller naturmiljön, olika analyser och mätmaterial samt arkiv- och biblioteksuppgifter. Informationen kan ha lagrats antingen i system, databaser eller i pappersformat.

Verksamhetsplanering

innebär ofta planering på kort sikt, till exempel en årsplan. Fastställer vad man under året konkret ämnar göra på väg mot de strategiska målen. I planen kan också ansvar och tidsscheman fastställas.

Verksamhetskultur

innebär en kollektiv helhet av tänkande och praxis samt ett sätt att uppfatta världen som för en viss grupp är gemensamt vid en viss tidpunkt. Verksamhetskulturen tar sig till uttryck i form av gruppens andliga, materiella och sociala praxis bundna till en kontext. Den omfattar bland annat gruppens ofta informella värderingar, föreställningar, uppfattningar, förväntningar, normer, regler, roller och tillvägagångssätt. Verksamhetskulturen styr gruppens verksamhet men är dynamisk och kan ändras och påverkas.

Verksamhetsmodell

är en för uppnåendet av målen skapad helhet av principer och funktioner.

Verksamhetsmiljö

innebär de politiska, samhälleliga, lagstiftnings, ekonomiska, kulturella, sociala och med naturmiljön anknutna faktorer som påverkar organisationen och samhället omkring den. Det är viktigt att organisationen identifierar de allmänna förändringstrenderna i samhället och kan analysera dem individuellt ur perspektivet för den egna verksamheten.

Forskning

kan definieras till exempel som en process genom vilken ett systematiskt arbete tar fram ny information och ny kunskap. I regel innebär definitionen också att personer som utför forskning har en vetenskaplig utbildning och att forskningen sker i linje med vetenskapliga principer, samt att resultaten går att verifiera.

Påverkningsmål

Mål som satts upp för det som museet vill påverka i samhället och sina samfund. Målen sätts upp utifrån val som bygger på en analys av museets verksamhetsmiljö. Påverkningsmålen utgör kärnan för museets existens.

Effekter

Vid utvärderingen av effekter granskas vilka förändringar museet genom sin verksamhet åstadkommer. Med andra ord innebär en effekt att ett visst sakförhållande ändras som ett resultat av verksamheten. Effekterna kan vara eftertraktade eller målinriktade, då det är möjligt att följa upp och utvärdera deras uppkomst. Effekterna kan också vara resultat av verksamheten utan att man satt upp mål för dem. Då är det dock svårare att identifiera, följa upp och verifiera dem. Effekterna kan vara direkta eller indirekta och verksamheten kan också ha bieffekter – önskade eller oönskade.

Frivilligarbete

är verksamhet för enskilda människor eller grupper utan någon ekonomisk ersättning, det vill säga lön. Arbetet görs av egen fri vilja.

Nätverk

En informell sammanslutning utan någon given bestämmanderätt vars medlemmar i regel har gemensamma intressen och värderingar. Nätverken har i regel som mål att distribuera, öka, byta och komplettera information och kompetenser som leder till ytterligare innovationer.

Samfund och grupper

är människogrupper som bildar en helhet utifrån till exempel levnadssätt eller ekonomiska eller ideella målsättningar. Kännetecknande är gemensamma mål och intressen. Därutöver har grupperna en gemensam bestämmanderätt samt tillsammans överenskomna regler som utgör gränserna för dess verksamhet. Ofta krävs godkännande av de övriga medlemmarna om man vill ansluta sig till en grupp. Funktionella samfund är till exempel olika sammanslutningar kring fritidsintressen eller hembygds- och invånarföreningar.

Publik

De mottagare eller användare till vilka tjänster, verksamheter eller meddelanden riktas. Publiker kan vara permanenta, tillfälliga eller potentiella. Publikens roll varierar från åskådare och åhörare till deltagare. Publikarbetet introducerar nya kunder/besökare/användare i museiverksamheten och fördjupar kund- och användarupplevelsen.