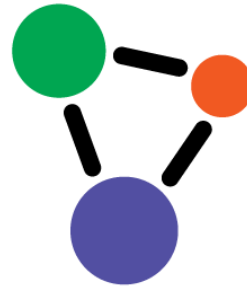


LATVIJAS SOCIĀLĀS  
UZŅĒMĒJDARBĪBAS  
ASOCIĀCIJA



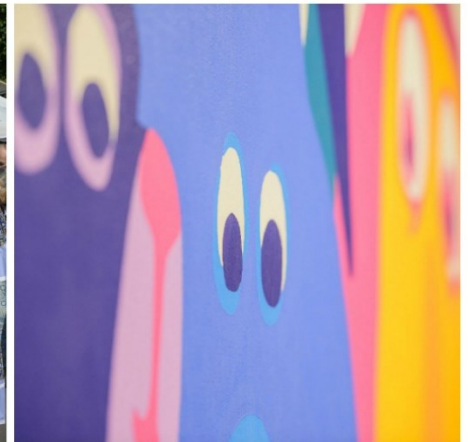
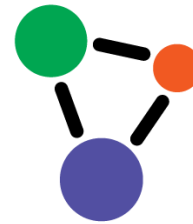
# SOCIĀLO UZŅĒMUMU SOCIĀLĀS IETEKMES MĒRĪŠANA UN IZVĒRTĒŠANA: kas jā dara, kā un kāpēc?



LATVIJAS SOCIĀLĀS  
UZŅĒMĒJDARBĪBAS  
ASOCIĀCIJA



LATVIJAS SOCIĀLĀS  
UZŅĒMĒJDARBĪBAS  
ASOCIĀCIJA



[www.socialauznemejdarbiba.lv](http://www.socialauznemejdarbiba.lv)

Madara Ūlande // LM seminars sociālajiem uzņēmumiem // 2020.gada 28.maijs



## PAR KO MĒS RUNĀSIM?

- Kāpēc tas vispār ir svarīgi?
- Kas ir sociālā ietekme un kas nav? Sociālā uzņēmuma mērķu, darbības un rezultātu loģiskā ķēde.
- Sociālās ietekmes mērīšana un izvērtēšana: kas jāņem vērā
- METODES, kā mērīt un izvērtēt sociālo ietekmi.
- Jautājumi, komentāri, diskusija.



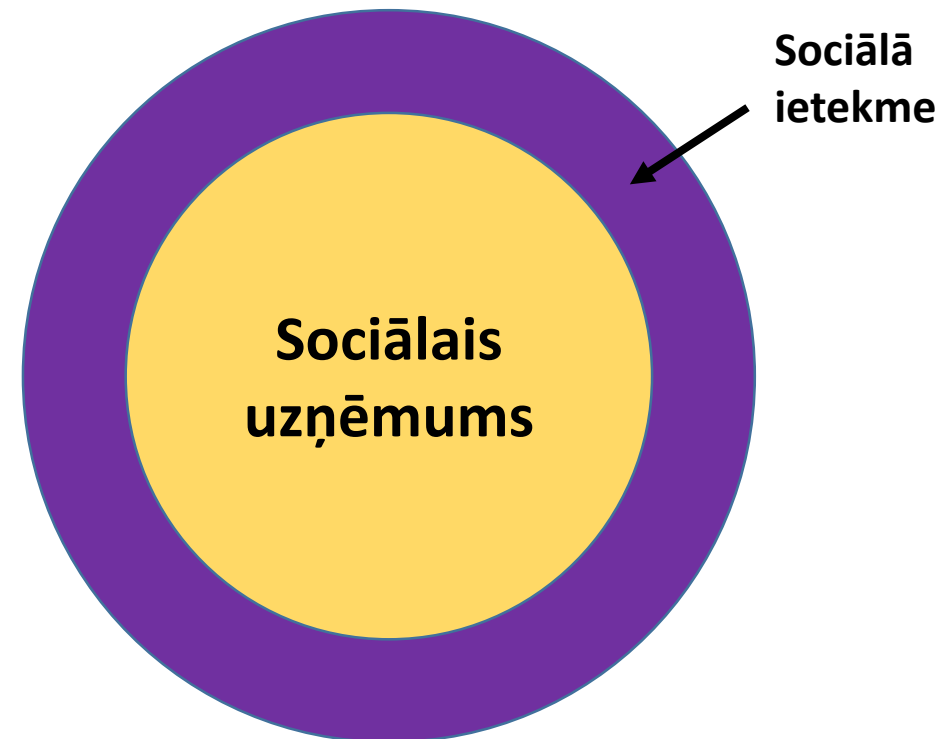
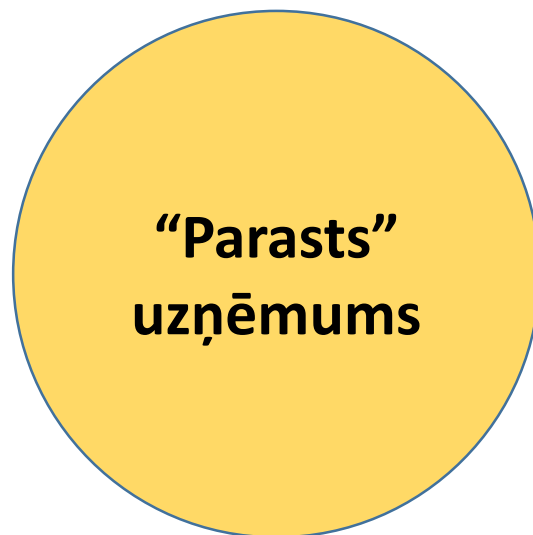
## KO MĒS SAPROTAM AR SOCIĀLO IETEKMI?

### Radītās pozitīvās pārmaiņas un uzlabojumi,

kas rodas jūsu darba rezultātā un  
ko var izteikt konkrētos, izmērāmos rādītājos.

Nevis ko jūs darījāt, bet kādas **PĀRMAIŅAS** radījāt.

# KĀPĒC VISPĀR PAR TO IR SVARĪGI RUNĀT?





# KĀPĒC VISPĀR PAR TO IR SVARĪGI RUNĀT?

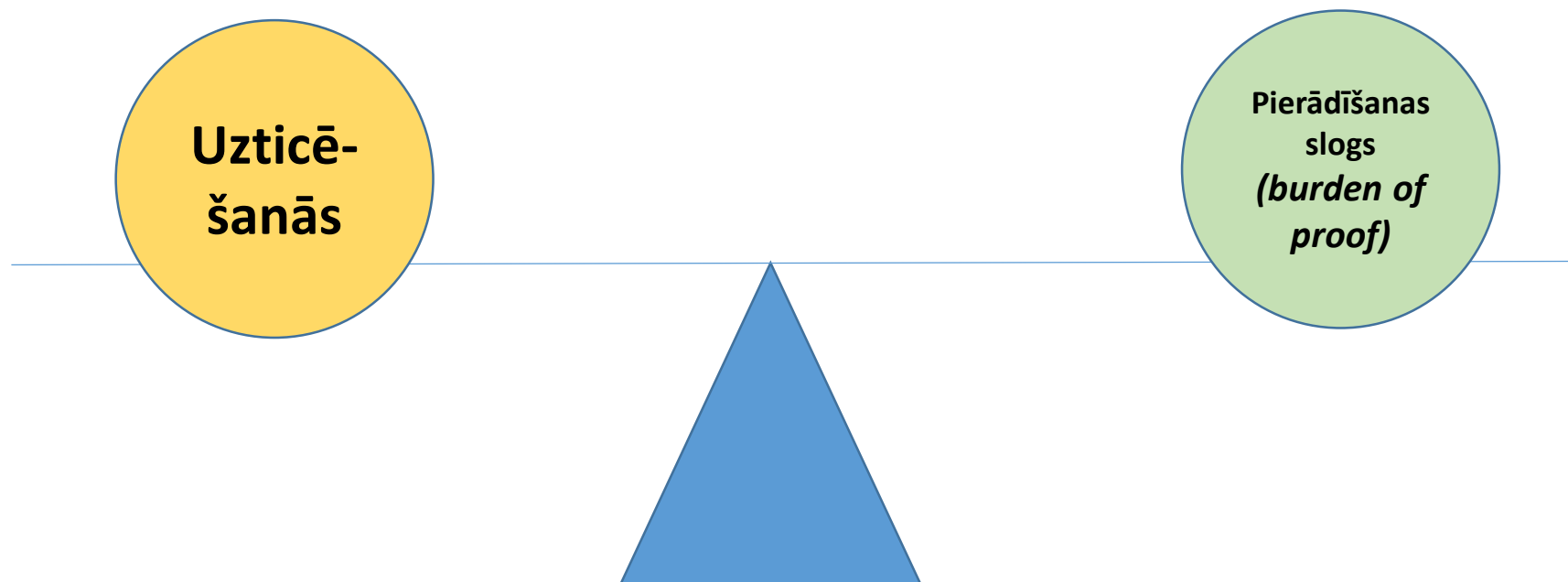
Ne tikai runas,  
bet arī **DARBI.**



~~*Social-washing*~~



# KĀPĒC VISPĀR PAR TO IR SVARĪGI RUNĀT?







## 4 POSMI SOCIĀLĀS IETEKMES MENEDŽMENTĀ/PĀRVALDĪBĀ

1. Plānošana
2. Datu ievākšana & mērīšana
3. Izvērtēšana/analizēšana
4. Komunikācija



## 4 POSMI SOCIĀLĀS IETEKMES MENEDŽMENTĀ/PĀRVALDĪBĀ

1. Plānošana

2. Datu ievākšana & mērīšana

3. Izvērtēšana/analizēšana

4. Komunikācija



## KĀPĒC VAJAG PLĀNOT, MĒRĪT, IZVĒRTĒT, KOMUNICĒT SOCIĀLO IETEKMI?

- Lai darbi saskan ar vārdiem: integritāte un uzticamība
- Mācīšanās un izaugsme uzņēmuma iekšienē
- Lai sagatavotos nākamajam uzņēmuma izaugsmes posmam (mērogošana – *scaling-up*)
- Lai katrs investētais EUR dotu maksimālu atdevi
- Uzņēmuma komandas motivācijas un lojalitātes veidošanai



## KĀPĒC VAJAG PLĀNOT, MĒRĪT, IZVĒRTĒT, KOMUNICĒT SOCIĀLO IETEKMI?

- Finansējuma un investīciju piesaistei
- Jaunu klientu un sadarbības partneru piesaistei
- Uzņēmuma tēla un zīmola veidošanai
- Mārketinga un komunikāciju aktivitātēm
- Politikas un atbalsta instrumentu plānošanai



## KĀPĒC VAJAG PLĀNOT, MĒRĪT, IZVĒRTĒT, KOMUNICĒT SOCIĀLO IETEKMI?

- Finansējuma un investīciju piesaistei
- Jaunu klientu un sadarbības partneru piesaistei
- Uzņēmuma tēla un zīmola veidošanai
- Mārketinga un komunikāciju aktivitātēm
- Politikas un atbalsta instrumentu plānošanai

# KAS IR SOCIĀLĀ IETEKME UN KAS NAV?



## Sociālās ietekmes veidošanās loģiskā ķēde



# KAS IR SOCIĀLĀ IETEKME UN KAS NAV?

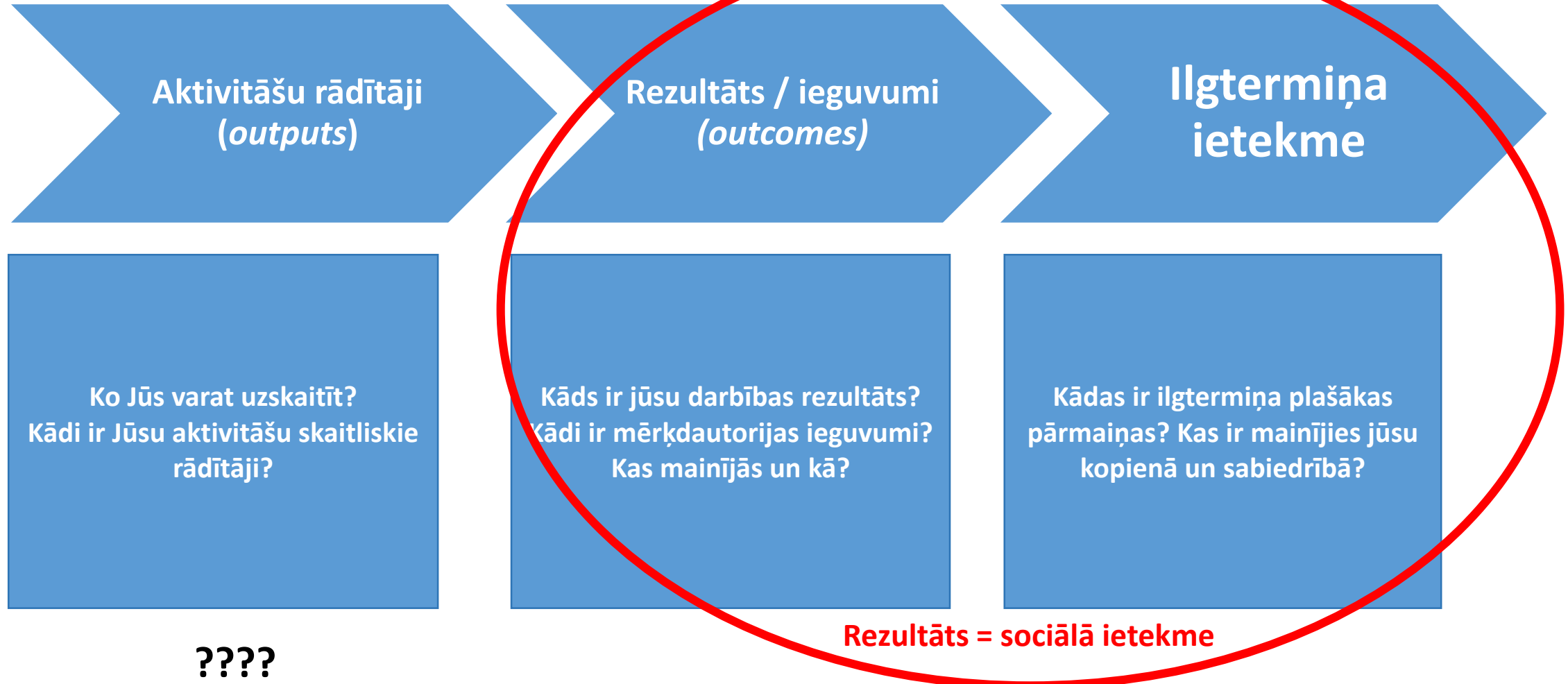


Sociālais mērķis

Līdzekļi, KĀ jūs to sasniedzat

Rezultāts = sociālā ietekme

# KAS IR SOCIĀLĀ IETEKME UN KAS NAV?





# KAS IR SOCIĀLĀ IETEKME UN KAS NAV?

LATVIJAS SOCIĀLĀS  
UZŅĒMĒJDARBĪBAS  
ASOCIĀCIJA



Aktivitāšu rādītāji  
(*outputs*)

Darbības, ko jūs darījāt/izdarījāt –  
skaits, apjoms, izmēri, citi raksturlielumi.

Šie dati vēl nav sociālā ietekme, bet  
nepieciešamais posms ceļā uz to!

Rezultāts /  
ieguvumi  
(*outcomes*)

Kāda no šīm darbībām jēga?  
Kas mainījās?

# KAS IR SOCIĀLĀ IETEKME UN KAS NAV?

## Piemērs: darba integrācijas uzņēmums



Aktivitāšu rādītāji  
(*outputs*)

Rezultāts / ieguvumi  
(*outcomes*)

Ilgtermiņa  
ietekme

Nodarbinātie cilvēki ar  
invaliditāti:

- Skaits
- Slodzes
- Darba samaksa
- Ārpusdarba pasākumu skaits

- 80% darbinieku ir uzlabojusies kopējā dzīves kvalitāte
- 50% ir uzlabojusies veselība un pašsajūta, nav hronisku kaišu saasinājumu
- 60% darbinieki ir ieguvuši jaunus draugus un paziņas, biežāk dodas ārpus darba
- 100% ir uzlabojusies finansiālā situācija

5 gadu laikā uzņēmums ir palīdzējis pilnībā integrēties darba tirgū (t.sk. atrast nākamo pastāvīgo darbavietu) 156 darbiniekiem

Ir uzlabojusies kopējā cilvēku ar invaliditāti nodarbinātība, arī pateicoties uzņēmuma komunikāciju un interešu aizstāvības pasākumiem

**Rezultāts = sociālā ietekme**

# KAS IR SOCIĀLĀ IETEKME UN KAS NAV?

## Piemērs: bērnu un jauniešu ārpusskolas izglītība

LATVIJAS SOCIĀLĀS  
UZŅĒMĒJDARBĪBAS  
ASOCIĀCIJA



### Aktivitāšu rādītāji (*outputs*)

- Bērnu un jauniešu skaits
- Nodarbību skaits
- Nodarbību ilgums
- Tēmu dažādība

### Rezultāts / ieguvumi (*outcomes*)

- 60% bērniem ir uzlabojušās koncentrēšanās spējas
- 70% bērniem ir uzlabojušās prasmes konkrētās jomās
- 70% jauniešu ir uzlabojušās sekmes konkrētos mācību priekšmetos
- 150 jauniešiem ģimenes ir novērojušas labāku garstāvokli ikdienā, mazāk pazīmju par depresiju un nomāktību
- 78 jauniešiem ir ieguvuši jaunus draugus un domubiedrus

### Ilgtermiņa ietekme

Bērni un jaunieši, kuri ir mācījušies sociālā uzņēmuma nodarbībās, ilgtermiņā uzrāda labākas sekmes, ir motīvātāki turpināt mācības augstskolā

Jaunieši, kuri ir mācījušies sociālā uzņēmuma nodarbībās, mazāk saskaras ar depresiju, mazāk nokļūst alkohola un narkotiku atkarības varā.

**Rezultāts = sociālā ietekme**

# KAS IR SOCIĀLĀ IETEKME UN KAS NAV?

## Piemērs: materiālu pārstrādes uzņēmums



Aktivitāšu rādītāji  
(*outputs*)

- Pārstrādāto tekstila atkritumu apjoms
- Saražoto un pārdoto preču apjoms
- Informatīvo materiālu skaits, veids utt.

Rezultāts / ieguvumi  
(*outcomes*)

- Samazināto atkritumu apjoms
- Ietaupīto dabas resursu apjoms
- Izglītoto cilvēku skaits

Ilgtermiņa  
ietekme

- 5 gadu laikā uzņēmums ir pārstrādājis 3 tonnas tekstila atkritumu
- Sabiedrība ir informētāka un izglītotāka par tekstila atkritumiem, mazāk izmet ārā, ir ieviesta tekstila atkritumu pārstrādes sistēma

**Rezultāts = sociālā ietekme**



# SOCIĀLĀS IETEKMES MĒRĪŠANA UN IZVĒRTĒŠANA: KAS JĀŅEM VĒRĀ

- **Ja jums ir konkrētu “cilvēku” mērķauditorija** – strādājat ar konkrētu skaitu zināmu gala labuma saņēmēju, tad jums būs vieglāk mērīt sociālo ietekmi.
- **Ja jums ir nekonkrēta, abstrakta “cilvēku” auditorija** (piemēram, interneta portāls), tad jums jādomā, kā izmērīsiet ietekmi uz anonīmo tiešsaistes auditoriju, kura, iespējams, jūsu portālā ienāk tikai 1-2 reizes. Bet tas ir iespējams!

# SOCIĀLĀS IETEKMES MĒRĪŠANA UN IZVĒRTĒŠANA: KAS JĀŅEM VĒRĀ



- **Ja esat kā “starpnieks” sociālās ietekmes radīšanā** (piemēram, jūsu sociālā ietekme ir tas, ka palīdzat citiem radīt sociālo ietekmi), tad ir nopietni jādomā, kā parādīsiet, ka jūsu darbam TIEŠĀM ir sociālā ietekme, kā jūsu darba posms palīdz sasniegt gala sociālo ietekmi.
- **Sociālās ietekmes mērīšanai un izvērtēšanai ir jābūt regulārai, sistemātiskai uzņēmuma praksei!** Nevis 1x gadā tāpēc, ka vajag atskaitēm, bet regulāri, lai varat sekot uzlabojumiem un progresam.



# KĀ MĒRĪT UN IZVĒRTĒT SOCIĀLO IETEKMI: METODES

- Nav vienas pareizās metodes, kā mērīt un izvērtēt sociālo ietekmi.
- Mērīt un izvērtēt jūs varēsiet tikai tad, ja būs dati! Dati ir visa pamatā.
- Vācot jebkādus datus par cilvēkiem, jāievēro GDPR + jābūt uzmanīgiem attiecībā uz to, kādus datus vācat, kāpēc, kur tie nokļūst, kā izmantosiet un kā glabājat.
- Visdrīzāk ar vienu metodi nepietiks – vajadzēs izmantot vairākas, kombinētā veidā, un nevis vienreiz gadā, bet sistēmiski un regulāri!



# KĀ MĒRĪT UN IZVĒRTĒT SOCIĀLO IETEKMI: METODES

- **Aptaujas un anketēšana.**

Šādi ir iespējams ievākt visdažādākos datus – gan kvantitatīvus, gan kvalitatīvus, turklāt iespējams arī ievākt pieredzes un ietekmes stāstus, kas ilustrē savāktos datus.

Ieteikums anketējot – dodiet cilvēkiem pēc iespējas vairāk jau sagatavotus atbilžu variantus, kurus ieklikšķināt, lai pēc tam būtu vieglāk datus apkopot un salīdzināt.

Lai būtu iespējams cilvēkus anketēt, ir nepieciešama viņu kontaktinformācija!

Ideāli, ja varat anketēt vienus un tos pašus cilvēkus vairākkārt, tādējādi novērojot jūsu sociālā uzņēmuma ietekmi uz viņu dzīvi ilgākā laika posmā (piemēram, pirms un pēc jūsu produkta vai pakalpojuma izmantošanas)





# KĀ MĒRĪT UN IZVĒRTĒT SOCIĀLO IETEKMI: METODES

- **Pieredzes stāsti un atsauksmes**

Reālu cilvēku stāsti par to, kā ir mainījusies viņu dzīve (zināšanas, prasmes, sajūtas, veselība utt) pēc jūsu sociālā uzņēmuma produkta vai pakalpojuma izmantošanas, vai jūsu sociālā uzņēmuma darbības rezultātā.

Ideāli, ja pieredzes stāsts var atspoguļot visas trīs daļas:

- kāda bija situācija PIRMS
- kā jūsu sociālais uzņēmums palīdzēja
- kādas ir pozitīvās pārmaiņas PĒC

Pieredzes stāstiem ir milzīgs spēks!



# KĀ MĒRĪT UN IZVĒRTĒT SOCIĀLO IETEKMI: METODES

- **Fokusgrupas**

Padziļināta saruna grupā ar jūsu mērķdatorijas pārstāvjiem, kurā varat uzzināt atgriezenisko saiti, pārmaiņu apjomu un raksturu, nepieciešamos uzlabojumus jūsu darbā utt.



# KĀ MĒRĪT UN IZVĒRTĒT SOCIĀLO IETEKMI: METODES

- **Padziļinātas intervijas**

Padziļināta individuāla saruna ar jūsu mērķdatorijas pārstāvjiem, kurā varat uzzināt atgriezenisko saiti, pārmaiņu apjomu un raksturu, nepieciešamos uzlabojumus jūsu darbā utt.



# KĀ MĒRĪT UN IZVĒRTĒT SOCIĀLO IETEKMI: METODES

- **Nozares līderu, ekspertu, organizāciju vērtējums par jūsu darbu**

Kādas ārējas uzticamas “autoritātes” vērtējums par jūsu darbu, izceļot novērotās pozitīvās pārmaiņas.



# KĀ MĒRĪT UN IZVĒRTĒT SOCIĀLO IETEKMI: METODES

- **Oficiāli ekspertu atzinumi par konstatētajām izmaiņām**

Tas vairs nav viedoklis vai vērtējums, tad jau ir oficiāls atzinums vai eksperta konstatēts fakts.

Piemēram, ārstu komisijas atzinums par uzlabojumiem jūsu klientu veselībā.

Vai sociālā darbinieka atzinums par pārmaiņām konkrētā ģimenē.



# KĀ MĒRĪT UN IZVĒRTĒT SOCIĀLO IETEKMI: METODES

- **Cita veida dati, kas ilustrē jūsu sociālo ietekmi**

Piemēram, uzskaites par jūsu uzņēmuma pārstrādāto materiālu daudzumu un apjomu; dažādu faktu konstatācija, tai skaitā citu institūciju konstatēti fakti par jūsu mērķauditoriju (piem. bezdarbnieks kļūst par darba ņēmēju, jūsu klienti nokārto valodas eksāmenu vai iegūst pilsonību, cilvēks “izkāpj” no sociāli maznodrošinātā statusa utt)



## RESURSI INTERNETĀ

- <https://www.sopact.com/social-impact-measurement>
- <https://www.coursera.org>
- [https://www.csi.edu.au/media/uploads/CSI The Compass .pdf](https://www.csi.edu.au/media/uploads/CSI_The_Compass.pdf)
- *Social impact measurement and evaluation*
- *Social impact communication*
- *Social impact reporting*



# JAUTĀJUMI? KOMENTĀRI?

[www.socialauznemejdarbiba.lv](http://www.socialauznemejdarbiba.lv)

FB: socialauznemejdarbiba.lv // Tw: @Soc\_uznemeji